



**Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης και Διεθνών Σχέσεων -
Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών - Δημοκρίτειο
Πανεπιστήμιο Θράκης
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών - Αριστοτέλειο
Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων -
Πανεπιστήμιο Πειραιά**

**Διαπανεπιστημιακό Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών
Σπουδών
«Τοπική και Περιφερειακή Ανάπτυξη και Αυτοδιοίκηση»**

**«ΟΤΑ και Τουριστική Ανάπτυξη: Προς ένα μοντέλο
βιώσιμου τουριστικού σχεδιασμού του Δήμου Θηβαίων»**

Ευγενία Κ. Βενιζέλου

Επιβλέπων:

Σπυρίδων Ρουκανάς, Επίκουρος Καθηγητής

Τμήματος Διεθνών και Ευρωπαϊκών Σπουδών Πανεπιστημίου Πειραιώς

Συνεπιβλέπων:

Μανώλης Κουτουλάκης, Ερευνητής Δρ. Πανεπιστημίου Πειραιώς

**Department of Political Studies and International Relations -
University of Peloponnese
Department of Economics - Democritus University of Thrace
Department of Economics - Aristotle University of
Thessaloniki
Department of Business Administration - University of
Piraeus**

**Master Program in
«Local and Regional Government and Development»**

**“Municipalities and Tourism Development: Towards a
Thebes Municipality sustainable tourism planning
model”**

Evgenia K. Venizelou

Supervisor:

Spyridon Roukanas, Assistant Professor, Department of International and
European Studies, University of Piraeus

Co-Supervisor:

Manolis Koutoulakis, PhD Researcher at University of Piraeus

Corinth, February 2017

Ευχαριστίες

Ευχαριστώ θερμά:

τους γονείς μου Κωνσταντίνο και Αφροδίτη
και τον σύζυγό μου Γιώργο,
για την ηθική και οικονομική υποστήριξή τους
κατά τη διάρκεια φοίτησής μου στο ΔΔΠΜΣ,

τη φίλη μου Γιώτα,
που με προέτρεψε να υποβάλλω αίτηση στο ΔΔΠΜΣ
και ήμασταν συνοδοιπόροι σ' αυτό το υπέροχο ταξίδι στη γνώση,

τον καθοδηγητή μου Δρ. Μανώλη Κουτουλάκη
για τις πολύτιμες συμβουλές του
στην εκπόνηση της διπλωματικής μου εργασίας.

Copyright © Ευγενία Κ. Βενιζέλου, έτος 2017
Με επιφύλαξη κάθε δικαιώματος. All rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα. Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις των Πανεπιστημίων: Πελοποννήσου-Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης και Διεθνών Σχέσεων, Δημοκρίτειου Θράκης- Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Αριστοτέλειου Θεσσαλονίκης -Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πειραιά-Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων.

ΟΤΑ και Τουριστική Ανάπτυξη: Προς ένα μοντέλο βιώσιμου τουριστικού σχεδιασμού του Δήμου Θηβαίων

Σημαντικοί Όροι: βιώσιμη ανάπτυξη, τουριστικό σύστημα, τοπική αυτοδιοίκηση, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αξιολόγηση, στρατηγικός σχεδιασμός

Περίληψη

Η παρούσα εργασία προσεγγίζει το πεδίο του τουριστικού συστήματος και της βιώσιμης ανάπτυξής του. Σκοπός της είναι να διερευνήσει το πλαίσιο και τους παράγοντες που επηρεάζουν τον τοπικό τουριστικό σχεδιασμό και να αναδείξει το σημαντικό ρόλο που οφείλει και πρέπει να έχει η τοπική αυτοδιοίκηση προκειμένου να διαχειριστεί τους πόρους, με τρόπο που να εκπληρώνονται οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες και να διατηρείται η πολιτιστική ακεραιότητα και η ποικιλομορφία μίας περιοχής.

Το ερευνητικό ενδιαφέρον εστιάζει στο Δήμο Θηβαίων, ένα Δήμο με πολύ σημαντική ιστορία, πληθώρα αρχαιολογικών και θρησκευτικών μνημείων και φυσικού πλούτου, ο οποίος όμως παρουσιάζει ιδιαίτερα χαμηλά επίπεδα ανάπτυξης. Με τη χρήση μίας ευρείας βιβλιογραφίας, που απαρτίζεται από μία σειρά σημαντικών βιβλίων, άρθρων, μελετών και ερευνών οργανισμών και εκπαιδευτικών ιδρυμάτων για τον τουρισμό, την αυτοδιοίκηση και τη βιώσιμη ανάπτυξη και με προσωπική έρευνα, μέσω της διάθρωσης των κεφαλαίων της εργασίας επιχειρείται να αναδειχθεί ο τουρισμός ως ένα αναπτυξιακό όχημα, που θα οδηγήσει στην έξοδο από την υφιστάμενη κατάσταση.

Municipalities and Tourism Development: Towards a Thebes Municipality sustainable tourism planning model

Keywords: sustainable development, tourism system, local government, alternative tourism, evaluation, strategic planning

Abstract

The present thesis treats tourism industry and its sustainable development. Its main purpose is to examine the framework and the factors that affect local tourism planning and to highlight the significant role of local government in using resources in a way that meets the economic, social and aesthetic needs and maintains the cultural integrity and diversity of a region. Research interest focuses in the Municipality of Thiva, a municipality with high importance history, abundant archaeological and religious monuments and natural beauty, which however shows very low development levels. By using a wide range of references, consisting of important books, articles, surveys and researches of organizations and educational institutions for tourism, local government and sustainable development and through personal research, this essay attempts to indicate tourism as a vehicle of development, which offers the prospect of overcoming the present situation.

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ:

RIS3	Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης
A.E.	Ανώνυμη Εταιρεία
A.Π.	Άξονας Προτεραιότητας
ΑΕΠ	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
Βλ.	Βλέπε
Δ.	Δήμος
ΔΗΚΕΘ	Δημοτική Κοινοφελής Επιχείρηση
δλδ.	Δηλαδή
ΔΟΘ	Δημοτικός Οργανισμός Θήβας
E.E.	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΔΕΤ	Ευρωπαϊκά Διαθρωτικά Επενδυτικά Ταμεία
EEMT	Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού
ΕΠΧΣΑΑ	Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης
ΕΣΠΑ	Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης
κ.α.	και άλλα
κλπ.	Και τα λοιπά
ΟΣΕ	Οργανισμός Σιδηροδρόμων Ελλάδος
ΟΤΑ	Οργανισμός/οί Τοπικής Αυτοδιοίκησης
Π.Ε.	Περιφερειακή Ενότητα
π.χ.	παραδείγματος χάριν
ΠΕΟ	Παλαιά Εθνική Οδός
ΠΕΠ	Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
ΠΠΧΣΑΑ	Περιφερειακό Χωροταξικό Σχέδιο και Αειφόρου Ανάπτυξης
ΠΣΤΕ	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας
ΤΠΕ	Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνίας
χλμ.	Χιλιόμετρα

Περιεχόμενα

Περίληψη	
Abstract	
Κατάλογος Πινάκων	
Κατάλογος Διαγραμμάτων	

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Γενικά	1
1.2 Το τουριστικό σύστημα	1
1.3 Οι συνιστώσες του τουριστικού συστήματος	5
1.4 Η συμβολή του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία και την Περιφερειακή ανάπτυξη	9
1.5 Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη	13
1.6 Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού	14

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:

ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

2.1 Η συμβολή των ΟΤΑ στον αναπτυξιακό τουριστικό σχεδιασμό	16
2.2 Η Δημοτική Επιτροπή Τουριστικής Ανάπτυξης & Προβολής	18
2.2.1 Το θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας της Επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής	18
2.2.2 Έργο και αρμοδιότητες της Επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής	19
2.3 Το Εθνικό πλαίσιο για την Τουριστική Ανάπτυξη	21
2.4 Το Περιφερειακό πλαίσιο Στερεάς Ελλάδας για την Τουριστική Ανάπτυξη.	22

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΑΝΑΛΥΣΗ & ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΔΗΜΟΥ ΘΗΒΑΙΩΝ

3.1 Γενικά	28
3.2 Γενικά Χαρακτηριστικά Δήμου Θηβαίων	28
3.2.1 Γεωγραφικά Χαρακτηριστικά	29
3.2.2 Πληθυσμιακά- Δημογραφικά- Κοινωνικά Χαρακτηριστικά	29
3.2.3 Οικονομικά Χαρακτηριστικά	30
3.2.4 Περιβαλλοντικά Χαρακτηριστικά	31
3.3 Καταγραφή του τουριστικού προϊόντος του Δ. Θηβαίων	32
3.3.1 Αρχαιολογικά και θρησκευτικά μνημεία, λαογραφικά μουσεία	32
3.3.2 Πολιτιστικές και αθλητικές δράσεις και υποδομές	35
3.3.3 Περιβαλλοντικά αξιοθέατα	37
3.4 Αξιολόγηση υφιστάμενης κατάστασης και κρίσιμα ζητήματα για τον τουρισμό στο Δήμο Θηβαίων	38

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ-ΟΡΑΜΑ-ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΘΗΒΑΙΩΝ

4.1 Γενικά	43
4.2 Το αναπτυξιακό όραμα και οι κύριοι στόχοι της αειφορικής αναπτυξιακής στρατηγικής για το Δ. Θηβαίων	44
4.3 Άξονες προτεραιότητας της ολοκληρωμένης χωρικής στρατηγικής βιώσιμης ανάπτυξης για το Δ. Θηβαίων	45
4.3.1 Άξονας Προτεραιότητας 1: Προστασία ανθρωπογενούς και φυσικού περιβάλλοντος και προώθηση των υποδομών	46

4.3.2 Άξονας Προτεραιότητας 2: Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας της τοπικής οικονομίας	49
4.3.3 Άξονας Προτεραιότητας 3: Προώθηση της απασχόλησης, της ανάπτυξης των ανθρώπινων πόρων και της κοινωνικής συνοχής	51
4.3.4 Άξονας Προτεραιότητας 4: Βελτίωση του τοπικού σχεδιασμού	52
4.4 Προς μία ολοκληρωμένη στρατηγική επικοινωνίας του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης για το Δήμο Θηβαίων	54

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

61

Κατάλογος Πινάκων

1.1 ΣΕΤΕ-Ισοζύγιο Πληρωμών	10
1.2 Συμβολή τουρισμού στο ΑΕΠ Περιφερειών	11
2.1 Στρατηγικές Προτεραιότητες RIS3 ΠΣΤΕ με αναφορά στον τουρισμό	25
2.2 Προτεινόμενες δράσεις τουριστικής δραστηριότητας ΠΣΤΕ	25
3.1 Πολιτιστικά και Θρησκευτικά μνημεία Δ. Θηβαίων	34
3.2 Πολιτιστικές εκδηλώσεις Δ. Θηβαίων	36
3.3 Φυσικό Περιβάλλον Δ. Θηβαίων	38
3.4 Κρίσιμα ζητήματα Δ. Θηβαίων	39
3.3 SWOT Ανάλυση Δ. Θηβαίων	43

Κατάλογος Διαγραμμάτων

1.1 Η δομή του τουριστικού συστήματος	2
1.2 Οι αλληλεπιδράσεις του Τουριστικού Συστήματος	3

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός αποτελεί ένα αναπτυξιακό όχημα για την έξοδο από την κατάσταση που έχουν περιέλθει οι περιφέρειες της Ελλάδας, βιώνοντας την οικονομική και κοινωνική κρίση, γεγονός που επιβάλλει την επένδυση από πλευράς Περιφερειών και Δήμων στην ανάπτυξη, τη διαχείριση, την ανάδειξη και προβολή του τουριστικού προϊόντος μέσα από ολοκληρωμένα και στοχευμένα σχέδια δράσης.

Η υπόθεση εργασίας που διατυπώνεται στην παρούσα εργασία αφορά την υλοποίηση του αναπτυξιακού τουρισμού, μέσω της διερεύνησης των συστατικών στοιχείων της αρχιτεκτονικής του. Συγκεκριμένα, στην παρούσα εργασία επιχειρείται να διερευνηθεί το πλαίσιο και οι παράγοντες που επηρεάζουν τον τοπικό τουριστικό σχεδιασμό και τη βιωσιμότητά του και επιλέχθηκε γι' αυτό το σκοπό ο Δήμος Θηβαίων, ως ένας Δήμος με ιδιαίτερα σημαντική ιστορία, πληθώρα αρχαιολογικών και θρησκευτικών μνημείων και φυσικού πλούτου, που όμως παρουσιάζει χαμηλά επίπεδα τουριστικής ανάπτυξης.

Μέσω της διάθρωσης των κεφαλαίων επιχειρείται η προσέγγιση της αειφόρου ανάπτυξης του εν λόγω Δήμου, ως μίας ανάπτυξης που ικανοποιεί τις ανάγκες των επισκεπτών και των οικοδεσποτών, προστατεύοντας και ενισχύοντας τις μελλοντικές ευκαιρίες. Προβλέπεται, επίσης, η διαχείριση των πόρων με τέτοιο τρόπο, ώστε να εκπληρώνονται οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες και να διατηρείται η πολιτιστική ακεραιότητα και η ποικιλομορφία της περιοχής.

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας γίνεται μια προσπάθεια ανάλυσης εννοιολογικών ορισμών σε σχέση με τον τουρισμό, ο οποίος κατά κύριο λόγο παρουσιάζεται ως ένα σύστημα, μία δυναμική διαδικασία που αλληλεπιδρά με τα ευρύτερα περιβάλλοντα. Παρουσιάζονται, επίσης, οι βασικές συνιστώσες του τουριστικού συστήματος, η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία και την περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη και οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές του, που μπορούν να συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη μίας περιοχής.

Το δεύτερο κεφάλαιο πραγματεύεται το σημαντικό ρόλο που οφείλει και πρέπει να έχει η αυτοδιοίκηση στο σχεδιασμό και την ανάπτυξη του τουρισμού. Στο ίδιο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα εργαλεία που έχει στη διάθεσή της η αυτοδιοίκηση, όπως η Επιτροπή Τουρισμού και τα χρηματοδοτικά εργαλεία (ΕΣΠΑ, ΠΕΠ, RIS3 κα). Επιπλέον, γίνεται αναφορά στο εθνικό αλλά και περιφερειακό πλαίσιο για την τουριστική ανάπτυξη,

προκειμένου οι πολιτικές που θα επιλεγούν από το Δήμο να συνάδουν με τις κατευθύνσεις του υπερκείμενου σχεδιασμού.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται και αξιολογείται η υφιστάμενη κατάσταση για την περίπτωση μελέτης , δηλαδή για το Δήμο Θηβαίων. Η ανάλυση αυτή αποσκοπεί στην καταγραφή και ερμηνεία των βασικών παραμέτρων του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος της περιοχής προκειμένου να εντοπιστούν τα μειονεκτήματα και να αναδειχθούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της περιοχής, αλλά και οι ευκαιρίες και απειλές σε σχέση με την τουριστική της ανάπτυξη.

Ο Δήμος Θηβαίων για να παρέμβει και να επηρεάσει με ένα συγκροτημένο και επιτελικό τρόπο τις αναπτυξιακές του δυνατότητες και προοπτικές, χρειάζεται μία στρατηγική. Η στρατηγική της τουριστικής ανάπτυξης έρχεται να θέσει μία σειρά από ερωτήματα, τα οποία αφορούν στους στόχους που τίθενται, τον τρόπο με τον οποίο επιδιώκεται η υλοποίησή τους, το πλαίσιο δράσης και τον τρόπο επιλογής των κατάλληλων πολιτικών. Η κλίμακα του σχεδιασμού, βεβαίως, στην περίπτωση ενός μικρού πληθυσμιακά αλλά μεγάλου σε έκταση Δήμου, θέτει από μόνη της περιορισμούς στα πεδία ουσιαστικής παρέμβασης, ωστόσο δίνει το δικαίωμα της ενισχυμένης τοπικής παρέμβασης ιδιαίτερα στην ανάδειξη των τοπικών συγκριτικών πλεονεκτημάτων σε επίπεδο τουριστικών και πολιτιστικών πόρων.

Αυτή η στρατηγική παρουσιάζεται στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας ως ένα ολοκληρωμένο σχέδιο, με στόχους και παρεμβάσεις, που θα οδηγήσουν τον προορισμό στο να απολαμβάνει ένα διαρκές πλεονέκτημα έναντι άλλων περιοχών. Το σχέδιο αυτό προσδιορίζει με όρους ανάπτυξης σε ποιο σημείο βρίσκεται η περιοχή, που επιθυμεί να φτάσει και με ποιο τρόπο και ποιες διαδικασίες θα επιχειρήσει να το πετύχει.

Επιδιωκόμενος στόχος της παρούσας εργασίας είναι να αποτελέσει μία καινοτόμος πρόταση για το Δήμο Θηβαίων, ώστε να προωθηθεί ο σχεδιασμός της δυνητικής τουριστικής ανάπτυξής του, που θα χρησιμοποιεί και θα αναδεικνύει εκείνα τα στοιχεία της περιοχής, τα οποία θα προσελκύσουν ανθρώπους, επενδύσεις, νέες θέσεις εργασίας και θα διαφοροποιήσουν κατά περίπτωση την υφιστάμενη φθίνουσα ή λανθάνουσα οικονομική παραγωγική βάση των κατοίκων της περιοχής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Γενικά

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας- το οποίο αποτελεί και την εισαγωγή στην μελέτη του θέματος «προς μία βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη του Δήμου Θηβαίων»- επιχειρείται αρχικά μία ανάλυση εννοιολογικών ορισμών που το περικλείουν, προκειμένου στη συνέχεια να εστιάσει στους γενικούς σκοπούς της εργασίας και τα ειδικά ερωτήματα που θα απαντηθούν στη συνέχεια.

Αρχικά, πραγματεύεται την έννοια του τουρισμού ως ένα ανοικτό και διαδραστικό σύστημα, το οποίο αναπτύσσεται, επηρεάζεται και επηρεάζει τα συν-λειτουργούντα περιβάλλοντα, που αναφέρονται ως «εξωτερικοί παράγοντες» και συμβάλλουν καθοριστικά στη διαμόρφωση της τουριστικής προσφοράς αλλά και της ζήτησης.

Στο κεφάλαιο αυτό επιχειρείται, επίσης, να γίνει αντιληπτό ότι η τουριστική ανάπτυξη είναι μία δυναμική διαδικασία, που επηρεάζεται και προσδιορίζεται από πολλούς παράγοντες και ότι είναι εφικτή, δηλαδή βιώσιμη, μόνο και εφόσον υπάρχει παράλληλη σύμπραξη και προώθηση όλων των συνιστωσών του τουριστικού συστήματος.

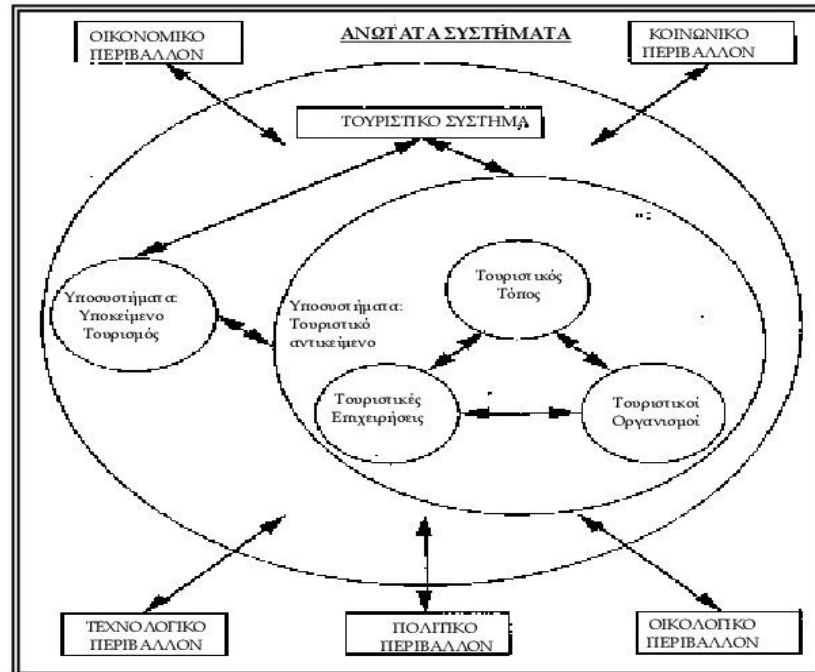
Καταδεικνύει, ακόμα, ότι ο τουρισμός ως οριζόντια δραστηριότητα συνδράμει ουσιαστικά στην περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας, στην άμβλυνση της περιφερειακής ανισοκατανομής του εθνικού προϊόντος και στη συγκράτηση του πληθυσμού στην περιφέρεια και είναι ένα από τα πιο αποτελεσματικά εργαλεία για τις περιφέρειες της χώρας που προσπαθούν να θέσουν προτεραιότητες για τη μελλοντική τους βιώσιμη ανάπτυξη.

1.2 Ο τουρισμός ως σύστημα

Ο τουρισμός είναι ένα πολυσχιδές φαινόμενο με πολλές διαστάσεις (οικονομικές, κοινωνικές, ψυχολογικές, πολιτικές, θεσμικές και τεχνολογικές) που αναπτύσσονται ανάλογα με το χρόνο και το χώρο (INSETE α,2015). Η συσχέτιση αυτών των διαστάσεων συνθέτει ένα σύστημα τουρισμού, όπως αποτυπώνεται στο διάγραμμα του C.Kaspar (1991) που ακολουθεί (διάγραμμα 1.1).

Διάγραμμα 1.1

Η δομή του τουριστικού συστήματος



Πηγή: Kaspar C. 1991: 14

Ο τουρισμός σύμφωνα με τον C. Kaspar (1991) είναι «το σύνολο των αλληλεπιδράσεων και φαινομένων που προκύπτουν από το ταξίδι και την παραμονή των ατόμων, για τα οποία ο τόπος παραμονής δεν αποτελεί την περιοχή της συνήθους κατοικίας τους και δεν συνδέεται με τον τόπο εργασίας τους».

Η **συστημική** αυτή προσέγγιση του τουρισμού διακρίνεται σε δύο υποσυστήματα που βρίσκονται σε διαρκή αλληλεπίδραση μεταξύ τους:

- **Το τουριστικό υποκείμενο**, που χαρακτηρίζεται από την προσωρινή παραμονή του ατόμου σε έναν τόπο εκτός του τόπου μόνιμης κατοικίας του
- **Το τουριστικό αντικείμενο**, το οποίο περιλαμβάνει τρία υποσυστήματα : το χώρο (τουριστικό τόπο) και τους τεχνικούς και οικονομικούς μηχανισμούς (τις τουριστικές επιχειρήσεις και τους τουριστικούς οργανισμούς) που δημιουργήθηκαν για την ανάπτυξη αυτής της ανθρώπινης δραστηριότητας.

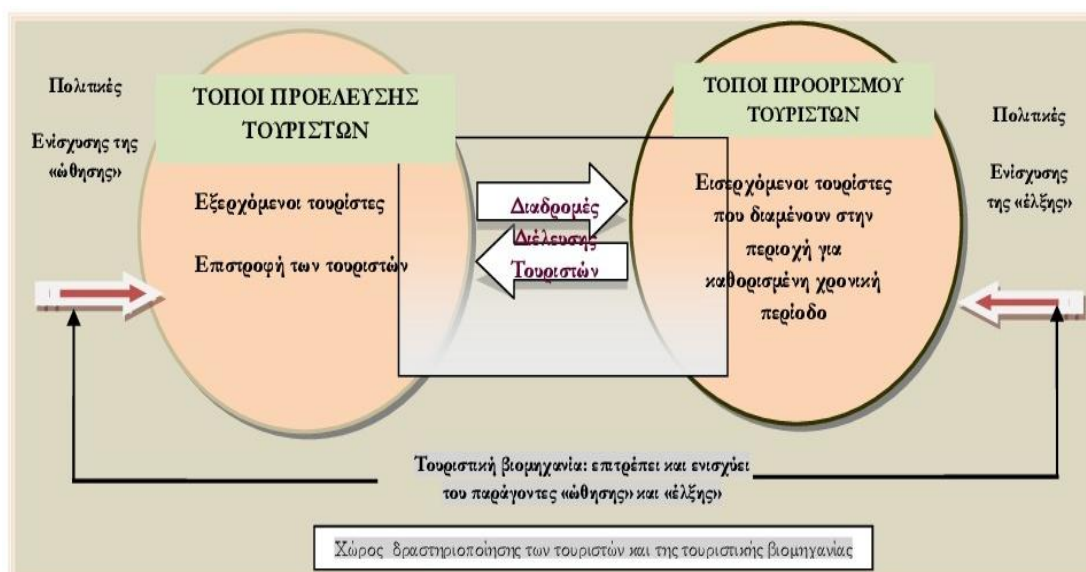
Το σύστημα αυτό εμπεριέχει και την αλληλεξάρτησή του με διάφορα ανώτατα συστήματα όπως το οικονομικό, το κοινωνικό, το οικολογικό, το τεχνολογικό και το πολιτικό περιβάλλον.

Το θεωρητικό πλαίσιο του C. Kaspar περιλαμβάνει δυο σημαντικές πτυχές του τουριστικού φαινομένου: τη χωρική (τη μεταβίβαση) και τη χρονική (παραμονή) διάσταση. Ειδικότερα, ο C. Kaspar θεώρησε τη **μετακίνηση ως θεμελιώδη στοιχείο του τουρισμού**, η οποία **σε συνδυασμό με την προσωρινή παραμονή** σε ένα τόπο αποτελούν τους **βασικούς παράγοντες** για την ύπαρξη και λειτουργία του τουριστικού συστήματος. Επίσης, υποστήριξε πως ο τουρισμός αποτελεί ένα πολυσύνθετο ανοικτό σύστημα, το οποίο επηρεάζεται από τα συστατικά των υποσυστημάτων του και συγχρόνως αλληλεπιδρά με τα ανώτατα συστήματα του χώρου, όπου αναπτύσσεται.

Ο N. Leiper (1979 και 1990a), επίσης, θεωρεί ότι ο τουρισμός είναι ένα ανοικτό σύστημα και προσθέτει ότι αποτελείται από **πέντε στοιχεία** που αλληλεπιδρούν με τα ευρύτερα περιβάλλοντα (διάγραμμα 1.2):

Διάγραμμα 1.2

Οι αλληλεπιδράσεις του τουριστικού συστήματος



Πηγή: Προσαρμογή από Leiper N. (1979), "The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry," *Annals of Tourism Research* (vol. 6, no. 4), 404

- **το ανθρώπινο στοιχείο**, δηλαδή ο τουρίστας
- **τα γεωγραφικά στοιχεία** : **χώρος προέλευσης, διαδρομή και χώρος προορισμού.**

Ο χώρος προέλευσης των τουριστών αντιπροσωπεύει την αγορά τουριστών. Εκεί

πραγματοποιούνται οι έρευνες τουριστικής αγοράς, ο προγραμματισμός του ταξιδιού και η αναχώρηση.

Ο χώρος προορισμού είναι η βασική αφορμή για τουρισμό, καθώς οι επισκέπτες θα βιώσουν εκεί τα συναισθήματα μιας **τουριστικής εμπειρίας**, μέσα από μια πληθώρα τοποθεσιών ιδιαίτερης πολιτιστικής, ιστορικής και φυσικής αξίας, που διαφοροποιούν το χώρο υποδοχής από το οικείο περιβάλλον του τουρίστα. Η «**έλξη**» να επισκεφθεί κάποιος έναν προορισμό ενεργοποιεί όλο το τουριστικό σύστημα και αποτελεί την αιτία για τη ζήτηση.

Οι διαδρομές των τουριστών δεν αντιπροσωπεύουν απλά τη μικρή περίοδο του ταξιδιού, για να φτάσει ο τουρίστας στον προορισμό, **αλλά τους ενδιάμεσους τόπους**, τους οποίους μπορεί να επισκεφθεί ο τουρίστας καθοδόν.

- **το οικονομικό στοιχείο**, δηλαδή η τουριστική «βιομηχανία», που μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένα σύμπλεγμα επιχειρήσεων και οργανισμών που εμπλέκονται στη διανομή του τουριστικού προϊόντος και χωροθετούνται κατά μήκος των τριών διαφορετικών γεωγραφικών «χώρων» μέσα στο τουριστικό σύστημα.

Περίπου στο ίδιο μήκος κύματος με τον C.Kaspar , ο N. Leiper αναγάγει τις **διαδρομές** της μετακίνησης σε ένα από τα **βασικά στοιχεία του συστήματος**, οι οποίες μπορεί να εμπεριέχουν ορισμένους **ενδιάμεσους σταθμούς** του ταξιδιού, όπου έχουν αναπτυχθεί διάφορα συστατικά στοιχεία της τουριστικής προσφοράς (όπως ξενοδοχεία, μονάδες εστίασης κ.α.) καθώς επίσης, αναφέρεται στα διάφορα συμφέροντα (κυβερνήσεις, tour operator, τουριστικές επιχειρήσεις, κ.α.) που υπάρχουν στα τρία γεωγραφικά στοιχεία και εμπλέκονται στην τουριστική πολιτική.

Συμπερασματικά, με βάση τις δύο ανωτέρω θεωρίες, **ο τουρισμός θα πρέπει να αναφέρεται ως σύστημα** και όχι ως «βιομηχανία», εξαιτίας αυτών των αλληλεπιδράσεων των πολλών συνιστωσών του τουριστικού κυκλώματος. Το τουριστικό σύστημα **τμηματοποιείται** κυρίως σε τέσσερα μέρη : την αγορά, το ταξίδι, τον προορισμό και το μάρκετινγκ. Από την άλλη η γεωγραφική διάσταση του τουριστικού φαινομένου δίνει έμφαση σε τρία δυναμικά μέρη : τις περιοχές προέλευσης ταξιδιωτών, τις ροές μετακινήσεων και περιοχές προορισμού των. Επιπλέον, ο τουρισμός, όπως προαναφέρθηκε, είναι ένα ανοιχτό σύστημα που λειτουργεί σε ένα δυναμικό και συνεχώς μεταβαλλόμενο εξωτερικό περιβάλλον. (INSETE α,2015).

1.3 Οι συνιστώσες του τουριστικού συστήματος

Βασικές συνιστώσες του τουριστικού συστήματος είναι:

- το τουριστικό προϊόν
- η προσφορά
- η ζήτηση
- ο σχεδιασμός και η διαχείριση των τουριστικών πόρων
- οι παρεχόμενες υπηρεσίες
- η μεταφορά των επισκεπτών
- η πληροφόρηση
- το μάρκετινγκ
- οι tour operator

Σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη (1999), ως **τουριστικό προϊόν** ορίζεται «οποιοδήποτε τουριστικό αγαθό ή υπηρεσία που προσφέρεται μεμονωμένα ή συνδυασμένα στην τουριστική αγορά και έχει την ιδιότητα να ικανοποιεί συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων». Το τουριστικό προϊόν στην πραγματικότητα αποτελεί μια σύνθεση υπηρεσιών καθώς περιλαμβάνει τον τουριστικό προορισμό, τη μετακίνηση, τη διαμονή, τη διατροφή και άλλα αγαθά όπως π.χ. τον τουριστικό χάρτη κ.α. Στη συνολική τουριστική παραγωγική διαδικασία μετέχουν άμεσα ή έμμεσα διάφοροι κλάδοι της οικονομίας. Η συνθετότητα του τουρισμού σε συνδυασμό με τις έντονες αλληλεξαρτήσεις του με άλλους παραγωγικούς τομείς της οικονομίας προσδίδουν στο τουριστικό προϊόν **ιδιαίτερα χαρακτηριστικά** (INSETE α,β,γ &δ, 2015):

- είναι ετερογενές, με την έννοια ότι υπάρχει μία ευρεία γκάμα επιχειρήσεων που δεν ανήκουν σε έναν συγκεκριμένο κλάδο
- είναι άυλο καθώς ο τουρίστας δεν μπορεί να το δει ή να το δοκιμάσει πριν φτάσει στον προορισμό
- είναι φθαρτό, λόγω του ότι έχει περιορισμένη χρονική διάρκεια
- είναι ευμετάβλητο, καθώς επηρεάζεται από πολλούς εξωτερικούς παράγοντες.

Με τον όρο **προσφορά** εννοούμε την ποσότητα των τουριστικών προϊόντων (αγαθών και υπηρεσιών) που οι πωλητές είναι διατεθειμένοι να πουλήσουν στην τουριστική αγορά σε συγκεκριμένη τιμή, στη διάρκεια μιας ορισμένης χρονικής περιόδου. Ειδικότερα, περιλαμβάνει οποιοδήποτε σχεδιασμό και δράση για την κάλυψη των αναγκών και

επιθυμιών των επισκεπτών- ταξιδιωτών. Διακρίνεται στην:

- πρωτογενή προσφορά, που περιλαμβάνει τους φυσικούς και ανθρωπογενείς πόρους που καθορίζουν την «έλξη» και τη δυνατότητα τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής, και
- δευτερογενή, η οποία περιλαμβάνει τις διάφορες υποδομές και ανωδομές που δημιουργήθηκαν, για να διευκολυνθεί η εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων.

Το σύνολο των προϊόντων κάθε προορισμού που εκφράζονται μέσω της προσφοράς, οριοθετούν την έννοια του τουριστικού προϊόντος. Από την πλευρά του σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης, η προσφορά περιγράφεται ως ένα σύνολο διασυνδεδεμένων και αλληλοεξαρτώμενων παραμέτρων, όπως: τα αξιοθέατα – τουριστικούς πόρους, τις υπηρεσίες, τις μεταφορές, την πληροφόρηση και την προβολή – προώθηση (INSETE α,2015).

Η **ζήτηση** αναφέρεται σε μια επιθυμητή ποσότητα που οι καταναλωτές θέλουν- επιθυμούν να αγοράσουν. Σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο Σ. (2000), η συνθετότητα της ανάλυσης της τουριστικής ζήτησης σχετίζεται με εκείνη της τουριστικής προσφοράς. Η προσφορά επιδρά καθοριστικά στη ζήτηση καθώς την ενεργοποιεί και προσαρμόζεται συνεχώς στις μεταβολές της (INSETE α,2015). Αυτή η επιθυμητή ποσότητα δεν είναι το ίδιο πράγμα με την ποσότητα την οποία τελικά αγοράζουν οι αγοραστές. Η τελευταία μπορεί να είναι μικρότερη από την πρώτη, αν η διατιθέμενη ποσότητα δεν επαρκεί.

Η ολοένα αυξανόμενη προσφορά και ζήτηση των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών ωθεί τις τουριστικές επιχειρήσεις και τους οργανισμούς να ακολουθήσουν πρακτικές που αναδεικνύουν το **συγκριτικό τους πλεονέκτημα** έναντι των ανταγωνιστών τους. Συγκριτικό πλεονέκτημα για έναν προορισμό είναι να έχει ανεπτυγμένους **τουριστικούς πόρους** και αξιοθέατα.

Οι τουριστικοί πόροι είναι στοιχεία που συμβάλλουν στη διαμόρφωση του συνολικού **τουριστικού προϊόντος** και πρέπει να σχεδιάζονται, να αναπτύσσονται και να ρυθμίζονται με βάση τα κίνητρα και τα ειδικά ενδιαφέροντα των δυνητικών επισκεπτών. Πρέπει, επίσης, να επιτελούν δύο σημαντικές λειτουργίες:

- να προσελκύουν ή να παρακινούν τους επισκέπτες να ταξιδέψουν στον προορισμό
- να διασφαλίζουν την ικανοποίηση των επισκεπτών

Το τουριστικό σύστημα ουσιαστικά ενεργοποιείται από τους τουριστικούς πόρους και τα αξιοθέατα (INSETE α,2015).

Σε επίπεδο **σχεδιασμού και διαχείρισης των τουριστικών πόρων**, είναι απαραίτητο να λαμβάνεται υπόψη από τους φορείς που διαμορφώνουν μια τουριστική πολιτική ότι οι πόροι είναι δυνατό να δημιουργηθούν και να προσαρμοστούν στις απαιτήσεις της ζήτησης. Η αποδοτικότερη εκμετάλλευσή τους προϋποθέτει τη χωρική τους συγκέντρωση, απαιτούν την ανάπτυξη και καλύτερη διασύνδεση με υποστηρικτικές υπηρεσίες.

Σημαντικοί παράμετροι επίσης του τουρισμού είναι και :

- **οι παρεχόμενες υπηρεσίες** προς τους επισκέπτες-τουρίστες (διαμονή-στέγαση, η σίτιση, η μεταφορά, η οργάνωση ταξιδιών κα). Η ποσότητα και η ποιότητα των παρεχομένων αυτών τουριστικών υπηρεσιών, διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση ανταγωνιστικής τουριστικής προσφοράς (INSETE α,2015).
- **η μεταφορά των επισκεπτών** καθώς αποτελεί το τμήμα εκείνο του συστήματος, που συνδέει τη χώρα – τόπο προέλευσης με τον τόπο προορισμού. Οι μεταφορές λειτουργούν ως μοχλός για την πραγματοποίηση τουριστικών μετακινήσεων, αλλά και παράγοντας έλξης ακόμα και για περιοχές που είχαν μέχρι πρότινος μηδαμινή επισκεψιμότητα, εφόσον συμπεριληφθούν σε έναν ολοκληρωμένο σχεδιασμό (INSETE α,2015).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού θεωρεί ότι *«το κλειδί της επιτυχίας έγκειται στη γρήγορη ικανοποίηση των καταναλωτικών αναγκών και στην προσέγγιση δυνητικών πελατών με ακριβείς, προσωπικές και έγκαιρες πληροφορίες»* (WTO, 1988). Στη σημερινή εποχή οι τουρίστες γίνονται πιο απαιτητικοί ζητώντας προϊόντα υψηλής ποιότητας και αξίας για τα χρήματα που διαθέτουν (Page, 1999) και αναζητούν πληροφορίες με στόχο να ικανοποιήσουν τις συγκεκριμένες επιθυμίες και ανάγκες τους. Ο συχνός καταναλωτής είναι *«λιγότερο πρόθυμος να περιμένει ή να δεχθεί καθυστερήσεις, στο σημείο όπου η υπομονή μετατρέπεται σε αρετή προς εξαφάνιση»* (Rach, 1997).

Γι' αυτό το λόγο, οι προορισμοί και οι τουριστικές και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις χρειάζονται **νέες μεθόδους** με στόχο να ικανοποιηθεί η τουριστική ζήτηση και να επιβιώσει σε μακροπρόθεσμη βάση. Η **χρήση των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας στον τουρισμό** και η διαδραστική κάλυψη της αγοράς είναι μία νέα μέθοδος που συμβάλει στην ανάπτυξη της ζήτησης και πλέον αποτελεί μονόδρομο (WTO, 1988, Buhalis & συν., 1997, Rach, 1997).

Η ικανοποίηση των καταναλωτών συνδέεται άρρηκτα με την ακρίβεια και την κατανόηση συγκεκριμένων πληροφοριών για τους προορισμούς, την προσβασιμότητα, τις τουριστικές και ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, τα αξιοθέατα και τις δραστηριότητες που πραγματοποιούνται σε αυτούς. (Fesenmaier & συν., 1992, Buhalis, 1994).

Η **πληροφόρηση** -και κυρίως μέσω αξιοποίησης ΤΠΕ -αναδεικνύεται σταδιακά σε εξαιρετικά κρίσιμο στοιχείο του τουριστικού συστήματος και καθοριστικό παράγοντα, που επηρεάζει τη ζήτηση μιας περιοχής. Πολλοί φορείς, κυρίως δημόσιοι, συγχέουν την έννοια της πληροφόρησης με την έννοια της προώθησης. Η ουσιώδης διαφορά των εννοιών, έγκειται στο ότι, η προώθηση – διαφήμιση στοχεύει στην προσέλκυση επισκεπτών ενώ η πληροφόρηση είναι απαραίτητη πριν και κατά την διάρκεια του ταξιδιού τους. Πληροφόρηση δηλαδή για τις διαδρομές, τα μέσα μεταφοράς, τις υπηρεσίες διαμονής και εστίασης, τους χώρους επίσκεψης, τις συνθήκες υγιεινής και ασφάλειας κ.α.

Η παροχή πληροφοριών γίνεται κυρίως μέσω κρατικών φορέων, σε διάφορα επίπεδα (εθνικής εμβέλειας τουριστικός οργανισμός, περιφερειακά γραφεία, τοπικά info- points κ.α.), αλλά και ιδιωτικών φορέων (π.χ. ταξιδιωτικά γραφεία στο εξωτερικό αλλά και στο εσωτερικό, διεθνείς και εγχώριοι tour operators κ.α.). Ωστόσο η ορθότερη στρατηγική πληροφόρησης, περιλαμβάνει on-line πληροφόρηση (στο διαδίκτυο).

Από την άλλη η προώθηση του τουριστικού προϊόντος αποτελεί τη δυναμικότερη μεταβλητή ενός **προγράμματος μάρκετινγκ**, του οποίου η οργάνωση και διαχείριση αποτελεί στοιχείο μεσοπρόθεσμης σταθερότητας της τουριστικής ανάπτυξης κάθε προορισμού. Η προώθηση, μέσω μιας σειράς συνδυασμένων ενεργειών **στοχεύει**:

- Στη συστηματική και όχι συγκυριακή προβολή του προορισμού στη διεθνή και εγχώρια αγορά με μέσα όπως: εκθέσεις, διαφήμιση, συνεργασία με ταξιδιωτικούς οργανισμούς, δημόσιες σχέσεις κ.α.
- Στη δημιουργία ή συντήρηση μιας ιδιαίτερης εικόνας του προορισμού, ως αποτέλεσμα της εστίασης του προγράμματος στην ανάδειξη πόρων ως σήμα κατατεθέν της περιοχής.
- Στη διαρκή αναζήτηση νέων αγορών και ομάδων – στόχου που δυνητικά ενδιαφέρονται για τους προσφερόμενους στον τόπο προορισμού τουριστικούς πόρους.
- Στην προώθηση της συνεργασίας μεταξύ κατοίκων, δημοσίων φορέων και

ιδιωτικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής.

Τα μέσα και τα εργαλεία που χρησιμοποιεί η προώθηση για να ανταποκριθεί στους στόχους της, είναι: η διαφήμιση, τα κίνητρα (εκπτώσεις, προσφορές), οι εκθέσεις, η δημοσιότητα, οι δημόσιες σχέσεις και άλλες ειδικές ενέργειες προώθησης.

Τέλος, σημαντική συνιστώσα του τουριστικού συστήματος αποτελούν οι **tour operators**: μεγάλοι τουριστικοί οργανισμοί, οι οποίοι δημιουργούν οργανωμένα προγράμματα διακοπών για μεγάλες ομάδες ατόμων σε τακτά χρονικά διαστήματα, χρησιμοποιώντας ιδιόκτητα ή μισθωμένα μεταφορικά μέσα (Sheldon, 1995). Οι tour operators καθορίζουν τη ζήτηση για έναν προορισμό και με πιο απλά λόγια, όσο εύκολα μπορούν να αναδείξουν έναν προορισμό τόσο εύκολα μπορούν να τον «υποβιβάσουν».

1.4 Η συμβολή του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία και την περιφερειακή ανάπτυξη

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κλάδους για την οικονομία της Ελλάδας. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Worlds Travel & Tourism Council (WTTC) που έχει στη διάθεσή του ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2015 στο ΑΕΠ της Ελλάδας φτάνει το 18,5%, ενώ η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία αντιστοιχεί στο 23,1% της συνολικής απασχόλησης. Το 2015 τα έσοδα από τον τουρισμό ανήλθαν στα 13,6 δις ευρώ (χωρίς τα έσοδα από κρουαζιέρα). Ως εκ τούτου, γίνεται αντιληπτό ότι ο τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων της χώρας που εξισορροπούν και το ισοζύγιο πληρωμών (ΣΕΤΕ, 2015), όπως φαίνεται και στον πίνακα που ακολουθεί (πίνακας 1.1):

Πίνακας 1.1:

ΣΕΤΕ-Ισοζύγιο Πληρωμών

	Ιαν - Δεκ 2013	Ιαν - Νοε 2013	% επί συνόλου	Ιαν - Νοε 2014
Εμπορικό Ισοζύγιο	-17.229	-15.913	92%	-16.830
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις	11.995	11.826	99%	13.262
ως % ελειμματος Εμπορικού Ισοζυγίου	70%	74%		79%
Εκτίμηση Εσόδων από Μεταφορές	1.425			1.538
Εξαγωγές Αγαθών	22.535	20.670	92%	21.632
Εξαγωγές Αγαθών πλην Πλοίων και Καυσίμων	14.151	12.874	91%	13.519
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις / Εξαγωγές	53%	57%		61%
Ταξιδιωτικές Εισπράξεις / Εξαγωγές Αγαθών πλην Πλοίων και Καυσίμων	85%	92%		98%

Πηγή: ΤΤΕ - Επεξεργασία: SETE Intelligence

Τα στοιχεία εσόδων για το 2014 και το 3ο τρίμηνο 2013 είναι προσωρινά και υπόκεινται σε αλλαγή.

Αποτελεί, επίσης, μία οριζόντια δραστηριότητα και όχι κάθετη σε αντίθεση με τις περισσότερες μεταποιητικές δραστηριότητες ή τις δραστηριότητες του πρωτογενούς τομέα. Για παράδειγμα, ο μεταλλουργικός κλάδος συγκροτείται από τις εταιρείες παραγωγής προϊόντων μετάλλου και ο κλάδος των σιτηρών από τις αγροτικές επιχειρήσεις που παράγουν σιτηρά. Αντίθετα, η δραστηριότητα του τουρισμού επιδρά σε πολλούς κλάδους της οικονομίας (ΣΕΤΕ, 2015) που παρέχουν υπηρεσίες στέγασης, σίτισης, μεταφοράς, οργάνωσης ταξιδιών, καθώς και άλλων δευτερευουσών τουριστικών υπηρεσιών (INSETE α,2015). Έτσι, ο τουρισμός αποτελεί μια δραστηριότητα που –ούτως ή άλλως-αφορά πολλά και διάφορα μέρη του κοινωνικού και παραγωγικού ιστού μιας χώρας (ΣΕΤΕ, 2015).

Επιπλέον, λόγω της διασποράς των τουριστικών προορισμών ανά τη χώρα, ο τουρισμός στην Ελλάδα έχει και καταλυτικό ρόλο στην διασπορά του εθνικού εισοδήματος στις περιφέρειες της χώρας. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι συνδράμει ουσιαστικά στην περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας, στην άμβλυνση της περιφερειακής ανισοκατανομής του εθνικού προϊόντος και στην συγκράτηση του πληθυσμού στην περιφέρεια, με τη

δημιουργία νέων θέσεων εργασίας τόσο στις τουριστικές μονάδες όσο και στις λοιπές παραγωγικές και εμπορικές δραστηριότητες, που συμπληρώνουν το τουριστικό σύστημα (ΣΕΤΕ, 2008) (πίνακας 1.2):

Πίνακας 1.2:

Συμβολή τουρισμού στο ΑΕΠ Περιφερειών

Περιφέρεια	% κατανομή διανυκτερεύσεων ξενοδοχείων 2013	αναλογία άμεσης τουριστικής δαπάνης 2013 - σε € εκ.	ΑΕΠ Περιφέρειας 2012 - σε εκ.	συμβολή τουρισμού στο ΑΕΠ Περιφέρειας με στοιχεία 2012	κατά κεφαλήν ΑΕΠ - σε €
Κρήτη	28,7%	4.372	9.067	48%	14.398
Ν. Αιγαίο	24,7%	3.767	6.240	60%	18.064
Ιόνια Νησιά	11,0%	1.680	3.402	49%	16.100
Κεντ. Μακεδονία	10,7%	1.626	26.109	6%	13.645
Αττική	9,2%	1.403	94.964	1%	24.099
Πελοπόννησος	3,2%	481	8.241	6%	13.870
Θεσσαλία & Θράκη	2,6%	394	9.505	4%	12.757
	2,4%	369	7.653	5%	12.270
Β. Αιγαίο	2,1%	325	2.784	12%	13.394
Δυτ. Ελλάδα	2,1%	317	9.150	3%	13.431
Στερεά Ελλάδα	1,7%	257	8.543	3%	15.075
Ήπειρος	1,2%	185	4.242	4%	12.207
Δυτ. Μακεδονία	0,5%	69	4.304	2%	15.050
Σύνολο Χώρας	100,0%	15.242	194.204	8%	17.507

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤΤΕ - Επεξεργασία: SETE Intelligence

Η τουριστική ανάπτυξη είναι ένα από τα πιο αποτελεσματικά εργαλεία για τις περιφέρειες της χώρας που προσπαθούν να θέσουν προτεραιότητες για τη μελλοντική τους ανάπτυξη. Μέσα στις προτεραιότητες αυτές περιλαμβάνονται οικονομικά οφέλη, όπως η δημιουργία και διανομή εισοδήματος, με κοινωνικά αποτελέσματα τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής (Βαρβαρέσος Σ., Σωτηριάδης.Μ., 2002).

Ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει μοχλό ανάπτυξης για πολλές περιφέρειες αναπτυσσόμενων, κυρίως, χωρών. Αυτό αποδίδεται στην ιδιαίτερη φύση του που έχει ως δραστηριότητα να αναπτύσσεται, κατά κύριο λόγο, σε περιφερειακό επίπεδο και στη δυναμική που διαθέτει να ενεργοποιεί την αναπτυξιακή διαδικασία, προκαλώντας θετικές οικονομικές επιπτώσεις στην παραγωγική βάση της περιφερειακής οικονομίας.

Σύμφωνα με τον Λαγό (1998) «Η αποκεντρωμένη δομή του τουρισμού είναι ιδιαίτερα φανερή στην περίπτωση της Ελλάδας, της οποίας η «πολυνησιακή» της μορφή, η γεωγραφική

κατανομή των πολιτιστικών της πόρων και των φυσικών της στοιχείων σε ολόκληρο τον εθνικό χώρο αποτελούν την «πρώτη ύλη» του τουριστικού συστήματος. Η δομή αυτή καθιστά τον τουρισμό μια κατεξοχήν οικονομική δραστηριότητα που συνδέεται άμεσα με την περιφερειακή ανάπτυξη».

Μεταξύ των ευεργετικών επιπτώσεων του τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη, σημαντική είναι, όπως έχει ήδη αναφερθεί, η συμβολή του στην απασχόληση. Ο τουρισμός συμβάλλει στην συγκράτηση του πληθυσμού στην περιφέρεια με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας τόσο στις τουριστικές μονάδες, όσο και στις λοιπές παραγωγικές και εμπορικές δραστηριότητες που δρουν συμπληρωματικά στο τουριστικό σύστημα (ΣΕΤΕ, 1992).

Για κάθε θέση άμεσης απασχόλησης στον τουριστικό τομέα δημιουργείται σχεδόν άλλη μια στην οικονομία συνολικά. Με βάση την παραγωγικότητα του τουριστικού τομέα ανά άφιξη, για κάθε περίπου τριάντα (30) αφίξεις, δημιουργείται μία (1) θέση εργασίας στον τουρισμό, που σημαίνει 1,9 θέσεις εργασίας στο σύνολο της τουριστικής οικονομίας (Πατσουράτης Β.Α, 2002).

Η δημογραφική εξέλιξη των περιφερειών του ελλαδικού χώρου αποδεικνύει έμπρακτα ότι στις ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές, όχι μόνο συγκρατείται ο πληθυσμός τους αλλά δέχονται και ένα ολοένα αυξανόμενο αριθμό εποχιακών εργατών (Λαγός, 1998).

Πέρα από τη συμβολή του τουρισμού στον τομέα της απασχόλησης, ιδιαίτερη αξία έχει και η αναφορά στις επιδράσεις του τουρισμού στην αύξηση των εισοδημάτων. Έχει παρατηρηθεί ότι τα χρήματα της δαπάνης του τουρίστα περνούν από πολλά χέρια, δημιουργώντας ταυτόχρονα εισόδημα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα ο παραγωγός να βρίσκει μια αγορά για τα προϊόντα του (να εφοδιάζει ξενοδοχεία και εστιατόρια), ο βιοτέχνης να διοχετεύει τα προϊόντα του στην αγορά, ενώ παράλληλα αναπτύσσεται η οικοτεχνία που στηρίζει συμπληρωματικά το εισόδημα αρκετών αγροτικών οικογενειών (Λαγός, 1998). Επίσης, αναπτύσσεται ένα τοπικό δίκτυο μεταφορών για τη διακίνηση τουριστών και αγαθών τουριστικής κατανάλωσης, ενώ και η οικοδομική δραστηριότητα έχει άμεσες και θετικές επιπτώσεις σε μια σειρά από επαγγέλματα.

Εν κατακλείδι, το αυξημένο διαθέσιμο εισόδημα όλων των κοινωνικών τάξεων που προαναφέρθηκαν διευρύνει την κατανάλωση, δημιουργώντας νέες πολλαπλασιαστικές

επιδράσεις, ενώ παράλληλα η τουριστική ανάπτυξη γίνεται αιτία αυξημένης ροής μεταβιβαστικών πληρωμών από την πλευρά του κράτους προς την εκάστοτε περιοχή (ΣΕΤΕ, 1993).

1.5 Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη

Η «βιώσιμη ανάπτυξη» τις τελευταίες δεκαετίες θεωρείται ως πρωτεύον θέμα παγκοσμίως, σε πολιτικό και θεωρητικό επίπεδο. Η κρίση τόσο σε οικονομικό – κοινωνικό όσο και σε περιβαλλοντικό επίπεδο, οδήγησε σε μία ριζική κριτική και αλλαγή σχετικά με το μοντέλο ανάπτυξης που πρέπει να υιοθετηθεί για το μέλλον. Η έννοια της ανάπτυξης, εξάλλου, εκ φύσεως παραπέμπει σε μία διαδικασία αλλαγής και εξέλιξης. Η βιώσιμη ή αλλιώς αιεφόρος ανάπτυξη αποσκοπεί σε μία οικονομική ανάπτυξη, η οποία να είναι αποτελεσματική, κοινωνικά δίκαιη και περιβαλλοντικά βιώσιμη (Λαμπριανίδης, 2000, Ανδριώτης 2005, Σαρτζετάκης και Παπανδρέου, 2002).

Σε ότι αφορά τη **βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη**, που είναι και το ζητούμενο της παρούσας εργασίας, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO, 2001) την ορίζει ως την ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες των παρόντων τουριστών και των περιοχών οικοδομητών τους, ενώ προστατεύει και ενισχύει μελλοντικές ευκαιρίες. Προβλέπεται, επίσης, η διαχείριση όλων των πόρων κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να εκπληρωθούν οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες και να διατηρηθούν η πολιτιστική ακεραιότητα, οι απαραίτητες οικολογικές διαδικασίες, η βιολογική ποικιλομορφία και τα συστήματα υποστήριξης της ζωής (Spilanis & Vayanni, 2003).

Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό, ως «βιώσιμος» περιγράφεται ο τύπος της τουριστικής ανάπτυξης που δραστηριοποιείται ισόρροπα στην τοπική, κοινωνική, οικονομική, πολιτισμική και περιβαλλοντική δομή της κάθε τουριστικής περιοχής, διαμορφώνοντας παράλληλα όρους (υπηρεσίες, τεχνογνωσία, υποδομές) για τη συνεχή ανατροφοδότησή της (Κοκκώσης και Τσάρτας 2001).

Ως εκ τούτου, συμπεραίνουμε ότι ο τουρισμός έχει τη δυνατότητα να γίνει ένας παράγοντας ανάπτυξης και αλλαγής, αλλά αυτό μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσα από έναν προσεκτικό και ολοκληρωμένο σχεδιασμό προκειμένου να είναι **βιώσιμος**.

Ο τουρισμός δεν μπορεί να αντιμετωπίζεται τομεακά αλλά ως μέρος ενός σύνθετου συστήματος άρρηκτα συνδεδεμένου με την εθνική και την τοπική οικονομία και

παραγωγή, τη λειτουργία των φυσικών οικοσυστημάτων, τη διαφύλαξη των φυσικών και πολιτισμικών πόρων, το σεβασμό στις αντιλήψεις και τις συνήθειες της κάθε τοπικής κοινωνίας. Οι παράμετροι, που συντελούν στην επίτευξη μίας βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι οι ακόλουθοι:

- Ειδικός σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης, με στόχο την ισόρροπη ανάπτυξη μεταξύ κοινωνίας, οικονομίας και περιβάλλοντος,
- Ενίσχυση όλων των μέτρων (έρευνα, εκπαίδευση, μάρκετινγκ κλπ) που συμβάλλουν στις διαδικασίες ανατροφοδότησης της ανάπτυξης.
- Καθιέρωση ειδικού θεσμικού πλαισίου προώθησης των διαδικασιών βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και της τοπικής συμμετοχής-πρωτοβουλίας
- Προώθηση μέτρων και πολιτών που συμβάλλουν στην προστασία και την ανάδειξη του τοπικού φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος
- **Χρήση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού** ως βασικού άξονα για την τοπική τουριστική ανάπτυξη (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Η διαρκής και ισόρροπη ανάπτυξη, η αειφόρος ή βιώσιμη ανάπτυξη και οι βιώσιμες ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι έννοιες και όροι που χρησιμοποιούνται συχνά στις μέρες μας. Στην περίπτωση του τουρισμού η αειφορία συναρτάται με εκείνα τα είδη τουρισμού που εναρμονίζονται με τις φυσικές, πολιτιστικές και κοινωνικοοικονομικές δομές μίας περιοχής, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται το μέγιστο δυνατό οικονομικό αποτέλεσμα με ταυτόχρονη προστασία/ανάδειξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων(Ανδριώτης, 2005).

1.6 Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Οι κύριες διακρίσεις του τουρισμού είναι οι εξής: εγχώριος, εξερχόμενος, εισερχόμενος, διεθνής, εσωτερικός και εθνικός. Όμως εκτός από αυτές τις διακρίσεις υπάρχει και η έννοια του λεγόμενου εναλλακτικού τουρισμού (Ηγουμενάκης, 2007).

Κατά τους Σταυρινούδη και Παρθένη (2009) *«τις τελευταίες δεκαετίες, τόσο σε ερευνητικό όσο και σε επιχειρηματικό επίπεδο, δίνεται μεγάλη έμφαση στην ανάπτυξη δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τις Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού (EEMT)»*. Ιδιαίτερα δε σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο των EEMT παίζουν οι φορείς και οι οργανισμοί.

Οι πιο γνωστές και συνηθέστερες κατηγορίες EEMT είναι οι εξής:

1. **Πολιτιστικός Τουρισμός:** Αυτό το είδος τουρισμού σημειώνει ανοδική πορεία στις προτιμήσεις των τουριστών και αφορά γενικά τη συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις.
2. **Τουρισμός εκθέσεων:** Αναπτύσσεται όλο και περισσότερο και αφορά εκθέσεις κάθε είδους
3. **Αθλητικός Τουρισμός:** είναι η τουριστική δραστηριότητα που εκδηλώνεται με την διεξαγωγή αθλητικών εκδηλώσεων (παγκόσμιο πρωτάθλημα ποδοσφαίρου, στίβου, πανελλήνια και πανευρωπαϊκά πρωταθλήματα κ.λπ).
4. **Συνεδριακός τουρισμός:** Τα τελευταία χρόνια, η Ελλάδα υποδέχεται όλο και περισσότερο ανθρώπους των γραμμάτων, επιστημών και τεχνών, οι οποίοι συμμετέχουν σε συμπόσια, συνέδρια και εκθέσεις.
5. **Ορειβατικός και περιπατητικός τουρισμός:** αφορά την πραγματοποίηση τουριστικών δραστηριοτήτων με διενέργεια πεζοπορικών εκδρομών διαμέσου περιοχών αξιολογής αισθητικής, περιβαλλοντικής και πολιτιστικής αξίας
6. **Θρησκευτικός Τουρισμός:** αποτελεί σημαντικό κομμάτι της ελληνικής τουριστικής κίνησης και αφορά την επίσκεψη σε θρησκευτικούς τόπους λατρείας, όπως μοναστήρια και εκκλησίες.
7. **Αγροτουρισμός:** αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στο πλαίσιο του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής, ο επισκέπτης επίσης έχει τη δυνατότητα συμμετοχής σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, ξενάγηση σε αρχαιολογικούς χώρους κα.
8. **Οινοτουρισμός:** ευνοεί την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας και την ενδυνάμωση-ανάδειξη της πολιτιστικής ταυτότητας και των ιδιαίτερων ποιοτικών χαρακτηριστικών που συνθέτουν την εικόνα μιας περιφέρειας
9. **Τουρισμός τρίτης ηλικίας:** Η τρίτη ηλικία αποτελεί το σημαντικότερο κομμάτι τουριστικού δυναμικού μιας χώρας, η οποία ταξιδεύει κατά κύριο λόγο στο εσωτερικό της χώρας ή σε προορισμούς που συνορεύουν με τη χώρα που διαμένει. (Σφακιανάκης, 2000, Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης 2004).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

2.1 Η συμβολή των ΟΤΑ στον αναπτυξιακό τουριστικό σχεδιασμό

Η συνειδητοποίηση της αναγκαιότητας για αειφόρο ή βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη έχει στρέψει το βλέμμα στην Τοπική Αυτοδιοίκηση (α' και β' βαθμού) και στο σημαντικό ρόλο που οφείλει και πρέπει να έχει σε θέματα που άπτονται του σχεδιασμού και της ανάπτυξης του τουρισμού, με στόχο τη βελτιστοποίηση των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών ωφελειών, που απορρέουν από αυτόν. Αυτό προϋποθέτει μία μακροπρόθεσμη πολιτική ανάπτυξης και διασύνδεση της τουριστικής πολιτικής με τις άλλες δημόσιες πολιτικές που τη διατρέχουν. (Σταυρινούδης- Παρθένης, 2009)

Ο τουρισμός αποτελεί, πλέον, αναπτυξιακό όχημα για την έξοδο από την υφιστάμενη κατάσταση που έχουν περιέλθει οι περιφέρειες της Ελλάδας βιώνοντας την οικονομική κρίση, γεγονός που επιβάλλει την επένδυση από πλευράς Περιφερειών και Δήμων στην ανάπτυξη, τη διαχείριση, την ανάδειξη και προβολή του τουριστικού προϊόντος μέσα από ολοκληρωμένα και στοχευμένα σχέδια δράσης.

Η συμβολή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, ως κύριου φορέα περιφερειακής ανάπτυξης και ενδυνάμωσης της κοινωνικής συνοχής για την ουσιαστική ανάπτυξη του τουρισμού είναι καθοριστικής σημασίας. Εξάλλου, σύμφωνα και με το άρθρο 75 του Ν. 3463/2006 (ΦΕΚ Α114/18-6-2016) οι δημοτικές και κοινοτικές αρχές διευθύνουν και ρυθμίζουν όλες τις τοπικές υποθέσεις, σύμφωνα με τις αρχές της επικουρικότητας και της εγγύτητας, με στόχο την προστασία, την ανάπτυξη και τη συνεχή βελτίωση των συμφερόντων και της ποιότητας ζωής της τοπικής κοινωνίας. Ο Κώδικας Δήμων και Κοινοτήτων θέτει το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο, ώστε οι δημοτικές και κοινοτικές αρχές να διαμορφώσουν τουριστική πολιτική και να αναπτύξουν τις κατάλληλες δράσεις για την τουριστική ανάπτυξη των περιοχών τους.

Ειδικότερα, στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων τους –μεταξύ άλλων- περιλαμβάνεται η εκπόνηση, υλοποίηση και η συμμετοχή σε προγράμματα για την τουριστική ανάπτυξη των περιοχών τους και την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, καθώς και η δημιουργία θερέτρων και άλλων εγκαταστάσεων αναψυχής και διακοπών αλλά και η

εκπόνηση τοπικών προγραμμάτων για την προστασία και αναβάθμιση του φυσικού, αρχιτεκτονικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, στο πλαίσιο των εθνικών και ευρωπαϊκών πολιτικών.

Ακόμα, στον Ν. 3852/10 (ΦΕΚ 87Α/7-6-2010) στις αρμοδιότητες των Δήμων είναι και η επιχορήγηση φορέων που αναπτύσσουν πολιτιστικού χαρακτήρα δραστηριότητες στη χωρική αρμοδιότητα του δήμου, καθώς και όσων συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη και προβολή του, ύστερα από απόφαση του δημοτικού συμβουλίου .

Το World Travel και Tourism Council στο «Blueprint for new tourism» (2003) αναφέρει ότι ο νέος τουρισμός εξαρτάται από το κατά πόσο οι κυβερνήσεις αναγνωρίζουν τις πολύτιμες επιδράσεις του τουρισμού σε όλους τους τομείς της οικονομίας και από το κατά πόσο έχουν συναίσθηση του ηγετικού τους ρόλου (leadership) στην ανάπτυξη αυτού. Ο ηγετικός ρόλος κυρίως αφορά τη διαμόρφωση στρατηγικής με θεσμικές παρεμβάσεις.

Αυτό ακριβώς οφείλει να κάνει η Τοπική Αυτοδιοίκηση. Να κατανοήσει πλήρως τον ηγετικό της ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού, με σκοπό τη βιωσιμότητα και την αειφορία της τοπικής κοινωνίας. Οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ), και πολύ περισσότερο του α' βαθμού, ως οι πλησιέστεροι στους πολίτες φορείς, γνωρίζουν καλύτερα από την κεντρική εξουσία τις ανάγκες των πολιτών και της περιοχής ευθύνης τους, αλλά και τις αναπτυξιακές δυνατότητες αυτής. Οι ΟΤΑ είναι οι πρώτοι που καλούνται να εκμεταλλευτούν κάθε δυνατή πηγή χρηματοδότησης και να αναπτύξουν στρατηγικό σχεδιασμό προκειμένου να επιτύχουν την ευημερία της περιοχής τους.

Συχνά βέβαια, μπορεί να απέχουν από τον κεντρικό σχεδιασμό και να παραγκωνίζονται από την Κυβέρνηση, ωστόσο αυτό δεν αποτελεί άλλοθι. Αυτή είναι και η μεγαλύτερη πρόκληση με σημαντικό ταυτόχρονα βαθμό δυσκολίας, το ότι πρέπει να είναι σε ετοιμότητα και σε θέση να αντιλαμβάνονται και να προσαρμόζουν τη δράση τους με τις γενικές πολιτικές κατευθύνσεις του κράτους και φυσικά τις ανάγκες της τουριστικής ζήτησης.

Αυτό θα το πετύχουν αυξάνοντας την **ανταγωνιστική θέση** της περιοχής τους ως προορισμού, μέσα από έναν **βιώσιμο αναπτυξιακό σχεδιασμό** που θα συμβάλλει στην ποιοτική αναβάθμιση των υφιστάμενων υποδομών και τη δημιουργία νέων, στην προσαρμογή στις Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνίας και σε ένα **δυναμικό μάρκετινγκ** βασισμένο στη δημιουργία «brand value» (Keller & Lehman,2003).

Σπουδαίος αρωγός των ΟΤΑ και χρήσιμο εργαλείο προς την κατεύθυνση της βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης είναι η κατάρτιση και στοιχειοθέτηση των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, που περιλαμβάνουν τους άξονες των αναπτυξιακών δραστηριοτήτων κάθε σύγχρονου Δήμου.

Όμως, οι ΟΤΑ θα πρέπει να έχουν και την ικανότητα ευελιξίας προκειμένου να προσαρμόζονται στο συνεχώς μεταβαλλόμενο εξωτερικό περιβάλλον. Σ' αυτό μπορεί να συμβάλλουν και οι δείκτες τουριστικής δραστηριότητας με παρακολούθηση των μεταβολών και κυρίως προσπάθειας ερμηνείας τους και αξιοποίησής τους για το σχεδιασμό αλλά και την αξιολόγηση της στρατηγικής ή των στρατηγικών και των δράσεων τουριστικής ανάπτυξης που υλοποιήθηκαν (WTO,2003).

2.2 Η Δημοτική Επιτροπή Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής

Ο σχεδιασμός για την τουριστική ανάπτυξη δεν μπορεί να είναι μονόπλευρος. Κυρίαρχο στοιχείο για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη ενός προορισμού είναι η αγαστή και ουσιαστική **συνεργασία** όλων των εμπλεκόμενων φορέων τουρισμού προκειμένου να παραχθεί ένα ποιοτικό τουριστικό προϊόν. Στο πλαίσιο αυτό οι Δήμοι έχουν ένα ακόμα σημαντικό εργαλείο, τη **Δημοτική Επιτροπή Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής**.

2.2.1 Το θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας της Επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής

Όργανα διοίκησης του Δήμου είναι το Δημοτικό Συμβούλιο, η Οικονομική Επιτροπή, η Επιτροπή Ποιότητας ζωής, η Εκτελεστική Επιτροπή και ο Δήμαρχος. Πέραν όμως των ανωτέρω, στο Δήμο μπορεί να συγκροτηθεί, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθ.70 του Ν.3852/10(ΦΕΚ 87Α/7-6-2010) και με τον Εσωτερικό Κανονισμό Λειτουργίας του Δημοτικού Συμβουλίου, Επιτροπή Τουριστικής Ανάπτυξης, ως συμβουλευτικό όργανο του Δήμου για την επεξεργασία και εισήγηση στο Δημοτικό Συμβούλιο θεμάτων που σχετίζονται με την ανάπτυξη του τουρισμού και την προβολή του Δήμου.

Η διάρκεια της θητείας της εν λόγω επιτροπής ακολουθεί την διάρκεια της θητείας της οικονομικής επιτροπής. Η Επιτροπή αποτελείται από μέλη τα οποία ορίζονται με απόφαση του Δημοτικού Συμβουλίου. Εξ αυτών, τα μέλη προέρχονται από τα μέλη του Δημοτικού Συμβουλίου, από υπαλλήλους της αρμόδιας διεύθυνσης του Δήμου και τα υπόλοιπα μέλη είναι ιδιώτες εμπειρογνώμονες στα θέματα της επιτροπής και εκπρόσωποι φορέων της τοπικής κοινωνίας (ΕΕΤΑΑ Α.Ε., 2010)

Καθήκοντα προέδρου της επιτροπής ασκεί Δημοτικός Σύμβουλος, που ορίζεται με την απόφαση του Δημοτικού Συμβουλίου. Οι φορείς της τοπικής κοινωνίας, οι οποίοι εκπροσωπούνται στην επιτροπή, πρέπει να έχουν την έδρα τους ή να διαθέτουν παράρτημα εντός των διοικητικών ορίων του Δήμου και να έχουν δραστηριότητες σχετικές με τον τουρισμό.

Η συμμετοχή στην επιτροπή είναι εθελοντική και άμισθη. Στα μέλη της επιτροπής καταβάλλονται έξοδα κίνησης και ημερήσιας αποζημίωσης για τυχόν μετακίνηση τους στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό για τις ανάγκες του έργου της (ΕΕΤΑΑ Α.Ε., 2010).

2.2.2. Έργο και Αρμοδιότητες της Επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής

Το έργο της επιτροπής, όπως ρητά προβλέπεται από τις διατάξεις του άρθ. 70 του Ν.3852/10(ΦΕΚ87Α/7-6-2010), είναι συμβουλευτικό, για την επεξεργασία και εισήγηση στο δημοτικό συμβούλιο θεμάτων που σχετίζονται με την ανάπτυξη του τουρισμού και την προβολή του δήμου και έχει, μεταξύ άλλων, τις εξής αρμοδιότητες:

- Τον προγραμματισμό και τη χάραξη της τουριστικής πολιτικής, το σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης στο πλαίσιο της γενικότερης πολιτικής του δήμου και την διαμόρφωση και προώθηση των αναγκαίων ρυθμίσεων και των απαιτούμενων μέτρων εφαρμογής.
- Εισηγείται στο δημοτικό συμβούλιο τα αναγκαία μέτρα για την εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία του τουριστικού τομέα και παρακολουθεί την απόδοσή του, ώστε να ενημερώνει σχετικά το δημοτικό συμβούλιο.
- Προτείνει προς το δημοτικό συμβούλιο τις κατευθύνσεις για τη μελέτη και κατάρτιση προγραμμάτων τουριστικής υποδομής και ανάπτυξης του δήμου.
- Προτείνει τις αναγκαίες ενέργειες για την προώθηση και λήψη μέτρων για την προσέλκυση ιδιωτικών κεφαλαίων στον τομέα του τουρισμού.
- Συνεργάζεται με τους συναρμόδιους επαγγελματικούς φορείς της τοπικής κοινωνίας για την εναρμόνιση των πολιτικών τους και το συντονισμό των δράσεων, με σκοπό την υποβοήθηση της τουριστικής ανάπτυξης και τη βελτίωση της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού του δήμου.
- Συμμετέχει διά του προέδρου της και άλλων μελών που θα ορίζει κάθε φορά με απόφασή της, στις εκπροσωπήσεις του δήμου σε τοπικές, πανελλαδικές ή διεθνείς εκθέσεις που διοργανώνονται με θέμα τον τουρισμό, για την προβολή του δήμου και την προώθηση των τοπικών τουριστικών προϊόντων.
- Σχεδιάζει και προτείνει στο δημοτικό συμβούλιο διαφημιστικά προγράμματα και

γενικά ενέργειες, που αφορούν την τουριστική προβολή και διαφήμιση του δήμου στο εσωτερικό και εξωτερικό, ιδίως με συμμετοχή σε εκθέσεις, ή διαφημίσεις σε μέσα μαζικής ενημέρωσης ή καταχωρήσεις σε έντυπα ή εκδόσεις τους ως και με οποιονδήποτε άλλον τρόπο

- Συμβάλει στο σχεδιασμό της πολιτικής για την υποβοήθηση της ποιοτικής αναβάθμισης των τουριστικών υπηρεσιών του δήμου και ιδίως, η αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών και τη σύνταξη προτάσεων και διατύπωση γνώμης για την έκδοση κανονιστικών αποφάσεων από το δημοτικό συμβούλιο για τον καθορισμό του περιεχομένου της διαδικασίας ελέγχου των τουριστικών επιχειρήσεων, την τήρηση της καθαριότητας, ευταξίας και ευπρεπούς εμφάνισης όλων των σημείων του δήμου, που έχουν σχέση με τον τουρισμό και την εισήγηση στο δημοτικό συμβούλιο για τη λήψη μέτρων πραγματοποίησης των σκοπών αυτών. Ως προς τις κανονιστικές αποφάσεις, η εν λόγω αρμοδιότητα ασκείται με την επιφύλαξη των κατά το νόμο αρμοδιοτήτων άλλων οργάνων του δήμου και ιδίως της επιτροπής ποιότητας ζωής.

(ΕΕΤΑΑ Α.Ε., 2010)

Πέραν των ανωτέρω θεμάτων για τα οποία είναι αρμόδια η επιτροπή, αυτή εξετάζει και αποφασίζει επί θεμάτων που παραπέμπονται σε αυτή, μετά την εγγραφή τους στην ημερήσια διάταξη συνεδρίασης του δημοτικού συμβουλίου, μετά από απόφαση του, η οποία λαμβάνεται με πρόταση του δημάρχου, κατά τις διατάξεις της παρ.4 του άρθ. 70 του Ν.3852/10. Με την απόφαση αυτή καθορίζεται και η προθεσμία εντός της οποίας η επιτροπή υποχρεούται να υποβάλει σχετική μελέτη ή εισήγηση.

Επίσης, πλην των ανωτέρω, ο πρόεδρος του δημοτικού συμβουλίου, δύναται να παραπέμπει στην επιτροπή οποιοδήποτε άλλο θέμα και πριν την εγγραφή του στην ημερήσια διάταξη συνεδρίασης του δημοτικού συμβουλίου.

Τέλος, συμμετέχει, με εκπρόσωπο ή εκπροσώπους της, στις συνεδριάσεις του δημοτικού συμβουλίου κάθε φορά που συζητείται θέμα σχετικό με το αντικείμενο της. Ο πρόεδρος του δημοτικού συμβουλίου υποχρεούται να στέλνει την πρόσκληση και την ημερήσια διάταξη στα μέλη της επιτροπής, σύμφωνα με την διαδικασία που προβλέπεται για τα μέλη του δημοτικού συμβουλίου στον Κανονισμό Λειτουργίας αυτού, όποτε συζητείται θέμα σχετικό με τον τουρισμό και την προβολή του δήμου (ΕΕΤΑΑ Α.Ε., 2010).

2.3. Το Εθνικό πλαίσιο για την Τουριστική Ανάπτυξη

Η προσέλκυση νέων επενδύσεων αλλά και η συνεχής ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα, αποτελεί βασικό στόχο του αναπτυξιακού προγραμματισμού και της στρατηγικής του **Υπουργείου Τουρισμού** και βασική προϋπόθεση για την εκπλήρωση των στόχων σύγκλισης με την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Επιχειρησιακά Προγράμματα, Μέτρα ή Δράσεις για την τουριστική ανάπτυξη έχουν υλοποιηθεί και υλοποιούνται σε όλες τις Προγραμματικές Περιόδους (ΕΣΠΑ) αλλά και στο πλαίσιο των προβλέψεων του Αναπτυξιακού Νόμου.

Οι συνέργειες και συμπράξεις του δημόσιου με τον ιδιωτικό τομέα και τις επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου, μπορούν να συνεισφέρουν καθοριστικά στη νέα αναπτυξιακή προσπάθεια και στην αναβάθμιση της θέσης της Ελλάδας στη διεθνή τουριστική αγορά.

Η νέα εθνική στρατηγική για τον Τουρισμό υλοποιείται σε τέσσερις (4) βασικούς άξονες:

- Την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και τη διευκόλυνση των επενδύσεων.
- Το συνεχή εμπλουτισμό του Τουριστικού Προϊόντος με την ανάπτυξη των Ειδικών & Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού.
- Τη διασφάλιση της ποιότητας στις υποδομές και τις υπηρεσίες του Τουρισμού
- Την επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό με τη δημιουργία νέων και νέου τύπου θέσεων εργασίας (Υπουργείο Τουρισμού, 2017& INSETE ε, 2015)

Η βασική πρόκληση για την προγραμματική περίοδο ΕΣΠΑ 2014 -2020, είναι η μέγιστη συμβολή των νέων διαρθρωτικών πόρων στην αναστροφή του κλίματος ύφεσης και ταυτόχρονα στην ανάπτυξη της Χώρας, μέσα από στοχευμένες και πολλαπλασιαστικού χαρακτήρα παρεμβάσεις, σε τομείς που παρουσιάζουν μέγιστη προστιθέμενη αξία.

Ειδικότερα, στον Αναπτυξιακό Σχεδιασμό του Υπουργείου Τουρισμού έχουν ενταχθεί οι εξής βασικοί στρατηγικοί στόχοι:

- Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας με την προώθηση κατά προτεραιότητα σχεδίων ποιοτικής αναβάθμισης και διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος.

- Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου σε όλη την ελληνική επικράτεια και με αλλαγή του μοντέλου «Ήλιος - Θάλασσα» και αύξηση του ποσοστού τουριστών υψηλού εισοδήματος.
- Ο εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος με την ενίσχυση Ειδικών Μορφών Τουρισμού (Θαλάσσιος/Κρουαζιέρα, Ιατρικός, Ιαματικός, Θρησκευτικός, Συνεδριακός, Αθλητικός κ.α.). (Υπουργείο Τουρισμού, 2017)

Οι τομείς στους οποίους θα προωθηθούν χρηματοδοτήσεις, αφορούν στις εξής κατηγορίες:

- Φιλικό επιχειρηματικό περιβάλλον, υποστηρικτικό για επενδύσεις.
- Αύξηση της συμμετοχής στην αγορά εργασίας με βελτίωση της απασχόλησης, ενεργή ένταξη και πολιτικές κατάρτισης.
- Βιώσιμες υποδομές για ανάπτυξη και θέσεις εργασίας.
- Οικονομία φιλική στο περιβάλλον και αποτελεσματική διαχείριση πόρων για ανάπτυξη και θέσεις εργασίας.
- Διοικητική Μεταρρύθμιση για αποτελεσματική δημόσια διοίκηση

(Υπουργείο Τουρισμού, 2017)

Οι τομείς αυτοί εξειδικεύονται με:

- Την προσέλκυση και υποστήριξη τουριστικών επενδύσεων με απλοποίηση διαδικασιών, δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων (σύνθετα τουριστικά καταλύματα, οργανωμένοι τουριστικοί υποδοχείς) και νέας στρατηγικής marketing.
- Τη βελτίωση υφιστάμενου τουριστικού δυναμικού με παρεμβάσεις για απόσυρση παλαιών και εκσυγχρονισμό υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων.
- Τη βελτίωση υποδομών, κυρίως υποδομών μεταφορών.
- Την Εκπαίδευση και Κατάρτιση των απασχολούμενων στον τουρισμό.
- Την εκμετάλλευση συνεργειών τουριστικών επιχειρήσεων (clustering) και τη δημιουργία τουριστικών δικτύων (networking).

(Υπουργείο Τουρισμού, 2017, INSETE 2013)

2.4. Το Περιφερειακό πλαίσιο Στερεάς Ελλάδας για την Τουριστική Ανάπτυξη.

Η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας (ΠΣΤΕ) είναι μία από τις δεκατρείς (13) διοικητικές περιφέρειες της Ελλάδας και αποτελείται από τις Περιφερειακές Ενότητες (Π.Ε.) **Βοιωτίας**, Εύβοιας, Ευρυτανίας, Φωκίδος και Φθιώτιδας. Στην Π.Ε. Βοιωτίας ανήκει ο

Δήμος Θηβαίων που είναι και η μελέτη περίπτωσης της παρούσας εργασίας.

Οι κατευθύνσεις του Περιφερειακού Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας (ΠΠΧΣΑΑ) εναρμονίζονται σε μεγάλο βαθμό με τους στόχους και τις κατευθύνσεις του υπερκείμενου σχεδιασμού για τον Τουρισμό.

Ειδικότερα, σε σχέση με τη συμβατότητα με το Ειδικό Πλαίσιο για τον τουρισμό, το ΠΠΧΣΑΑ οργανώνει την ανάπτυξη του τουρισμού σε ευρείες χωρικές ενότητες γύρω από τουριστικούς πόλους με διαβαθμίσεις και εξειδικεύσεις (π.χ. ιαματικές πηγές, φυσικά και πολιτιστικά μνημεία εθνικής και διεθνούς εμβέλειας κα.). Το Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης (ΕΠΧΣΑΑ) τουρισμού εστιάζει στη θεσμοθέτηση ειδικών κατευθύνσεων τουριστικής ανάπτυξης με βάση:

α. Την κατηγοριοποίηση του χώρου, με κριτήρια:

- Την ένταση της τουριστικής ανάπτυξης (περιοχές τουριστικά ανεπτυγμένες-αναπτυσσόμενες κλπ)
- Τις ειδικές κατηγορίες χώρου (νησιά, παράκτιες περιοχές, ορεινές περιοχές)
- Την ύπαρξη αξιόλογου φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος (περιοχές Natura 2000, παραδοσιακοί οικισμοί, αρχαιολογικοί χώροι και μνημεία)

β. Τις ειδικές μορφές τουρισμού (συνεδριακός, θαλάσσιος, πολιτιστικός, αθλητικός, χιονοδρομικός κα)

γ. Την αντιμετώπιση συγκρούσεων με άλλες χρήσεις (δάση, αγροτική γη, βιομηχανία, εξόρυξη κα)

δ. Την προώθηση νέων μορφών τουρισμού

Επιπλέον, η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας μέσω του Ινστιτούτου ΣΕΤΕ έχει στη διάθεσή της τον «Οδικό Χάρτη Εξειδίκευσης Δράσεων Τομέα Τουρισμού», βασική αποστολή του οποίου είναι να αποτελέσει ένα στρατηγικό εργαλείο επιχειρησιακού σχεδιασμού για να συμβάλει στον περιφερειακό διάλογο για τη βιώσιμη και μακροχρόνια τουριστική ανάπτυξη. Ο οδικός χάρτης αναδεικνύει τους πέντε μεγάλους θεματικούς άξονες στους οποίους πρέπει να επικεντρώσει τις προσπάθειές της η Στερεά προκειμένου να επιτύχει τους ειδικούς στόχους για :

- Την ενίσχυση και αναβάθμιση του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος
- Την ανάδειξη νέων τουριστικών πακέτων

- Τη διασφάλιση υψηλής ποιότητας δημοσίων υπηρεσιών και υποδομών εξυπηρέτησης,
- Την αναγκαία στήριξη της απασχολησιμότητας
- Τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας στο ανθρώπινο δυναμικό της Περιφέρειας.

Οι άξονες αυτοί αφορούν την τουριστική ανωδομή, τις δημόσιες υποδομές, την εκπαίδευση/ κατάρτιση, αλλά και την τοπική βιώσιμη ανάπτυξη υπό το πρίσμα της χωρικής συνοχής της Περιφέρειας με την ανάδειξη πολλαπλών τουριστικών πόρων και περιοχών στο σύνολο του χώρου της Περιφέρειας. (ΥΠΕΚΑ, 2015)

Ο Οδικός Χάρτης για τη χρηματοδότηση της τουριστικής ανάπτυξης της ΠΣΤΕ διαρθρώνεται στους κάτωθι άξονες προτεραιότητας (ΙΝΣΕΤΕ α, 2015):

- *«Άξονας Προτεραιότητας 1: Ανάπτυξη-βελτίωση τουριστικών υποδομών και προώθηση τουριστικής επιχειρηματικότητας*
 - *ΕΠΑΝΕΚ, ΠΕΠ (ΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ) ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΑ, ΠΕΠ (ΣΤΟ ΣΚΕΛΟΣ Β2Β), ΕΠΑΝΕΚ (ΣΤΟ ΣΚΕΛΟΣ ΤΗΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΓΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΠ), ΠΕΠ (ΣΤΟ ΣΚΕΛΟΣ ΤΗΣ ΑΝΑΔΕΙΞΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ)*
- *Άξονας προτεραιότητας 2: Βελτίωση της προσπελασιμότητας και των υπηρεσιών γενικού οικονομικού ενδιαφέροντος για τη στήριξη του τουριστικού τομέα*
 - *ΕΠ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ-ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΠΕΠ, ΕΠΑΝΕΚ, ΠΑΑ*
- *Άξονας Προτεραιότητας 3: Ανάδειξη-αξιοποίηση τουριστικών πόρων για την προώθηση νέων μορφών τουρισμού*
 - *ΠΑΑ, ΠΕΠ (ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ)*
- *Άξονας Προτεραιότητας 4: Αξιοποίηση των ΤΠΕ στον τουριστικό κλάδο*
 - *ΠΕΠ (ΑΞΟΝΕΣ RIS3), ΕΠΑΝΕΚ*
- *Άξονας Προτεραιότητας 5: Στήριξη απασχολησιμότητας στον τουρισμό και ενίσχυση του ανθρώπινου δυναμικού*
 - *ΠΕΠ, ΕΠΑΝΑΔ*
- *Άξονας Προτεραιότητας 6: Πρόγραμμα τεχνικής υποστήριξης εφαρμογής Οδικού Χάρτη*
 - *ΠΕΠ ΣΤΕ, Διασυνοριακά προγράμματα, Πόροι τεχνικής υποστήριξης προετοιμασίας ΙΤΙ ή CLLD μέσω ΠΑΑ ή/ και ΠΕΠ ΣΤΕ» (ΙΝΣΕΤΕ α, 2015)*

Επίσης, σύμφωνα με την Στρατηγικής Έξυπνης Εξειδίκευσης (RIS 3) της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, η αναπτυξιακή στρατηγική της - που στηρίζεται κυρίως στους άξονες της αγροδιατροφής, της αλιείας και των υδατοκαλλιεργειών-, περιλαμβάνει και προτεραιότητες που έχουν άμεση ή έμμεση αναφορά στην τουριστική δραστηριότητα, που απομονώνονται ως ακολούθως (πίνακας 2.1):

Πίνακας 2.1.:

Στρατηγικές Προτεραιότητες RIS3 ΠΣΤΕ με αναφορά στον τουρισμό

Στρατηγικές Προτεραιότητες RIS3		Αναφορά στον τουρισμό
Άξονας 1: Αγροδιατροφή		
1.4	Πρόωθηση προϊόντων και ανάπτυξη δικτύων πωλήσεων	ΕΜΜΕΣΗ
Άξονας 2: Βιομηχανία της εμπειρίας		
2.1	Διεύρυνση της αλυσίδας αξίας	ΑΜΕΣΗ
2.2	Διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και εμπλουτισμός της εμπειρίας	ΑΜΕΣΗ
2.3	Διάχυση και χρήση υπηρεσιών και προϊόντων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών	ΑΜΕΣΗ
2.4	Ανάπτυξη του ανθρωπίνου δυναμικού	ΑΜΕΣΗ
Άξονας 4: Πράσινη καινοτομία, εξοικονόμηση και παραγωγή ενέργειας από ΑΠΕ		
4.1	Μείωση του οικολογικού αποτυπώματος στη γεωργία-κτηνοτροφία, στη μεταποίηση και τον τουρισμό	ΕΜΜΕΣΗ

Πηγή: INSETE α 2015, ΕΛΑ α&β 2014

Στα πλαίσια των παραπάνω στρατηγικών προτεραιοτήτων το INSETE αποδελτιώνοντας τη RIS3 προτείνει ένα πλέγμα δράσεων με αναφορά στην τουριστική δραστηριότητα της ΠΣΤΕ. Πιο συγκεκριμένα, ανά στρατηγική προτεραιότητα αναφέρονται τα εξής (πίνακας 2.2):

Πίνακας 2.2:

Προτεινόμενες δράσεις τουριστικής δραστηριότητας ΠΣΤΕ

Άξονας 1: Αγροδιατροφή	
1.4	Πρόωθηση προϊόντων και ανάπτυξη δικτύων πωλήσεων
Προτεινόμενες Δράσεις	
1.4.1 Ανάπτυξη και υλοποίηση σχεδίων μάρκετινγκ αγροτικών και κτηνοτροφικών προϊόντων. Η συγκεκριμένη δράση αναφέρεται μεταξύ άλλων στην εφαρμογή μεθόδων προώθησης και δημιουργίας brand name σε συνεργασία με την τουριστική στρατηγική προώθησης του brand name των Περιφερειακών Ενοτήτων και στη χρηματοδότηση προωθητικών ενεργειών των στρατηγικών μάρκετινγκ (όπως διοργάνωση τοπικών γεγονότων και φεστιβάλ, συνδεδεμένα με τις προωθητικές ενέργειες του τουρισμού και σε αρμονία με τις τοπικές παραδόσεις και πολιτισμό).	

Άξονας 2: Βιομηχανία της εμπειρίας	
2.1	Διεύρυνση της αλυσίδας αξίας
Προτεινόμενες Δράσεις	
2.1.1	<p>Ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρήσεων σε δραστηριότητες σχετιζόμενες με τον τουρισμό</p> <p>Η δράση αναφέρεται στην υποστήριξη νέων καινοτόμων επιχειρήσεων σχετικών με τον τουρισμό και ιδιαίτερα με τις εναλλακτικές μορφές τουριστικής δραστηριότητας.</p>
2.1.2	<p>Ανάπτυξη συνεργατικών μοντέλων δράσης σε όλη την αλυσίδα αξίας</p> <p>Η δράση αναφέρεται στην υποστήριξη της δημιουργίας και λειτουργίας συνεργατικών επιχειρηματικών σχηματισμών (Clusters) στο σύνολο της αλυσίδας αξίας, με σκοπό την ανάπτυξη τεχνολογικών και μη τεχνολογικών καινοτομιών και την προώθηση των τουριστικών, αγροδιατροφικών και άλλων προϊόντων της μεταποίησης που σχετίζονται με τον τουρισμό. Επίσης, είναι δυνατή η υποστήριξη εκτός του θεσμού των clusters, για τη σύσταση συνεργασιών μεταξύ ξενοδόχων και παραγωγών αγροτικών ή μεταποιημένων προϊόντων.</p>
2.2	Διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και εμπλουτισμός της εμπειρίας
Προτεινόμενες Δράσεις	
2.2.1	<p>Έρευνα των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και ανάπτυξη των υπηρεσιών εμπειρίας που μπορούν να αναπτυχθούν σε κάθε ΠΕ</p> <p>Η συγκεκριμένη δράση περιλαμβάνει μια σειρά επιμέρους δράσεων που είναι οι εξής:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Εκπόνηση έρευνας ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων για την ανάπτυξη μοναδικών ειδών εμπειρίας και ανάδειξη των αναγκαίων προϋποθέσεων και ενεργειών για τη δημιουργία νέου τουριστικού προϊόντος - Ενημέρωση των εμπλεκόμενων στον τουρισμό για τις δυνατότητες που προσφέρει κάθε Π.Ε. με βάση τα συμπεράσματα της έρευνας - Ενέργειες προβολής των επιλεγμένων μορφών τουρισμού εμπειρίας και των σχετικών προϊόντων
2.2.2	<p>Ανάπτυξη νέων και βελτίωση υφιστάμενων υπηρεσιών εμπειρίας</p> <p>Η δράση περιλαμβάνει τις εξής επιμέρους δράσεις:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Μεταφορά εγχώριων και διεθνών καλών πρακτικών τουρισμού εμπειρίας - Υποστήριξη της επιχειρηματικότητας για την είσοδο σε συγκεκριμένες αγορές τουρισμού εμπειρίας (π.χ. σχεδιασμός προσφερόμενων υπηρεσιών, παρεμβάσεις, εκπόνηση επιχειρηματικού σχεδίου κλπ) - Εφαρμογή σχεδίων ανάπτυξης/βελτίωσης υπηρεσιών ενισχύοντας επενδύσεις σε υποδομές και εξοπλισμό - Αξιοποίηση για επιχειρηματικούς σκοπούς εγκαταλελειμμένων βιομηχανικών εγκαταστάσεων και κτιρίων ιδιαίτερης αρχιτεκτονικής αξίας
2.2.3	<p>Ανάπτυξη και εφαρμογή τοπικών σημάτων ποιότητας</p> <p>Στην ενότητα αυτή περιλαμβάνονται επιμέρους ενέργειες όπως:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Δημιουργία τοπικού σήματος ποιότητας καταλυμάτων και υπηρεσιών - Υποστήριξη και διάδοση του τοπικού σήματος ποιότητας - Χρηματοδότηση παρεμβάσεων στις επιχειρήσεις για να καλυφθούν οι απαιτήσεις απόκτησης του τοπικού σήματος ή άλλων σημάτων ποιότητας (π.χ. υποστήριξη της αναβάθμισης, εκπαίδευση προσωπικού, επενδύσει εξοπλισμού και υποδομών)

<p>2.2.4 Διαμόρφωση και προστασία του φυσικού περιβάλλοντος σε περιοχές που εντάσσονται στις σχεδιαζόμενες υπηρεσίες εμπειρίας</p> <p>Η δράση αναφέρεται στην ανάπτυξη υποδομών μικρής κλίμακας π.χ. χαράξεις διαδρομών για την ανάπτυξη συγκεκριμένων μορφών τουρισμού εμπειρίας (π.χ. τουρισμός περιπέτειας). Η δράση δρα συνεργατικά με την 2.2.1</p>	
<p>2.2.5 Επενδύσεις ΣΔΙΤ για την κατασκευή μαρινών</p> <p>Η δράση περιλαμβάνει τις εξής επιμέρους ενέργειες:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Προσδιορισμός κατάλληλων περιοχών δημιουργίας μαρινών (σε συνέργεια με τη δράση 2.2.1) - Διερεύνηση ιδιοκτησιακού καθεστώτος - Πρόσληψη τεχνικού συμβούλου προώθησης του σχεδιασμού της επένδυσης - Προκήρυξη διεθνούς διαγωνισμού για την επιλογή επενδυτή 	
2.3	Διάχυση και χρήση υπηρεσιών και προϊόντων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών
<p>Προτεινόμενες Δράσεις</p>	
<p>2.3.1 Δημιουργία εργαλείων και εφαρμογών ΤΠΕ για τον εμπλουτισμό της εμπειρίας</p> <p>Η δράση αναφέρεται στη δημιουργία ψηφιακών υπηρεσιών και περιεχομένου, υποστηρικτικού των μορφών τουρισμού που θα αναπτυχθούν στην περιφέρεια, μέσω π.χ. της καταγραφής εκδηλώσεων, της λειτουργίας ψηφιακών οδηγών πόλεων, αρχαιολογικών χώρων και μουσείων, της αναπαράστασης γεγονότων και της ψηφιοποίησης τουριστικών και πολιτισμικών πόρων, διαδρομών, χαρτών κλπ</p>	
<p>2.3.2 Χρήση ΤΠΕ για την αύξηση της παραγωγικότητας, αυτονομίας και ποιότητας υπηρεσιών στη βιομηχανία της εμπειρίας</p> <p>Στην εν λόγω δέσμη δράσεων περιλαμβάνεται η ανάπτυξη εφαρμογών για την προώθηση καταλυμάτων και υπηρεσιών, η διασύνδεση των μεμονωμένων συστημάτων κρατήσεων με τις μεγάλες διεθνείς υπηρεσίες κρατήσεων, η ανάπτυξη εφαρμογών δημιουργίας τουριστικών πακέτων (ιδιαίτερα για μικρές ξενοδοχειακές μονάδες) και εφαρμογών διαχείρισης επισκεπτών.</p>	
2.4	Ανάπτυξη του ανθρωπίνου δυναμικού
<p>Προτεινόμενες Δράσεις</p>	
<p>Οι δράσεις κατάρτισης θα συνδυασθούν με τις δράσεις συμβουλευτικών υπηρεσιών, ανάπτυξης νέων προϊόντων και τεχνολογικού εκσυγχρονισμού των επιχειρήσεων και θα ενσωματωθούν στις υπάρχουσες δράσεις.</p>	

<p>Άξονας 4: Πράσινη καινοτομία, εξοικονόμηση και παραγωγή ενέργειας από ΑΠΕ</p>	
4.1	Μείωση του οικολογικού αποτυπώματος στη γεωργία-κτηνοτροφία, στη μεταποίηση και τον τουρισμό
<p>Προτεινόμενες Δράσεις</p>	
<p>4.1.1 Χρήση πράσινων τεχνολογιών στη μεταποίηση και τον τουρισμό</p> <p>Η δράση αναφέρεται στην χρήση μεθόδων ενεργειακής εξοικονόμησης και μείωσης του ενεργειακού κόστους επιχειρήσεων, μεταξύ των οποίων και ξενοδοχειακών μονάδων. Επιμέρους ενέργειες αποτελούν οι ενέργειες ευαισθητοποίησης των επιχειρηματιών για τα οφέλη των συγκεκριμένων τεχνολογιών, η εφαρμογή κουπονιού πράσινης καινοτομίας (χρηματοδότηση σύνταξης μελέτης ενεργειακής εξοικονόμησης για το 85%-100% του κόστους) και τέλος την υποβολή προτάσεων στο ΕΠΑΝΕΚ για τη χρηματοδότηση της επένδυσης.</p>	

Πηγή: INSETE α & θ, 2015, ΕΑΑ α & β, 2014

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΔΗΜΟΥ ΘΗΒΑΙΩΝ

3.1 Γενικά

Στο παρόν κεφάλαιο πραγματοποιείται ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης του Δήμου Θηβαίων. Η ανάλυση αυτή αποσκοπεί στην καταγραφή και ερμηνεία των βασικών παραμέτρων του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος της περιοχής. Επίσης, η μελέτη των βασικών δημογραφικών χαρακτηριστικών του πληθυσμού, που ακολουθεί, συμβάλλει στην καλύτερη κατανόηση των χαρακτηριστικών του ανθρώπινου δυναμικού της περιοχής, που αποτελεί τον θεμελιώδη παράγοντα της τοπικής ανάπτυξης. Τα περισσότερα στοιχεία που ακολουθούν αντλήθηκαν από το Στρατηγικό Σχεδιασμό του Επιχειρησιακού Προγράμματος του Δήμου Θηβαίων για τα έτη 2013-2014 καθώς μέχρι σήμερα που γράφεται η παρούσα εργασία δεν έχει εκπονηθεί νεότερος.

3.2 Γενικά χαρακτηριστικά Δήμου Θηβαίων

Ο Δήμος Θηβαίων είναι δήμος της Περιφερειακής Ενότητας Βοιωτίας της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, που συστάθηκε με το Πρόγραμμα «Καλλικράτης». Προέκυψε από την συνένωση των προϋπαρχόντων δήμων Θήβας, Θίσβης, Βαγίων και Πλαταιών. Η έκταση του Δήμου είναι 830,112 τ.χλμ και ο πληθυσμός του 36.540 κάτοικοι σύμφωνα με την απογραφή του 2011. Έδρα του δήμου είναι η Θήβα (μία από τις 7 αρχαιότερες πόλεις του κόσμου) (Ε.Π.Δ.Θ 2013-2014).

Ο Δήμος Θηβαίων διαιρείται σε τέσσερις (4) Δημοτικές Ενότητες (Θήβας, Βαγίων, Θίσβης και Πλαταιών), οι οποίες αντιστοιχούν στους τέσσερις (4) καταργηθέντες δήμους. Η Δημοτική Ενότητα Θήβας διαιρείται σε έξι (6) Τοπικές Κοινότητες, η Δημοτική Ενότητα Βαγίων σε μία (1) Δημοτική Κοινότητα, η Δημοτική Ενότητα Θίσβης σε πέντε (5) Τοπικές Κοινότητες και η Δημοτική Ενότητα Πλαταιών σε (5) Τοπικές Κοινότητες, οι οποίες αντιστοιχούν στα διαμερίσματα των καταργηθέντων δήμων. Τοπικές έδρες αυτών ορίστηκαν η Θήβα, τα Βάγια, η Δομβραίνα και οι Πλαταιές αντίστοιχα (Ε.Π.Δ.Θ 2013-2014).

3.2.1 Γεωγραφικά χαρακτηριστικά

Ο Δήμος Θηβαίων βρίσκεται στην νοτιοανατολική «περι-αθηναϊκή» (στην ακτίνα επιρροής της μητροπολιτικής περιοχής της Αθήνας/Αττικής) περιοχή της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας και του Νομού. Δεν γειτνιάζει άμεσα με την Αθηναϊκή Μητρόπολη, αποτελεί όμως, μαζί με το γειτονικό Δήμο Χαλκίδας, ένα από τους δύο εγγύτερους αστικούς Δήμους / πόλεις της Αθηναϊκής Μητρόπολης (Ε.Π.Δ.Θ 2013-2014).

Η ευρύτερη περιοχή επιρροής του Δήμου, καθορίζεται από την έλξη και το ρόλο της πόλης της Θήβας στους περιμετρικούς της Δήμους του Νομού Βοιωτίας.

Η πόλη της Θήβας απέχει από την Αθήνα 90 περίπου χλμ. μέσω της από βορρά σύνδεσής της διά του ΠΑΘΕ και 70 χλμ. μέσω της από νότια σύνδεσής της διά της ΠΕΟ Θήβα - Ελευσίνα. Από τις ακτές του Ευβοϊκού απέχει 22 χλμ, και του Κορινθιακού Κόλπου 22 χλμ. (Ε.Π.Δ.Θ 2013-2014).

Ο Δήμος παρουσιάζει εδαφική ομοιομορφία μιας και είναι κυρίως πεδινός. Μόνο η δημοτική ενότητα Θίσβης μπορεί να χαρακτηριστεί ημιορεινή, με εξαίρεση την τοπική κοινότητα του Προδρόμου που είναι ορεινή. Παράλληλα διαθέτει παραλιακούς οικισμούς που βρέχονται από τη θάλασσα του Κορινθιακού Κόλπου. Ο Δήμος συνορεύει με τους δήμους Λεβαδέων, Αλιάρτου, Ορχομενού και Τανάγρας από το νομό Βοιωτίας, με το δήμο Χαλκιδέων από το νομό Ευβοίας και με το δήμο Μάνδρας- Ειδυλλίας από το νομό Αττικής (Ε.Π.Δ.Θ 2013-2014).

3.2.2 Πληθυσμιακά- Δημογραφικά-Κοινωνικά χαρακτηριστικά

Ο πληθυσμός του Δήμου Θηβαίων (απογραφής 2011) ανέρχεται σε 36.540 άτομα εκ των οποίων 19.600 άντρες και 16940 γυναίκες. Ο πληθυσμός αυτός αποτελεί το 31,04% του πληθυσμού της Περιφερειακής Ενότητας Βοιωτίας και το 6,68% του συνολικού πληθυσμού της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Ο συνολικός πραγματικός πληθυσμός του Δήμου Θηβαίων από την απογραφή του 2001 είναι 37,524 άτομα. Ο πραγματικός πληθυσμός του Δήμου παρουσιάζει σταθερή μείωση ανά απογραφή.

Η πόλη της Θήβας συγκεντρώνει πληθυσμό 21.929 κατοίκους, δηλαδή το 60,77% του πληθυσμού του Δήμου. Ακολουθούν η τοπική κοινότητα Βαγίων με 11,53%.

Με βάση τα αποτελέσματα της απογραφής του 2001, ο πληθυσμός του Δήμου Θηβαίων παρουσιάζεται ισοβαρής ως προς το φύλο, με το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών στο συνολικό πληθυσμό να είναι μικρότερο από το ποσοστό των αντρών (52,37% έναντι 47,63%). Παρόλο που στο γενικό σύνολο ο πληθυσμός εμφανίζεται ισοβαρής υπάρχει ανισοκατανομή στις επιμέρους ηλικιακές ομάδες, ιδιαίτερα στις ηλικίες 15 με 24 όπου το ποσοστό των ανδρών είναι κατά πολύ μεγαλύτερο των γυναικών (Ε.Π.Δ.Θ 2013-2014).

Το μεγαλύτερο ποσοστό των κατοίκων του Δήμου Θηβαίων 33,78% είναι απόφοιτοι δημοτικού, το 4,76% είναι αναλφάβητοι, το 20,45% απόφοιτοι μέσης εκπαίδευσης, ενώ μόνο το 5,02% είναι πτυχιούχοι ανώτατων σχολών.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι στην περιοχή του Δήμου Θηβαίων και κυρίως στη Θήβα, διαβιούν περίπου τους 3.000 μετανάστες κυρίως τρίτων χωρών (απόρροια της μεταναστευτικής πολιτικής του κράτους) και περί τους 1.000 **POMA** (Ε.Π.Δ.Θ 2013-2014) Οι τελευταίοι δημιουργούν σοβαρά προβλήματα λόγω παραβατικότητας και τροχοπέδη στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής και ιδιαιτέρως της Θήβας, όπου βρίσκεται ο καταυλισμός τους.

3.2.3 Οικονομικά χαρακτηριστικά

Ο Νομός Βοιωτίας, στον οποίο ανήκει γεωγραφικά ο Δήμος Θηβαίων, συγκεντρώνει ποσοστό 1,1% του πληθυσμού της χώρας και παράγει το 2% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος (το 7ο υψηλότερο ΑΕΠ Νομού της χώρας). Η συμμετοχή του νομού στο ΑΕΠ της χώρας δεν μεταβάλλεται τα τελευταία χρόνια. Στο Νομό Βοιωτίας παράγεται το 13% της συνολικής μεταποιητικής παραγωγής της χώρας, που είναι το τρίτο μεγαλύτερο παραγόμενο προϊόν μετά την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη.

Το κατά κεφαλήν προϊόν του νομού είναι αρκετά υψηλό εξαιτίας της μεγάλης συγκέντρωσης βιομηχανιών στην περιοχή. Ωστόσο, διαφορετική εμφανίζεται η κατάσταση από την εξέταση των υπόλοιπων δεικτών ευημερίας. Για παράδειγμα, η μέση αποταμιευτική κατάθεση ανά κάτοικο στο νομό φθάνει τις 7.400 ευρώ, ενώ το δηλωθέν εισόδημα ανά φορολογούμενο είναι στα 12.700 ευρώ. Παρουσιάζει επίσης έναν από τους χαμηλότερους δείκτες οικοδομικής δραστηριότητας (Ε.Π.Δ.Θ 2013-2014).

Η περιοχή κατατάσσεται 3η στην παραγωγή βιομηχανικής ντομάτας και αντίστοιχα 3η στην παραγωγή βαμβακιού. Η γεωργική δραστηριότητα περιλαμβάνει επίσης τις ακόλουθες παραγωγές : κρασί, σιτάρι, κριθάρι, καρότο, κρεμμύδι, πατάτα, καλαμπόκι, ελιά κα.

Ο Δήμος Θηβαίων δεν έμεινε αλώβητος από τη δύνη της οικονομικής κρίσης που βιώνει η χώρα. Η αύξηση της ανεργίας είναι ραγδαία με το ποσοστό να ξεπερνά το 25% ως απόρροια των δεκάδων επιχειρήσεων που έκλεισαν στην περιοχή.

Οι κυριότεροι άξονες οικονομικών ανταλλαγών είναι:

- ο άξονας Θήβα – Λιβαδειά, που αφορά τη γεωργική δραστηριότητα με σημαντικούς πόρους γεωργικής γης και υδάτινου δυναμικού «Βοιωτικός Κηφισσός – Υλίκη και Παραλίμνη»
- ο άξονας Θήβα – Θίσβη, που αφορά τη βιομηχανική δραστηριότητα στην περιοχή της Θίσβης.
- ο άξονας Θήβα – Ύπατο –Σχηματάρι, που αφορά τη βιομηχανική δραστηριότητα στην περιοχή της Θήβας.
- ο άξονας «Θήβα – Ελευσίνα», που αν και εξασθένησε την προηγούμενη δεκαετία λόγω της «αποβιομηχάνισης» που τον χαρακτήρισε, σήμερα εξελίσσεται ταχύτατα και συγκεντρώνει σημαντικές «μοντέρνες» βιομηχανικές εγκαταστάσεις (Ε.Π.Δ.Θ 2013-2014).

3.2.4 Περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά

Το φυσικό περιβάλλον του Δήμου Θηβαίων μπορεί να χαρακτηριστεί ως πλούσιο και ποικιλόμορφο. Το κλίμα χαρακτηρίζεται ηπειρωτικό με ψυχρούς χειμώνες και θερμά καλοκαίρια στο ΒΔ τμήμα του, με ελάχιστες βροχοπτώσεις στα νοτιοανατολικά και περισσότερες στα βορειότερα.

Η κυριότερη πεδιάδα είναι η κλειστή πεδιάδα των Θηβών που εκτείνεται μεταξύ της λίμνης Υλίκης και της πόλης των Θηβών. Τα κυριότερα όρη στη Δ.Ε. Θήβας είναι το Πτώον όρος (Ύπατο), το όρος Τεύμησος με υψηλότερη κορυφή το Ψήλωμα και ιδιαίτερο χαρακτηριστικό το τεχνητό Δάσος του Μοσχοποδίου, πνεύμονα αναψυχής και πολιτιστικών εγκαταστάσεων (θέατρο, Ναός Ζωοδόχου Πηγής κλπ.) της πόλης της Θήβας. Στη Δ. Ε. Πλαταιών το κυριότερο όρος είναι ο Κιθαιρών (πευκοδάσος) , στη Δ.Ε. Θίσβης ο Ελικών και στο Δ.Ε. Βαγίων στο Σφίγγειον όρος.

Οι λίμνες Υλίκη και Παραλίμνη (περιοχές natura) είναι οι κυρίαρχοι υδάτινοι όγκοι του Δήμου Θηβαίων και απέχουν περίπου 10 χλμ. από την πόλη της Θήβας (Ε.Π.Δ.Θ 2013-2014).

3.3 Καταγραφή του τουριστικού προϊόντος του Δ. Θηβαίων

Στην ενότητα αυτή επιχειρείται μία σύντομη καταγραφή του τουριστικού προϊόντος του Δήμου Θηβαίων με σκοπό στην πορεία να αξιολογηθεί και να αναλυθεί προκειμένου να εντοπιστούν οι δυνάμεις και αδυναμίες καθώς και οι ευκαιρίες και οι απειλές σε σχέση με την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Στις υποενότητες από 3.3.1. έως 3.3.3 αναλύονται οι τουριστικοί και πολιτιστικοί πόροι του Δήμου Θηβαίων.

3.3.1 Αρχαιολογικά και Θρησκευτικά μνημεία, λαογραφικά μουσεία

Έδρα του Δήμου Θηβαίων είναι η Θήβα, μία πόλη με ιδιαίτερος σημαντική ιστορία και παράδοση. Το 2016 η βρετανική εφημερίδα «Telegraph» (The Telegraph, 2016) τη συμπεριέλαβε στο ταξιδιωτικό της αφιέρωμα ως μία από τις 20 αρχαιότερες πόλεις του κόσμου.

Η Θήβα είναι γενέτειρα του μυθικού Ηρακλή, του θεού Διόνυσου, του ποιητή Πίνδαρου, του Οιδίποδα και της Αντιγόνης και του περίφημου στρατηγού Επαμεινώνδα (ο εμπνευστής της Λοξής Φάλαγγας). Το μυθολογικό παρελθόν της Θήβας είναι ίσως πλουσιότερο από κάθε άλλη Ελληνική πόλη και αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό τμήμα του συνόλου της Ελληνικής Μυθολογίας με διδακτικούς μύθους. Είναι η πόλη που ενέπνευσε τους μεγάλους τραγικούς (Αισχύλο, Σοφοκλή και Ευριπίδη) αλλά και άλλους λιγότερο γνωστούς να δημιουργήσουν αριστουργήματα διαχρονικά και παγκοσμίως γνωστά (7 επί Θήβας, Οιδίπους Τύραννος, Αντιγόνη, Επίγονοι κτ).

Η πόλη της Θήβας διαθέτει ένα από τα σημαντικότερα Αρχαιολογικά Μουσεία της Ελλάδας καθώς μερικές από τις συλλογές που περιλαμβάνει είναι σπάνιες ή μοναδικές στο είδος τους. Τα εκθέματά του προέρχονται από ανασκαφές στη Βοιωτία και καλύπτουν χρονολογικά τον πολιτισμό της περιοχής από τα παλαιολιθικά χρόνια έως τους μεταβυζαντινούς χρόνους. Σημαντικό του γνώρισμα αποτελεί ο επισκέψιμος μεσαιωνικός πύργος του Saint Omer. Το μουσείο άνοιξε τις πύλες του τον Ιούνιο του 2016, μετά από εννέα (9) χρόνια ανακαίνισης, με ότι αυτό συνεπάγεται για τη μείωση των επισκεπτών στην πόλη της Θήβας.

Η Θήβα διαθέτει επίσης πληθώρα αρχαιολογικών χώρων και μνημείων: αρχαίο θέατρο Καβειρίου, κατάλοιπα μυκηναϊκού ανακτόρου «Καδμείο», κατάλοιπα ναού Ισμηνίου Απόλλωνος, τάφοι Αμφίωνος και Ζήθου, θαλαμοειδείς μυκηναϊκοί τάφοι τέκνων Οιδίποδα, Κρήνη της Δίρκης κ.α.

Οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μνημεία είναι διάσπαρτα σε όλη την έκταση του Δήμου. Από τις τοπικές του κοινότητες ξεχωρίζουν- εκτός από τη Θήβα- από ιστορικής και πολιτιστικής αξίας:

- οι Πλαταιές, γνωστές από τη μάχη των Πλαταιών 479π.χ. μεταξύ Ελλήνων και Περσών. Η περιοχή είναι αρχαιολογικός χώρος
- τα Λεύκτρα, γνωστά από τη μάχη των Λεύκτρων 371 π.χ., μια από τις πλέον περισπούδαστες μάχες της αρχαιότητας, από πλευράς στρατιωτικής τακτικής «Λοξή Φάλαγγα». Εκεί υπάρχει το περίφημο τρόπαιο του Επαμεινώνδα
- τα Βάγια, πλησίον του οποίου είναι το Σφίγγιον Όρος, όπου κατοικούσε κατά τον Πausανία η Σφίγγα, το μυθικό τέρας που σκορπούσε τρόπο με το δυσεπίλυτο αίνιγμά της.
- ο παραθαλάσσιος οικισμός Αλυκή, γνωστός στην αρχαιότητα ως Σίφαι ή Τίφα, που ήταν επίνειο των Θεσπιέων και λέγεται ότι εκεί κατασκευάστηκε η Αργώ, το καράβι που μετέφερε τον Ιάσονα στην Αργοναυτική εκστρατεία. Σώζεται επίσης εκεί το οχυρωματικό τείχος της ακροπόλεως
- ο παραθαλάσσιος οικισμός Λιβαδόστρα , γνωστή στην αρχαιότητα ως Κρεύσις. Το οχυρωματικό τείχος της ακρόπολης της αρχαίας Κρεύσιδος διατηρείται σε καλή κατάσταση με πύργους του 4ου αι. π.Χ. αρχικού μήκους περί τα 300 μ. Η Κρεύσις και οι γειτονικές Σίφαι ήταν τα επίνεια των Θεσπιών. Σε χαμηλό λόφο απέναντι από την ακρόπολη της Κρεύσιδος υψώνεται μεσαιωνικός πύργος του 14ου αιώνα).
- η Θίσβη, ηρωική ιστορία της βρίσκεται στα αρχαία χρόνια, τότε που ο Όμηρος αναφέρθηκε στον κατάλογο των πόλεων που έλαβαν μέρος στον τρωικό πόλεμο. Υπάρχουν κατέλεια της οχύρωσης (4^{ος} αιώνας π.χ) και σώζεται ο πύργος.

Ο αρχαιολογικός πλούτος του Δήμου Θηβαίων και ο θεματοφύλακας αυτού, το Μουσείο, του δίνει ένα βασικό προτέρημα έναντι άλλων περιοχών προκειμένου να γίνει **κέντρο παγκόσμιας κληρονομιάς**.

Πλέον του αρχαιολογικού και ιστορικού πλούτου της περιοχής, περίοπτη θέση έχουν οι παλαιοχριστιανικές, βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες που διαθέτει η περιοχή και ευνοούν τον **θρησκευτικό τουρισμό** (Θήβα: Ι.Ν. Ευαγγελιστή Λουκά με τον τάφο του αγίου, Ι.Ν. Αγ. Δημητρίου-Μεγάλης Παναγιάς με τη θαυματουργή εικόνα, πρωτοχριστιανική κατακόμβη Αγ. Αικατερίνης κ.α., Δομβραίνα: Ι.Μ. Μακαριωτίσσης, Βάγια: Ι.Μ. Αγ. Ιωάννη Θεολόγου-Μαζαράκη, Ύπατο: Ι.Μ. Σαγματά, Πλαταιές: Ι.Μ. Αγ. Τριάδος κ.α.)

Η περιοχή διαθέτει επίσης **αρκετά λαογραφικά μουσεία** που ανήκουν σε συλλόγους και ιδιώτες, στα οποία όμως ο επισκέπτης έχει δωρεάν πρόσβαση.

Ακολουθεί συγκεντρωτικός πίνακας με τα σημαντικότερα μουσεία και μνημεία της περιοχής (πίνακας 3.1.):

Πίνακας 3.1.

Πολιτιστικά και Θρησκευτικά μνημεία

ΜΟΥΣΕΙΑ	ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ	ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ
Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών	Αρχαίο Θέατρο Καβειρίου (Θήβα-Βάγια)	Ι.Ν. Ευαγγελιστή Λουκά (Θήβα)
Λαογραφικό Μουσείο 5 ^{ου} Γυμνασίου Θήβας	Μυκηναϊκό Ανάκτορο Καδμείο (Θήβα)	Ι.Ν. Αγ. Δημητρίου-Μεγάλης Παναγιάς Θηβών (1867)
Λαογραφικό Μουσείο Συλλόγου Σαρακατσαναίων Θήβας	Ναός Ισμηνίου Απόλλωνος (Θήβα)	Παρεκκλήσι Αγ. Αικατερίνης (πρωτοχριστιανική κατακόμβη Θήβα)
Μουσείο Μικρασιατικής Μνήμης- Ένωσης Μικρασιατών Θήβας	Αμφείον: Κοινός τάφος Διόρκουρων Αμφίονος και Ζήθου (Θήβα)	Ι.Μ. Μεταμορφόσεως Σωτήρος- Σαγματά (Ύπατο-12ου αιώνα)
Λαογραφικό Μουσείο Παραδοσιακού Συλλόγου Βλάχικου Γάμου Θήβας	Θαλαμοειδής Τάφοι τέκνων Οιδίποδα (Θήβα)	Ι.Μ.Μακαριωτίσσης (Δομβραίνα-12ου αιώνα)
Λαογραφικό Μουσείο Περικλή Λαλιώτη (Ιππικός Όμιλος Θήβας)	Οιδιπόδεια Κρήνη- Παλιός Νερόμυλος (Νεότερο μνημείο-Θήβα)	Ι.Μ. Ταξιαρχών (Χώστια-12ου αιώνα)
Λαογραφικό Μουσείο Γεώργιου Μπλάνου –Ξηρονομή	Αρχαιολογικός Χώρος Πλαταιών	Ι.Μ. Αγ. Τριάδας (Πλαταιές- Βυζαντινοί χρόνοι)
	Τρόπαιο Επαμεινώνδα (Λεύκτρα)	Ι.Μ. Αγ. Ιωάννη Θεολόγου-Μαζαράκη (Βάγια-16ος αιώνας)
	Ακρόπολη Κρεύσιδος (Λιβαδόστρα)	Ι.Ν. Πέτρου και Παύλου (Λεύκτρα -11ος αιώνας)

	Αρχαιολογικός Χώρος Εύτρησης (Μελισσοχώρι-Λεύκτρα)	
	Πύργος και ερείπια αρχαίας Θίσβης	
	Ερείπια αρχαίων Κορσιών (Χώστια)	
	Αρχαίος οικισμός Δονακών (Ξηρονομή)	
	Αρχαία Σίφαι (Αλυκή)	
	Κάστρο Καραϊσκάκη (Νεότερο Μνημείο-Δομβραίνα) Μεσαιωνικός Πύργος Saint Omer (Θήβα)	

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

3.3.2 Πολιτιστικές και αθλητικές δράσεις και υποδομές

Στο Δήμο Θηβαίων κάθε χρόνο την Κυριακή της Τυρινής και την Καθαρά Δευτέρα τελούνται παραδοσιακές Απόκριες. Στη Θήβα αναβιώνει το πατροπαράδοτο ευετηριακό έθιμο του «Βλάχικου Γάμου», στις Πλαταιές η «Γιορτή της Φασολάδας», στο Καπαρέλλι τα «Κιθαιρώνια», στην Ελλοπία το «Αρβανίτικο Γλέντι» και γενικά στις περισσότερες τοπικές κοινότητες αναβιώνουν λαϊκά έθιμα εκείνες τις μέρες, τα οποία διοργανώνει ο Δήμος. Τα κεράσματα είναι δωρεάν τόσο για τους συμμετέχοντες όσο και για τους επισκέπτες.

Το πιο γνωστό είναι ο «Βλάχικος Γάμος» της Θήβας. Πλαισιώνεται με τους ντόπιους που φορούν παραδοσιακές φορεσιές και μουσικά με νταούλι και πίπιζα, παραδοσιακά όργανα της περιοχής.

Στη Θήβα επίσης την τελευταία εβδομάδα του Αυγούστου διεξάγεται εμποροπανήγυρη ενώ εκείνες τις μέρες σε όλες τις ταβέρνες και τα εστιατόρια προσφέρεται ψητό στη σούβλα γουρουνόπουλο, αναπόσπαστο κομμάτι της γαστρονομικής παράδοσης του τόπου. Παράλληλα ξεκινούν οι πολιτιστικές εκδηλώσεις «Πινδάρεια» ένας θεσμός που κρατά 38 χρόνια μέχρι σήμερα και περιλαμβάνουν παραστάσεις με παραδοσιακούς χορούς, τραγούδι, θέατρο και εικαστικά δρώμενα. Ακόμα, κάθε χρόνο πραγματοποιείται και Χορωδιακή Συνάντηση. Ακολουθεί συγκεντρωτικός πίνακας εκδηλώσεων (πίνακας. 3.2).

Πίνακας 3.2 :

Πολιτιστικές εκδηλώσεις Δήμου Θηβαίων

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΠΕΡΙΟΧΗ
Βλάχικος Γάμος (Κυριακή Τυρινής- Κ.Δευτέρα)	ΘΗΒΑ
Γιορτή της Φασολάδας (Κ. Δευτέρα)	ΠΛΑΤΑΙΕΣ
Κιθαιρώνεια (Κυριακή της Τυρινής)	ΚΑΠΑΡΕΛΛΙ
Αρβανίτικο Γλέντι Κούλουμα (Κ. Δευτέρα)	ΕΛΛΟΠΙΑ ΞΗΡΟΝΟΜΗ ΒΑΓΙΑ
Πινδάρεια (Αύγουστος- Σεπτέμβρης) Εμποροπανήγυρη (23-29 Αυγούστου)	ΘΗΒΑ
Χορωδιακή Συνάντηση (Ιούνιο)	ΘΗΒΑ
Γιορτή Φωταγώγησης Χριστουγεννιάτικου Δέντρου (1 ^ο δεκαήμερο Δεκεμβρίου)- Χριστουγεννιάτικες εκδηλώσεις (Δεκέμβρης)	ΘΗΒΑ

Πηγή: *Ιδία επεξεργασία*

Σε ότι αφορά πολιτιστικές υποδομές ο Δήμος διαθέτει Δημοτικό Συνεδριακό Κέντρο, Θερινό και Χειμερινό Κινηματογράφο, Θερινό Δημοτικό Θέατρο (κατασκευασμένο στα πρότυπα αρχαίου θεάτρου), Αίθουσα Εικονικής Πραγματικότητας που αναπαριστά τη Μυκηναϊκή Θήβα, Δημοτική Βιβλιοθήκη, Δημοτικό Ωδείο, Δημοτική Φιλαρμονική Ορχήστρα, Δημοτική Χορωδία.

Κύριοι φορείς προώθησης και διαχείρισης των πολιτιστικών υποδομών και εκδηλώσεων είναι τα δυο νομικά πρόσωπα του Δήμου, ο Δημοτικός Οργανισμός Θήβας (Δ.Ο.Θ) και η Δημοτική Κοινωφελής Επιχείρηση Δήμου Θηβαίων (ΔΗΚΕΘ).

Σε ότι αφορά τον αθλητισμό ο Δήμος διαθέτει αρκετές αθλητικές υποδομές :

- Δημοτικό Στάδιο (που φιλοξενεί πανελλήνια πρωταθλήματα στίβου)
- 18 γήπεδα ποδοσφαίρου

- 6 γήπεδα μπάσκετ, 2 γήπεδα βόλεϋ
- 4 γήπεδα τέννις κα.

Διοργανώνει επίσης καθ' όλη την διάρκεια του έτους και κάθε έτος σημαντικές αθλητικές εκδηλώσεις:

- Ελληνικό Grand Prix Στίβου
- Λαϊκούς αγώνες και ημιμαραθωνίου (Γύρος Καδμείας- Δρόμος του Επαμεινώνδα)
- Τουρνουά παλαιμάχων ποδοσφαίρου
- Αγώνες Μπάσκετ 3χ3

Επίσης πραγματοποιούνται στην περιοχή αρκετές φορές με την υποστήριξη του Δήμου:

- Ποδηλατικοί αγώνες
- Πρωταθλήματα: Badminton, Tae-Kwon-do, Τοξοβολίας (δάσος Μοσχοποδίου) και Αιωροπτερισμού (Κιθαιρώνας).
- Αγώνες Μπάσκετ, Ποδοσφαίρου, Τέννις

Η Θήβα διαθέτει, επίσης, δύο πολύ καλές ομάδες που παίζουν στη Γ' Εθνική Κατηγορία, τον Α.Ο. η Θήβα (στο ποδόσφαιρο) και την Ε.Σ. Κάδμος (στο Μπάσκετ).

3.3.3 Περιβαλλοντικά αξιοθέατα

Στα βουνά του Δήμου περιλαμβάνονται ο Ελικώνας, όπου σύχναζαν σύμφωνα με τη μυθολογία οι 9 Μούσες, ο Κιθαιρώνας, όπου σύμφωνα με τη μυθολογία εγκαταλείφθηκε σε βρεφική ηλικία ο Οιδίποδας, όπου τον βρήκε ένας βοσκός και τον παρέδωσε στη γυναίκα του βασιλιά της Κορίνθου Πόλυβου και το Πτώο Όρος (Ύπατο) στην κορυφή του οποίου βρίσκεται η Ι.Μ. Σαγματά.

Κοντά στην Τ.Κ. Μουρικίου Δήμου Θηβαίων βρίσκεται επίσης η λίμνη Υλίκη (περιοχή Natura 2000). Έχει διαπιστωθεί ότι στο βυθό της ζει το ενδημικό είδος καλαμίθρα, το οποίο το βρίσκουμε μόνο εκεί από όλα τα Βαλκάνια. Στα νερά της κολυμπούν επίσης κυπρίνοι. Κατά τους χειμερινούς μήνες φιλοξενεί και αρκετό αριθμό πουλιών.

Η Θήβα διαθέτει, επίσης, ένα από τα μεγαλύτερα περιαστικά δάση της Ελλάδας, το Μοσχοπόδι, όπου προσφέρεται για περίπατο, τζόκινγκ και μελέτη καθώς διαθέτει αξιοσημείωτο βοτανικό πλούτο. Ο Δήμος έχει την έγκριση του Υπουργείου Παιδείας για δημιουργία Κέντρου Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, την οποία στηρίζει στο Μοσχοπόδι

καθώς και σε ένα νέο απόκτημα, το Βιοκλιματικό Πάρκο της Θήβας (Χρυσορρόα), το οποίο κέρδισε το 2016 το χρυσό βραβείο «Best City Award».

Μετά τον «Καλλικράτη» ο Δήμος απέκτησε και επτά (7) παραλιακούς οικισμούς που βρέχονται από την θάλασσα του Κορινθιακού Κόλπου . Οι παραλίες του είναι με βότσαλο και άμμο, κρυστάλλινα και γαλαζοπράσινα νερά. Ακολουθεί συγκεντρωτικός πίνακας του φυσικού περιβάλλοντος Δ. Θηβαίων (Πίνακας 3.3)

Πίνακας 3.3

Φυσικό Περιβάλλον Δ. Θηβαίων

ΔΑΣΗ	ΒΟΥΝΑ	ΛΙΜΝΕΣ	ΠΑΡΑΛΙΕΣ
ΔΑΣΟΣ ΜΟΣΧΟΠΟΔΙΟΥ ΘΗΒΑ	ΕΛΙΚΩΝΑΣ	ΥΛΙΚΗ	ΑΓ. ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΑΛΥΚΗ ΣΑΡΑΝΤΙ
ΑΛΣΥΛΙΟ ΑΓ. ΤΡΙΑΔΑΣ ΘΗΒΑ	ΚΙΘΑΙΡΩΝΑΣ	ΠΑΡΑΛΙΜΝΗ	ΑΓ. ΙΩΑΝΝΗΣ
	ΠΡΩΝ ΟΡΟΣ (ΣΑΓΜΑΤΙΟ)		ΛΙΒΑΔΟΣΤΡΑ
	ΟΡΟΣ ΤΕΥΜΗΣΣΟΣ		ΑΓ. ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ
	ΣΦΙΓΓΕΙΟΝ ΟΡΟΣ		ΚΑΛΑΜΑΚΙ

Πηγή: *Ιδία επεξεργασία*

3.4 Αξιολόγηση υφιστάμενης κατάστασης και κρίσιμα ζητήματα για τον τουρισμό στο Δήμο Θηβαίων

Μέσα από το σκέλος της ανάλυσης του Δήμου Θηβαίων που προηγήθηκε αναδείχτηκαν μία σειρά από πλεονεκτήματα που σχετίζονται με τομείς όπως: η χωροταξική ένταξη της περιοχής, η αποτύπωση του γεωργικού και αγρο-διατροφικού τομέα, το φυσικό περιβάλλον, τα χωρικά, οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά της περιοχής, η προσβασιμότητα, η πολιτιστική κληρονομιά και ο αρχαιολογικός πλούτος. Εν ολίγης παρουσιάστηκαν όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που μπορούν να συμβάλλουν στην εν δυνάμει ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή, δεδομένου ότι ο Δήμος Θηβαίων δεν έχει

αναπτυχθεί ακόμα τουριστικά.

Αξίζει να σημειωθεί, επίσης, ότι δεν συγκαταλέγεται στα Προεδρικά Διατάγματα 899/76 και 664/77 (ΦΕΚ 329Α/10-12-1976 & 222Α/13-8-1977) για περιοχές που χαρακτηρίζονται ως τουριστικές (και αυτό είναι απορροίας άξιον).

Στον πίνακα 3.4 που ακολουθεί επιχειρείται μία σύνοψη των κρίσιμων ζητημάτων που αναδείχτηκαν κατά τη διάρκεια της έρευνας και τα οποία χρίζουν βελτίωσης προκειμένου να καταφέρει να ενεργοποιήσει έναν βασικό πυλώνα της οικονομίας του για τη βιώσιμη ανάπτυξή του και ο οποίος θα κατευθύνει το πλαίσιο άσκησης τοπικής αειφορικής αναπτυξιακής πολιτικής και ορίζει τον οδικό χάρτη των ενεργειών για την ανάδειξη των πλεονεκτημάτων.

Πίνακας 3.4:

Κρίσιμα ζητήματα Δ. Θηβαίων

ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ	ΚΡΙΣΙΜΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ
Αρχαιολογικά Μνημεία	<ul style="list-style-type: none">• έλλειψη απαιτούμενης σήμανσης/πληροφόρησης• έλλειψη φωτισμού• έλλειψη πρόσβασης• Κίνδυνοι υποβάθμισης της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής• Δεν υπάρχει ενοποίηση αρχαιολογικών χώρων
Θρησκευτικά Μνημεία	<ul style="list-style-type: none">• Δεν έχουν αναδειχθεί και δεν έχουν ενταχθεί σε έναν σχεδιασμό για ανάπτυξη θρησκευτικού τουρισμού• Οι Μονές δεν έχουν καλές υποδομές πρόσβασης
Λαογραφικά Μουσεία	<ul style="list-style-type: none">• Δεν έχουν αναδειχθεί• Δεν έχουν ενταχθεί σε ένα δίκτυο
Τουρισμός και αναψυχή	<ul style="list-style-type: none">• Παρουσιάζονται ελλείψεις της τουριστικής δραστηριότητας, όπως:<ul style="list-style-type: none">➢ έλλειψη σχεδιασμού και πολιτικών➢ περιορισμένες παρεχόμενες υπηρεσίες➢ υποβάθμιση περιβάλλοντος➢ ελλείψεις υποδομών κυρίως ποιότητας➢ ελλείψεις πρόσβασης/σήμανσης/ πληροφόρησης➢ μειωμένη αυθόρμητη επιχειρηματικότητα• Έλλειψη Brand Name αναγνωρίσιμου ευρύτερα• Μη χρήση ΤΠΕ - έλλειψη τουριστικού site
Φυσικό περιβάλλον	<ul style="list-style-type: none">• Αναξιοποίητες οι λίμνες Υλίκη- Παραλίμνη• Αναξιοποίητο το δάσος Μοσχοποδίου (δεν έχει ενταχθεί σε περιπατητικές διαδρομές), ομοίως το Σφύγγιον Όρος, το Πτών και ο Κιθαιρώνας• Οι παραλίες δεν έχουν πρόσβαση για ΑΜΕΑ, αποδυτήρια κα.
Αθλητικός Τουρισμός	<ul style="list-style-type: none">• Αναξιοποίητος ο αθλητικός τουρισμός (π.χ. αιωροπτερισμός, τοξοβολία)• Αθλητικοί χώροι χρίζουν βελτίωσης

Ήθη και έθιμα	<ul style="list-style-type: none"> Έλλειψη προβολής/δημοσιότητας τους
Γεωργία και αγροτροφικός τομέας	<ul style="list-style-type: none"> Έλλειψη προβολής των ποιοτικών αγροτικών προϊόντων Έλλειψη σχεδιασμού για αγροτουρισμό Έλλειψη διασύνδεσης παραγωγής και πολιτισμού
Ειδικά θέματα	<ul style="list-style-type: none"> ΡΟΜΑ με παραβατική συμπεριφορά/οικισμός πλησίον βασικού οδικού άξονα (Αθήνας- Θήβας- Δελφών) Αυξημένη εισροή μεταναστών Κακή ποιότητα εσωτερικού οδικού δικτύου: λακκούβες, έλλειψη φωτισμού στις εισόδους, πληροφόρηση

Πηγή : *Ιδία Επεξεργασία*

Απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία της τουριστικής ανάπτυξης ενός προορισμού αποτελεί ο αποτελεσματικός σχεδιασμός, ο οποίος πραγματοποιείται με ένα συγκεκριμένο **στρατηγικό σχέδιο**, που έχει ως σκοπό την εξισορρόπηση των δυνάμεων και αδυναμιών του εσωτερικού περιβάλλοντος του προορισμού με τις ευκαιρίες και απειλές του εξωτερικού περιβάλλοντος, με τρόπο που ο προορισμός να απολαμβάνει ένα διαρκές πλεονέκτημα ως προς τους υπόλοιπους ανταγωνιστές (Γεωργόπουλος, 2013).

Γι' αυτό το λόγο, προηγήθηκε μία καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης του Δήμου Θηβαίων. Η ανάλυση αυτή αποσκοπούσε στην καλύτερη κατανόηση των δυνατοτήτων της περιοχής ως προορισμού καθώς και στον εντοπισμό των προβλημάτων της, προκειμένου στη συνέχεια να αξιολογηθούν για να σχεδιαστεί μία στρατηγική βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Στον πίνακα που ακολουθεί (πίνακας 3.5) κωδικοποιούνται και συνοψίζονται τα στοιχεία που εντοπίστηκαν κατά τη διάρκεια της έρευνας :

Πίνακας 3.5:

SWOT ανάλυση Δ. Θηβαίων

ΔΥΝΑΜΕΙΣ	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ	ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
Πολύ σημαντική ιστορία	Αδύναμες Δ.Ε. στην περίμετρο της Δ.Ε. Θηβαίων	Πρόταση μελέτης του νέου Περιφερειακού Χωροταξικού Πλαισίου για ΣΟΑΠ Θήβας για την εξυγίανση και τουριστική αναζωογόνηση του ιστορικού κέντρου της πόλης και την αξιοποίηση του νέου μουσείου.	Γενικό έλλειμμα αναπτυξιακού δυναμισμού και προφανών προοπτικών

<p>Πληθώρα αρχαιολογικών χώρων και μνημείων με ναυαρχίδα το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών</p>	<p>Εγγύτητα με τη μητροπολιτική περιοχή της Αθήνας και διάχυση αρνητικών επιδράσεων από την τελευταία</p>	<p>Εγγύτητα με τη Μητροπολιτική Περιοχή της Αθήνας-Αττικής, και δυναμική διάχυση θετικών επιδράσεων από την τελευταία προς το ΔΘ</p>	<p>Κίνδυνος μη αξιοποίησης δυνατοτήτων περιοχής, ΕΣΠΑ κλπ. και μη κάλυψης αναγκών πληθυσμού σε περίοδο κρίσης, λόγω διοικητικών αδυναμιών</p>
<p>Πληθώρα σημαντικών θρησκευτικών μνημείων</p>	<p>Έλλειμμα brand name αναγνωρίσιμου ευρύτερα.</p>	<p>Προτάσεις νέου ΠΠΧΣΑΑ για λειτουργία του Στρατιωτικού Αεροδρομίου Τανάγρας ως συμπληρωματικού του Ελ. Βενιζέλος, σε σχέση με την εξυπηρέτηση της Κεντρικής Ελλάδας και για επιχειρηματική εξυπηρέτηση της αλυσίδας Επιχειρηματικών πάρκων της ΠΕΧΠ «Οινόφυτα-Σχηματάρι-Θήβα-Ριτσώνα/Χαλκίδα».</p>	<p>ΡΟΜΑ/Μετανάστες</p>
<p>Πληθώρα φυσικού πλούτου (Λίμνη Υλίκη, παραλίες, δάση, βουνά)</p>	<p>Χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης τουρισμού</p>	<p>Προτάσεις νέου ΠΠΧΣΑΑ για προαστιακό σιδηρόδρομο Χαλκίδα-Θήβα-Λαμία-Δομοκός, και για Σιδηροδρομικούς Σταθμούς και Διαπεριφερειακούς Εμπορευματικούς Σταθμούς στη Σφίγγα Θηβών και Οινόη</p>	<p>Κίνδυνος ενδογενών αντιδράσεων από την αλλαγή (Διαχείριση αλλαγής)</p>
<p>Πολύ σημαντικές χερσαίες μεταφορικές υποδομές πλησίον της πόλης των Θηβών (ΠΑΘΕ Αθηνών-Λαμίας, Θήβα- Ελευσίνα, Θήβα-Αράχωβα)</p>	<p>Έλλειμμα τουριστικών υποδομών, ιδίως ποιότητας</p>	<p>Δυνατότητες χρηματοδότησης από το ΕΣΠΑ 2014-2020, ΠΕΠ Στερεάς Ελλάδας RIS3 Leader- Ελικώνας-Παρνασσός Α.Ε. ΤΑΠΤΟΚ</p>	
<p>Σημαντικό αστικό κέντρο (1 εκ των 4 της ΠΣΤΕ)</p>	<p>Ανεπαρκής ανάδειξη της πολύ σημαντικής πολιτιστικής κληρονομιάς</p>	<p>Δυνατότητα διασύνδεσης με πολιτιστικές διαδρομές ΠΣΤΕ (ΟΧΕ)</p>	
<p>Σημαντικές αθλητικές και πολιτιστικές υποδομές και εκδηλώσεις</p>	<p>Μειωμένη αυθόρμητη επιχειρηματικότητα σχετική με τουρισμό</p>	<p>Αξιοποίηση σημαντικών (αναξιοποίητων/αξιοποιήσιμων) πολιτιστικών πόρων (ιστορία, ταυτότητα, αρχαία...)</p>	

Σημαντική γεωργική γη υψηλής παραγωγικότητας στην ευρύτερη περιοχή	Πολύ υψηλή ανεργία	Ένταξη της Θήβας – Θηβαϊκού κύκλου στα μνημεία υπό την προστασία του Συμβουλίου της Ευρώπης [νέο ΠΧΠ]	
Ποιοτικά αγροτικά προϊόντα (π.χ. η Θήβα είναι γνωστή για το κρασί της)	Ανεπαρκής πολεοδομικός σχεδιασμός	Αξιοποίηση υπηρεσιών smart city και ΤΠΕ	
Πολλές πολιτιστικές εκδηλώσεις	Αυθαίρετη δόμηση	Ανάπτυξη παραθαλάσσιου τουρισμού [πρόταση ΠΠΧΣΑΑ - ΕΠΧΣΑΑ Τουρισμού]	
Ύπαρξη ακινήτων (Δήμου κλπ) με δυνατότητα αξιοποίησης	Ανεπαρκής αξιοποίηση ΤΠΕ	Ανάπτυξη Συνεδριακού Τουρισμού [πρόταση ΠΠΧΣΑΑ - ΕΠΧΣΑΑ Τουρισμού]	
Παραδοσιακοί Οικισμοί	Κακή ποιότητα οδοστρώματος και πεζοδρομίων	Ανάπτυξη Αστικού Τουρισμού «City Brak» [πρόταση ΠΠΧΣΑΑ - ΕΠΧΣΑΑ Τουρισμού]	
Αίθουσα εικονικής πραγματικότητας στη Θήβα (αναπαράσταση Μυκηναϊκής Θήβας)		Ανάπτυξη Πολιτιστικού Τουρισμού [πρόταση ΠΠΧΣΑΑ - ΕΠΧΣΑΑ Τουρισμού]	
		Ανάπτυξη Αθλητικού Τουρισμού [πρόταση ΠΠΧΣΑΑ - ΕΠΧΣΑΑ Τουρισμού]	
		Ανάπτυξη Θρησκευτικού Τουρισμού [πρόταση ΠΠΧΣΑΑ - ΕΠΧΣΑΑ Τουρισμού]	
		Ανάπτυξη Τουρισμού Υπαίθρου- Αγροτουρισμός [πρόταση ΠΠΧΣΑΑ - ΕΠΧΣΑΑ Τουρισμού]	
		Ανάπτυξη Γαστρονομικού Τουρισμού [πρόταση ΠΠΧΣΑΑ - ΕΠΧΣΑΑ Τουρισμού]	

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ-ΟΡΑΜΑ-ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΘΗΒΑΙΩΝ

4.1 Γενικά

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται μία πρόταση για το Δήμο Θηβαίων, ώστε να προωθηθεί ο σχεδιασμός της δυναμικής τουριστικής ανάπτυξης του Δήμου, η οποία ανάπτυξη θα χρησιμοποιεί και θα αναδεικνύει εκείνα τα στοιχεία της περιοχής, τα οποία θα προσελκύσουν ανθρώπους, επενδύσεις, νέες θέσεις εργασίας και θα διαφοροποιήσουν κατά περίπτωση την υφιστάμενη φθίνουσα ή λανθάνουσα οικονομική παραγωγική βάση των κατοίκων της περιοχής.

Μία στρατηγική βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, για να είναι επιτυχής, απαιτεί μια σειρά από προϋποθέσεις:

- ◆ Πρώτον, θα πρέπει να στηρίζεται στον εντοπισμό και την αξιολόγηση των επιμέρους δεδομένων, αλλά και της συνολικής εικόνας του κάθε τόπου, και με αυτή την έννοια είναι μοναδική για κάθε τόπο-περιοχή και μη επαναλαμβανόμενη. Η στρατηγική, λοιπόν, θα πρέπει να στηρίζεται στα πραγματικά δεδομένα της τοπικής οικονομίας, αξιολογώντας σωστά το «βάρος» των προβλημάτων και των δυσκολιών στην επιλογή δράσεων και στην άσκηση πολιτικών.
- ◆ Δεύτερον, η αναπτυξιακή τουριστική στρατηγική πρέπει να έχει δυναμικό χαρακτήρα και όχι στατικό. Αυτό σημαίνει ότι η έμφασή της δεν βρίσκεται στην κατανόηση της υφιστάμενης κατάστασης αλλά στη δημιουργική παρέμβαση (ΙΝΣΕΤΕ θ, 2015).
- ◆ Τρίτον, η αναπτυξιακή στρατηγική θα πρέπει να είναι «εμπροσθοβαρής». Σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο κόσμο, η αναπτυξιακή στρατηγική για περιοχές και τόπους που εξελίσσονται με γοργούς ρυθμούς, θα πρέπει να έχει το βλέμμα στραμμένο στο μέλλον και όχι στο παρελθόν. Θα πρέπει να βλέπει μπροστά, να κατανοεί εγκαίρως τις νέες τάσεις στην οικονομία και τον τουρισμό και να αξιοποιεί ευκαιρίες και δυνατότητες που παρέχονται στο παρόν. Έννοιες όπως η ποιότητα, η δημιουργικότητα, η εξωστρέφεια και η αναζήτηση του καινούργιου γίνονται κεντρικά στοιχεία της στρατηγικής και βρίσκουν την έκφρασή τους σε μια σειρά

από συγκεκριμένες αναπτυξιακές πολιτικές. Συνεπώς, η αναπτυξιακή τουριστική στρατηγική για το Δήμο Θηβαίων, θα πρέπει να διαμορφώσει όρους για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, την υποστήριξη τουριστικών επενδύσεων, τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος με την ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, τη βελτίωση των υποδομών, τη δημιουργία στρατηγικής marketing, την εκπαίδευση και κατάρτιση των απασχολούμενων στον τουρισμό, τη χρήση νέων τεχνολογιών και την ενεργό και ευρεία εμπλοκή των νέων γενεών στο γίνεσθαι της νέας οικονομίας, των τεχνολογιών, και της καινοτομίας (ΙΝΣΕΤΕ δ, 2015)

- ◆ Τέταρτον, η στρατηγική της βιώσιμης ανάπτυξης -δεδομένης της στενότητας των διαθέσιμων πόρων και συνεπώς του υψηλού κόστους ευκαιρίας της κάθε πολιτικής- θα πρέπει να κατανέμει περιορισμένους πόρους σε εναλλακτικές χρήσεις, έτσι ώστε να πετύχει υψηλή συνέργια μέσων και υψηλή αποτελεσματικότητα. Με δεδομένο ότι οι σημαντικότεροι αναπτυξιακοί πόροι για τη χώρα μας προέρχονται από την Ε.Ε. και δεδομένες τις τάσεις συμπίεσης του Προϋπολογισμού, η ανάγκη ουσιαστικής αξιοποίησης των διαθέσιμων πόρων του ΕΣΠΑ 2014-2020 είναι ιδιαίτερα επιτακτική. Με τα σημερινά δεδομένα, η αξιοποίηση σύγχρονων εργαλείων χρηματοδότησης, αλλά και η μόχλευση πόρων μέσω της στοχευμένης χωρικής προσέγγισης που επιτάσσουν πλέον οι Κανονισμοί των ΕΔΕΤ της περιόδου 2014-2020, μας θέτουν σε ένα δημιουργικό περιβάλλον και πεδίο δράσης, ώστε η σχεδιαζόμενη στρατηγική για το Δήμο Θηβαίων να αποκτήσει πολυταμειακό και πολυτομιακό χαρακτήρα και να εξελιχθεί σε μια συμπαγή πρόταση για τοποκεντρική (place-based) προσέγγιση της χρηματοδότησης των αναγκαίων έργων (ΙΝΣΕΤΕ στ, 2015).
- ◆ Τέλος, η αειφορική αναπτυξιακή στρατηγική, για να είναι αποτελεσματική, θα πρέπει να στηρίζεται σε μια ευρύτερη κοινωνική συναίνεση, να πείθει και να κινητοποιεί ευρύτερα κοινωνικά και οικονομικά στρώματα. Για να γίνει αυτό θα πρέπει οι πολιτικές να αποφεύγουν τη μονομέρεια και να προσφέρουν δυνατότητες για αναπτυξιακό μέρισμα σε όλες τις κοινωνικές και οικονομικές τάξεις της περιοχής.

4.2 Το αναπτυξιακό όραμα και οι κύριοι στόχοι της αειφορικής αναπτυξιακής στρατηγικής για το Δ. Θηβαίων

Το όραμα για το Δήμο Θηβαίων πρέπει να αποτελεί μία νέα «διήγηση» για τη βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής και η οποία παράλληλα να καλύπτει :

- τον διαχρονικό αρχαιολογικό πλούτο της περιοχής και την πολιτιστικής της κληρονομιά
- την αποτελεσματική αντιμετώπιση των θεμάτων προστασίας της βιοποικιλότητας και διαχείρισης του περιβάλλοντος και της φυσικής κληρονομιάς
- την ευημερία του τοπικού πληθυσμού
- τις οικονομικές δραστηριότητες με έμφαση στη γεωργία και την επεξεργασία αγροτικών προϊόντων, στον τουρισμό και στον τομέα των υπηρεσιών.

Οι στόχοι ανάπτυξης είναι ο τόπος να είναι βιώσιμος και ελκυστικός, ανοιχτός και διεθνής, δημιουργικός και ανταγωνιστικός ενώ την ταυτότητά του ο Δήμος πρέπει να τη χτίζει στηριζόμενος στην παράδοση, την ιστορία, την αυθεντικότητα και την ποικιλομορφία του.

Συνοψίζοντας θα λέγαμε ότι το όραμα για το Δήμο Θηβαίων είναι να γίνει μία ανθρωπογεωγραφική ενότητα με συνοχή και συνέχεια στο χρόνο, αξιοποιώντας αξίες, πόρους και εμπειρίες που αντανακλούν τη σύνδεση πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς.

Απώτερος στόχος της περιοχής είναι η βελτίωση της προσβασιμότητας και της ελκυστικότητάς της ως τόπου διαβίωσης, παραγωγής και εργασίας μέσα της «έξυπνης» και βιώσιμης ανάπτυξης, της βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας της τοπικής οικονομίας, της αποτελεσματικής προστασίας του περιβάλλοντος και της ενίσχυσης της κοινωνικής και εδαφικής συνοχής. Αρχές δηλαδή στηριζόμενες στους νέους κανονισμούς των ΕΔΕΤ και τις κατευθύνσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και του νέου ΕΣΠΑ 2014-2020.

4.3 Άξονες προτεραιότητας της ολοκληρωμένης χωρικής στρατηγικής βιώσιμης ανάπτυξης για το Δ. Θηβαίων

Η πραγματοποίηση του οράματος του Δήμου Θηβαίων προϋποθέτει τον καθορισμό αξόνων προτεραιότητας (Α.Π.) πάνω στους οποίους θα στηριχθεί η στρατηγική και το σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης.

Η ανάλυση και η αξιολόγηση δείχνουν ότι υπάρχουν τέσσερις (4) μεγάλοι άξονες στους οποίους ο τόπος πρέπει να επικεντρώσει τις προσπάθειές του:

- Άξονας Προτεραιότητας 1: Προστασία ανθρωπογενούς και φυσικού περιβάλλοντος και προώθηση των υποδομών
- Άξονας Προτεραιότητας 2: Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της

εξωστρέφειας της τοπικής οικονομίας

- Άξονας Προτεραιότητας 3 : Προώθηση της απασχόλησης, της ανάπτυξης των ανθρώπινων πόρων και της κοινωνικής συνοχής
- Άξονας Προτεραιότητας 4: Βελτίωση του τοπικού σχεδιασμού

Οι Άξονες Προτεραιότητας αναλύονται στα υποκεφάλαια από 4.3.1 έως 4.3.4. που ακολουθούν, ανά κατηγορία παρέμβασης και περιγραφή των κατηγοριών.

4.3.1. Άξονας Προτεραιότητας 1: Προστασία ανθρωπογενούς και φυσικού περιβάλλοντος και προώθηση των υποδομών

Κατηγορία παρέμβασης:

Ολοκληρωμένη διαχείριση-προστασία-ανάδειξη αρχαιολογικών χώρων σε αμοιβαία συνύπαρξη με περιβάλλον χώρο και δρώντες φορείς.

Περιγραφή κατηγοριών:

- Αναγνώριση όλων των περιοχών αρχαιολογικού ενδιαφέροντος και διασφάλισή τυχόν απαιτούμενων εκτάσεων με πρόσθετες αγορές και απαλλοτριώσεις.
- Διασφάλιση του κανονιστικού πλαισίου που θα διέπει τις διακριτές αρχαιολογικές ζώνες.
- Αξιολόγηση των αρχαιολογικών χώρων και μνημείων και κατάρτιση ιεραρχημένων προγραμμάτων συντήρησης και αποκατάστασης.
- Ενοποίηση αρχαιολογικών και πολιτιστικών χώρων: Η δράση συνίσταται στην προώθηση ενός προγράμματος ενοποίησης των αρχαιολογικών και πολιτιστικών χώρων των Δημοτικών Ενοτήτων με ναυαρχίδα το Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών με δημιουργία «πολιτιστικής διαδρομής» (κηρυγμένοι δημόσιοι αρχαιολογικοί χώροι, διατηρούμενοι σε υπόγεια αρχαιολογικοί χώροι, μελλοντικοί αρχαιολογικοί χώροι, πολιτιστικές υποδομές, νεότερα μνημεία και αξιόλογα σύνολα) με κατάλληλες διαμορφώσεις επί του εδάφους, ούτως ώστε να διευκολύνεται η κίνηση των πεζών κατά μήκος τους, αλλά να είναι δυνατή και η προσπέλαση με οχήματα για οργανωμένες επισκέψεις ομάδων. Οι διαδρομές θα ενσωματώνουν και άλλα στοιχεία του αστικού ιστού συμπληρωματικά προς τους πολιτιστικούς πόρους (πχ. χώρους πρασίνου και αναψυχής).
- Κατάρτιση αφηγήσεων για την κατανόηση από τους κατοίκους και τους επισκέπτες του αρχαιολογικού πλούτου της περιοχής και των ιστορικών περιόδων ανάπτυξης.
- Αξιοποίηση νέων τεχνολογιών για τη διάχυση της πληροφορίας και την αποκάλυψη στοιχείων που ζωντανεύουν το χώρο και εμπλουτίζουν την εμπειρία.

- Ριζική βελτίωση των υποδομών για τους επισκέπτες:
 - (α) προσπελασιμότητα, στάθμευση, διαδρομές, πωλητήρια, χώροι υγιεινής, σήμανση
 - (β) δημιουργία ενός Κέντρου Υποδοχής Επισκεπτών και Πληροφόρησης (αξιοποίηση του παλαιού Νοσοκομείου πλησίον Αρχαιολογικού Μουσείου)
 - Εξορθολογισμός των χρήσεων των υποστηρικτικών υποδομών, για λόγους λειτουργικούς και οικονομικούς και παράλληλα:
 - (α) ανάπλαση/ ανάδειξη επιλεγμένων κτιρίων συμβάλλοντας στην αποκατάσταση της ιστορικής μνήμης του τόπου και λειτουργώντας ως πρότυπα σύγχρονης παρέμβασης και ως σημεία αναφοράς κυρίως για την πόλη των Θηβών
 - (β) οργανική / αισθητική επανασύνδεση των κτιρίων με τα αρχαιολογικά κατάλοιπα, ώστε να αποτελέσουν ζωντανό κομμάτι του αρχαιολογικού πάρκου.
 - (γ) άνοιγμα στο κοινό των εργασιών συντήρησης και καταγραφής αρχαιολογικών καταλοίπων, ώστε να αποτελέσουν ένα ζωντανό κομμάτι μιας συνεχούς διαδικασίας κατανόησης και ανάδειξης τους.
- (INSETE 1, ια & ιβ, 2015)

Κατηγορία παρέμβασης:

Προστασία και ολοκληρωμένη αναβάθμιση νεωτέρων οικιστικών συνόλων.

Περιγραφή κατηγοριών:

- Αναγνώριση, καταγραφή και αποτύπωση των παραδοσιακών γειτονιών της Θήβας αλλά και ορισμένων κοινοτήτων με παραδοσιακά κτίσματα και ανάλυση των μορφολογικών χαρακτηριστικών της τοπικής αρχιτεκτονικής.
- Ενθάρρυνση –μέσω κινήτρων– της επανάχρησης αξιόλογων παραδοσιακών κτισμάτων κυρίως για τουριστικές χρήσεις, με πρωταρχικό στόχο την ανάδειξη της τοπικής αρχιτεκτονικής κληρονομιάς και την ενίσχυση της συνέχειας και συνοχής του χώρου.

Κατηγορία παρέμβασης:

Διαρκής προβολή του Αρχαιολογικού Μουσείου Θηβών.

Περιγραφή κατηγοριών:

Ανάπτυξη στρατηγικής marketing για τη διαρκή προβολή, ανάδειξη και διεθνής αναγνώριση του νέου Αρχαιολογικού Μουσείου Θηβών.

Κατηγορία παρέμβασης:

Αξιοποίηση και ολοκληρωμένη διαχείριση λαογραφικών μουσείων.

Περιγραφή κατηγοριών:

- Δημιουργία δημοτικού λαογραφικού μουσείου.
- Δίκτυο λαογραφικών μουσείων περιοχής Δήμου Θηβαίων με σκοπό τη βελτίωση λειτουργίας τους και την προβολή τους.

Κατηγορία παρέμβασης:

Προστασία και ολοκληρωμένη αναβάθμιση των παραλιών.

Περιγραφή κατηγοριών:

- Διαμόρφωση/βελτίωση/αξιοποίηση των παραλιών του Δήμου και της προσβασιμότητας αυτών. Πρόβλεψη για πρόσβαση και κολύμπι ΑΜΕΑ, εγκατάσταση ντουζιέρων και αποδυτηρίων.

Κατηγορία παρέμβασης:

Προστασία, οικολογική διαχείριση και ανάδειξη των τοπικών οικοσυστημάτων και βιοποικιλότητας.

Περιγραφή κατηγοριών:

- Απογραφή των ευαίσθητων οικοσυστημάτων –πέρα από τις περιοχές Natura2000– και των απειλούμενων ειδών χλωρίδας και πανίδας.
- Κατάρτιση προγραμμάτων διαχείρισης, προστασίας και αποκατάστασης της φυσικής κληρονομιάς, ιδιαίτερα των πευκοδασών και των παραλιών, σε συνδυασμό με τις καλλιέργειες στα πεδινά μέρη και στους λόφους, που συνθέτουν ένα μωσαϊκό με ιδιαίτερο αισθητικό και οικολογικό ενδιαφέρον.
- Ιδιαίτερη έμφαση στην αποκατάσταση των φυσικών και πολιτιστικών αξιών της λίμνης Υλίκης και της Παραλίμνης που παραμένουν μέχρι σήμερα αναξιοποίητες.
- Οργάνωση Φορέα Διαχείρισης σε επίπεδο Δήμου με στόχο την προστασία, αποκατάσταση και βελτίωση των φυσικών αξιών, μέσω οργάνωσης και συντονισμού χρήσεων και δραστηριοτήτων στο χώρο και το χρόνο, διασφαλίζοντας τη βιωσιμότητα της περιοχής. Έτσι, μπορεί το φυσικό περιβάλλον και η προστασία του να αποτελέσουν το κύριο αναπτυξιακό εργαλείο ορισμένων περιοχών, με περιορισμένες εξαρτήσεις από εξωτερικούς παράγοντες.

- Αξιοποίηση της βιοποικιλότητας της περιοχής με την κατάρτιση προγραμμάτων επίσκεψης και οικοτουρισμού, συνδυαζόμενων και με τους αρχαιολογικούς χώρους (π.χ. άμεση ενεργοποίηση της λειτουργίας του Κέντρου Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης του μοναδικού στο νομό).
- Σχεδιασμός περιπατητικών –ορειβατικών διαδρομών στο Δάσος Μοσχοποδίου, στον Κιθαιρώνα, στο Σαγμάτιο- Ύπατο όρος, στον Ελικώνα και στο Σφίγγειον όρος και διασύνδεσή τους με τη μυθολογία ή την θρησκευτική ιστορία.

4.3.2. Άξονας Προτεραιότητας 2: Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας της τοπικής οικονομίας

Κατηγορία παρέμβασης:

Προώθηση της γεωργικής δραστηριότητας σε αρμονία με τις περιβαλλοντικές χρήσεις και διασύνδεση με τοπικό τουριστικό σύστημα (ΙΝΣΕΤΕ ζ,2015)

Περιγραφή κατηγοριών:

- Προστασία των αγροτικών τοπίων του Θηβαϊκού κάμπου που συνθέτουν και αναπαριστούν την κοινωνικο-παραγωγική οργάνωση, τις διαχρονικές αντιλήψεις, τις τεχνικές και τις πρακτικές διαχείρισής του.
- Προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση των χαρακτηριστικών αγροτροφικών προϊόντων της Θηβαϊκής γης (όπως το κρασί, το ελαιόλαδο, το καρότο, η πατάτα, το κρεμμύδι, τα όσπρια κ.ά.) σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, σε συνδυασμό με τη ζώσα παράδοση και την άυλη κληρονομιά του τόπου.
- Δημιουργία ετήσιου φεστιβάλ / γιορτής γαστρονομίας π.χ. «Οι δρόμοι του κρασιού» (οινοτουρισμός), «Γιορτή Πατάτας» και ανάδειξη των θεσμοθετημένων (βλ. Γιορτή της Φασολάδας- Πλαταιές)
- Προώθηση της ποιοτικής και βιολογικής γεωργίας.
- Αξιοποίηση των περιφερειακών στρατηγικών RIS3 (στρατηγικές έρευνας και καινοτομίας για έξυπνη εξειδίκευση), όπου το τοπικό αναπτυξιακό όραμα θα εντάσσεται στις προτεραιότητες του περιφερειακού οράματος.
- Προώθηση ενός «εδαφικού καλαθιού προϊόντων και υπηρεσιών» που θα περιλαμβάνει τα διακριτά προϊόντα της Θηβαϊκής γης σε συνέργεια με διακριτές αγροτουριστικές και οικο-τουριστικές διαδρομές.

Κατηγορία παρέμβασης:

Ολοκληρωμένη τουριστική ανάπτυξη και προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού.

Περιγραφή κατηγοριών:

- Δημιουργία ενός σύνθετου τουριστικού προϊόντος εναλλακτικής μορφής (ως προς τον μαζικό τουρισμό) αξιοποιώντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής, την εγγύτητα της Θήβας με άλλα σημαντικά αξιοθέατα στη Βοιωτία, τις δυνατότητες ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού, ενισχύοντας τις ώρες επίσκεψης και επεκτείνοντας τις περιόδους αιχμής.
- Αξιοποίηση ενός πλέγματος αξιόλογων σημείων – προορισμών σε τοπικό και υπερτοπικό επίπεδο.
- Αξιοποίηση της φήμης (brand name) του προορισμού λόγω της ιστορικής σημασίας της Θήβας (και των Πλαταιών).
- Διασύνδεση της πολιτιστικής με τη φυσική κληρονομιά.
- Διασύνδεση της στοχευμένης αγροτικής παραγωγής με την τουριστική εμπειρία.
- Προσέλκυση επενδύσεων για τουριστικές μονάδες σε κατάλληλα σημεία του χώρου.
- Ανάδειξη και στήριξη του αιωροπτερισμού στις Πλαταιές.
- Επιδίωξη διοργάνωσης πανελλήνιων αθλητικών αγώνων (π.χ. Τοξοβολία, Badminton κα).
- Αξιοποίηση του Συνεδριακού Κέντρου Θήβας για την ανάπτυξη συνεδριακού τουρισμού.
- Αποκατάσταση/ βελτίωση περιβάλλοντος χώρου Καστελλίων (Τάφοι Τέκνων Οιδίποδα) με διαμόρφωση μικρού θεάτρου και φωτισμό του αρχαιολογικού χώρου προκειμένου να πραγματοποιούνται παραστάσεις αρχαίας τραγωδίας κυρίως από το Θηβαϊκό Κύκλο.
- Αποκατάσταση/ βελτίωση αρχαίου θεάτρου «Καβείριον» προκειμένου να πραγματοποιούνται παραστάσεις αρχαίας τραγωδίας κυρίως από το Θηβαϊκό Κύκλο.
- Ανάπτυξη τουρισμού θεάτρου (διάθεση θεάτρου «Μελίνα Μερκούρη» στο Μοσχοπόδι, Αρχαίο Θέατρο Καβειρίου) και θεσμοθέτηση φεστιβάλ αρχαίου θεάτρου στη Θήβα, στην πόλη που γέννησε την τραγωδία.

Κατηγορία παρέμβασης:

Εξασφάλιση υψηλού επιπέδου ικανοποίησης παρεχομένων υπηρεσιών προς κατοίκους και επισκέπτες.

Περιγραφή κατηγοριών:

- Βελτίωση των δραστηριοτήτων του τριτογενούς τομέα, ώστε να παρέχονται ικανοποιητικές υπηρεσίες σε τοπικό επίπεδο, που να εξυπηρετούν τον πολίτη και ιδιαίτερος τον τουρίστα έλληνα και ξένο, διευρύνοντας και το ωράριο λειτουργίας.
- Περιορισμός της εξάρτησης από την Αθήνα για την παροχή υπηρεσιών.

Κατηγορία παρέμβασης:

Ανάπτυξη επιχειρηματικότητας και δημιουργίας εισοδημάτων μέσα από την βιώσιμη ανάπτυξη των δυναμικών τομέων τοπικής οικονομίας.

Περιγραφή κατηγοριών:

- Ιδιαίτερη έμφαση στη διατήρηση στην περιοχή υψηλών επιπέδων απασχόλησης, κυρίως στους τομείς της γεωργίας και του τουρισμού.
- Καταπολέμηση της φτώχια και εξασφάλιση ικανοποιητικών επιπέδων διαβίωσης.

4.3.3. Άξονας Προτεραιότητας 3: Προώθηση της απασχόλησης, της ανάπτυξης των ανθρώπινων πόρων και της κοινωνικής συνοχής

Κατηγορία παρέμβασης:

Διασφάλιση των κοινωνικών εξυπηρετήσεων στην περιοχή παρέμβασης για την επίτευξη κοινωνικής συνοχής

Περιγραφή κατηγοριών:

- Αξιοποίηση των προσκυνημάτων και των χριστιανικών παραδόσεων για την προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού.
- Αξιοποίηση αρχαιολογικών και θρησκευτικών χώρων μέσω της δημιουργίας δρώμενων και λειτουργιών που αποκαθιστούν τη βιωματική σχέση με το χώρο και τη μνήμη του.
- Συμπλήρωση άλλων εξυπηρετήσεων για τους κατοίκους (δημόσιων, δημοτικών και ιδιωτικών) που προωθούν την τοπική οικονομία και ενισχύουν την ταυτότητα του χώρου.

Κατηγορία παρέμβασης:

Αξιοποίηση και ανάπτυξη δεξιοτήτων τοπικού ανθρώπινου δυναμικού και προώθηση επαγγελματικής κατάρτισης και δια βίου μάθησης προς όφελος της ολοκληρωμένης ανάπτυξης της περιοχής.

Περιγραφή κατηγοριών:

- Υλοποίηση στοχευμένων προγραμμάτων για την προώθηση της απασχόλησης σε τοπικό επίπεδο.
- Διάγνωση τοπικών αναγκών αγοράς εργασίας.
- Κατάρτιση και αναβάθμιση δεξιοτήτων του τοπικού παραγωγικού δυναμικού ειδικών ομάδων πληθυσμού με σκοπό την ενσωμάτωση στο νέο μοντέλο διαχείρισης της ανάπτυξης του Δήμου Θηβαίων (άνεργοι, νέοι, γυναίκες)
- Προώθηση κοινωνικών επιχειρήσεων με παράλληλη κατάρτιση σε παραδοσιακά επαγγέλματα και διασύνδεση με τουρισμό και πολιτισμό
- Σύνταξη Τοπικού Συμφώνου για την Κοινωνική Οικονομία – σύνδεση δεξιοτήτων και προσόντων με τοπική οικονομία.

Κατηγορία παρέμβασης:

Προώθηση της ενσωμάτωσης της «Κοινωνία των πολιτών», στην ολοκληρωμένη διαχείριση του φυσικού και ανθρωπογενούς χώρου με σκοπό την επαυξημένη προστασία των φυσικών και άλλων περιβαλλοντικών πόρων.

Περιγραφή κατηγοριών:

- Διαβούλευση, ενημέρωση, ευαισθητοποίηση των τοπικών φορέων και της κοινωνίας για το σχεδιαζόμενο όραμα ανάπτυξης της περιοχής.
- Αξιοποίηση υφιστάμενων πολιτιστικών συλλόγων και φορέων που συμβάλλουν στην ανάδειξη της χωρικής ταυτότητας της περιοχής
- Αποδοχή της αναγκαιότητάς ενός ολιστικού Διαχειριστικού Σχεδίου Ανάπτυξης και στήριξή του τόσο από τις αρμόδιες αρχές όσο και από την τοπική κοινωνία.

4.3.4. Άξονας Προτεραιότητας 4: Βελτίωση του τοπικού σχεδιασμού

Κατηγορία παρέμβασης:

Βελτίωση του επιπέδου προγραμματισμού των ενεργειών των εμπλεκόμενων φορέων/ δρώντων στην διαδικασία προστασίας και ανάδειξης του Δήμου Θηβαίων

Περιγραφή κατηγοριών:

- Ανάγκη για εμπλοκή στον προγραμματισμό υποδομών, έργων και προγραμμάτων, όλων των εμπλεκομένων στη διαδικασία.
- Συνεργασία φορέων κεντρικής κυβέρνησης με τοπική αυτοδιοίκηση και επιστημονικούς φορείς για την αρμονική συνύπαρξη και διαχείριση του πολιτιστικού αποθέματος της περιοχής του Δήμου Θηβαίων.
- Δημιουργία μόνιμου μηχανισμού κατάρτισης και παρακολούθησης σχεδίου διαχείρισης της περιοχής

Κατηγορία παρέμβασης:

Προώθηση της συμμετοχικότητας και κοινωνικής συναίνεσης στη διαχείριση και σχεδιασμό των τοπικών υποθέσεων.

Περιγραφή κατηγοριών:

- Δημιουργία Τοπικού Φόρουμ ή/ και συντονιστικού οργάνου με τη συμμετοχή φορέων εκπροσώπησης πολιτών ή ομάδων ειδικού ενδιαφέροντος (πολιτιστικοί σύλλογοι, συνεταιρισμοί κ.α.)
- Υλοποίηση ερευνών σε περιοδική βάση με αναφορά σε πολίτες-κατοίκους και επισκέπτες με σκοπό την ύπαρξη τοπικού βαρομέτρου στάσεων και αντιλήψεων σχετικά με τις αποφάσεις της διοίκησης (κεντρικής ή/ και αποκεντρωμένης)

Κατηγορία παρέμβασης:

Προώθηση της διεθνοποίησης του τόπου και των ενεργειών συμμετοχικού προγραμματισμού.

Περιγραφή κατηγοριών:

- Ενίσχυση της ταυτότητας της πόλης. Συνεργασία σε επίπεδο προγραμματικής συμφωνίας εμπλεκομένων μερών προκειμένου να στοιχειοθετηθεί πλάνο διεθνούς προβολής της Θήβας και εν γένει του Δήμου Θηβαίων
- Μέτρα και ενέργειες για καλύτερη πληροφόρηση στην πόλη.
- Αξιοποίηση ΤΠΕ/κατασκευή τουριστικής ιστοσελίδας που θα παρέχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τους επισκέπτες/ εφαρμογές κινητού για ξενάγηση σε αρχαιολογικούς χώρους, πολιτιστικά θρησκευτικά μνημεία κ.α.
- Συνεργασία με συλλογικούς ή επιστημονικούς φορείς προώθησης της τοπικής ιστορικής γνώσης.
- Θεσμοθέτηση και λειτουργία φορέα προώθησης του Δήμου Θηβαίων ως διεθνώς αναγνωρισμένου ιστορικού τόπου υψηλής αξίας.

4.3 Προς μία ολοκληρωμένη στρατηγική επικοινωνίας του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης για το Δήμο Θηβαίων

Είναι απαραίτητη η δημιουργία ενός κατάλληλου μηχανισμού που θα αναλάβει τον συντονισμό των ενεργειών, τη διαχείριση και την παρακολούθηση της εφαρμογής του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης. Ο Δήμος Θηβαίων μπορεί να αξιοποιήσει γι' αυτό το σκοπό την ήδη υπάρχουσα Επιτροπή Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής του, ώστε να εξασφαλίζεται ο θεσμικός χαρακτήρας της τουριστικής διαχείρισης του Δήμου, ως **προορισμός**.

Η επιτροπή αυτή (επιτροπή παρακολούθησης της υλοποίησης) θα έχει την κύρια ευθύνη για την υλοποίηση του σχεδίου. Θα συντονίζει τις ενέργειες υλοποίησης, θα λαμβάνει αποφάσεις για την υλοποίηση του σχεδίου, θα κατευθύνει τους εμπλεκόμενους δημόσιους περιφερειακούς και τοπικούς φορείς. Θα είναι επίσης υπεύθυνη για την αξιολόγηση και τον ανασχεδιασμό της πολιτικής. Το όργανο αυτό να έχει, ακόμα, την ευθύνη της εισήγησης προς το Δημοτικό Συμβούλιο του Δήμου Θηβαίων ή αντίστοιχων δομών αρμοδίων για λήψη σχετικών αποφάσεων (π.χ. Περιφερειακό Συμβούλιο, Επιτροπή Παρακολούθησης ΠΕΠ κ.α.) για την άσκηση ενεργειών που έχουν ουσιαστική σημασία για την υλοποίηση του σχεδίου. Παράλληλα, θα σχεδιάζει και θα διευθύνει τις προσπάθειες κινητοποίησης των τοπικών παραγόντων και θα έχει την ευθύνη της συνολικής δημοσιότητας, προβολής και διαφάνειας των διαδικασιών του στρατηγικού σχεδίου.

Ο τουρισμός αποτελεί μια δραστηριότητα εντεταγμένη στο συνολικό κοινωνικοοικονομικό και οικολογικό σύστημα. Δεν υπάρχει κανένα πεδίο της τοπικής οικονομίας και κοινωνίας, αλλά και του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος, που να μην επηρεάζει και να μην επηρεάζεται από την τουριστική δραστηριότητα. Συνεπώς, λόγω αυτής της φύσης του αλλά και λόγω της ιδιαίτερα σημαντικής συμβολής του στην περιφερειακή ανάπτυξη είναι αναγκαία η συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων στο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης και στην άσκηση τουριστικής πολιτικής.

Σε μία ιδιαίτερα ανταγωνιστική εθνική και διεθνή τουριστική αγορά η προβολή των τουριστικών προϊόντων μιας περιοχής αποτελεί καθοριστικό παράγοντα της προσέλκυσης τουριστών. Η στρατηγική προβολής για να έχει επιτυχία θα πρέπει να προκύπτει συνεργατικά, να διαθέτει επαρκείς πόρους, να στοχεύει στις κατάλληλες αγορές, να εφαρμόζεται έγκαιρα κ.α.

Στόχοι ενός προγράμματος marketing μιας τουριστικής περιοχής είναι:

1. Συστηματική προβολή της περιοχής στη διεθνή και εθνική αγορά με όλα τα διαθέσιμα μέσα, η οποία δεν πρέπει να επηρεάζεται από συγκυρίες.
2. Συγκρότηση μιας ιδιαίτερης διαφημιστικής εικόνας της περιοχής μέσω της ανάδειξης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της.
3. Διαρκής αναζήτηση νέων αγορών και ομάδων στόχων καθώς η ζήτηση συνεχώς εξειδικεύεται και ένα διαφοροποιημένο προϊόν, όπως ο τουρισμός υπαίθρου μπορεί να διεκδικήσει δυναμικά τμήματα της παγκόσμιας αγοράς.
4. Συνεργασία με κατοίκους, κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς και επιχειρήσεις της περιοχής που να διασφαλίζει το γεγονός ότι το πρόγραμμα marketing θα προκύψει ως σύνθεση των απόψεων των διαφορετικών ομάδων συμφερόντων.
5. Σύνθεση του προγράμματος marketing με τους βασικούς στόχους και σκοπούς του σχεδιασμού και της διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι το Marketing μιας περιοχής, όπως είναι ο Δήμος Θηβαίων αποτελεί το σύγχρονο τρόπο αντιμετώπισης μιας χωρικής οντότητας στο επίπεδο της τοπικής οικονομικής ανάπτυξης. Η σύγχρονη οικονομική αντίληψη και η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, διασταυρώνονται και αποκτούν κοινές εκφράσεις μέσω του place marketing. Αποτελεί ένα εργαλείο σχεδιασμού, ενώ διαφέρει κατά πολύ από τα συμβατικά αναπτυξιακά σχέδια.

Στα πλαίσια ενός ολοκληρωμένου Σχεδίου Μάρκετινγκ, το κομμάτι που αφορά το «πακέτο» προώθησης, αποτελεί ίσως το πιο ουσιαστικό στοιχείο για την επιτυχή εφαρμογή του σχεδίου. Ο ρόλος του πακέτου προώθησης είναι να μεταφέρει με αποτελεσματικότητα και ορθότητα το μήνυμα/ το προϊόν στους αποδέκτες, που είναι οι αγορές στόχοι. Η στρατηγική, προβολής και προώθησης, του προϊόντος του Δήμου Θηβαίων χωρίζεται σε τέσσερις (4) βασικούς άξονες/ θεματικές ενότητες :

- τη Διαφήμιση
- τις Εκδηλώσεις – Γεγονότα
- τις Δημόσιες Σχέσεις
- τις Συνεργασίες.

Κάθε ένας από τους προαναφερόμενους άξονες – τομείς περιλαμβάνει συγκεκριμένες ενέργειες και δράσεις, τα οποία και αποτελούν σημαντικά εργαλεία στην προσπάθεια προβολής και προώθησης της περιοχής του Δήμου Θηβαίων

Οι δράσεις που προτείνονται ανά θεματική ενότητα είναι οι εξής :

A) Διαφήμιση

Η **διαφήμιση** αποτελεί το ιδανικό εργαλείο προβολής γιατί διαθέτει αμεσότητα και επικεντρώνεται απόλυτα στον στόχο. Όμως η αποτελεσματικότητά της είναι μεσομακροχρόνια, δηλαδή το αποτέλεσμα μιας διαφημιστικής καμπάνιας δε μπορεί να καταγραφεί και να εκφραστεί σε αριθμούς παρά μόνο μετά το πέρασμα χρόνων. Η διαφήμιση στα ΜΜΕ είναι ιδιαίτερα χρήσιμη:

- για την υπενθύμιση του τουριστικού προορισμού και τη διατήρηση της εικόνας του στον τηλεθεατή/ δυνητικό επισκέπτη,
- για την προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού, που απευθύνονται στο κοινό εκείνο που περιμένει μέχρι την τελευταία στιγμή για να αποφασίσει, που θα περάσει τις διακοπές του και γενικώς κινείται αυθόρμητα.

Η διαφήμιση στην **Τηλεόραση** μπορεί να γίνει με τηλεοπτικά μηνύματα και με τηλεοπτικές παραγωγές. Χρησιμοποιεί σύνθετα οπτικά, ακουστικά αλλά και αισθητικά. Τα τηλεοπτικά μηνύματα είναι ιδιαίτερα εύχρηστα για τη δημιουργία εντυπώσεων όσο και την διαμόρφωση «προφίλ» των προϊόντων ή υπηρεσιών, αλλά μειονεκτούν ιδιαίτερα στην παροχή εξειδικευμένων πληροφοριών, που ειδικά για κάποιες προσφερόμενες υπηρεσίες να είναι απαραίτητη η δημοσίευση τους. Ένα επιπλέον στοιχείο είναι ότι κοστίζουν ακριβά. Οι τηλεοπτικές παραγωγές είναι ένα άλλο εργαλείο προβολής η χρηστικότητα του οποίου είναι τόσο στην τηλεόραση, όσο και ως εργαλείο προβολής σε εκθέσεις, τουριστικά δίκτυα κλπ. Οι παραγωγές αυτές θα πρέπει να αξιοποιηθούν κυρίως για την οικοδόμηση του μοντέλου εναλλακτικού τουρισμού.

Η διαφήμιση στο διαδίκτυο αποτελεί ένα είδος διαφήμισης που χρησιμοποιείται πλέον με συγκεκριμένα αποτελέσματα. Εκτιμάται ότι το συγκεκριμένο είδος θα καταλαμβάνει όλο και περισσότερη «πίτα» από τις διαφημίσεις γιατί διαθέτει ένα κομμάτι ενεργητικής προβολής, το οποίο και επιζητείται πλέον από την καταναλωτή. Στην συγκεκριμένη περίπτωση η διαφήμιση θα περιλαμβάνει την ενοικίαση χώρου σε κεντρική ιστοσελίδα και η προβολή ενός banner, το οποίο θα διασυνδέεται με την κεντρική πύλη της τουριστικής

προβολής της περιοχής του Δήμου Θηβαίων και γενικά θα προβάλει στοιχεία της περιοχής, τηλεοπτικά μηνύματα κλπ

Τα **μηνύματα σε έντυπα** αποτελούν επίσης ένα είδος διαφήμισης με σημαντική αποτελεσματικότητα. Η διαφήμιση μέσω εντύπων (καταχωρήσεις) στοχεύει στο σύνολο των στρατηγικών στόχων της πολιτικής προβολής, δεδομένου ότι κινητοποιεί τόσο τον μαζικό τουρισμό, όσο και τον εναλλακτικό και βοηθά την ανάπτυξη τόσο των λανθανουσών περιοχών, όσο και την στήριξη και διατήρηση των ώριμων.

Η διαφήμιση αυτής της μορφής περιλαμβάνει:

- ένα μήνυμα με απλή καταχώρηση σε περιοδικό ή άλλο κλαδικό έντυπο,
- ένα αφιέρωμα ή ολοκληρωμένη παρουσίαση ενός τουριστικού θέματος, προορισμού, κλπ

Τα κρίσιμα ζητήματα της διαφήμισης μέσω των εντύπων μέσων είναι:

- το έντυπο στο οποίο θα γίνει η καταχώρηση καθώς και το στοχο-θετούμενο κοινό
- το περιεχόμενο της δημοσίευσης
- το χρόνο δημοσίευσης
- το μέγεθος και το σημείο – σελίδα μέσα στο έντυπο στο οποίο θα γίνει η δημοσίευση
- η συχνότητα δημοσίευσης
- το δημιουργικό κομμάτι
- το κόστος της δημοσίευσης και τη δυνατότητα προσφορών

Με τη λογική λοιπόν, αξιοποίησης των προαναφερθέντων μέσων και σύγχρονων εργαλείων, προτείνονται τα εξής:

1. Δημιουργία εντύπων (brochures) για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που προσφέρονται στην ευρύτερη περιοχή.
2. Διαφημίσεις – καταχωρήσεις σε εθνικά και τοπικά έντυπα μέσα (εφημερίδες και περιοδικά)

3. Έκδοση και Τοποθέτηση μεγάλου μεγέθους αφισών με εικόνες της περιοχής, σε προβλεπόμενες από το νόμο διαφημιστικές πινακίδες, κυρίως πλησίον πυλών εισόδου τουριστών – επισκεπτών (όπως αεροδρόμια, συνοριακούς σταθμούς κ.α.)
4. Καταχωρήσεις σε δικτυακούς τόπους και ιστοσελίδες με πληροφορίες για ταξίδια και διακοπές
5. Προώθηση διαφημιστικών σποτ και βίντεο σε εθνικά, τοπικά τηλεοπτικά κανάλια
6. Επιλεκτική διαφήμιση (έντυπη και ηλεκτρονική) σε μέσα των χωρών που αποτελούν αγορές στόχοι για το τουριστικό προϊόν της περιοχής

B) Εκδηλώσεις – Γεγονότα

1. Διοργάνωση και προβολή του πατροπαράδοτου ευετηριακού εθίμου Βλάχικου Γάμου Θήβας
2. Διοργάνωση και προβολή νέων γιορτών/φεστιβάλ π.χ. «Δρόμοι Κρασιού»
3. Διοργάνωση και προβολή των λοιπών πολιτιστικών εκδηλώσεων
4. Κατάρτιση και υλοποίηση ετήσιου προγράμματος πολιτιστικών (θεατρικών, μουσικών κ.α.) εκδηλώσεων : «Πινδάρεια», «Χορωδιακή Συνάντηση»
5. Ενίσχυση προβολής τοπικών εθίμων

Γ) Δημόσιες Σχέσεις

Η εν λόγω κατηγορία δράσεων αποτελεί βασικό κομμάτι των δράσεων τουριστικής προβολής. Μία στρατηγική δημοσίων σχέσεων για έναν σύγχρονο τουριστικό προορισμό θα πρέπει να στηρίζεται στη γνώση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, το lobbying, την διοργάνωση ειδικών προωθητικών εκδηλώσεων, κλπ.

Οι ενέργειες των δημοσίων σχέσεων λειτουργούν συμπληρωματικά με τη διαφήμιση για την επίτευξη του επιθυμητού για τον τουριστικό προορισμό αποτελέσματος. Αποτελεί το βασικό εργαλείο για την προσέγγιση ειδικού κοινού και δικτύων διακίνησης τουριστών που επιζητούν την διαφορετικότητα. Βασικό κομμάτι της επιτυχίας των παραπάνω ενεργειών αποτελεί η διασύνδεση τους με την διαφήμιση και τις εκθέσεις. Ουσιαστικά λοιπόν οι **ενέργειες** που προωθούνται αφορούν:

- δημιουργία συνεδρίων για τον τουρισμό
- παράλληλες εκδηλώσεις σε συνέδρια ή σε πολυσύχναστους χώρους
- συνεντεύξεις και άλλες ενέργειες δημοσιοποίησης του τουριστικού προφίλ
- δημόσιες σχέσεις με φορείς και ανθρώπους του τουρισμού

Σε κάθε περίπτωση πάντως αυτό που θα πρέπει να προσεχθεί είναι το σωστό μέσο προβολής, το κόστος, τα Target Groups, οι επαφές με θεσμικούς επενδυτές, επιχειρηματίες, επιμελητήρια, κλπ τα Προγράμματα επαφών με εκπροσώπους των ΜΜΕ οι δεξιώσεις, γεύματα, επιδείξεις, και άλλα τα οποία δημιουργούνται εντός μιας εκδήλωσης κλπ. Η υποστήριξη Συνεδρίων και Εκδηλώσεων αποτελεί συμπληρωματική ενέργεια προβολής και ενίσχυσης της τουριστικής εικόνας της περιοχής.

Για την οργάνωση και για την υλοποίηση τους το κόστος συνήθως είναι αρκετά υψηλό επομένως για κάθε σχετική πρωτοβουλία θα πρέπει να υπάρχει απόλυτα δικαιολογημένη ανάγκη προβολής. Η υλοποίηση συνεδρίων και ημερίδων θα πρέπει να διέπεται από ένα σκεπτικό και μια στρατηγική. Σημαντικός παράγοντας επιτυχίας αποτελεί η στελέχωση εξειδικευμένου προσωπικού με εμπειρία στην οργάνωση τέτοιων εκδηλώσεων και η μεταξύ τους συνεργασία.

Προτάσεις:

1. Ίδρυση γραφείου τουριστικού marketing, το οποίο θα διαχειρίζεται την εικόνα της περιοχής και θα φέρει την ευθύνη για την τουριστική προβολή ή συνεργασία εξειδικευμένη εταιρεία ως εξωτερικό συνεργάτη
2. Έκδοση τουριστικού οδηγού της πόλης με πληροφορίες σχετικά με ξενοδοχεία/ καταλύματα, αξιοθέατα, ιστορικά στοιχεία της πόλης, στοιχεία επιχειρήσεων και υπηρεσιών της πόλης κ.α.
3. Οργάνωση εκδρομών στην περιοχή, με δημοσιογράφους (Έλληνες και αλλοδαπούς) καθώς και με tour operators (Ελλάδας και εξωτερικού) - Media tours
4. Ίδρυση Info – point σε επιλεγμένα σημεία της περιοχής, με πληροφορίες, παροχή οπτικοακουστικού και έντυπου υλικού
5. CD – Rom (προβολή εικόνων, βίντεο κ.ά.)
6. Κατασκευή – δημιουργία κεντρικής δικτυακής πύλης (portal) για την τουριστική προβολή του Δήμου
7. Δημιουργία kit – πληροφοριών και εντύπων προβολής της περιοχής
8. Σχεδιασμός και κατασκευή αναμνηστικών αντικειμένων με την αναγραφή του σλόγκαν της εκστρατείας προβολής που θα επιλέξει ο Δήμος Θηβαίων π.χ. «Το σταυροδρόμι του πολιτισμού», «Θήβα: Στερεά Αυθεντική Ελλάδα»

Δ) Συνεργασίες

1. Συνεργασία με τουριστικά γραφεία εσωτερικού και εξωτερικού για προβολή μέσω των καναλιών διανομής τους, με τη χρήση του kit – πληροφοριών, έντυπων κλπ.
2. Συνεργασία με το αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος, με αεροπορικές εταιρείες, με τον ΟΣΕ, με τη Μετρό Α.Ε. για προβολή και προώθηση οπτικοακουστικού υλικού ή έντυπου υλικού για την περιοχή, είτε σε χώρους που θα υποδείξουν, είτε με καταχωρήσεις σε εταιρικά περιοδικά και έντυπα που πιθανόν να διαθέτουν
3. Συνεργασία με άλλους φορείς και οργανώσεις (Ελλάδας και εξωτερικού) για από κοινού διοργάνωση εκδηλώσεων, εμπορικών εκθέσεων και θεματικών συναντήσεων στην περιοχή, όπως παραδείγματος χάριν με πανεπιστημιακά ιδρύματα και σχολές κλασικών σπουδών για τη διοργάνωση επιστημονικών φόρουμ αρχαίου δράματος με αντικείμενο τη μελέτη κλασικών συγγραφέων (Αισχύλου, Σοφοκλή, Ευριπίδη).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Chacholiades, M., (1990), Μικροοικονομική Ι. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Αθανασίου Λ. (2001), Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα: Εξελίξεις, Προβλήματα, Δυνατότητες και Πολιτική, Αθήνα: Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών
- Ανδριάτης Κ., (2005), Τουριστική ανάπτυξη και σχεδιασμός, Αθήνα, εκδόσεις Σταμούλης
- Βαρβαρέσος Σ., (2009), Τουρισμός και Διεθνής Οικονομική Κρίση, Επιστημονική Ημερίδα, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΤΕΙ Αθήνας
- Βαρβαρέσος Σ., Σωτηριάδης Μ.,(2002) Τουριστική Επιστημονική Επιθεώρηση, τεύχος Ν.2.
- Βαρβαρέσος Σ. (1998), Τουρισμός η ελληνική πραγματικότητα, Αθήνα, Προπομπός
- Βελισσαρίου Ε.(2000), Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, Πάτρα: Ε.Α.Π
- ΕΔΑ α ΠΕΠ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ, Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας 2014-2020, 2014 (εγκεκριμένο)
- ΕΔΑ β ΠΕΠ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ, Η Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης (RIS3) στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, 2014
- ΕΕΤΑΑ Α.Ε, Σχέδιο Κανονισμού Λειτουργίας Επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης, Υπουργείο Εσωτερικών, 2010
- Ε.Π.Δ.Θ., Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Δήμου Θηβαίων, Αρ. Απόφ. 280/2012 Δ.Σ., ΑΔΑ: Β4ΓΘΩΡΜ-ΦΑ
- ΕΥΣΣΑΑΠ α, ΕΠ «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση & Δια Βίου Μάθηση 2014-2020», 2014 (εγκεκριμένο)
- ΕΥΣΣΑΑΠ β, ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα & Καινοτομία 2014- 2020», 2014 (εγκεκριμένο)
- ΕΥΣΣΑΑΠ, ΕΠ «Υποδομές Μεταφορών, Περιβάλλον & Αειφόρος Ανάπτυξη 2014-2020», 2014 (εγκεκριμένο)
- Ηγουμενάκης Ν., (1999), Τουριστικό Μάρκετινγκ, Αθήνα, εκδόσεις Interbooks
- ΙΝΣΕΤΕ, (2013), Στρατηγικό σχέδιο τουρισμού, Αθήνα
- ΙΝΣΕΤΕ α, (2015), Οδικός χάρτης εξειδίκευσης δράσεων τομέα τουρισμού Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, Αθήνα.

- ΙΝΣΕΤΕ β, (2015) , Έρευνα Ανάλυση Χαρτογράφηση τουριστικού περιβάλλοντος (Στ.Ελλάδα), , Αθήνα
- ΙΝΣΕΤΕ γ, (2015) , Μελέτη εξειδίκευσης των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών (Στ.Ελλάδα), Αθήνα
- ΙΝΣΕΤΕ δ, (2015) Σχεδιασμός-Ανάπτυξη Χαρτοφυλακίου τουριστικών Προϊόντων (Στ.Ελλάδα), , Αθήνα
- ΙΝΣΕΤΕ ε, (2015), Εξειδίκευση Δράσεων Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού ΠΕΠ, Αθήνα
- ΙΝΣΕΤΕ στ, (2015), Εξειδίκευση Δράσεων Κρατικών Ενισχύσεων ΠΕΠ , Αθήνα
- ΙΝΣΕΤΕ ζ, (2015), Εξειδίκευση Δράσεων Σύνδεσης Πρωτογενούς-Τουριστικού Τομέα ΠΑΑ , Αθήνα
- ΙΝΣΕΤΕ η, (2015), Εξειδίκευση Δράσεων Τομέα Τουρισμού ΕΠΑΝΕΚ, Αθήνα
- ΙΝΣΕΤΕ θ, (2015), Εργαλείο αξιολόγησης Στρατηγικής ανάπτυξης τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, Αθήνα
- ΙΝΣΕΤΕ ι, (2015), Μελέτη για τη φύση, τον πολιτισμό και την τουριστική ανάπτυξη , Αθήνα
- ΙΝΣΕΤΕ ια, (2015), Μελέτη για τον τουρισμό και το χωροταξικό σχεδιασμό, Αθήνα
- ΙΝΣΕΤΕ ιβ, (2015), Ο Ελληνικός τουρισμός, το περιβάλλον και αειφόρος ανάπτυξη, Αθήνα
- Καζάκος, Π.(2009), Ανάμεσα σε κράτος και αγορά Οικονομία και οικονομική πολιτική στη μεταπολεμική Ελλάδα, 1944-2000
- Κασσιανίδης, Χ, Σιγάλα Σ., και Αβδημιώτη Π, (2007). Ηλεκτρονικά Συστήματα Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών: Ισχύουσα Κατάσταση, Διεθνείς Τάσεις και Προοπτικές. Αθήνα, Εκδόσεις ebusiness-forum.
- Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π. , (2001), Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον», Αθήνα, εκδόσεις Κριτική
- Λαγός Δ. (2005), Τουριστική Οικονομική, Αθήνα
- Λογοθέτης, Μ. (1997). Τουρισμός και Βιώσιμη Ανάπτυξη, Ρόδος

- Μπριασούλη Ε. (2000), Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης: Χαρακτηριστικές Προσεγγίσεις, στο Τσάρτας Π. (επιμ.), Τουριστική Ανάπτυξη – Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις, Εξάντας: Αθήνα
- Πατσουράτης Β. (2000), Η Φορολογική Επιβάρυνση του Τουριστικού Προϊόντος, Αθήνα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών – Κέντρο Έρευνας. (Η μελέτη έγινε για λογαριασμό του ΣΕΤΕ)
- Πατσουράτης Β.Α. (2002), Η Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ 2014-2020, διαθέσιμο μέσω www.espa.gr
- ΣΕΤΕ (1992), Η Θέση του Τουρισμού και η Συμβολή του στην Ελληνική Οικονομία, Αθήνα
- ΣΕΤΕ (2014), Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός - Οδικός Χάρτης Υλοποίησης, Αθήνα
- ΣΕΤΕ, (2003), Τουρισμός και Απασχόληση (2003), Αθήνα
- ΣΕΤΕ, (2008), Τουρισμός και ισοζύγιο πληρωμών, Αθήνα
- ΣΕΤΕ, (2015), Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014- συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών, Αθήνα
- Σταυρινούδης, Θ. και Παρθένης Σ. (2009), «Ο ρόλος και η συνεισφορά των τοπικών, περιφερειακών και εθνικών φορέων και οργανισμών στην ανάπτυξη των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού». Στο Σωτηριάδης, Μ. και Φαρσάρη, Ι. (επιμ.) Εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού: σχεδιασμός, μάνατζμεντ και μάρκετινγκ, Αθήνα: Interbooks.
- ΥΠΕΚΑ, ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ, (2015), Αναθεώρηση και εξειδίκευση του περιφερειακού πλαισίου χωροταξικού σχεδιασμού και αειφόρου ανάπτυξης Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας - Φαση Β' - Σταδιο Β1
- Υπουργείο Τουρισμού, (2017) Ενότητα Επενδύσεις, διαθέσιμο από : <http://www.mintour.gov.gr/el/Investments/> [Πρόσβαση 14/2/2017]

Ξενόγλωσση

- Buhalis, D. (1994) Information and Telecommunications Technologies as a Strategic Tool for Small and Medium Tourism Enterprises in the Contemporary Business Environment. Στο: A. Seaton et. al. (eds), *Tourism--The State of the Art: The Strathclyde Symposium*. London: J. Wiley, 254 – 275.
- Buhalis, D. (1998) Strategic Use of Information Technologies in the Tourism Industry. *Tourism Management*, 19(5), 409 – 421.
- Cano, C. R., Cawillat, F. A. and Jaramillo, F., (2004), Meta-Analysis of the Relationship between Market Orientation and Business Performance: Evidence form Five Continents”, *International Journal of Research in Marketing*, Vol.21
- Crompton J. (2009), “Motivations for pleasure vacation”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 6, σσ. 408-424.
- Fesenmaier, D., Vogt, C. & MacKay, K. (1992) Researching Consumer Information: Exploring the Role of Pre-Trip Information Search in Travel Decisions, *Tourism Partnerships and Strategies: Merging Vision with New Realities*. 23rd Annual Conference Proceedings, Travel and Tourism Research Association, 14 – 17 June, Minneapolis.
- Goodin H.J et., (2000), Komodo National Park Indonesia, Department of International Development,pp.50-51 Available From <http://www.icrtourism.org/Publications/Volume3.pdf>
- Health G και Wall P.(2006). *Marketing Tourism Destinations Online. Strategies for the Information*, Elsevier Butterworth – Heinemann Publications
- Kaspar, C. (1991), *Die Tourismuslehre im Grundriss*, 4th edn., Paul Haupt Verlag, Bern.
- Kevin Lane Keller and Don Lehmann, (May–June 2003), “How Do Brands Create Value,” *Marketing Management*, pp. 27–31
- Leiper N. (1990), Partial Industrialization of Tourism Systems, *Annals of Tourism*
- Leiper N. (1990a), *Tourism Systems: An interdisciplinary approach occasional paper N.2*, New Zealand: University Business Studies Faculty and the tourist industry, *Annals of Tourism Research* 6(4), pp. 390-407
- Leiper N. (1979), *The Framework of Tourism: Towards a definition of tourism*, *tourist Marketing and Management Handbook*, Hemel Hempstead: Prentice Hall Europe, pp. 402-410.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride R. (2004) *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*. Elsevier Butterworth – Heinemann Publications
- Pike, S. (2008). *Destination Marketing. An Integrated Marketing Communication*,

- Approach. Elsevier Butterworth – Heinemann Publications
- Rach, L. (1997) The Connected Consumer: Implications for Hospitality Sales and Marketing. Hospitality Sales and Marketing Association International, 13(3), 23 – 26. Research, 17(4), pp. 600-605
- Salam M.A., (2000), Eco-tourism to protect the reserve mangrove forest the Sundarbans and its flora and fauna, Anatolia. 2000. 11: (1), pp.56-57, Available from http://www.aqua.stir.ac.uk/GISAP/pdfs/Bangla_tourism.pdf
- Sheehan, L.R., and Ritchie, J.R.B,(1997), Tourism economics: The business and finance of tourism and recreation, Journal Article, Vol. 3, p.p.93 - 118.
- Sheldon P. (1995), “Tour Operators”, in Witt S. and Moutinho L. (eds), Tourism Telegraph, (2014), The world's 20 oldest cities , Available from <http://www.telegraph.co.uk/travel/galleries/The-worlds-20-oldest-cities/1111e57mhc/> [Πρόσβαση 1/2/2017]
- UN World Tourism Organization (UNWTO), Tourism highlights 2008 Edition and World Tourism Barometer (June 2009)
- World Trade Organisation (WTO), (2002) ,Annual Report [online], διαθέσιμο από : https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/anrep02_e.pdf [Πρόσβαση 30/1/2017]
- World Trade Organisation (WTO), (2003), Evaluating NTO Marketing Activities (English version)
- WTTC,2003, Blueprint for new Tourism http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/archivio/files/ONT_2003-09-18_00146.pdf [Πρόσβαση 1/2/2017]

Διαδικτυακοί Τόποι / Ιστοσελίδες

- www.espa.gr (ΕΣΠΑ)
- www.thiva.gr (Δήμος Θηβαίων)
- www.pste.gov.gr (Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας)
- www.wto.org (World Trade Organisation)
- www.sete.gr (ΣΕΤΕ)
- www.insete.gr (ΙΝΣΕΤΕ)
- www.mintour.gov.gr (Υπουργείο Τουρισμού)
- www.espa.gr (ΕΣΠΑ 2014-2020)
- www.mthv.gr (Αρχαιολογικό Μουσείο Θηβών)

Νομοθεσία

N. 3463/2006 (ΦΕΚ 114Α/18-6-2016)

N. 3852/2010 (ΦΕΚ 87Α /7-6-2010)

Π. Δ. 899/1976 (ΦΕΚ 329Α /10-12-1976)

Π.Δ. 664/1977 (ΦΕΚ 222 Α/13-8-1977)