

**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»**

**Περιφερειακός Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού-  
Πολιτισμού (η περίπτωση της Περιφέρειας Ανατολικής  
Μακεδονίας - Θράκης)**

**Γρηγοριάδης Ξ. Κοσμάς**

Κομοτηνή , Σεπτέμβριος 2017



**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**

**Interuniversity Interdepartmental**

**Master Program in**

**«Local and Regional Government and Development»**

**Regional Planning and Development of Tourism and  
Culture (the case of the Region of Eastern Macedonia  
and Thrace)**

**Grigoriadis X. Kosmas**

Komotini September 2017

# Περιφερειακός Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού- Πολιτισμού (η περίπτωση της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας - Θράκης)

**Ερώτημα** : Μπορεί και με ποιον τρόπο συμβάλει ο περιφερειακός σχεδιασμός στην ανάπτυξη του Τουρισμού –Πολιτισμού μιας περιοχής

**Σημαντικοί Όροι:** Τουρισμός, Πολιτισμός, Περιφέρεια ΑΜΘ, Βιώσιμη Ανάπτυξη, Αειφόρος Ανάπτυξη

## Περίληψη

Στην παρούσα εργασία γίνεται μία μελέτη της επίδρασης, αναγκαιότητας, σπουδαιότητας και χρησιμότητας του Περιφερειακού Σχεδιασμού στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα και μάλιστα στο πλαίσιο της συνέργειας και αλληλεπίδρασης με τον Πολιτισμό, στην ελληνική τουριστική οικονομία, καθώς και του ρόλου που μπορεί να διαδραματίζουν οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύεται το εννοιολογικό πλαίσιο του Σχεδιασμού, Τουρισμού, Πολιτισμού, η κατηγοριοποίηση αυτών και η μεταξύ τους συνέργεια για την τουριστική και κατ'επέκταση οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής. Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αποτύπωση της σημασίας του Τουρισμού για την ελληνική οικονομία και ιδιαίτερα η συνεισφορά και επίδραση του πολιτιστικού τουρισμού στην προοπτική διαφοροποιήσεις, ανάδειξης και εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων αυτού του ειδικού τομέα σε συνάρτηση και με τους στρατηγικούς στόχους 2014-2020 στον τομέα του Τουρισμού. Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται μια σύντομη αναφορά στο θεσμικό πλαίσιο των ΟΤΑ και στις αρμοδιότητες και δυνατότητες που έχουν για άσκηση Τουριστικής πολιτικής αποτυπώνοντας ταυτόχρονα και το υφιστάμενο τουριστικό και πολιτιστικό απόθεμα της ΠΑΜΘ. Στο τέταρτο κεφάλαιο της εργασίας αποτυπώνεται –αναλύεται το Προφίλ της Π.Α.Μ.Θ, η τουριστική ταυτότητα αυτής, το όραμα για την ανάδειξη αυτής σε τουριστικό προορισμό Αριστείας, μια SWOT ανάλυση και στην συνέχεια οι στρατηγικοί στόχοι και οι αναπτυξιακές ανάγκες αυτής. Στο πέμπτο κεφάλαιο που είναι ο επίλογος αναλύονται-κατατίθενται, συμπεράσματα - σκέψεις - προτάσεις με στόχο να οδηγήσουν τη μέχρι σήμερα γνώση ένα βήμα παραπέρα και να προσθέσουν δημιουργικές ιδέες.

# **Regional Planning and Development of Tourism and Culture (the case of the Region of Eastern Macedonia and Thrace)**

**Keywords:** Tourism, Culture, Region of Eastern Macedonia and Thrace, sustainable development

## **Abstract**

This thesis studies the effects, the importance and usefulness of Regional Planning on the development of tourism, taking into account the coordination and interaction with culture, as well as the effects on the Greek economy and the role of Local Authorities. The first chapter examines the conceptual framework of Planning, Tourism and Culture, their categorization and the ways those three areas can cooperate in order to boost the tourism and financial development of an area. The importance tourism has on the Greek economy is presented in chapter 2, especially the contribution and impact of cultural tourism in the prospect of differentiation, promotion and exploitation of the potential of this special area, in conjunction with the strategic goals defined for 2014-2020. A short reference on the institutional framework of Local Authorities is presented in chapter 3, defining their responsibilities and potential on tourism policy, while capturing the current tourist and cultural reserves of the Region of Eastern Macedonia and Thrace. Chapter four presents and analyses the profile of Region of Eastern Macedonia and Thrace and its touristic identity, the vision of promoting the Region on a destination of Excellence, a SWOT analysis, and finally the strategic goals and what needs to be done in terms of development. All the conclusions and recommendations are presented in chapter five.

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

### Εισαγωγική περιγραφή του αντικειμένου της εργασίας

1.1	Εννοιολογικές προσεγγίσεις .....	1
1.1.1	Σχεδιασμός ( έννοιες και προσεγγίσεις του τουριστικού σχεδιασμού, στρατηγικός και περιφερειακός σχεδιασμός τουρισμού ) .....	1
1.1.2	Τουριστική Ανάπτυξη .....	2
1.1.3	Τουρισμός .....	4
1.1.4	Πολιτισμός .....	5
1.2	Πολιτιστική κληρονομιά και τουριστικό προϊόν.....	6
1.2.1	Αρχές – Χάρτα Πολιτισμού .....	6
1.2.2	Διάκριση Τουρισμού σε βασικές κατηγορίες .....	7
1.2.3	Κατηγορίες πολιτιστικού τουρισμού .....	8
1.2.4	Συνέργεια – δυναμική αλληλεπίδραση Τουρισμού – Πολιτισμού .....	9
1.2.5	Λαϊκός πολιτισμός και τουρισμός .....	10

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### Ελληνικός τουρισμός και οικονομική ανάπτυξη

2.1	Η θέση του τομέα στο εθνικό , ευρωπαϊκό και διεθνές περιβάλλον .....	13
2.2	Η σημασία του πολιτιστικού τουρισμού για την Ελλάδα .....	15
2.3	Στρατηγική στόχοι 2014-2020 για τον Ελληνικό Τουρισμό.....	20

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

### **Οργανισμοί Τοπικής αυτοδιοίκησης στην Ελλάδα και κατανομή αρμοδιοτήτων στον Τουρισμό –Πολιτισμό**

3.1 Σύντομη χρονική-ιστορική αναδρομή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης .....	22
3.2 Θεσμικό πλαίσιο και αρμοδιότητες για την άσκηση τουριστικής πολιτικής από τους ΟΤΑ.....	22
3.3 Η Τουριστική πολιτική των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης και το θεσμικό πλαίσιο για την εφαρμογή της .....	24
3.3.1 Δημιουργία υποδομών.....	24
3.3.2. Προβολή και προώθηση του Τουριστικού προϊόντος .....	25
3.4 Υφιστάμενη κατάσταση στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης.....	26
3.4.1 Τουριστικό και πολιτισμικό απόθεμα της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας -Θράκης .....	29

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **Στρατηγικός Περιφερειακός Σχεδιασμός Προγραμματικής Περιόδου Σ.Ε.Σ 2014-2020**

4.1 Προφίλ Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης .....	32
4.2 Τουριστική ταυτότητα Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης ( Φύση – Πολιτισμός – Τόπος ) .....	34
4.3 Η Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης ως τουριστικός προορισμός Αριστείας .....	38
4.4 SWOT Ανάλυση Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας -Θράκης .....	40
4.5 Στρατηγικοί στόχοι Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης στον τομέα Τουρισμού -Πολιτισμού 2014-2020 .....	44

4.6 Αναπτυξιακές ανάγκες Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης στον τομέα Τουρισμού -Πολιτισμού . . . . .	46
---	----

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

Επίλογος – Προτάσεις . . . . .	50
--------------------------------	----

<b>Βιβλιογραφία</b> .....	56
---------------------------	----

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### 1.1 Εννοιολογικές Προσεγγίσεις

#### 1.1.1 Σχεδιασμός

Για την επίτευξη των στόχων που θέτονται ως προς την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής, απαραίτητη προϋπόθεση είναι να προηγηθεί το στάδιο του σχεδιασμού. Σύμφωνα με τον ορισμό του Murphy (1985), ο σχεδιασμός *“αφορά την πρόγνωση και το συντονισμό των αλλαγών που γίνονται σε ένα σύστημα, ώστε να προαχθεί μια μεθοδευμένη ανάπτυξη και να αυξηθούν τα κοινωνικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά οφέλη της αναπτυξιακής διαδικασίας.*

Από τους πρώτους που ασχολήθηκαν με το αντικείμενο του τουριστικού σχεδιασμού ήταν ο Gunn (1979), ο οποίος κατέληξε στη διατύπωση ότι ο απώτερος στόχος του σχεδιασμού είναι η αύξηση του εισοδήματος και των θέσεων εργασίας μέσω της δραστηριοποίησης με την τουριστική βιομηχανία.

Το πρώτο στάδιο του σχεδιασμού είναι η οριοθέτηση των στόχων. Αυτοί μπορεί να είναι πολιτικοί, κοινωνικο-πολιτισμικοί, περιβαλλοντικοί, οικονομικοί. Όσο ευρύτερο το πλαίσιο των στόχων που θέτονται, ο σχεδιασμός καθίσταται περισσότερο ολοκληρωμένος, με αποτέλεσμα να αυξάνει η πιθανότητα θετικών αποτελεσμάτων για την περιοχή στην οποία φορά.

Εντούτοις, κάτι τέτοιο κρύβει κινδύνους, καθώς οι αυξημένοι στόχοι αυξάνουν την πολυπλοκότητα του προβλήματος ενώ ταυτόχρονα απαιτούν άρτια καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό το οποίο δεν είναι πάντα διαθέσιμο. Επιπλέον, πολλές φορές μπορεί οι στόχοι να είναι αλληλοσυγκρουόμενοι, π.χ. βελτίωση περιβάλλοντος έναντι οικονομικών συμφερόντων.



Ο τουριστικός σχεδιασμός έχει εξελιχθεί μέσω κάποιων σταδίων, τα οποία είναι:

**Στάδιο μη σχεδιασμένης τουριστικής ανάπτυξης:** ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα που απλά προκύπτει, δεν υπάρχει σχεδιασμός.

**Εν μέρει τουριστικός σχεδιασμός με προσανατολισμό στην προσφορά:** κατασκευή βασικών υποδομών, π.χ. ξενοδοχείο, εστιατόρια κλπ.

**Σχεδιασμός προσανατολισμένος προς την προσφορά:** ίδρυση επιχειρήσεων που ικανοποιούν την τουριστική ζήτηση.

**Σχεδιασμός προσανατολισμένος στην αγορά και τη ζήτηση:** στόχος η προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού τουριστών

**Σύγχρονη προσέγγιση τουριστικού σχεδιασμού:** λαμβάνονται υπόψη όλα τα περιβαλλοντικά, κοινωνικά, πολιτιστικά προβλήματα που έχουν προκύψει εξαιτίας των προηγούμενων σταδίων.

### 1.1.2 Τουριστική Ανάπτυξη

Η έννοια της ανάπτυξης μελετάται εδώ και πάρα πολλά χρόνια (Ανδριώτης, 2005). Οι περισσότεροι ερευνητές συμφωνούν στο ότι η ανάπτυξη αναφέρεται σε μια διαδικασία η οποία αφορά στη μετάβαση προς κάτι καλύτερο, ανάλογα με τον τομέα με τον οποίο σχετίζεται (οικονομικό, τεχνολογικό, κλπ.). Παρά τις προσπάθειες και μελέτες που έχουν γίνει όμως, δεν έχουμε καταλήξει σε έναν ενιαίο ορισμό της ανάπτυξης.

Στο κομμάτι του τουρισμού, υπάρχουν πέντε διαφορετικές προσεγγίσεις ως προς την ανάπτυξη, οι οποίες είναι οι παρακάτω:

**Ελεύθερη Οικονομία (Laissez – faire):** οι παρεμβάσεις του κράτους είναι οι ελάχιστες, οι όποιες πρωτοβουλίες βασίζονται στην ιδιωτική πρωτοβουλία. Στόχος η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του τοπικού πληθυσμού, κάτι το οποίο σπανίως επιτυγχάνεται (ανισοκατανομή πόρων, εισοδημάτων κ.α.)

**Θεωρία της Διάδοσης:** Ξεκινώντας τοπικά, μια πρωτοβουλία εξαπλώνεται γεωγραφικά και σε άλλες περιοχές. Η διάδοση βασίζεται στην καινοτομία, με την τεχνολογία να διαδραματίζει σημαντικό ρόλο. Οι όποιες προσπάθειες προσέλκυσης τουριστών

πραγματοποιούνται τόσο από ιδιωτικούς όσο και από δημόσιους φορείς, οι οποίοι αναλαμβάνουν τη δημιουργία υποδομών με στόχο την προώθηση των υπηρεσιών ή του τόπου και την κάλυψη των αναγκών των τουριστών. Τέτοιο παράδειγμα αποτελεί ο ΕΟΤ, ο οποίος δημιούργησε τη δεκαετία του '60 τα ξενοδοχεία Ξενία.

**Θεωρία του εκσυγχρονισμού:** αποβολή των παραδοσιακών στοιχείων, και εισαγωγή σύγχρονων μεθόδων, ιδεολογιών, τεχνολογίας και αξιοποίηση εμπειρίας εξωγενών παραγόντων. Στόχος η αλλαγή της κοινωνίας και της οικονομίας σε περιοχές οι οποίες είναι υπανάπτυκτες.

**Θεωρία της εξάρτησης:** Αφορά κυρίως τις υπανάπτυκτες περιοχές. Η έλλειψη κεφαλαίων προς επένδυση από τις τοπικές κοινωνίες, οδηγεί στην εξάρτησή τους από εξωτερικούς παράγοντες (συνήθως πολυεθνικές) για την τουριστική ανάπτυξη. Συνέπεια αυτών είναι οι αποφάσεις, η τιμολόγηση, η δημιουργία και παροχή υπηρεσιών να γίνεται από επιχειρήσεις της χώρας προέλευσης των τουριστών.

**Προσέγγιση της Αειφορίας:** Αποτελεί την περισσότερο σύγχρονη προσέγγιση. Λαμβάνονται υπόψιν οι ανάγκες των τοπικών κοινωνιών, ο πολιτισμός, ο σεβασμός στο περιβάλλον, πτυχές στις οποίες οι προηγούμενες προσεγγίσεις έχουν αποτύχει, σε μικρό ή μεγάλο βαθμό. Ίσως ο περισσότερο αποδεκτός ορισμός (WCED, 1987) είναι ο παρακάτω: *“η ανάπτυξη που καλύπτει τις παρούσες ανάγκες χωρίς να γίνονται συμβιβασμοί αναφορικά με την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις ανάγκες τους... (Είναι) μια διαδικασία αλλαγής κατά την οποία η αξιοποίηση των πλουτοπαραγωγικών πόρων, η κατεύθυνση των επενδύσεων, ο προσανατολισμός της τεχνολογικής ανάπτυξης και οι θεσμικές αλλαγές βρίσκονται σε αρμονία και ανυψώνουν τις τρέχουσες και μελλοντικές δυνατότητες να ικανοποιηθούν οι ανθρώπινες ανάγκες και φιλοδοξίες”*.

Ως προς τον αειφόρο τουρισμό, ο κυρίαρχος ορισμός είναι αυτός του Butler (1996): *“Αειφόρος τουρισμός είναι αυτός που αναπτύσσεται και διατηρείται σε μια περιοχή (κοινωνία, περιβάλλον) με τέτοιο τρόπο και σε τέτοια κλίμακα που να παραμένει βιώσιμος για μια αορίστου χρόνου περίοδο και που να μην υποβαθμίζει ή να μεταβάλλει το περιβάλλον (ανθρώπινο και φυσικό), μέσα στο οποίο λειτουργεί”*.

Τα βασικότερα, κατά τον Hunter (1995), ζητήματα είναι τα παρακάτω:

- Ισότητα τοπικής κοινωνίας
- Ικανοποίηση αναγκών τόσο των τουριστών όσο και της τουριστικής βιομηχανίας

- Προστασία των περιβαλλοντικών πόρων, συνδυάζονται τις 2 προηγούμενες παρατηρήσεις
- Διατήρηση ή/και βελτίωση ανταγωνιστικότητας

Η αιχμή ανάπτυξη του τουρισμού αποτελεί την προσέγγιση που προσελκύει το μεγαλύτερο ενδιαφέρον. Εντούτοις, η έννοια της αιχμής δεν αντιμετωπίζεται με τη δέουσα κατανόηση/προσοχή ως προς την εφαρμογή της, από τους αρμόδιους φορείς.

### 1.1.3 Τουρισμός

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO), ορίζει τον τουρισμό ως *“τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους εκτός του συνήθους περιβάλλοντός τους για όχι περισσότερο από ένα συναπτό έτος για λόγους ψυχαγωγικούς, επαγγελματικούς ή άλλους”*. Ένας άλλος προσδιορισμός κατά τον P. Deffert (1972) περιλαμβάνει το τρίπτυχο: Ταξίδι, Κατάλυμα, Αναψυχή. Ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί βάσει των παρακάτω χαρακτηριστικών:

- Σκοπός επίσκεψης
- Διάρκεια παραμονής
- Είδος ταξιδιού
- Είδος προορισμού
- Απόσταση που καλύπτεται
- Χαρακτηριστικά τουριστών

Τα μέρη από τα οποία αποτελείται το τουριστικό προϊόν μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

- Διαμονή
- Αξιοθέατα
- Οργανωτές ταξιδιών και μεσάζοντες

Οι προσεγγίσεις ως προς το κομμάτι του τουρισμού μπορούν να γίνουν από πολλές οπτικές, ορισμένες από τις οποίες είναι οι παρακάτω:

**Κοινωνιολογική:** η μετακίνηση πληθυσμών/ομάδων/ατόμων αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό των ελεύθερων κοινωνιών. Οι περιορισμοί συναντώνται συνήθως σε απολυταρχικά ή αυστηρά θεοκρατικά καθεστώτα, στα οποία υπάρχει γενικότερος περιορισμός δικαιωμάτων και ελευθεριών.

**Πολιτισμική:** μέσω του τουρισμού εκπληρώνεται η ανάγκη/επιθυμία για γνωριμία με άλλους λαούς και πολιτισμούς, οι οποίοι παρουσιάζουν σε μικρό ή μεγάλο βαθμό διαφορές σε σχέση με τον αντίστοιχο των ατόμων που αποτελούν τον τουριστικό πληθυσμό.

**Οικονομική:** η πραγματοποίηση τουριστικών δραστηριοτήτων προϋποθέτει την ύπαρξη μιας οικονομικής επιφάνειας. Αυτή αφορά τόσο αυτούς που θέλουν να επενδύσουν στην τουριστική βιομηχανία, όσο και αυτούς που θέλουν να την εκμεταλλευτούν για σκοπούς ψυχαγωγικούς κ.α., που είναι οι τουρίστες. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι σε ανεπτυγμένες τουριστικά χώρες, μια εκ των οποίων είναι και η Ελλάδα, ο τουρισμός καταλαμβάνει ένα πάρα πολύ σημαντικό μερίδιο του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος – ΑΕΠ.

#### 1.1.4 Πολιτισμός

Η έννοια του πολιτισμού είναι διαχρονική και προσαρμοστική, καθώς λαμβάνει νοήματα και ορισμούς συναρτήσεως των κοινωνικών συνθηκών που επικρατούν σε μια χρονική/ιστορική περίοδο, αλλά ορισμένων τοπικών χαρακτηριστικών.

Από τους πρώτους που εξέτασαν τη συγκεκριμένη έννοια ήταν ο Febvre το 16ο αιώνα, δίνοντας του το νόημα της διακριτικότητας, της ευγένειας και της ειλικρίνειας. Ο πρώτος που μετέφρασε και χρησιμοποίησε στην Ελλάδα τη γαλλική λέξη “civilisation” ήταν ο Αδαμάντιος Κοραΐς, ο οποίος εκείνη την εποχή τη συνέδεσε με τους τομείς της επιστήμης, των τεχνών, και της φιλοσοφίας.

Βασικό λόγο για τον οποίο αναπτύχθηκε ο πολιτισμός απετέλεσε η οργάνωση της ανθρώπινης διαβίωσης σε ομάδες (πρώιμη μορφή αστικοποίησης). Η συνύπαρξη πολλών

ατόμων σε μια ομάδα συντέλεσε στην καθιέρωση καλών τρόπων, την ανάπτυξη των συστημάτων παιδείας, την προώθηση των επιστημών, των τεχνών, της φιλοσοφίας, κλπ.

Ο πολιτισμός δεν αποτελεί μια γενική αρχή ή γενική αλήθεια. Οι εκφάνσεις του ποικίλλουν ανάλογα με τη φυλή, την εθνικότητα, τη θρησκεία, τη γλώσσα, τις τοπικές παραδόσεις και συνήθειες, την τοπική γεωγραφία. Η παγκοσμιοποίηση που συντελείται τον τελευταίο αιώνα, εκτός των άλλων, συντέλεσε σε ορισμένες γενικές αρχές οι οποίες χαρακτηρίζουν τον πολιτισμό (του δυτικού/ανεπτυγμένου κόσμου, κυρίως).

Αυτές μπορούν να συνοψιστούν στην ύπαρξη συνθηκών οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης, κοινωνικής νοημοσύνης και τη δημιουργία οικολογικής συνείδησης (κυρίως τα τελευταία χρόνια). Χαρακτηριστικό των παραπάνω αρχών είναι η χρήση και αξιοποίηση της τεχνολογίας ως μέσον επίτευξης των παραπάνω στόχων.

## **1.2 Πολιτιστική κληρονομιά και τουριστικό προϊόντος**

### **1.2.1 Αρχές – Χάρτα Πολιτισμού**

Η Χάρτα Πολιτισμού αποτελεί ένα κείμενο το οποίο συντάχθηκε από το Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τόπων. Στόχο έχει τη διατύπωση ορισμένων αρχών οι οποίες θα επιτρέψουν στις κοινωνίες/κοινότητες που δραστηριοποιούνται ενεργά με τον τουρισμό να καρπωθούν τα οφέλη αυτών των δραστηριοτήτων, διατηρώντας παράλληλα τον πολιτισμό, την κληρονομιά και τις παραδόσεις τους. Προωθείται η διαχείριση/διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, η προώθηση των τουριστικών δραστηριοτήτων με τρόπο που δεν επηρεάζουν τα τοπικά πολιτιστικά χαρακτηριστικά, ενθαρρύνεται ο διάλογος μεταξύ όλων των συμβαλλομένων μελών. Παράλληλα, και για την επίτευξη των παραπάνω, προωθούνται προγράμματα μέσω των οποίων καθορίζεται συγκεκριμένη πολιτική, θέτονται συγκεκριμένοι στόχοι και καταστρώνονται στρατηγικές με στόχο την προβολή των τόπων με την ταυτόχρονη διαφύλαξη του χαρακτήρα τους.

Στη Χάρτα διατυπώνονται αναλυτικά 6 αρχές. Αυτές είναι οι παρακάτω:

**Αρχή 1η:** Οι πολιτιστικές ανταλλαγές προκύπτουν και μέσω της επαφής του εσωτερικού και του διεθνούς τουρισμού με την τοπική κοινωνία. Τόσο η τοπική κοινότητα όσο και οι επισκέπτες θα πρέπει να έχουν ευκαιρίες για άμεση γνωριμία και κατανόηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και του πολιτισμού της άλλης κοινότητας. Η διεπαφή θα πρέπει να αποτελεί προϊόν αποτελεσματικής και υπεύθυνης διαχείρισης.

**Αρχή 2η:** Ο τουρισμός και οι Πολιτιστικοί Τόποι βασίζονται σε δυναμικές και ενδεχομένως συγκρουόμενες αξίες και σχέσεις. Η διαχείριση των σχέσεων αυτών θα πρέπει να εξασφαλίζει τη βιωσιμότητά τους για τις παρούσες και τις μελλοντικές γενιές.

**Αρχή 3η:** Η εμπειρία του επισκέπτη θα πρέπει να είναι αξιόλογη, πλούσια και ευχάριστη, μέσω της διατήρησης και του τουριστικού σχεδιασμού ενός πολιτιστικού τόπου

**Αρχή 4η:** ο σχεδιασμός της διατήρησης και του τουρισμού θα πρέπει να περιλαμβάνει και τη συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων.

**Αρχή 5η:** Η τοπική κοινότητα θα πρέπει να ωφελείται από τις τουριστικές δραστηριότητες και τη διατήρηση.

**Αρχή 6η:** Μέσω των προγραμμάτων προβολής και προώθησης θα πρέπει να προάγονται και να προστατεύονται τα φυσικά χαρακτηριστικά και η πολιτιστική κληρονομιά.

### **1.2.2 Διάκριση Τουρισμού σε βασικές κατηγορίες**

Μέσα από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση, ο τουρισμός μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε έξι βασικές κατηγορίες: μαζικός ή ατομικός, εσωτερικός ή εξωτερικός, συνεχής ή εποχιακός (Ηγουμενάκης, 1997).

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στη μελέτη DGXI, χρησιμοποιώντας ως κριτήριο τα χωρικά χαρακτηριστικά του προορισμού, ορίζει ως κατηγορίες τον παράκτιο, τον ορεινό, τον αστικό και τον αγροτικό τουρισμό.

Σχετικά με τα Ελληνικά δεδομένα, ο αρμόδιος οργανισμός ΕΟΤ ορίζει ως καθιερωμένες μορφές τουρισμό το θερινό, τον θεραπευτικό, το θρησκευτικό, το θαλάσσιο και το χιονοδρομικό. Επιπλέον, ορίζονται και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες

χαρακτηρίζονται ως ήπιες, και είναι οι εξής: Γενικός, μορφωτικός, θρησκευτικός, επιλεκτικός, τουρισμός κινήτρων, τουρισμός αναπήρων, κοινωνικός τουρισμός, χρονομεριστικός τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, αγροτικός τουρισμός, τουρισμός παραχείμασης, χειμερινών σπορ, τρίτης ηλικίας, τουρισμός εκθέσεων, υγείας, άθλησης, συνεδριακός τουρισμός, τουρισμός περιπέτειας και ορεινός τουρισμός.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού έρχονται να συμπληρώσουν την έννοια του μαζικού τουρισμού.

Ως εναλλακτικότητα, αναφέρεται η δυνατότητα που υπάρχει όταν μια μορφή τουρισμού μπορεί να αντικατασταθεί από κάποια άλλη, ενώ ταυτόχρονα λαμβάνεται υπόψιν η στενή και η ευρεία έννοια της μορφής του τουρισμού.

Η στενή έννοια αναφέρεται σε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που έχει μια μορφή τουρισμού. Για παράδειγμα, με τη στενή έννοια δεν μπορεί να υπάρξει αντικατάσταση του θαλάσσιου τουρισμού με το χειμερινό, μπορεί όμως να υπάρξει αντικατάσταση του χειμερινού τουρισμού με τον αγροτικό. Με την ευρεία έννοια, τόσο ο ορεινός όσο και ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνουν δραστηριότητες, ταξίδι κλπ., τα οποία αποτελούν κοινά χαρακτηριστικά τους.

### **1.2.3 Κατηγορίες πολιτιστικού τουρισμού**

Κατά τον ορισμό του ICOMOS (1997), ο πολιτιστικός τουρισμός ορίζεται ως *“η δραστηριότητα που επιτρέπει στους ανθρώπους να βιώσουν τον τρόπο ζωής των άλλων ανθρώπων, αποκτώντας εμπειρικά κατανόηση των εθίμων, των παραδόσεων, του φυσικού περιβάλλοντος, των πνευματικών ιδεών αλλά και των αρχιτεκτονικών, ιστορικών, αρχαιολογικών και άλλων πολιτιστικών χώρων που έχουν ιδιαίτερη σημασία για τον τόπο και προέρχονται από το παρελθόν”*.

Ο πολιτιστικός τουρισμός διαφέρει από τον τουρισμό αναψυχής στο βαθμό που επιτυγχάνει ένα βαθύτερο επίπεδο κατανόησης και εκτίμησης της φύσης του τύπου επίσκεψης.

Διακρίνονται οι παρακάτω 7 κατηγορίες πολιτιστικού τουρισμού, βάσει των δραστηριοτήτων που περιλαμβάνονται και του θεματικού περιεχομένου:

**Τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς:** περιλαμβάνει την επίσκεψη σε τοποθεσίες και τη συμμετοχή σε δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με αυθεντικούς ιστορικούς, πολιτιστικούς και φυσικούς πόρους μιας περιοχής.

**Τουρισμός πόλης:** αφορά στις πολιτιστικές δυνατότητες μιας πόλης και την ανάδειξη αυτών.

**Τουρισμός παράδοσης και εθνοτικός τουρισμός:** αναφέρεται στην κατηγορία των ατόμων τα οποία επισκέπτονται έναν τόπο με στόχο να γνωρίσουν από κοντά, να βιώσουν και να έρθουν σε στενή επαφή με τους ντόπιους πληθυσμούς.

Χαρακτηριστικό είναι η άμεση επαφή διαφορετικών μεταξύ τους πολιτισμών, με την απαραίτητη προϋπόθεση ότι υπάρχει ανεκτικότητα και σεβασμός από όλες τις πλευρές.

**Θρησκευτικός τουρισμός – προσκνηματικές διαδρομές:** Αποτελεί την αρχαιότερη μορφή τουρισμού, περιλαμβάνει την επίσκεψη θρησκευτικών χώρων και μνημείων, τη συμμετοχή σε συναφείς εκδηλώσεις, τις προσκνηματικές διαδρομές και την πνευματική εκπαίδευση.

**Τουρισμός φεστιβάλ και εκδηλώσεων:** Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις η οργάνωση φεστιβάλ αποτελούν ένα επιπλέον κίνητρο για την επίσκεψη ενός τόπου, ωθώντας την τουριστική ζήτηση.

Σημ. Να σημειωθεί ότι οι αρχαίοι Έλληνες μετακινούνταν << είτε προς εμπορίαν είτε προς θεωρίαν >>

**Δημιουργική κουλτούρα – δημιουργικός τουρισμός:** Κατά την Unesco (2009) αφορά *“ταξίδια που κατευθύνονται προς μια βιωματική και αυθεντική εμπειρία μέσω συμμετοχικής μάθησης στις τέχνες, την πολιτιστική κληρονομιά, ή τον ειδικό χαρακτήρα ενός τόπου. Το είδος αυτού του τουρισμού παρέχει μια σύνδεση με τους ανθρώπους που κατοικούν σε αυτόν τον τόπο και που δημιουργούν τη ζωντανή κουλτούρα του”*.

#### **1.2.4 Συνέργεια – δυναμική αλληλεπίδραση Τουρισμού – Πολιτισμού**

Οι έννοιες του πολιτισμού και του τουρισμού παρουσιάζουν την εξής ιδιαιτερότητα: ενώ είναι πολύ στενά συνδεδεμένες μεταξύ τους, είναι ταυτόχρονα και αντικρουόμενες. Στη νεότερη εποχή, οι τόποι που αναπτύχθηκαν τουριστικά περιελάμβαναν και σημαντικά πολιτιστικά μνημεία (Ελλάδα, Αίγυπτος κ.α.). Πλέον, στη σύγχρονη εποχή, ο τουρισμός



αποτελεί σίγουρα σημαντικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης μιας περιοχής. Ταυτόχρονα όμως, εξαιτίας της μαζικότητας που παρατηρείται, και της ολοένα αυξημένης τουριστικής ροής, ιδιαίτερα στους δημοφιλείς προορισμούς, μπορεί να δημιουργήσει πολλά προβλήματα στην περίπτωση που δεν οριοθετηθεί.

Ορισμένα από αυτά μπορούν να δημιουργήσουν τη σύγκρουση μεταξύ του τουρισμού και του πολιτισμού (Κωστάκης, 2009). Για παράδειγμα, δεν είναι δυνατή η επίσκεψη στον αρχαιολογικό χώρο της Ακρόπολης, ή σε ένα σπήλαιο, από ανεξέλεγκτα μεγάλο αριθμό τουριστών, καθώς έτσι δημιουργείται σοβαρός κίνδυνος αλλοίωσης, αν όχι καταστροφής, του μνημείου.

Με δεδομένο το σεβασμό απέναντι στα πολιτιστικά αξιοθέατα, η τουριστική τους εκμετάλλευση κρίνεται αναγκαία, καθώς τα έσοδα που προκύπτουν είναι πολλές φορές και η μοναδική πηγή χρηματοδότησης των συγκεκριμένων δομών. Μάλιστα, είναι δυνατό να υπερβούν κατά πολύ την οποιαδήποτε εξωτερική χρηματοδότηση.

Καθίσταται σαφές επομένως, ότι οι δύο πλευρές, τουρισμός και πολιτισμός, θα πρέπει να βρουν τον κοινό τόπο και να επιτύχουν τη συνεργασία, ελαχιστοποιώντας τις όποιες αντιδράσεις.

Τα δεδομένα στην Ελλάδα θα μπορούσαν να είναι πολύ καλύτερα. Παρά το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια, και με δεδομένη την οικονομική κρίση που επικρατεί, ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται συνεχώς, κάτι το οποίο προκύπτει μέσω προβολής και προσπαθειών των εμπλεκόμενων μερών, δεν έχουν γίνει τα αντίστοιχα βήματα ως προς το κομμάτι του πολιτισμού.

Οι όποιες πολιτιστικές πρωτοβουλίες είναι ουσιαστικά μεμονωμένες, χωρίς να εντάσσονται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο ανάπτυξης και συνέργειας μεταξύ τουρισμού και πολιτισμού. Σε αντίθεση με άλλες χώρες, στην Ελλάδα δεν υπάρχει ένα σαφώς διατυπωμένο πλαίσιο στρατηγικής και κανόνων, με ορίζοντα μακροχρόνιο, το οποίο θα συνδυάζει τα οφέλη του ενός κλάδου με τα αντίστοιχα οφέλη του άλλου.

### **1.2.5 Λαϊκός πολιτισμός και τουρισμός**

Η επιθυμία κάποιου να επισκεφτεί έναν τόπο, σχετίζεται κατά βάση με δύο χαρακτηριστικά: τις φυσικές ομορφιές του τόπου, και την πολιτιστική του κληρονομιά. Και

οι δύο αυτοί παράμετροι αποτελούν χαρακτηριστικά όλων των Ελληνικών τουριστικών προορισμών, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό. Το γεγονός αυτό συνετέλεσε στην ανάπτυξη του τουριστικού ρεύματος, κυρίως από τη δεκαετία του '60 και μετά, ενώ ταυτόχρονα παρουσίασε την ευκαιρία στους ντόπιους πληθυσμούς να ασχοληθούν ενεργά με την ανάπτυξη και την προώθηση του τόπου τους, καθώς αναγνωρίστηκε ο τουρισμός ως μια πολύ σημαντική πηγή εισοδήματος (Βαρβούνης, 2013).

Πλέον, το πολιτιστικό κομμάτι του τουρισμού αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της τουριστικής εμπειρίας, γεγονός που οδηγεί στη συνεχή βελτίωση και προώθηση των πολιτιστικών προϊόντων της κάθε περιοχής.

Ως πολιτιστικό προϊόν, δεν θα πρέπει να θεωρούνται μόνο τα μνημεία, οι αρχαιολογικοί χώροι κλπ., τα οποία καλώς ή κακώς δεν έχουν ιδιαίτερα περιθώρια βελτίωσης, ούτε μπορούν να προσφέρουν σημαντικά νέες εμπειρίες για κάποιον που τα επισκέπτεται περισσότερες από μια φορές.

Το πολιτιστικό προϊόν περιλαμβάνει και ένα σύνολο παραδόσεων οι οποίες σχετίζονται με τον εκάστοτε τόπο. Αυτές μπορεί να είναι έθιμα, τραγούδια, συνήθειες, δοξασίες και οτιδήποτε άλλο σχετίζεται με την ιστορική κληρονομιά του τόπου και τη μνήμη των ανθρώπων του και μπορεί να υλοποιηθεί και να αποτελέσει πόλο έλξης τουριστών.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το έθιμο “μπουρανί” του Τυρνάβου, η αναβίωση του οποίου αποτελεί σημαντικό λόγο επίσκεψης τουριστών. Άλλο παράδειγμα αποτελεί η διοργάνωση των γιορτών Παλιάς Πόλης Ξάνθης που διαρκούν μια εβδομάδα, κατά τη διάρκεια των οποίων πραγματοποιείται πλήθος εκδηλώσεων που στόχο έχουν να προβάλλουν την τοπική παράδοση, τα προϊόντα, καθώς και το έργο των πολιτιστικών συλλόγων της πόλης.

Κοινό χαρακτηριστικό αυτών των εκδηλώσεων βέβαια, είναι ότι σε ορισμένες περιπτώσεις το παραδοσιακό στοιχείο είναι περισσότερο φολκλωρικό. Αυτό σημαίνει ότι τα στοιχεία που παρουσιάζονται ορισμένες φορές απέχουν από τα όσα ίσχυαν κατά τις αντίστοιχες ιστορικές περιόδους. Ο λόγος που συμβαίνει κάτι τέτοιο είναι ο εξής: κατά την απαρχή του τουριστικού κινήματος, τη δεκαετία του '60, οι τοπικές κοινωνίες που υποδέχονταν τους τουρίστες του εξωτερικού (κυρίως), οργάνωναν δρώμενα καλωσορίσματος (υποδοχή με χορευτικά σε λιμάνια και αεροδρόμια, κεράσματα κλπ.).

Στόχος αυτών των εκδηλώσεων αποτελούσε η άμεση ενσωμάτωση των τουριστών στην τοπική παράδοση. Εντούτοις, τα όποια δρώμενα δεν αποτελούσαν προϊόντα έρευνας ή ιδιαίτερα οργανωμένης προσπάθειας, συντελώντας με αυτόν τον τρόπο στην εν μέρει αλλοίωση των αρχικών παραδόσεων και εισάγοντας το στοιχείο του φολκλορισμού.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

### **ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

#### **2.1 Η θέση του τομέα στο εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές περιβάλλον**

Σύμφωνα με τα στοιχεία έρευνας των McKinsey & Company (2011), ο τουρισμός συνεισφέρει περίπου στο 16% της Ελληνικής Οικονομίας, με την άμεση και έμμεση συνεισφορά μοιρασμένη (από 8%). Την τελευταία δεκαετία παρατηρείται συνεχόμενη ανάπτυξη, η οποία εντούτοις οφείλεται κατά 70% στην εγχώρια ζήτηση. Κατά τις εκτιμήσεις του WWTC (2011), ο τουρισμός συνεισφέρει το 15.8% του ΑΕΠ της χώρας. Τα αντίστοιχα ποσοστά ανεπτυγμένων τουριστικά χωρών είναι 25.4% για τη Μάλτα, 18.2% για την Κύπρο και 9.9% για την Τουρκία, με στοιχεία του 2010. Η άμεση συνεισφορά του τομέα ανέρχεται στο 5.64% (10.3% για τη Μάλτα, 6.0% την Κύπρο και 4.0% την Τουρκία).

Ως προς τη συνεισφορά του τουρισμού στην απασχόληση, αυτή ανέρχεται στο 18.4% (26.1% Μάλτα, 19.6% Κύπρος και 8.1% Τουρκία), με την άμεση συνεισφορά να ανέρχεται στο 8.0%, πολύ υψηλότερα σε σχέση με άλλες χώρες όπως η Ιταλία και η Ισπανία. Αν και τα παραπάνω ποσοστά απασχόλησης φανερώνουν την παραγωγικότητα του τουρισμού, θα πρέπει να σημειωθεί ότι αυτά είναι σε πολύ υψηλό βαθμό εξαρτώμενα από συγκεκριμένους κλάδους, ενώ ο ίδιος ο τομέας εξαρτάται από παραδοσιακές αγορές επισκεπτών. Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζονται στοιχεία του δείκτη τουριστικής έντασης (επισκέπτες ανά 1000 μόνιμους κατοίκους). Προκύπτει ότι στην περίπτωση της Ελλάδας η τιμή του δείκτη δεν είναι ιδιαίτερα υψηλή.

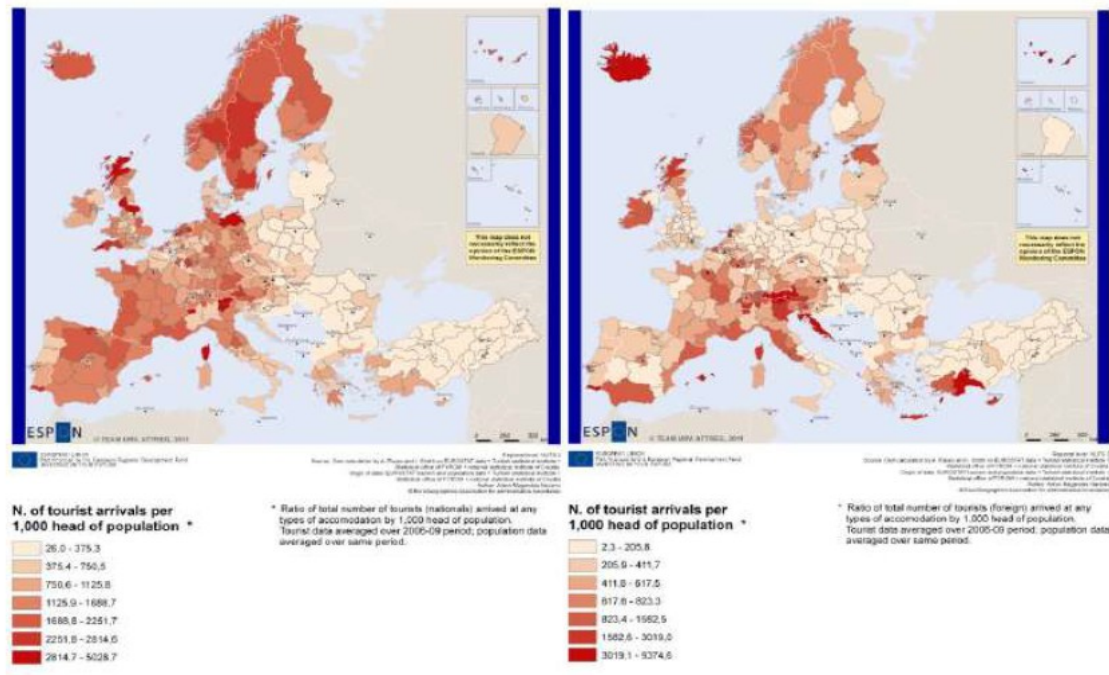
Ο τουρισμός δικαιολογημένα έχει χαρακτηριστεί ως η ατμομηχανή της Ελληνικής Οικονομίας. Οι εκτιμήσεις του WTTC για τον τομέα, με χρονικό ορίζοντα το 2021 και σημαντικά περιθώρια βελτίωσης και ανάπτυξης, είναι οι παρακάτω:

- Ετήσια αύξηση της άμεσης συνεισφοράς στο ΑΕΠ κατά 4%
- Ετήσια αύξηση της συνολικής συνεισφοράς το ΑΕΠ κατά 4%
- Ετήσια αύξηση της άμεσης συνεισφοράς στην απασχόληση κατά 1.9%

- Ετήσια αύξηση της συνολικής συνεισφοράς στη συνολική απασχόληση κατά 2.1%

## Διάγραμμα 2.1

Εγχώριοι (αριστερά) και ξένοι (δεξιά) τουρίστες ανά 1000 κατοίκους για την περίοδο 2006-2009



Πηγή: Σχέδιο Κατευθύνσεων Εθνικής Στρατηγικής 2014-2020 στον Τομέα του Τουρισμού (2013)

Τα παραπάνω στοιχεία αποδεικνύουν το ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει ο τουρισμός στην ανάκαμψη της Ελληνικής Οικονομίας.

Η γενική παραδοχή από όλα τα εμπλεκόμενα μέρη, είναι ότι με δεδομένη τη μακροχρόνια και πολύ μεγάλη ύφεση που αντιμετώπισε και αντιμετωπίζει η Ελληνική Οικονομία, η θέση του τουρισμού για την επίτευξη της αναγκαίας και πολυπόθητης ανάκαμψης είναι πολύ σημαντική. Η συμβολή του τουρισμού είναι οικονομική, παραγωγική και κοινωνική, με τις συναφείς επενδύσεις να αναγνωρίζονται ως επενδύσεις κεφαλαίου και εργασίας. Η προστιθέμενη αξία του τομέα υπολογίζεται με πολύ υψηλό πολλαπλασιαστή, ο οποίος μπορεί να αυξηθεί υπό την προϋπόθεση ότι θα αυξηθούν οι εγχώριες εισροές στις τουριστικές επενδύσεις και την τουριστική κατανάλωση.

## 2.2 Η σημασία του πολιτιστικού τουρισμού για την Ελλάδα

Στην ουσία, ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί τμήμα μιας παγκόσμιας αγοράς, η οποία σημειώνει διαρκή ανάπτυξη, και είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με τον τουρισμό. Σε αυτά τα πλαίσια, απαιτείται να εξεταστεί ο ρόλος και οι δυνατότητες που υπάρχουν για την περαιτέρω αξιοποίηση του πολιτιστικού προϊόντος, ιδιαίτερα σε μια χώρα όπως η Ελλάδα, η οποία διαθέτει πληθώρα τόπων με ιδιαίτερο πολιτιστικό ενδιαφέρον σε ολόκληρη την επικράτεια. Επιπλέον, η συνεισφορά της Ελλάδας σε όλες τις μορφές του πολιτισμού, των τεχνών και των επιστημών διαχρονικά, αποτελεί πλέον κτήμα σε μεγάλο βαθμό των λαών της Ευρώπης και της Βορείου Αμερικής, καθώς και άλλων χωρών. Ο βαθμός διεξόδου του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού και της αρχαιοελληνικής γλώσσας είναι πολύ υψηλός, όπως μαρτυρά η γνώση των αρχαιοελληνικών μύθων, η χρήση ελληνικών λέξεων και ονομάτων, μυθολογικών και ιστορικών, από πάρα πολλούς λαούς ανά την υφήλιο.

Από τα παραπάνω γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι τα οφέλη του πολιτιστικού τουρισμού για την Ελλάδα είναι πάρα πολλά. Τα αποτελέσματα της οποιασδήποτε προσπάθειας ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού λειτουργούν πολλαπλασιαστικά, με άμεσες θετικές οικονομικές συνέπειες, με την ταυτόχρονη ανάπτυξη άλλων κλάδων τουρισμού. Θα πρέπει να αναγνωριστεί σε αυτό το σημείο ότι οι προσπάθειες που γίνονται είναι σημαντικές, ιδιαίτερα τις τελευταίες δεκαετίες, και στόχο έχουν την αναβάθμιση και προώθηση των πολιτιστικών χώρων.

Οι κυριότερες προτεραιότητες για την ανάπτυξη του Πολιτιστικού Τουρισμού μπορούν να συνοψιστούν στα παρακάτω επτά σημεία (ΣΕΤΕ, 2013):

1. Αξιοποίηση του Πολιτιστικού Τουρισμού ως επιπρόσθετου στοιχείου (μέσω θεματικών)
2. Αξιοποίηση του Πολιτιστικού τουρισμού ως αυτόνομου προϊόντος, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου το είδος τουρισμού “ήλιος και θάλασσα” δεν αποτελεί το ισχυρότερό τους σημείο
3. Ορισμός προτεραιοτήτων και αναβάθμιση των κορυφαίων αρχαιολογικών και πολιτιστικού ενδιαφέροντος χώρων, ώστε να προσφέρονται υποδομές παγκόσμιας κλάσης

4. Αναβάθμιση των 15 μεγαλύτερων μουσείων μέσω στοχευμένων παρεμβάσεων (ανανέωση περιεχομένου, εικονικά εκθέματα κ.α.)
5. Αναβάθμιση μεγάλων εκδηλώσεων και φεστιβάλ ώστε να γίνουν ελκυστικότερα στο διεθνές κοινό.
6. Σχεδιασμός και διαμόρφωση ξεχωριστών εμπειριών και δραστηριοτήτων με στόχο την ικανοποίηση απαιτητικών τουριστών (συμμετοχή σε ανασκαφές)
7. Χρήση τεχνολογίας για τη βελτίωση της εμπειρίας από το χρήστη του πολιτιστικού προϊόντος.

Κάτι το οποίο προκαλεί σύγχυση, είναι η θεώρηση ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αφορά μόνο στα μουσεία. Αυτό δεν είναι αληθές, καθώς ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει την πολιτιστική κληρονομιά (αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία, βιβλιοθήκες, αρχιτεκτονικά μνημεία και ξεναγήσεις πόλεων), τις εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ (μουσικά, καλών τεχνών, θεματικά, αθλητικές εκδηλώσεις), τον παραδοσιακό/λαογραφικό τουρισμό (τοπική κουλτούρα/παραδόσεις, λαογραφικές ιδιαιτερότητες, θεματικές διαδρομές) και τις πολιτιστικές εμπειρίες (συμμετοχή σε καλλιτεχνικές δραστηριότητες, ανασκαφές).

Το πρόβλημα το οποίο παρατηρείται σε αρκετές περιπτώσεις, είναι ότι δεν διατίθενται οι απαραίτητες υποδομές. Αυτό συνεπάγεται μειωμένη προσέλευση τουριστών στα σημεία ενδιαφέροντος. Ακόμα και στις περιπτώσεις που η προσέλευση είναι μεγάλη, η έλλειψη των βασικών υποδομών καθιστά μη ικανοποιητική την εμπειρία του επισκέπτη. Η σημασία της Ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς, αποτυπώνεται και στον κατάλογο των μνημείων παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO, ο οποίος περιλαμβάνει 18 ελληνικά μνημεία:

- Ναός Επικούρειο Απόλλωνος – Βάσσες (1986)
- Αρχαιολογικός Χώρος Ακροπόλεως (1987)
- Αρχαιολογικός Χώρος Δελφών (1987)
- Ιερό του Ασκληπιού στην Επίδαυρο (1988)
- Άγιον Όρος – Άθως (1988)
- Μετέωρα (1998)
- Παλαιοχριστιανικά και Βυζαντινά μνημεία Θεσσαλονίκης (1988)

- Μεσαιωνική Πόλη της Ρόδου (1988)
- Αρχαιολογικός Χώρος Ολυμπίας (1989)
- Αρχαιολογικός Χώρος Μυστρά (1989)
- Αρχαιολογικός Χώρος Δήλου (1990)
- Μονή Δαφνίου, Μονή Οσίου Λουκά και Νέα Μονή Χίου (1990)
- Αρχαιολογικός Χώρος Ηραίου Σάμου (1992)
- Αρχαιολογικός Χώρος Αίγων (Βεργίνα) (1996)
- Αρχαιολογικοί Χώροι Μυνηκών και Τίρυνθας (1999)
- Ιστορικό Κέντρο (Χώρα), με τη Μονή του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου και το Σπήλαιο της Αποκάλυψης στην Πάτμο (1999)
- Παλαιά Πόλη της Κέρκυρας (2007)
- Αρχαιολογικό Χώρος Φιλίππων (2016)

Ο παραπάνω αριθμός μνημείων είναι πολύ σημαντικός, με την Ελλάδα να κατέχει την 9η θέση παγκοσμίως σε μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς, και την 23η θέση σε μνημεία παγκόσμιας φυσικής κληρονομιάς. Βάσει στοιχείων, τα έσοδα από τα μουσεία και τα μνημεία ανήλθαν το 2016 σε 86,65 εκ. Ευρώ.

Στους παρακάτω πίνακες παρουσιάζονται τα πιο πρόσφατα δημοσιευμένα από την ΕΛΣΤΑΤ στοιχεία σχετικά με τις εισπράξεις και την επισκεψιμότητα των μουσείων και των αρχαιολογικών χώρων, από το 2014 έως και το τέλος του 2016.

### Πίνακας 2.1

#### Σύνολο εισπράξεων αρχαιολογικών χώρων και μουσείων

ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ – ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ			Μεταβολή 2015/2016
	2014	2015	2016	
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ</b>	<b>54.663.545,00</b>	<b>56.224.962,00</b>	<b>86.647.638,00</b>	<b>54,1%</b>
Μουσεία	11.793.726,00	12.385.213,00	13.448.464,00	8,6%
Αρχαιολογικοί Χώροι	42.869.819,00	43.839.749,00	73.199.174,00	67,0%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ



## Πίνακας 2.2

### Αριθμός επισκεπτών σε αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ Μουσεία – Αρχαιολογικοί Χώροι	2014	2015	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ- ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2016	Μεταβολή 2015/2016
<b>Γενικό σύνολο επισκεπτών</b>	<b>14.107.303</b>	<b>14.725.895</b>	<b>14.040.961</b>	<b>-4,7%</b>
<b>A. Μουσεία</b>	<b>4.154.142</b>	<b>4.405.842</b>	<b>4.476.288</b>	<b>1,6%</b>
Μουσείο Ακρόπολης	1.377.409	1.510.615	1.406.096	-6,9%
Εθνικό Μουσείο	459.115	476.754	447.093	-6,2%
Αρχαίας Ολυμπίας	134.976	135.972	124.136	-8,7%
Παλάτι Ιππιστών (Ρόδου)	258.906	251.091	237.361	-5,5%
Ηρακλείου Κρήτης	198.942	201.657	355.237	76,2%
Ρόδου	79.878	87.824	71.623	-18,4%
Δελφών	190.314	205.369	166.091	-19,1%
Λοπιών μουσείων	1.454.602	1.536.560	1.668.651	8,6%
<b>B. Αρχαιολογικοί χώροι</b>	<b>9.953.161</b>	<b>10.320.053</b>	<b>9.564.673</b>	<b>-7,3%</b>
Επιδαύρου	416.323	443.565	375.437	-15,4%
Ακροπόλεως Μικηνών και Θησαυρού Ατρέα	377.336	402.565	342.854	-14,8%
Ακροπόλεως Αθηνών	1.563.434	2.043.868	1.807.580	-11,6%
Σουνίου	203.269	236.285	222.8	-5,7%
Ακροπόλεως Λίνδου	630.042	580.875	421.07	-27,5%
Καμείρου (Ρόδου)	177.859	152.204	111.799	-26,5%
Αρχαίας Ολυμπίας	464.99	439.836	423.424	-3,7%
Κνωσού (Κρήτης)	670.499	632.288	611.455	-3,3%
Φαιστού (Κρήτης)	105.643	94.689	77.071	-18,6%
Αρχαίας Κορίνθου	161.819	141.49	153.307	8,4%
Μυστρά	113.815	117.01	114.293	-2,3%
Δελφών	293.944	319.754	290.705	-9,1%
Λοπιών αρχαιολογικών χώρων	4.774.188	4.715.624	4.612.878	-2,2%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Σύμφωνα με έρευνα για λογαριασμό του Eurobarometer το 2014, το 25% των Ευρωπαίων τουριστών, επισκέφθηκαν ή σκοπεύουν να επισκεφθούν την Ελλάδα λόγω του πολιτισμού της και των πολιτιστικών σημείων ενδιαφέροντος, θεωρώντας την ως τον κορυφαίο προορισμό. Τα αντίστοιχα ποσοστά για τουρισμό πόλης, αθλητισμό και αναψυχή ήταν 23%, 14% και 13%.

Τα οφέλη του πολιτιστικού τουρισμού, εκτός των παραπάνω, μπορούν να συνοψιστούν και στα παρακάτω:

- Προβολή μιας πόλης ή περιοχής

- Επενδύσεις σε έργα και υπηρεσίες υποδομής εκεί όπου λαμβάνουν χώρα πολιτιστικές εκδηλώσεις
- Οικονομική και κοινωνική αναζωογόνηση
- Εισροή συναλλάγματος από το εξωτερικό
- Ανάπτυξη βιοτεχνίας ειδών λαϊκής τέχνης και συναφών προϊόντων
- Διαφοροποίηση τουριστικού προϊόντος και προσπάθεια εξάλειψης της εποχικότητας

Το 2015, η Ελλάδα κατέκτησε την 31η θέση ανάμεσα σε 141 χώρες στην κατάταξη του παγκόσμιου δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας. Στον Πίνακα 2.4 παρακάτω, παρουσιάζονται οι αφίξεις, οι διανυκτερεύσεις και οι δαπάνες ανά ταξίδι και ανά διανυκτέρευση, από το 2009 έως και το 2016.

**Πίνακας 2.3**

**Αφίξεις ξένων κατοίκων στην Ελλάδα, διανυκτερεύσεις και δαπάνες ανά ταξίδι**

	Αφίξεις (χιλιάδες)	Διανυκτερεύσ εις (χιλιάδες)	Δαπάνη/Ταξί δι (ευρώ)	Διανυκτερεύσ εις/ταξίδι	Δαπάνη Διανυκτέρευσ ης (ευρώ)
2009	14.915	141.444	697,3	9,5	73,5
2010	15.008	140.176	640,4	9,3	68,6
2011	16.427	150.978	639,5	9,2	69,6
2012	15.518	140.919	646	9,1	71,1
2013	17.917	160.251	653,4	8,9	73,1
2014	22.034	187.789	590,2	8,4	70,4
2015	23.600	185.027	579,6	7,8	73,9
2016	24.700	195.000	514	7,8	74,6

Πηγή: Ηλιοπούλου Ε. (2017), ΕΛΣΤΑΤ

Παρατηρείται ότι η δαπάνη ανά ταξίδι μειώθηκε μεταξύ των ετών 2013 και 2016, γεγονός το οποίο οφείλεται στο ότι η διάρκεια των διακοπών είναι μικρότερη, όπως φαίνεται και από τις διανυκτερεύσεις ανά ταξίδι. Η πλειοψηφία των αφίξεων των μη κατοίκων στην Ελλάδα για το έτος 2016 προέρχεται από τη Γερμανία (3.138.735), το Ηνωμένο Βασίλειο (2.894.655) την Ιταλία (1.386.902), τη Γαλία (1.313.536) και τη Ρωσία (595.482).

Το έτος 2016, η συνεισφορά του τουρισμού στο Ελληνικό ΑΕΠ ήταν 18.6%, ενώ η συμμετοχή του στη συνολική απασχόληση έφτανε το 23.4%, με 860.315 θέσεις εργασίας. Τα παραπάνω στοιχεία, σε συνδυασμό με το κλίμα και τη γεωγραφική θέση της χώρας, καθιστούν τον τουρισμό ως τη βαριά βιομηχανία της χώρας, επιτρέποντας και επιβάλλοντας την περαιτέρω ανάπτυξη όλων των μορφών τουρισμού, με ειδικό βάρος στον πολιτιστικό τουρισμό. Το μερίδιο αγοράς που καταλαμβάνει η Ελλάδα (στοιχεία του 2015) είναι το 2% της παγκόσμιας αγοράς, ενώ λαμβάνει και το 3.1% της Ευρωπαϊκής. Επιπλέον, το 56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται το τρίμηνο Ιούλιος – Αύγουστος- Σεπτέμβριος.

### **2.3 Στρατηγικοί Στόχοι 2014-2020 για τον Ελληνικό Τουρισμό**

Η σημασία του τουρισμού ως μοχλού ανάπτυξης, αντανακλάται στην ύπαρξη του Υπουργείου Τουρισμού, το οποίο αποτελεί αυτόνομο φορέα και το 18ο τη τάξη Υπουργείο. Στόχος είναι η συμμετοχή στην ανάπτυξη της Εθνικής Στρατηγικής Ανάπτυξης, στην οποία ο τουρισμός θα κατέχει δεσπόζουσα θέση, συμβάλλοντας στους τομείς της επιχειρηματικότητας, της κατάρτισης και της καινοτομίας. Ο σημαντικός ρόλος του τουρισμού στο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν αναγνωρίζεται τόσο στις ΣΥΝΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ 2014-20, όπου τονίζεται η συμβολή του στην προσπάθεια που καταβάλλεται για την αναδιοργάνωση και ανάπτυξη της Ελληνικής Οικονομίας, καθώς και στο Position Paper της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, στο οποίο τονίζεται ως στόχος νέων χρηματοδοτικών πόρων.

**Οι ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ** (Υπουργείο Τουρισμού, 2013) στους οποίους επικεντρώνεται ο στρατηγικός σχεδιασμός του Υπουργείου για την περίοδο 2014-2020, είναι οι παρακάτω:

1. Το παραδοσιακό μοντέλο “ήλιος-θάλασσα” θεωρείται ότι έχει ολοκληρώσει τον κύκλο του ενώ ταυτόχρονα προσελκύει εγχώριο τουρισμό. Στόχος η αντικατάστασή του μέσω της

διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου, και της αύξησης του ποσοστού τουριστών με υψηλά εισοδήματα.

2. Αξιοποίηση της παγκοσμιοποίησης μέσω της αξιοποίησης και ανάπτυξης των κατά τόπους ιδιαιτεροτήτων, δίνοντας τους μεγάλη εμπορική αξία. Γενικότερος εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος και προώθηση νέων μορφών τουρισμού (κρουαζιέρα, Συνεδριακός, Υγείας, Πόλης κ.α.).

3. Τουριστική αξιοποίηση των αρχαιολογικών και πολιτιστικών χώρων, ανάδειξη της σχέσης μεταξύ του τομέα του Πολιτισμού και του Περιβάλλοντος με δράσεις που προβάλλουν ταυτόχρονα και τους περιβαλλοντικούς πόρους.

4. Διαμόρφωση περιβάλλοντος φιλικού προς τις επενδύσεις. Στόχος η υλοποίηση σύγχρονων, οργανωμένων τουριστικών επενδύσεων υψηλής ποιότητας. Προϋπόθεση η χάραξη χωροταξικής πολιτικής, άρση εμποδίων για την ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων, απλοποιημένο πλαίσιο λειτουργίας και ελέγχου.

5. Υλοποίηση ή/και επιτάχυνση ολοκλήρωσης συναφών έργων υποδομής (αεροδρόμια, θαλάσσιες μεταφορές) και δικτύων που ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού τομέα σε περιφερειακή και τοπική κλίμακα.

6. Το ανθρώπινο δυναμικό, μέσω της κατάλληλης εκπαίδευσης και κατάρτισης, θα πρέπει να αναδειχθεί σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της χώρας στον τομέα του τουρισμού.

7. Βελτίωση ή απόσυρση των παλαιών τουριστικών μονάδων, λήψη και προώθηση μέτρων και δράσεων για την πλήρη αξιοποίηση των ΤΠΕ ως εργαλείου της διοίκησης και των επιχειρήσεων.

8. Προώθηση συνεργίας μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων σε κλαδικό όσο και σε ομοειδές επίπεδο, δημιουργία δικτύων τουρισμού βάσει ζήτησης και τουριστικών προορισμών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

# ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ-ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ

### 3.1 Σύντομη χρονική-ιστορική αναδρομή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης

Η Ελληνική Δημοκρατία αναγνώρισε τη θεμελιώδη σημασία της τοπικής αυτοδιοίκησης ήδη από τη σύσταση του Ελληνικού Κράτους με το Βασιλικό διάταγμα της 27-12-1833 “περί συστάσεων των Δήμων”. Συνταγματικά, ως θεσμός αναγνωρίστηκε με το Σύνταγμα του 1844, κατά το οποίο οι δήμοι απέκτησαν σημαντικό ρόλο, ενώ η πλήρης κατοχύρωση επήλθε με τα συντάγματα του 1925 και 1927. Βάσει των τελευταίων, το κράτος διαιρείται σε περιφέρειες, εντός των οποίων οι υποθέσεις θα διεκπεραιώνονται απευθείας από τους πολίτες. Επιπλέον, στην περίπτωση που οι πόροι των ΟΤΑ δεν επαρκούν, θα λαμβάνουν επιπλέον χρηματοδότηση από τον κρατικό προϋπολογισμό. Με το Σύνταγμα του 1952 καθιερώθηκε ρητά η τοπική αυτοδιοίκηση και ο ρόλος της στην διοικητική οργάνωση του κράτους, με παράλληλη απόφαση σχετικά με την ανάδειξη των κοινοτικών/δημοτικών αρχών με καθολική πλειοψηφία. Αργότερα με το σύνταγμα του 1975, καθορίζεται πλήρως η δομή της και υπάρχει πλέον η δυνατότητα καθιέρωσης ενός συστήματος το οποίο προσαρμόζεται στις ανάγκες της Ελληνικής κοινωνίας. Τώρα, ορίζεται για πρώτη φορά επακριβώς ο όρος “τοπική αυτοδιοίκηση” ως “η αυτοτελής άσκηση τοπικής δημόσιας διοίκησης από ένα εδαφικό νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου με τη σύμπραξη του συνόλου των μελών του και υπό την εποπτεία του Κράτους” (Βουδογεώργη, 2010).

### 3.2 Θεσμικό πλαίσιο και αρμοδιότητες για την άσκηση τουριστικής πολιτικής από τους ΟΤΑ

Οι πολιτικές που εφαρμόζονται για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, κινούνται προς την κατεύθυνση κατά την οποία αυτή επιτυγχάνεται με τη σύγκλιση του περιβάλλοντος και των

τουριστικών δραστηριοτήτων. Οι τοπικές κοινωνίες, μέσω της κατά τόπους τοπικής αυτοδιοίκησης, πραγματοποιούν δράσεις για την υλοποίηση των στρατηγικών που ορίζονται σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο. Τα όποια σχέδια τουριστικής ανάπτυξης θα πρέπει να ορίζονται σε τοπικό επίπεδο, καθώς ο κάθε ΟΤΑ γνωρίζει και κατανοεί τις ανάγκες, τις προσδοκίες και τα προβλήματα της κάθε περιοχής, με αποτέλεσμα την καλύτερη καταγραφή, αξιοποίηση και διαχείριση των τουριστικών πόρων. Σε αυτήν την ενότητα παρουσιάζεται το θεσμικό πλαίσιο που ισχύει για τους ΟΤΑ ως προς την τουριστική πολιτική που ακολουθούν, ξεκινώντας με τον Ν. 3463/6 το οποίο αφορά στην Κύρωση του Κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων. Στο άρθρο 75 του νόμου, καταγράφονται οι αρμοδιότητες των Δήμων,

Το έτος 2010 ψηφίστηκε το Πρόγραμμα Καλλικράτης με το Ν. 3852/10, κατά το οποίο οι δήμοι και οι περιφέρειες συγκροτούν τον πρώτο και δεύτερο βαθμό τοπικής αυτοδιοίκησης. Σύμφωνα με το άρθρο 70 του νόμου, δίνεται η δυνατότητα συγκρότησης αρμόδιων επιτροπών για την επεξεργασία και εισήγηση θεμάτων της αρμοδιότητας του εκάστοτε δήμου, σύμφωνα με τον εσωτερικό κανονισμό του αντίστοιχου δημοτικού συμβουλίου. Ειδικά για τους τουριστικούς δήμους, προβλέπεται η δυνατότητα επεξεργασίας και εισήγησης θεμάτων που αφορούν στην τουριστική ανάπτυξη και προβολή του δήμου (Βασιλείου, 2017).

Στο άρθρο 94 προβλέπονται επιπλέον αρμοδιότητες των δήμων, ορισμένες από τις οποίες είναι οι παρακάτω:

- Διαχείριση στερεών αποβλήτων σε επίπεδο προσωρινής αποθήκευσης, μεταμόρφωσης, επεξεργασίας, ανακύκλωσης, τη λειτουργία των αντίστοιχων μονάδων και την αποκατάσταση των υφιστάμενων χώρων εναπόθεσης
- Μελέτη έργων συντήρησης και βελτίωσης οδικού δικτύου αρμοδιότητας δήμου.
- Επιχορήγηση φορέων στους φορείς που συμβάλουν στην τουριστική ανάπτυξη/προβολή του δήμου, και σε αυτούς που ασχολούνται με πολιτιστικές δραστηριότητες.

Στο άρθρο 186 του Ν. 3852/10, ως αρμοδιότητες των περιφερειών αναφέρονται και οι παρακάτω:

- Κατάρτιση προγραμμάτων τουριστικού σχεδιασμού, προβολή και τουριστική ανάπτυξη περιφέρειας σε συνεργασία με τον Ε.Ο.Τ.

- Παροχή γνωμοδότησης (άρθρο 29 παρ.3, Ν. 2547/1997) για χαρακτηρισμό και οριοθέτηση Περιοχών Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΟΤΑ).
- Κατάρτιση σχεδίου ανάπτυξης υποδομών για αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής στον τουρισμό, ενταγμένο σε αναπτυξιακά προγράμματα.
- Κατασκευή, συντήρηση και ανακαίνιση οδών, των οποίων η συντήρηση ανήκει στην αρμοδιότητα της Κρατικής Περιφέρειας και στις πρώην Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις.
- Σχεδιασμός, μελέτη, κατασκευή και συντήρηση συγκοινωνιακών, αντιπλημμυρικών, λιμενικών κ.α. έργων.

### **3.3 Η Τουριστική πολιτική των ΟΤΑ και το θεσμικό πλαίσιο για την εφαρμογή της**

Εκτός από τα όσα έχει να προσφέρει ένας τόπος ως προς τις φυσικές ομορφιές τα όσα χαρακτηρίζουν μια τουριστική εμπειρία, πολύ σημαντικό ρόλο στην τελική επιλογή τουριστικού προορισμού παίζουν και οι υφιστάμενες υποδομές οι οποίες αποτελούν χαρακτηριστικά του Δήμου ή της Περιφέρειας στην οποία ανήκει ο εκάστοτε προορισμός.

#### **3.3.1 Δημιουργία υποδομών**

Ορισμένες από τις υποδομές στις οποίες μπορεί να πραγματοποιήσει παρεμβάσεις η τοπική αυτοδιοίκηση, παρουσιάζονται παρακάτω:

**Έργα βασικών υποδομών:** χωρίς αυτά δεν μπορεί να υπάρξει ουσιαστική τουριστική ανάπτυξη. Περιλαμβάνονται οι πύλες εισόδου (αεροδρόμια, λιμάνια), οδικό δίκτυο, χώροι στάθμευσης, συγκοινωνιακά έργα, κατασκευή δικτύων ύδρευσης, αποχέτευσης, μονάδες βιολογικού καθαρισμού, χώροι υγειονομικής ταφής απορριμμάτων

**Κοινωνικές υποδομές:** υποδομές υγείας και αθλητικές εγκαταστάσεις

**Υποδομές ενέργειας, εναλλακτικές μορφές, εξοικονόμηση ενέργειας:** παρεμβάσεις με ευρύτερη αναπτυξιακή διάσταση, παροχή ενέργειας στον τοπικό πληθυσμό, αξιοποίηση τοπικών πηγών και αξιοποίηση εναλλακτικών πηγών ενέργειας. Εξυπηρετούν ταυτόχρονα

τις αυξημένες απαιτήσεις κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου όπου οι ενεργειακές ανάγκες είναι αυξημένες, λαμβάνοντας υπόψιν και την προστασία του περιβάλλοντος.

**Υποδομές Τηλεπικοινωνιών:** εκτός από αναπτυξιακό χαρακτήρα, έχουν ιδιαίτερη βαρύτητα και στην τουριστική ανάπτυξη, καθώς συμβάλουν στον τρόπο οργάνωσης και διακίνησης των τουριστικών προϊόντων. Περιλαμβάνονται τα νέας γενιάς ευρυζωνικά δίκτυα, η δικτύωση των τουριστικών υποδομών (καταλύματα κλπ.).

**Έργα αστικής ανάπτυξης, αναπλάσεις, παρεμβάσεις στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον:** πλατείες, πεζοδρομήσεις, παραλίες, δημόσια κτίρια. Παρεμβάσεις που σχετίζονται με τη βελτίωση της εικόνας της περιοχής, καθιστώντας την ελκυστική στους επισκέπτες.

**Έργα τουριστικής υποδομής:** οργάνωση βασικών τουριστικών υπηρεσιών, όσες στοχεύουν στην ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών μέσω προγραμμάτων κατάρτισης των εργαζομένων, αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών κ.α.

**Έργα ειδικής τουριστικής υποδομής:** αφορούν στις εγκαταστάσεις που απαιτούνται από ειδικές μορφές τουρισμού, όπως είναι οι μαρίνες, τα χιονοδρομικά κέντρα, καζίνο κλπ. Συνήθως αποτελούν υποδομές οι οποίες παρουσιάζουν πολύ υψηλό κόστος υλοποίησης, η βιωσιμότητα των οποίων σχετίζεται με τη διαρκή συντήρηση και εκσυγχρονισμό τους.

**Έργα ανάδειξης τοπικών πόρων:** αφορούν έργα ειδικής τουριστικής υποδομής, όπως θεματικά μουσεία, μονοπάτια κ.α., τα οποία αναδεικνύουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος ενός τόπου.

### 3.3.2 Προβολή και προώθηση του Τουριστικού Προϊόντος

Με το πλαίσιο που έχει διαμορφωθεί, οι ΟΤΑ είναι υπεύθυνοι για την προώθηση του τουριστικού τους προϊόντος τόσο στην Ελλάδα όσο και στο Εξωτερικό, αξιοποιώντας τόσο τις σύγχρονες τεχνολογίες όσο και παραδοσιακά μέσα. Οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται είναι οι παρακάτω (Βασιλείου, 2017):

- Τουριστική προβολή μέσω διαδικτύου
- Λειτουργία Κέντρων Πληροφόρησης Επισκεπτών
- Δημιουργία Κέντρων Εικονικής Αναπαράστασης



- Δημιουργία Πολιτιστικών Διαδρομών:
- Δημιουργία Δικτύων Μουσείων:.
- Δημιουργία Δικτύων Φεστιβάλ
- Σχεδιασμός και παραγωγή πληροφοριακού και διαφημιστικού υλικού Διοργάνωση ή συμμετοχή σε Πολιτιστικές εκδηλώσεις
- Δημιουργία Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας (ΤΣΠ) για τον Τουρισμό
- Φιλοξενία Τουριστικών Φορέων & Δημοσιογράφων
- Δημιουργία Εκπαιδευτικής Κάρτας Επισκέπτη
- Διεξαγωγή ερευνών-μελετών
- Λοιπές Ειδικές Δράσεις Προβολής και Προώθησης του Τουριστικού Προϊόντος από τους ΟΤΑ

### **3.4 Υφιστάμενη κατάσταση στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης**

Το τουριστικό προφίλ της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης, βασίζεται στο τρίπτυχο ΦΥΣΗ – ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ – ΤΟΠΟΣ. Η ΦΥΣΗ αποτελεί το σημαντικότερο στοιχείο, περιλαμβάνονται περιοχές με μεγάλη ποικιλομορφία και αντιθέσεις, οικολογική αξία και βιοποικιλότητα, με το 16% της έκτασης της περιφέρειας να καλύπτεται από 28 περιοχές Natura 2000, ενώ τα δασικά συστήματα αποτελούν πάνω από το 50% της συνολικής έκτασης. Ο ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ καλύπτει το σύνολο της ανθρώπινης δραστηριότητας ιστορικά, δίνει οντότητα και περιεχόμενη στην περιοχή. Τέλος, ο ΤΟΠΟΣ συνδέει τη φύση με τον πολιτισμό και τον άνθρωπο και τη δραστηριότητά του, μέσω της ιστορίας, αισθητικής και της ζωής.

Ως προς τις υποδομές, στην Περιφέρεια το 2013 (Περιφέρεια ΑΜΘ, 2016) λειτούργησαν 21.360 ξενοδοχειακές κλίνες, κατατάσσοντας την στις τελευταίες θέσεις (2.7% της χώρας). Το δυναμικό δεν είναι ισομερώς κατανομημένο, καθώς παρατηρείται υπερσυγκέντρωση στην Π.Ε. Καβάλας (64%) και τη Θάσο (50%), περιοχές με υψηλή τουριστική ζήτηση. Οι

κλίνες 5 αστέρων καταλαμβάνουν ποσοστό 9% επί του συνόλου, ενώ υπάρχουν και άλλοι τύποι καταλυμάτων εκτός των ξενοδοχειακών, με χαμηλή ποιότητα. Σε αυτά περιλαμβάνονται ορισμένοι παραδοσιακοί ξενώνες και αγροτουριστικές μονάδες (κυρίως στην Π.Ε. Έβρου), ενώ λειτουργούν και 15 οργανωμένα κάμπινγκ. Στις γενικές υποδομές, περιλαμβάνονται οργανωμένα κέντρα πληροφόρησης επισκεπτών σε ολόκληρη την περιφέρεια, όπως τα Κέντρα Ενημέρωσης Επισκεπτών στη Δράμα (Αγία Βαρβάρα) και την Καβάλα για τις περιοχές Καβάλας Θάσου, στην Ξάνθη το Κέντρο Τουριστικής Ενημέρωσης, στον Έβρο δομές όπως το Κέντρο Πληροφόρησης Φορέα Δέλτα Έβρου, το Τουριστικό Περίπτερο Σαμοθράκης κ.α.). Επιπλέον, με πρωτοβουλία της Περιφέρειας η εφαρμογή “Οδηγός για τον Ταξιδιώτη” παρέχει υλικό πληροφόρησης διαθέσιμο μέσω διαδικτύου καθώς και εφαρμογές για smartphone.

Ως προς τις Ειδικές Τουριστικές Υποδομές, υπάρχει μεγάλος αριθμός μονάδων σε ολόκληρη την Περιφέρεια. Σε αυτές περιλαμβάνονται αναρριχητικές πίστες, ξενώνες, υπηρεσίες εναλλακτικών δραστηριοτήτων (rafting, τοξοβολία, ιππασία, flying fox κ.α). Επιπλέον, τρία Δασικά χωριά σε Ξάνθη και Δράμα, δύο χιονοδρομικά κέντρα (Δράμα, Καβάλα), υποδομές οινικού τουρισμού, καζίνο στην Αλεξανδρούπολη, σπορ βουνού και Ιαματικά Λουτρά, οινοποιεία, υπηρεσίες καταδυτικού τουρισμού.

Σχετικά με την τουριστική ζήτηση στην Περιφέρεια, οι παρατηρήσεις που μπορούν να γίνουν είναι οι παρακάτω:

- το 2013 η Περιφέρεια είχε 1.15 εκ. Επισκέπτες (6% επί του συνόλου της χώρας), με το 6.3% να έχει φτάσει με αεροπλάνο, το υπόλοιπο 93.7% έφτασε οδικώς.
- Οι διανυκτερεύσεις ήταν 8.2 εκ. (5% επί του συνόλου της χώρας) με μέση διάρκεια διαμονής τις 7.1 ημέρες (8.9 μέρες σε εθνικό επίπεδο) με εποχικότητα ως προς τη ζήτηση, συγκεντρωμένη κατά το τρίμηνο Ιούνιος – Αύγουστος.
- Το 52.96% της ζήτησης αφορά σε ημεδαπούς, ενώ το σύνολο των αλλοδαπών προέρχεται από Ευρωπαϊκές χώρες
- Υπάρχουν διαφοροποιήσεις κατά Π.Ε., με τη Ροδόπη να εμφανίζει επισκεψιμότητα Αύγουστο – Σεπτέμβριο, ενώ οι Π.Ε. Δράμας και Έβρου παρουσιάζουν επισκεψιμότητα και πέραν της περιόδου αιχμής.

- Η υψηλότερη πληρότητα στα καταλύματα καταγράφεται σε Καβάλα, Ροδόπη και Έβρο, παρουσιάζεται όμως πολύ μειωμένη σε σχέση με τις υπόλοιπες τουριστικές περιφέρειες της χώρας
- Το σύνολο της τουριστικής δαπάνης φτάνει τα 373 εκ. ευρώ, εκ των οποίων το 16.6% σε διαμονή, το 19.4 σε φαγητό/ποτό, 20% μετακινήσεις, 31% αγορές και άλλες δαπάνες και 3.9% σε ψυχαγωγία.
- Ως προς την επισκεψιμότητα σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία κλπ., παρατηρείται αρνητική τάση, με αποτέλεσμα να τίθεται στόχος η αναστροφή της κατάστασης ή τουλάχιστον η αύξηση κατά 10% σε σχέση με το 2012. Αναλυτικά τα στοιχεία παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.1.

**Πίνακας 3.1:**

**Επισκεψιμότητα σε αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία**

ΜΟΥΣΕΙΟ / ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ / ΟΙΚΟΤΟΠΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ															
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>ΜΟΥΣΕΙΑ</b>	25.121	21.855	18.120	14.455	21.852	22.892	34.979	42.865	40.039	41.245	42.253	41.621	46.077	55.062		
Αρχαιολογικό Μουσείο Δράμης					2.342	2.054	2.123	2.839	3.834	2.524	2.156	2.881	2.658	2.972		
Αρχ. Μουσείο Σαμοθράκης - Ιερό Μεγ. Θεών	13.640	11.855	8.932	7.221	7.079	7.946	7.309	8.489	8.217	12.592	8.518	11.096	9.731	7810	11.950	9625
Συλλογή Αρχήκη Αλεξανδρούπολης																
Συλλογή Αρχήκη Τριανούπολης																
Αρχαιολογικό Μουσείο Θάσου							12.173	14.925	13.748	11.907	15.558	14.809	16.304	15.930		
Αρχαιολογικό Μουσείο Κιββίτας					3.386	2.857	2.630	2.326	2.732	2.522	2.105	2.341	3.218	3.327		
Αρχαιολογικό Μουσείο Φιλίππων											2.100	2.279	4.959	6.831		
Αρχαιολογικό Μουσείο Κομοτηνής													702	4.722	6.301	5.521
Αρχαιολογικό Μουσείο Αβδηρών	11.481	10.000	9.188	7.234	9.045	10.035	10.744	14.286	11.508	11.700	11.816	8.215	8.199	8.924	9.063	8.422
Αρχοντικό Ταβανιώτη (Μιράνεια)													140	1.517	1.133	849
<b>ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ</b>	1.992	2.729	4.004	4.360	36.052	44.335	44.172	49.530	52.637	53.061	51.318	52.561	36.841	44.925		
Αρχ. Χώρος Μεσημβρίας-Ζώνης	1.992	2.729	4.004	4.360	4.052	4.235	4.972	4.141	4.538	3.296	3.186	5.450	7.330	10.525	8.889	2.789
Αρχαιολογικός Χώρος Φιλίππων					32.000	40.100	39.200	40.400	41.650	42.662	41.572	40.853	23.304	31.290		
Αρχαίο Θέατρο Μιράνειας														575	576	1.377
Αρχαιολογικός Χώρος Αβδηρών										2.164	2.604	2.508	2.203	2.535		
<b>ΜΟΥΣΕΙΑ ΚΑΙ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ</b>	27.113	24.584	22.124	18.815	57.904	67.227	79.151	92.395	92.676	94.306	93.571	94.182	82.918	99.987	-	-
Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Ροδόπης			973	3.984	5.774	7.903	9.012	7.520	9.434	6.504	5.780	3.341	2.768	2.577		
Μουσείο Φυσικής Ιστορίας "Μπιστρος"													654	3.635	3.532	4.288
Σπήλαιο Πηγών Αγίτη Ποταμού	12.000	33.000	32.000	25.000	32.000	29.000	23.704	34.586	39.770	37.623	22.301	9.909	15.075	15.829		
Κέντρο Περιβαλ. Εκπαίδευσης - Παριανέσι					3.812	1.136	1.157	3.234	1.205	1.451	5.017	4.427	4.470	8.900		
Φορέας Διαχείρισης Δέλτα Έβρου						5.220	5.571	9.068	11.293	8.923	6.444	5.140	2.704	3.485		
Φορέας Διαχείρισης ΕΠ ΑΜΘ (ΚΠ Δ. Νέστου)	3.736	2.783	2.571	2.136	το Κ.Π. Δέλτα Νέστου κλειστό				82	432	713	238	1.111	1.307		
Φ.Δ. ΕΠ ΑΜΘ / (Κ.Π. Λιμνών Βιστινιδας-Ισμαριδας)	3.884	2.735	2.737	2.403	2.785	1.672	127	1.054	1.528	1.733	1.567	1.693	1.696	2.265		
Φορέας Διαχείρισης Εθνικού Πάρκου Δάσους Διάοις Λευκίμης Σουφλίου	46.530	43.267	47.934	50.519	47.194	40.057	35.387	41.348	41.414	40.306	14.784	15.585	11.654	10.239	10.520	8517
Φ.Δ. Ε.Π. Δάσους Διάοις (Παρατηρητήριο Αρπακτικών Πτηνών)						19.550	16.900	20.427	22.606	21.649	8.363	5.561	5.617	5.709	5.810	5.362
<b>ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ</b>	66.150	81.785	86.215	84.042	91.565	104.538	91.858	117.237	127.332	118.621	64.969	45.694	45.649	53.946	-	-

Πηγή: Περιφέρεια Αν. Μακεδονίας - Θράκης

### 3.4.1 Τουριστικό και πολιτισμικό απόθεμα της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας - Θράκης

Η ΠΑΜΘ διαθέτει πλούσια πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά, γεγονός το οποίο αποτυπώνεται και από την πληθώρα των μνημείων ιστορικού, θρησκευτικού και αρχαιολογικού ενδιαφέροντος, τα οποία είναι διάσπαρτα σε όλες τις ΠΕ της περιφέρειας. Η ύπαρξη όλων αυτών των χώρων αποδεικνύει τη διαρκή ανθρώπινη παρουσία ανά τους αιώνες, με την ταυτόχρονη συνύπαρξη πολιτισμών.

Παρά το γεγονός ότι υπάρχει μεγάλος πλούτος ως προς τον αριθμό των σημείων ενδιαφέροντος, ελάχιστα από αυτά έχουν αξιοποιηθεί προκειμένου να είναι ελκυστικά και επισκέψιμα. Εξαιρέσεις σε αυτόν τον κανόνα αποτελούν τα σημεία υψηλού ενδιαφέροντος και αναγνωρισιμότητας, όπως είναι ο Αρχαιολογικός χώρος των Φιλίππων, το Ιμαρέτ και οι Καμάρες στην Καβάλα, η Παλιά Πόλη της Ξάνθης, ο Αρχαιολογικός χώρος στα Άβδηρα, ο Φάρος της Αλεξανδρούπολης κ.α. Εκτός από τα παραπάνω, υπάρχει και μια δεύτερη κατηγορία μνημείων, τα οποία δεν είναι ιδιαίτερα δημοφιλή εντός των γεωγραφικών ορίων της Περιφέρειας, παρά το γεγονός ότι διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της εικόνας και της ταυτότητας της περιοχής στην οποία βρίσκονται. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν το Τέμενος του Χαλίλ Μπέη στην Καβάλα, η Τοξωτή Γέφυρα του Κομψάτου στη Ροδόπη, το Τέμενος Μεχμέτ (Βαγιαζήτ) στο Διδυμότειχο κ.α.

Ως προς το χωρικό καταμερισμό των πολιτιστικών χώρων, η Π.Ε. Δράμας αποτελεί τη φτωχότερη Π.Ε. σε σχέση με τις υπόλοιπες της ΠΑΜΘ ως προς τον αριθμό των αρχαιολογικών χώρων, αλλά διαθέτει πολύ μεγάλο αριθμό ιστορικών-θρησκευτικών μνημείων. Επιπλέον, διαθέτει 4 μουσεία και δύο παραδοσιακούς οικισμούς. Αντίθετα, στην Π.Ε. Καβάλας βρίσκεται ο μεγαλύτερος όγκος των μνημείων αρχαιολογικού ενδιαφέροντος, με τον Αρχαιολογικό Χώρο Φιλίππων να κατέχει δεσπόζουσα θέση. Στην Π.Ε. Καβάλας βρίσκονται επιπλέον οικιστικά σύνολα και κτήρια, σημαντικός αριθμός μουσείων, εντός της αστικής ζώνης της Καβάλας, όσο και εκτός (Θάσος, Χρυσούπολη), ενώ ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει και η περιοχή της Θάσου.

Η ταυτότητα της Ξάνθης χαρακτηρίζεται από την άμεση σχέση με το Οθωμανικό στοιχείο στο δομημένο περιβάλλον (παλιά πόλη Ξάνθης, Οικία Μάνου Χατζιδάκι κ.α.). Ως προς το αρχαιολογικό στοιχείο, υπάρχουν κάστρα, μακεδονικοί τάφοι και αρχαίες πόλεις. Επιπλέον,

μπορεί να βρει κανείς θρησκευτικά μνημεία (Οθωμανικά και Ορθόδοξα) και αρκετά μουσεία. Παρομοίως και στην Π.Ε. Ροδόπης το δομημένο περιβάλλον έχει πολύ μεγάλη αρχιτεκτονική και πολιτιστική σημασία, με σημεία ενδιαφέροντος διασκορπισμένα στον αστικό ιστό της Κομοτηνής, αλλά και μνημεία εκτός πόλης. Επιπλέον, υπάρχουν πολλά μνημεία της αρχαιοελληνικής και βυζαντινής περιόδου, θρησκευτικά μνημεία, μουσεία, συλλογές και πολιτιστικές υποδομές, καθώς και τέσσερεις παραδοσιακοί οικισμοί.

Στην Π.Ε. Έβρου, οι πολιτιστικοί πόλοι είναι διαμοιρασμένοι στα μεγαλύτερα πληθυσμιακά κέντρα του ηπειρωτικού τμήματος. Σε αυτούς περιλαμβάνονται αρχαιολογικοί χώροι, θρησκευτικοί ναοί και τζαμιά, μουσειακές υποδομές και τρεις παραδοσιακοί οικισμοί.

Στο κομμάτι του άυλου πολιτιστικού κεφαλαίου, η ΠΑΜΘ παρουσιάζει πολλές εκδηλώσεις και Φεστιβάλ, με μεγάλη απήχηση όχι μόνο σε τοπικό αλλά και σε Πανελλήνιο και Διεθνές επίπεδο. Στη Δράμα εντοπίζονται 14 εκδηλώσεις και φεστιβάλ, σε Καβάλα και Θάσο 25, στην Ξάνθη 16, στη Ροδόπη 8 και στον Έβρο 21, εκ των οποίων τα σημαντικότερα είναι τα παρακάτω:

- Φεστιβάλ Φιλίππων: Κορυφαίο γεγονός, φέτος (2017) κλείνει τα 60 χρόνια, αποτελώντας έναν από τους μακροβιότερους θεσμούς στην Ελλάδα. Λαμβάνει χώρα κάθε καλοκαίρι κατά τους μήνες Ιούλιο έως Σεπτέμβριο. Ο μεγαλύτερος αριθμός εκδηλώσεων λαμβάνει χώρα στο αρχαίο θέατρο Φιλίππων, ενώ άλλες εκδηλώσεις πραγματοποιούνται και στο Φρούριο (Καβάλα).
- Φεστιβάλ Ταινιών Μικρού Μήκους Δράμας: Από τις σημαντικότερες εκδηλώσεις στην Ελλάδα, πλέον είναι και Διεθνής θεσμός, προσελκύοντας και πλήθος ξένων κινηματογραφιστών. Διαρκεί μια εβδομάδα, πραγματοποιείται το Σεπτέμβριο.
- Κουρμπάν Μπαϊράμ και Σεκέρ Μπαϊράμ (κύριες Θρησκευτικές Εορτές της μουσουλμανικής μειονότητας)
- Μουσικός Αύγουστος στην παραλιακή ζώνη Ξάνθης
- Φεστιβάλ Βιομηχανικής Πληροφορικής, οργανώνεται από το Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας ΑΜΘ, το ΤΕΙ Καβάλας και την Π.Ε. Καβάλας
- Διεθνές Λαογραφικό Φεστιβάλ “Ήλιος και Πέτρα” στο ανοιχτό θέατρο του οικισμού Ακόντισμα

- Φεστιβάλ Θάσου
- Χατζιδάκειο Φεστιβάλ
- “Δημοκρίτεια” Αβδήρων
- Γιορτές Παλιάς Πόλης Ξάνθης
- Πολιτιστικές Εκδηλώσεις “ΚΑΒΕΙΡΙΑ” και Pulsar Festival Σαμοθράκης
- Φεστιβάλ Κλασσικής Μουσικής Ξάνθης
- Ονειρούπολη Δράμας
- Πανελλήνια Εμπορική Έκθεση “Θράκη”
- Γυναικοκρατία στα χωριά Ξυλαγανή, Στρώμη, Προσσκυνητές και Νέα Πέτρα
- “Κύματα Πολιτισμού” Αλεξανδρούπολης
- “Παγκόσμιο Συνέδριο Θρακών”
- Φεστιβάλ Νέων Άρδα
- Γιορτή Μεταξιού στο Σουφλί
- Γιορτές Κρασιού
- Δραμοιγνωσία, φεστιβάλ των οινοποιείων στη Δράμα

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ Σ.Ε.Σ. 2014-2020

#### 4.1 Προφίλ Περιφέρειας Α.Μ.Θ

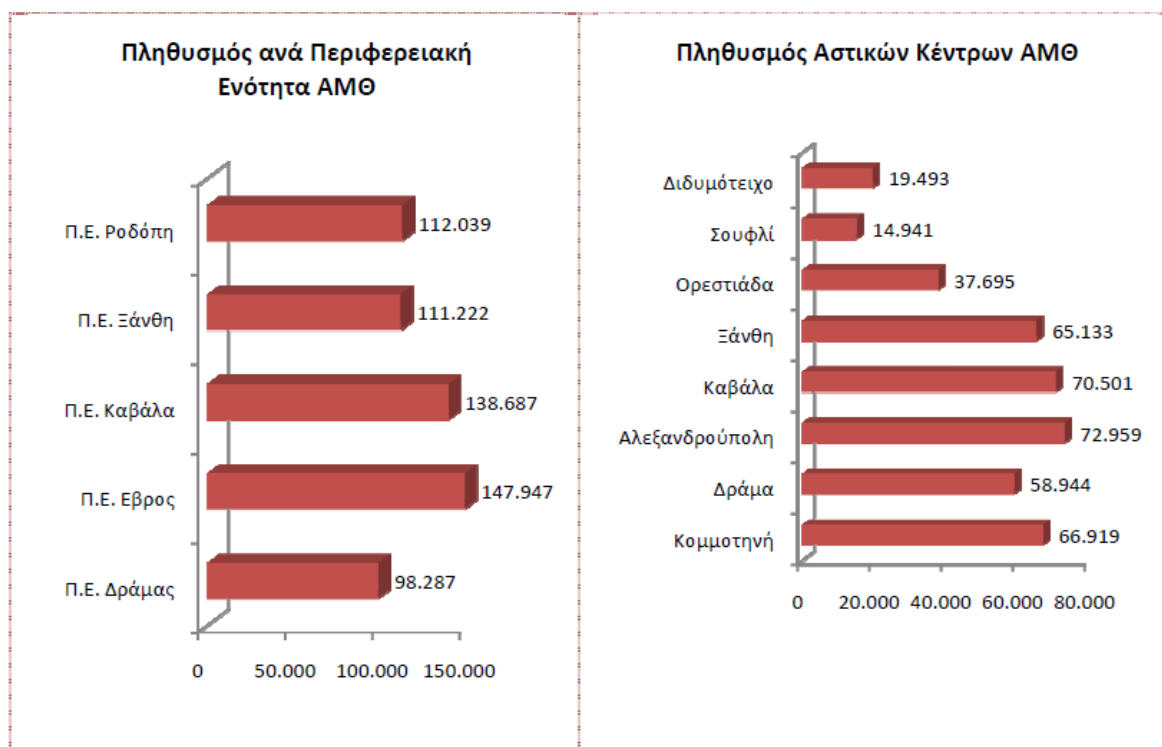
Η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης (ΠΑΜΘ) αποτελεί το πιο ανατολικό ακριτικό ηπειρωτικό τμήμα της Ελλάδας. Παλαιότερα αποτελούσε μια "ακριτική περιοχή" και ως Ε.Ε, μετά το 2007 όμως με την ένταξη της Βουλγαρίας και της Ρουμανίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, χαρακτηρίζεται ως "πύλη της χώρας, αλλά και της Ευρωπαϊκής Ένωσης" προς ανατολάς με τη σημασία της ως περιοχή να είναι πολύ σημαντική γεωγραφικά και γεωπολιτικά, τόσο για την Ελλάδα όσο και για την Ευρωπαϊκή Ένωση. Πλέον, αποτελεί την οδό που συνδέει εμπορικά και κοινωνικά την Ελλάδα με τις λοιπές χώρες των Βαλκανίων, αλλά και τις βορειότερες. Μετά την εφαρμογή του προγράμματος Καλλικράτης, αποτελείται από πέντε Περιφερειακές Ενότητες: Δράμας, Καβάλας, Ξάνθης, Ροδόπης και Έβρου.

Ο πληθυσμός της ΠΑΜΘ αποτελεί το 5.6% του συνολικού πληθυσμού της Ελλάδας, με 608.182 κατοίκους, βάσει της απογραφής του 2011 (ΕΛ. ΣΤΑΤ., 2011), καλύπτοντας το 10.7% της συνολικής έκτασης της χώρας. Χαρακτηριστικό αποτελεί η αστικοποίηση, με το 66.8% του πληθυσμού της περιφέρειας να βρίσκεται στα 7 μεγαλύτερα κέντρα της (πληθυσμιακό κριτήριο), ήτοι Ορεστιάδα, Διδυμότειχο, Αλεξανδρούπολη, Κομοτηνή, Ξάνθη, Καβάλα και Δράμα. Επιπλέον, στην ΠΑΜΘ ανήκουν και οι νήσοι Θάσος και Σαμοθράκη, με 13.770 και 2.859 κατοίκους αντίστοιχα.

Ως προς τις περιφερειακές ενότητες, το μεγαλύτερο πληθυσμό συγκεντρώνει η Π.Ε. Έβρου, με 147.947 κατοίκους (24.33% επί του συνόλου), ακολουθεί η Π.Ε. Καβάλας, και έπονται οι Π.Ε. Ροδόπης, Ξάνθης και Δράμας. Στο Διάγραμμα 4.1 παρουσιάζονται τα πληθυσμιακά στοιχεία ανά Περιφερειακή Ενότητα, καθώς και τα αντίστοιχα των Αστικών Κέντρων της ΠΑΜΘ, βάσει της απογραφής του 2011.

## Διάγραμμα 4.1

### Πληθυσμικά στοιχεία Περιφέρειας ΑΜΘ.



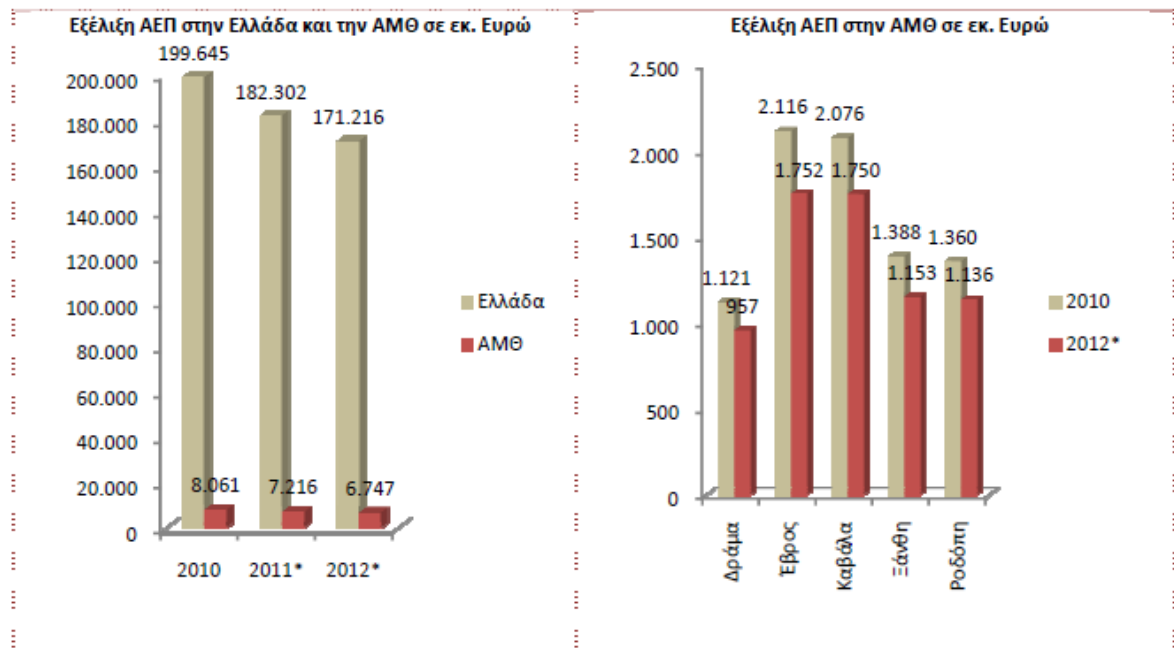
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2011

Η οικονομία της περιφέρειας παραμένει σε μεγάλο βαθμό αγροτική, με σημαντικές δραστηριότητες και στο δευτερογενή τομέα, ενώ υπάρχει η τάση εξάπλωσης και στον τριτογενή τομέα. Η συνεισφορά της ΠΑΜΘ ως προς το εθνικό ΑΕΠ τη βρίσκει στην 8η θέση, συμβάλλοντας κατά 3.9% στο συνολικό Εθνικό προϊόν για το έτος 2012. Τα στοιχεία σχετικά με το ΑΕΠ στο σύνολο της περιφέρειας αλλά και ανά περιφερειακή ενότητα, παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.2 παρακάτω.



## Διάγραμμα 4.2

### Στοιχεία ΑΕΠ περιφέρειας και ανά Π.Ε.



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2011

## 4.2 Τουριστική ταυτότητα Π.Α.Μ.Θ (Φύση – Πολιτισμός - Τόπος)

Η κάθε περιοχή αποτελείται από ένα σύνολο στοιχείων τα οποία τη χαρακτηρίζουν, που συνοψίζονται στις έννοιες του φυσικού, ιστορικού, πολιτιστικού και ανθρωπογενούς (σύγχρονου) περιβάλλοντος.

Οι παραπάνω γενικές έννοιες, περιέχουν τα επιμέρους στοιχεία της περιοχής, τα οποία της δίνουν την ιδιαίτερή της ταυτότητα, διαφοροποιώντας την από τις υπόλοιπες. Με αυτόν τον τρόπο, οι επιμέρους περιοχές αποτελούν τόπους έλξης, περιέχουν σημεία αναφοράς και σύμβολα του παρελθόντος, τα οποία αποτελούν αξίες για την τοπική κοινωνία και οικονομία. Κατά τον Α. Σαπουνάκη (2012), τα στοιχεία αυτά “είναι η ταυτότητα του τόπου, η οποία εν συντομία ορίζεται και ως το σύνολο των ενεργητικών (θετικών και αρνητικών) ατομικών ή συλλογικών εντυπώσεων, απόψεων και συναισθημάτων για τον τόπο αυτό”.

Κατά τους Baloblou και McCleary (1999), “ο σχηματισμός της τουριστικής ταυτότητας ενός προορισμού προκύπτει και από προσωπικούς παράγοντες όπως οι αξίες, τα κίνητρα, η προσωπικότητα, η ηλικία, η εκπαίδευση και η οικογενειακή κατάσταση, καθώς και παράγοντες όπως η ποσότητα και ο τύπος των πληροφοριών, τα κίνητρα, η προηγούμενη εμπειρία του επισκέπτη”. Επιπλέον χαρακτηριστικά που καθορίζουν την ταυτότητα ενός τόπου είναι το τοπίο, το κλίμα, οι υποδομές, οι τιμές, η φιλοξενία των ανθρώπων, η ασφάλεια κ.α. Βάσει της γενικότερης κατάστασης που επικρατεί σε έναν τόπο, ο επισκέπτης αξιολογεί τις επιλογές του με βασικό κριτήριο την ελαχιστοποίηση της πιθανότητας να μην μείνει ικανοποιημένος. Όσο μικρότερη αυτή η πιθανότητα, τόσο ανταγωνιστικότερος καθίσταται ο προορισμός έναντι άλλων.

Ως προς την ΠΑΜΘ, πριν την προσπάθεια τουριστικού σχεδιασμού, θα πρέπει να γίνει καταγραφή των χαρακτηριστικών της περιοχής, τα οποία κατηγοριοποιούνται στο εξής τρίπτυχο: φύση, πολιτισμός, τόπος.

Τα χαρακτηριστικά της κάθε κατηγορίας αναφέρονται παρακάτω:

### **Φύση**

- Εθνικά Πάρκα
- Περιοχές Natura
- Χλωρίδα και Πανίδα
- Παρθένα φύση
- Βουνό/Θάλασσα
- Εναλλαγές και αντιθέσεις
- Εναλλακτικές δραστηριότητες
- Άθικτα τοπία
- Ιδιαίτερες εικόνες

## Πολιτισμός

- Μύθοι/Μυθολογία
- Ιστορία
- Μνημεία
- Πολυπολιτισμικότητα
- Γαστρονομία
- Δρώμενα
- Μοναδικότητα
- Σπανιότητα
- Αναγνωρισιμότητα

## Τόπος

- Γεωγραφική θέση
- Πύλη, πόλος, προορισμός
- Αστικά και ημι-αστικά κέντρα
- Αγροτικά κέντρα
- Νησιά
- Γραφικά χωριά
- Τουριστικές περιοχές
- Πολλά μαζί
- Όλα κοντά
- Ριβιέρα

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η τουριστική ταυτότητα της ΠΑΜΘ βασίζεται στην ιδέα Φύση - Πολιτισμός – Τόπος (Περιφέρεια ΑΜΘ, 2015). Αυτές οι διαστάσεις συνδυάζονται ιδανικά, δημιουργώντας έναν τόπο με πλήθος εικόνων, ήχων, δραστηριοτήτων, οι οποίες θα πρέπει να ικανοποιούν και να κινητοποιούν ακόμα και τον απαιτητικότερο επισκέπτη.

Το σημαντικότερο πλεονέκτημα της ΠΑΜΘ έναντι άλλων περιφερειών, αποτελεί η ΦΥΣΗ, η οποία παρουσιάζει μεγάλο βαθμό αντιθέσεων, οικολογική αξία και πολύ υψηλή βιοποικιλότητα. Συγκεκριμένα, στην ΠΑΜΘ υπάρχουν 28 περιοχές Natura 2000, 4 φορείς διαχείρισης προστατευόμενων περιοχών, 18 τόποι Κοινοτικής Σημασίας και 16 Ζώνες Ειδικής Προστασίας, ενώ το 50% της συνολικής έκτασης καλύπτεται από δασικές εκτάσεις. Επιπλέον, υπάρχουν περίπου 250.000 διαφορετικά είδη πανίδας.

Το δεύτερο στοιχείο είναι ο ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, ο οποίος συνδέεται και βασίζεται στην ανθρώπινη δραστηριότητα ανά τους αιώνες, δίνοντας ιδιαίτερα χαρακτηριστικά στην ταυτότητα της περιοχής. Χαρακτηριστικό της περιφέρειας, κάτι που την καθιστά μοναδική όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου και των Βαλκανίων, αποτελεί το γεγονός ότι από πολύ παλιά έως και σήμερα αποτελεί σταυροδρόμι διαφορετικών πολιτισμών. Οι επιμέρους ιδέες, παραδόσεις, πολιτισμοί, γλώσσες, έχουν ενοποιηθεί και ενσωματωθεί αρμονικά, καθιστώντας το μοναδικό χαρακτηριστικό.

Το τρίτο στοιχείο της ταυτότητας της ΠΑΜΘ αποτελεί ο ΤΟΠΟΣ, το οποίο συνδέει τη φύση με τον πολιτισμό και την ανθρώπινη δραστηριότητα. Κατά τον Cortesi (2000, στο Μαλάμη, 2014) *“τόσο η φύση όσο και ο πολιτισμός αποτελούν προϊόντα μιας συνολικής διαδικασίας, στην οποία η πρώτη, μέσα από το χρόνο, δημιουργεί το χωρικό πεδίο και είναι φορέας των χρονικών ρυθμών, ενώ ο δεύτερος προσθέτει διαρκώς καινούργια στοιχεία που σταδιακά μεταβάλλουν το χώρο”*. Συγκεκριμένα στην ΠΑΜΘ, το βασικό χαρακτηριστικό είναι το πολλά μαζί και όλα κοντά. Η δυναμική που υπάρχει προέρχεται από την ιστορία, τη μνήμη, τους νεωτερισμούς που ενσωματώνονται αρμονικά μεταξύ τους. Η δραστηριότητα των αστικών και ημι-αστικών κέντρων, δένει αρμονικά με την αγροτική ζωή της υπαίθρου, και τη γραφικότητα που έχουν οι παραδοσιακοί οικισμοί, ενώ η συνθετότητα του ηπειρωτικού τόπου συμπληρώνεται και εμπλουτίζεται από τα δύο νησιά, Θάσο και Σαμοθράκη.

### 4.3 Η Π.Α.Μ.Θ ως τουριστικός προορισμός Αριστείας

Το να καταστεί η ΠΑΜΘ ένας τουριστικός προορισμός αριστείας, αποτελεί ιδιαίτερα σημαντική απόφαση και στρατηγικό στόχο, καθώς είναι ο μοναδικός τρόπος προκειμένου να αναβαθμιστεί η τουριστική της θέση τόσο σε Εθνικό όσο (κυρίως) σε Διεθνές επίπεδο (Περιφέρεια ΑΜΘ, 2015). Προκειμένου να γίνει κάτι τέτοιο, θα πρέπει να ικανοποιηθεί ένα πλήθος κριτηρίων σε πολλά επίπεδα, τα οποία χαρακτηρίζουν τους προορισμούς αριστείας τόσο σε διεθνές όσο και σε Ευρωπαϊκό επίπεδο.

Κατά τον ορισμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στο “Ευρωπαϊκό Σύστημα Τουριστικών Δεικτών”, ως τουριστικός προορισμός ορίζεται:

- Γεωγραφική περιοχή που αποτελεί ήδη ή ενδέχεται να αποτελέσει πόλο έλξης επισκεπτών/τουριστών
- Τόπος ή περιοχή που έχει αναγνωριστεί και μπορεί να χαρακτηριστεί με ευκολία προορισμός επισκεπτών και διαθέσει σειρά εγκαταστάσεων και προϊόντων για τουριστικούς σκοπούς
- Τόπος ή περιοχή που προωθείται ως προορισμός
- Τόπος ή περιοχή όπου είναι δυνατή η μέτρηση της παροχής και της ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών
- Τόπος ή περιοχή όπου η διαδικασία διαχείρισης των επισκεπτών περιλαμβάνει συνήθως ενδιαφερόμενα μέρη από το δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα, με τη συμμετοχή της κοινότητας υποδοχής

Η προετοιμασία ανάδειξης και καθιέρωσης μιας περιοχής ως προορισμού αριστείας δεν αποτελεί μια διαδικασία που γίνεται άπαξ. Αντιθέτως, απαιτούνται συνεχής προσπάθεια και διαρκή και επαναλαμβανόμενα βήματα, τα οποία διαφοροποιούνται και προσαρμόζονται βάσει των χαρακτηριστικών και των αναγκών του κάθε προορισμού, αλλά και του είδους του θεματικού τουρισμού.

Τα κριτήρια της αριστείας αποτελούν μια σύνθετη διαδικασία, στην οποία λαμβάνονται υπόψιν πολλοί παράγοντες. Η διαδικασία αυτή σχετίζεται με το περιβάλλον του προορισμού και την κατάσταση που επικρατεί σε αυτόν, και τις δυνατότητες που έχει τόσο

ως προς τους τουριστικούς πόρους όσο και ως προς το ανθρώπινο δυναμικό. Επιπλέον παράγοντα αποτελεί πλέον και το διεθνές περιβάλλον, καθώς οριοθετούνται τα ελάχιστα κριτήρια ποιότητας και αριστείας από τους διεθνείς οργανισμούς. Η εκπλήρωση των κριτηρίων αυτών, τα οποία μπορεί να μεταβάλλονται ανά έτος με στόχο τη διαρκή βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών ή/και υποδομών, καθιστά τον τόπο προορισμό αριστείας. Η αειφορία αποτελεί πολύ σημαντικό ζήτημα, καθώς δεν λαμβάνεται υπόψη μόνο ο οικονομικός παράγοντας (ανάπτυξη, μεγέθυνση ΑΕΠ), αλλά και ο βαθμός στον οποίο υπάρχει αλληλεξάρτηση του πολιτισμού και της καθημερινότητας του τόπου με το φυσικό περιβάλλον.

Συγκεκριμένα για την ΠΑΜΘ, σε σχέση με τη συμμόρφωση και την προσαρμογή με τα διεθνή κριτήρια, λαμβάνονται υπόψιν οι οδηγίες του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για τον αειφόρο τουρισμό. Ειδικότερα, ακολουθούνται οι αρχές του οργανισμού Global Sustainable Tourism Council, δεδομένου ότι υπάρχει εξειδίκευση σε τέσσερις επιμέρους κατηγορίες, οι οποίες παρουσιάζονται παρακάτω.

**Κατηγορία 1:** δίνεται ιδιαίτερη σημασία στην αειφόρο και αποτελεσματική διαχείριση του προορισμού, μέσω της σύστασης φορέα διαχείρισης, την ύπαρξη μηχανισμού παρακολούθησης, τον προσδιορισμό αρχών αειφορίας, τη διαχείριση της εποχικότητας και άλλων ενεργειών με στόχο την αειφόρο ανάπτυξη της Περιφέρειας

**Κατηγορία 2:** μεγιστοποίηση οικονομικών ωφελειών της τοπικής κοινωνίας και μείωση των αρνητικών συνεπειών του τουρισμού. Σε αυτό το πλαίσιο καταγράφονται οι συνέπειες στην οικονομία, την απασχόληση, την επιχειρηματικότητα, την πρόσβαση στους φυσικούς πόρους, και η συμβολή του τουρισμού στην αειφόρο ανάπτυξη.

**Κατηγορία 3:** στόχος η μεγιστοποίηση των ωφελειών για τις τοπικές κοινωνίες, τους επισκέπτες και την πολιτιστική κληρονομιά. Οι ενέργειες αφορούν στην ανάπτυξη ενός συστήματος προστασίας και αειφόρου διαχείρισης των μνημείων, τη μέτρηση της ικανότητας των πολιτιστικών πόρων και τη διαχείριση και ενημέρωση των επισκεπτών.

**Κατηγορία 4:** στόχος το περιβάλλον και η μεγιστοποίηση των ωφελειών και η μείωση των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού. Τα μέσα επίτευξης είναι η διαχείριση των περιβαλλοντικών πόρων, η εκτίμηση των περιβαλλοντικών κινδύνων και η προστασία της χλωρίδας και πανίδας της περιοχής, η διαχείριση των υδάτων κ.α.

#### 4.4 SWOT ανάλυση Περιφέρειας Α.Μ.Θ

Η ανάλυση SWOT αποτελεί ένα εργαλείο για το στρατηγικό σχεδιασμό μιας επιχείρησης ή οργανισμού . Μέσω της συγκεκριμένης μεθοδολογίας, αναλύονται τόσο το εσωτερικό όσο και το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης ή του οργανισμού. Στόχος είναι η αναλυτική καταγραφή του συνόλου των χαρακτηριστικών, των ευκαιριών και των απειλών που υπάρχουν εντός και εκτός της επιχείρησης ή του οργανισμού, προκειμένου να ληφθούν αποφάσεις οι οποίες θα οδηγήσουν στην επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί. Ο όρος SWOT προέρχεται από τις λέξεις: Strengths (Δυνατά Σημεία), Weaknesses (Αδύναμα Σημεία), Opportunities (Ευκαιρίες) και Threats (Απειλές). Σε αυτήν την ενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης SWOT της ΠΑΜΘ (Περιφέρεια ΑΜΘ, 2015).

##### ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Γεωπολιτική θέση, πύλη Ελλάδας, Βαλκανίων, Ευρώπης
- Ένα μεγάλο αστικό κέντρο ανά περιφερειακή ενότητα, πολλά διάσπαρτα ημιαστικά-αγροτικά στην ύπαιθρο και την ενδοχώρα
- Γειτνίαση με Θεσσαλονίκη (δεύτερο μεγαλύτερο αστικό κέντρο της χώρας)
- Σύγχρονες/ανεπτυγμένες υποδομές μεταφορών (Εγνατία οδός, , δύο διεθνή αεροδρόμια και δύο διεθνή λιμάνια)
- Άρτια προσβασιμότητα μέσω Εγνατίας προς Ευρώπη, Βαλκάνια, Τουρκία
- Υψηλό αίσθημα ασφάλειας επισκεπτών ως προς τις υπηρεσίες υγείας
- Μεγάλη παράκτια ζώνη, προσβάσιμη σχεδόν στο σύνολό της, με καθαρές παραλίες, αρκετές με γαλάζια σημαία
- Πλούσιοι περιβαλλοντικοί πόροι, ικανοί για να στηρίζουν ανάπτυξη θεματικού περιβαλλοντικού τουρισμού
- Ύπαρξη τεσσάρων φορέων διαχείρισης προστατευόμενων περιοχών

- Πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, πλήθος ιστορικών και αρχαιολογικών χώρων με παγκόσμια και εθνική εμβέλεια. Πολιτιστικοί θεσμοί με ιδιαίτερη φήμη, γεωγραφικά διασπαρμένοι και με διαχρονική παρουσία.
- Πολυπολιτισμική κουζίνα και γαστρονομική ποικιλία, αρκετά προϊόντα ΠΟΠ, ΠΓΕ, πολλά φημισμένα παραδοσιακά προϊόντα
- Ιδιαίτερη διασύνδεση πρωτογενούς παραγωγής με το διατροφικό τομέα και τον τουρισμό.
- Ικανοποιητική τουριστική κίνηση (6η στην κατάταξη περιφερειών ως προς τις αφίξεις και τις διανυκτερεύσεις)
- Σημαντική τουριστική κίνηση πέραν της περιόδου αιχμής, αυξημένη τουριστική κίνηση κατά τη χειμερινή περίοδο (Δράμα, Ξάνθη, που δεν αποτελούν καλοκαιρινούς προορισμούς).
- Ύπαρξη πτήσεων τύπου charter για το αεροδρόμιο της Καβάλας από περιοχές της Δυτικής και Κεντρικής Ευρώπης
- Τρίτη επιλογή ως προορισμός στη Βόρεια Ελλάδα, μετά τη Χαλκιδική και τη Θεσσαλονίκη
- Ικανοποιητικές ειδικές τουριστικές υποδομές (χιονοδρομικό κέντρο, πίστες ανεμοπτερισμού, δραστηριότητες υπαίθρου)
- Τοποθέτηση τουρισμού στον πυρήνα των αναπτυξιακών προτεραιοτήτων της ΠΑΜΘ.

### **ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ**

- Χαμηλοί ρυθμοί ανάπτυξης, σταδιακή μείωση περιφερειακού ΑΕΠ
- Μικρή συμμετοχή τουριστικού τομέα στο Περιφερειακό ΑΕΠ
- Υψηλό ποσοστό ανεργίας, ιδιαίτερα στους νέους
- Αύξηση ρυθμού φτωχοποίησης του πληθυσμού



- Ελλιπής κατάρτιση/επιμόρφωση της παραγωγικής δύναμης της ΑΜΘ σε σχετικές με τον τουρισμό υπηρεσίες και επαγγέλματα
- Αδυναμία αξιοποίησης αεροδρομίων Αλεξανδρούπολης και Καβάλας ως διεθνών κόμβων
- Χαμηλές επιδόσεις ανταγωνιστικότητας στον τουριστικό τομέα της Περιφέρειας συγκριτικά με περισσότερο ανεπτυγμένες Ελληνικές περιοχές
- Έλλειψη συνολικής ταυτότητας περιφέρειας ως ενιαίου τουριστικού προορισμού
- Μικρό ποσοστό κλινών επί του συνολικού της χώρας (2.7%) και χαμηλή ποιότητα (2 και 3 αστέρων)
- Χωρική/χρονική ανισοκατανομή
- Διαδικασία έκδοσης βίζας 72 ωρών
- Απαγόρευση διέλευσης τουριστικών λεωφορείων από τη συνοριακή Ελληνο-βουλγαρική διάβαση της Νυμφαίας, με αρνητικές επιπτώσεις στην επισκεψιμότητα της ΠΑΜΘ.
- Ελλιπής αξιοποίηση και προβολή πολιτιστικού κεφαλαίου
- Ανεπαρκής κινητοποίηση/συντονισμός αρμόδιων φορέων για προβολή/αξιοποίηση του πολιτιστικού κεφαλαίου, ανεπαρκείς συνεργίες μεταξύ των ΟΤΑ, αποσπασματική χρηματοδότηση πολιτιστικών δράσεων
- Ανυπαρξία κανονιστικών διατάξεων για τις ενταγμένες στο δίκτυο Natura 2000 περιοχές
- Απουσία φορέα διαχείρισης τουριστικού προορισμούς

### **ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ**

- Γεωγραφική θέση. Σε ακτίνα 400 χιλιομέτρων υπάρχουν 65 εκατομμύρια εν δυνάμει επισκέπτες.
- Μετασχηματισμός από ακριτική περιοχή σε πύλη της χώρας και της ΕΕ.

- Αξιοποίηση ευρύτερου εξωτερικού γεωγραφικού περιβάλλοντος (διασυνοριακή περιοχή, Μεσόγειος, αναδυόμενες αγορές Μαύρης Θάλασσας)
- Θετικές τάσεις ως προς την ανάπτυξη του τουριστικού ρεύματος προς την Ελληνική αγορά
- Διαρκή τάση ζήτησης ειδικών μορφών τουρισμού
- Αξιοποίηση αγροτοδιατροφικών προϊόντων στο πλαίσιο της διαφοροποίησης του περιφερειακού τουριστικού προϊόντος (Γαστρονομικός τουρισμός)
- Μετεξέλιξη ΠΑΜΘ σε τουριστικό προορισμό Αριστείας
- Επέκταση τουριστικής περιόδου με το σχεδιασμό και την ανάπτυξη ειδικών τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών
- Δικτύωση του τουριστικού κλάδου με τους κλάδους της εστίασης, των μεταφορών, του εμπορίου και της μεταποίησης
- Δημιουργία ανταγωνιστικών προορισμών στη Βόρεια Ελλάδα, με κεντρικούς άξονες τον πολιτισμό και το περιβάλλοντος
- Ένταξη low cost εταιρειών σε περιφερειακά αεροδρόμια της ΑΜΘ
- Ένταξη του αεροδρομίου της Καβάλας στο πλαίσιο της αξιοποίησης των 14 περιφερειακών αεροδρομίων
- Τουριστική προβολή διαχρονικών Πολιτιστικών θεσμών (Ελευθέρια, καρναβάλι κ.α.)
- Αξιοποίηση χρηματοδοτικών εργαλείων της νέας προγραμματικής περιόδου και του ΠΕΠ ΑΜΘ 2014-2020
- Αξιοποίηση διασυνοριακών προγραμμάτων (π.χ. Ελλάδα – Βουλγαρία)

## ΑΠΕΙΛΕΣ

- Συνέχιση της συρρίκνωσης του Περιφερειακού ΑΕΠ

- Οικονομικές εξελίξεις και η οικονομική κρίση επηρεάζουν την εγχώρια τουριστική ζήτηση
- Αρνητικό περιβάλλον για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα
- Ευμετάβλητη τουριστική αγορά, έντονος διεθνής και ευρωπαϊκός ανταγωνισμός
- Υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών, απώλεια ελκυστικότητας και ανταγωνιστικότητας.
- Κίνδυνος υποβάθμισης περιβαλλοντικών πόρων και οικοσυστημάτων
- Τουριστική ανάπτυξη βασισμένη στο μαζικό τουρισμό (μονοδιάστατη)
- Αδυναμία σχεδιασμού ενιαίας τουριστικής ταυτότητας και προβολής
- Συνέχιση υπερσυγκέντρωσης τουριστών σε συγκεκριμένες περιοχές
- Αναποτελεσματικότητα αξιοποίησης και προστασίας περιβαλλοντικού κεφαλαίου εξαιτίας του περίπλοκου θεσμικού πλαισίου και των επικαλυμμένων αρμοδιοτήτων
- Συνέχιση χαμηλών συνεργιών ΟΤΑ με Περιφέρεια ως προς τη διαχείριση των περιβαλλοντικών και πολιτιστικών πόρων.
- Ανεξέλεγκτη/προβληματική διάθεση Στερεών Αποβλήτων, οδηγώντας στη μόλυνση του περιβάλλοντος και της παράκτιας ζώνης
- Έλλειμμα σχεδιασμού σε περιοχές ειδικού ενδιαφέροντος με ιδιαίτερο φυσικό κάλος και τουριστικό ενδιαφέρον (περιοχές δικτύου Natura 2000, παράκτιες, νησιώτικες, ορεινές).

#### **4.5 Στρατηγικοί στόχοι Π.Α.Μ.Θ 2014-2020**

Το πρότυπο ανάπτυξης που προωθεί η ΠΑΜΘ στοχεύει στην εκμετάλλευση των ανεκμετάλλευστων και διαθέσιμων πόρων και υποδομών, στην αυτοτροφοδοτούμενη ενδογενή ανάπτυξη, και την αξιοποίηση του ευρύτερου γεωγραφικού περιβάλλοντος. Έναν από τους πρωταρχικούς στόχους αποτελεί η βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος με ταυτόχρονη ανάπτυξη της εξωστρέφειας του τομέα υπηρεσιών. Ο

μετασχηματισμός της οικονομίας θα γίνει αξιοποιώντας τους δύο βασικούς πυλώνες του πολιτισμού και του τουρισμού, με τη συνεργασία των δύο με άλλους κλάδους που επηρεάζουν άμεσα το τουριστικό προϊόν. Ειδικότερα, ο στόχος συνοψίζεται στο μετασχηματισμό της ΠΑΜΘ σε προορισμό αριστείας, βελτιώνοντας κατά 20% τους βασικούς δείκτες επίδοσης, επενδύοντας σε δυναμικές ΜΜΕ και εκμεταλλεύομενη τις ανερχόμενες αγορές.

Σε αυτά τα πλαίσια της στρατηγικής ανάπτυξης, κρίνεται απαραίτητη η εστίαση σε συγκεκριμένους τομείς στους οποίους η ΠΑΜΘ διαθέτει ισχυρά συγκριτικά πλεονεκτήματα. Ιδιαίτερη έμφαση εντούτοις θα δοθεί και σε αναδυόμενους τομείς, ένας εκ των οποίων είναι και ο τουρισμός. Για το συγκεκριμένο τομέα, τίθενται οι παρακάτω προτεραιότητες:

- Υλοποίηση ενιαίου συστήματος οργάνωσης, λειτουργίας και διαχείρισης της ένταξης των προϊόντων όλων των τομέων (αγροτικός, διατροφικός, βιοτεχνικός, του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος) στο δίκτυο του τουρισμού και του πολιτισμού.
- Δικτύωση του κλάδου του τουρισμού με τους κλάδους της εστίασης, των μεταφορών, του εμπορίου, της μεταποίησης και άλλων που επηρεάζουν άμεσα το τουριστικό προϊόν.
- Ενίσχυση τουριστικών δικτύων και ολοκληρωμένων τουριστικών προγραμμάτων
- Προσέλκυση/υποστήριξη επενδύσεων επιχειρήσεων που αφορούν σε ειδικές μορφές τουρισμού (ιατρικός, χειμερινός, θρησκευτικός κ.α.)

Η στρατηγική ανάδειξης των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της Περιφέρειας προωθείται μέσα από δύο άξονες. Ο πρώτος βασίζεται στην ανάδειξη και ενίσχυση του αστικού τουρισμού, μέσω της προβολής των αστικών κέντρων καταρχάς και των φυσικών και πολιτιστικών πόρων που εντάσσονται στην ευρύτερη περιοχή. Ο δεύτερος άξονας αφορά στην ενίσχυση του παραθαλάσσιου τουρισμού, προωθώντας τους αντίστοιχους πόλους σε πόλους εναλλακτικού τουρισμού, ώστε να είναι δυνατός ο συνδυασμός τους με τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόλους των αντίστοιχων περιοχών.

Οι προτεραιότητες που έχουν τεθεί προκειμένου ο εναλλακτικός τουρισμός να λειτουργήσει ως μοχλός ανάπτυξης της περιοχής, είναι οι παρακάτω:

- Δημιουργία ιδιαίτερης τουριστικής ταυτότητας βάσει των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της περιοχής
- Συνεργίες με γειτονικές χώρες για την ανάδειξη των φυσικών/πολιτιστικών πόρων και τη δημιουργία κοινών τουριστικών προορισμών
- Ένταξη σε δίκτυα των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της ΠΑΜΘ
- Δημιουργία θεματικών πάρκων (αρχαιολογικού, γεωλογικού ενδιαφέροντος κ.α.)
- Ενίσχυση ιαματικού και φυσιολατρικού τουρισμού
- Ανάπτυξη δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού σε περιοχές οικοτουρισμού

#### **4.6 Αναπτυξιακές ανάγκες Π.Α.Μ.Θ**

Εδώ αναλύονται τα ζητήματα που θα πρέπει να επιλυθούν προς όφελος της τουριστικής ανάπτυξης στην ΠΑΜΘ.

- Βελτίωση της αναγνωρισιμότητας ως προορισμός εγχώριου και εισερχόμενου τουρισμού
- Ανάδειξη της διαφορετικότητας και των στοιχείων ελκυστικότητας, προβολή ως ενιαίος τουριστικός προορισμός με προσφορά ολοκληρωμένων τουριστικών εμπειριών, ωρίμανση με διαφήμιση και ισχυρή τοποθέτηση στον εθνικό και διεθνή τουριστικό χάρτη
- Ισόρροπη αύξηση της ξενοδοχειακής δυναμικότητας και της αναλογίας των ξενοδοχειακών μονάδων υψηλής τάξης, ισόρροπη ανάπτυξη των εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής και βελτίωση της ποιότητας του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος
- Μεγέθυνση των δεικτών της διάρκειας της τουριστικής περιόδου, των αφίξεων και διανυκτερεύσεων, της διάρκειας παραμονής, της κατά κεφαλή δαπάνης και των συνολικών εισπράξεων

- Τουριστική ανάπτυξη με υψηλή συνεισφορά στην περιφερειακή οικονομία και τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης
- Άμβλυση των επιπτώσεων της ακριτικής θέσης και καλλιέργεια των δυνατοτήτων λόγω της κομβικής Ευρωασιατικής θέσης
- Μόχλευση δημοσίων και ιδιωτικών επενδύσεων, αποτελεσματική και αποδοτική αξιοποίηση όλων των δυνητικών πηγών χρηματοδότησης
- Χωροταξικός σχεδιασμός και ήπιες υποδομές θεματικού τουρισμού
- Σύσταση οργανισμού διαχείρισης προορισμού
- Διατήρηση των επισκέψιμων χώρων σε άριστη κατάσταση
- Διαθεσιμότητα επαρκώς καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού
- Εκσυγχρονισμός υποδομών αεροδρομίων, λιμένων και σιδηροδρόμων, βελτίωση της ασφάλειας του δευτερεύοντος οδικού δικτύου, της σήμανσης και των υπηρεσιών πληροφόρησης
- Βελτίωση της προσβασιμότητας των επισκέψιμων χώρων από άτομα με ειδικές ανάγκες και περιορισμένη κινητικότητα
- Βελτίωση των συστημάτων παροχής επείγουσας ιατρικής βοήθειας και ενίσχυση του αισθήματος ασφάλειας και προστασίας
- Άμβλυση των διοικητικών εμπορίων και της χρονικής καθυστέρησης αναφορικά με τα ταξιδιωτικά έγγραφα εισερχόμενου τουρισμού από τρίτες χώρες (visa) και τις ιδιωτικές τουριστικές επενδύσεις

Ο ακόλουθος πίνακας παρουσιάζει το Σύστημα Αναπτυξιακών Αναγκών. Περιγράφονται συνοπτικά τα ζητούμενα καθώς και οι επιθυμητές θέσεις/συνθήκες.

## Πίνακας 4.1

### Ζητούμενα-Επιθυμητές θέσεις

Ζητούμενα	Επιθυμητές θέσεις/συνθήκες
Διαχείριση τουριστικής προσφοράς και ζήτησης	Οργανισμός διαχείρισης προορισμού σε επιχειρησιακή λειτουργία
Ισχυρή τοποθέτηση στον εθνικό και διεθνή τουριστικό χάρτη	Κατάκτηση μεγαλύτερης και εξελικτικά ισχυρής αναγνωρισιμότητας ως προορισμός εγχώριου και εισερχόμενου τουρισμού
Ανάδειξη των στοιχείων ελκυστικότητας και ικανοποίηση ποικιλίας ενδιαφερόντων	Προσφορά διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος και ολοκληρωμένων τουριστικών εμπειριών
Ισόρροπη αύξηση της ξενοδοχειακής δυναμικότητας, της αναλογίας των ξενοδοχειακών μονάδων υψηλής τάξης και βελτίωση της ποιότητας του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος	Ξενοδοχειακή δυναμικότητα αναπτυγμένη ισόρροπα στο χώρο και μεγαλύτερος αριθμός ξενοδοχείων 4 και 5 αστέρων
Τουριστικός προορισμός υψηλών επιδόσεων	Μεγέθυνση των δεικτών της διάρκειας της τουριστικής περιόδου, των αφίξεων και διανυκτερεύσεων, της διάρκειας παραμονής, της κατά κεφαλή δαπάνης και των συνολικών εισπράξεων
Τουρισμός, κλάδος αντίβαρο στην ύφεση και στις επιπτώσεις της	Τουριστική ανάπτυξη με υψηλή συνεισφορά στην περιφερειακή οικονομία και τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης
Άμβλυνση των επιπτώσεων της ακριτικής θέσης και καλλιέργεια των δυνατοτήτων της κομβικής Ευρωασιατικής θέσης	Περιφέρεια πύλη, πόλος και προορισμός
Μόχλευση δημόσιων και ιδιωτικών επενδύσεων, αποτελεσματική και αποδοτική αξιοποίηση όλων των δυναμικών πηγών	Σταθερά υψηλή επενδυτική δραστηριότητα

χρηματοδότησης	
Χωροταξικός σχεδιασμός και ήπιες υποδομές θεματικού τουρισμού	Τουριστική ανάπτυξη με κανόνες, όρια και ήπιες παρεμβάσεις
Διατήρηση της φυσικότητας των τοπίων και των επισκέψιμων χώρων σε άριστη κατάσταση	Φυσικοί πόροι και πολιτιστική κληρονομιά με σταθερά υψηλό επίπεδο προστασίας
Διαθεσιμότητα επαρκώς καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού	Ανθρώπινο δυναμικό με δεξιότητες σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας του τουρισμού
Εκσυγχρονισμός υποδομών αεροδρομίων, λιμένων και σιδηροδρόμων, βελτίωση της ασφάλειας του δευτερεύοντος οδικού δικτύου και της σήμανσης	Υψηλού επιπέδου τεχνικές υποδομές
Βελτίωση της προσβασιμότητας των επισκέψιμων χώρων από άτομα με ειδικές ανάγκες και περιορισμένη κινητικότητα	Προσβάσιμος τουρισμός
Βελτίωση των συστημάτων παροχής επείγουσας ιατρικής βοήθειας και πολιτικής προστασίας	Προληπτική διαχείριση της ασφάλειας του προορισμού
Άμβλυνση των διοικητικών εμποδίων αναφορικά με τα ταξιδιωτικά έγγραφα εισερχόμενου τουρισμού από τρίτες χώρες (visa) και τις τουριστικές ιδιωτικές επενδύσεις	Προσφορά visa 72 ωρών και φιλικό επενδυτικό περιβάλλον

Πηγή: Περιφέρεια ΑΜΘ



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΕΠΙΛΟΓΟΣ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Από τα όσα πραγματεύεται η παρούσα διπλωματική, οδηγούμαστε στη διαπίστωση ότι ο τουρισμός, κατά γενική ομολογία, αποτελεί το σημαντικότερο παράγοντα ο οποίος συμβάλει στην ανάπτυξη της οικονομίας της Χώρας. Σε παγκόσμιο επίπεδο η τουριστική ανάπτυξη και προβολή αποτελεί βασική προτεραιότητα χωρών οι οποίες έχουν το υπόβαθρο να υποστηρίξουν κάτι τέτοιο. Τα οφέλη του τουρισμού είναι πολλαπλά και εκτείνονται σε ολόκληρο το φάσμα της κοινωνικοοικονομικής ζωής ενός τόπου, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη της οικονομίας, τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την αύξηση της απασχόλησης και των εισοδημάτων, την εισροή συναλλάγματος εξωτερικού σε μια χώρα, την αύξηση των εσόδων, την ανάπτυξη και ενίσχυση της υπάρχουσας επιχειρηματικής δραστηριότητας κ.α.

Για την περαιτέρω ανάπτυξη και ανάδειξη νέων περιοχών οι οποίες θα προσελκύσουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών, πολύ σημαντικός είναι ο ρόλος των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης, των Δήμων και των Περιφερειών. Με την υποστήριξη του νομοθέτη, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, έχει δημιουργηθεί το πλαίσιο των αρμοδιοτήτων της κάθε βαθμίδας τοπικής αυτοδιοίκησης. Σε συνδυασμό με το στρατηγικό σχεδιασμό τουριστικής ανάπτυξης που καθορίζεται από το αρμόδιο υπουργείο (Υπουργείο Τουρισμού), οι φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης είναι υπεύθυνοι για την τουριστική προβολή της περιοχής αρμοδιότητάς τους, συναρτήσει των συγκεκριμένων φυσικών και πολιτιστικών χαρακτηριστικών που αυτή έχει και της δίνουν συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των υπολοίπων.

Η στρατηγική που θα πρέπει να ακολουθηθεί βασίζεται στις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης και της βιωσιμότητας. Αυτές, δεν αφορούν μόνο στην οικονομική διάσταση του εγχειρήματος, αλλά θα πρέπει να διασφαλίζουν την ορθή και βιώσιμη εκμετάλλευση των φυσικών πόρων και του φυσικού πλούτου μιας περιοχής και την ανάδειξη των σημείων ενδιαφέροντος με σεβασμό στις αρχές της οικολογίας. Παράλληλα, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη και να αναδεικνύονται τα συγκεκριμένα πολιτιστικά χαρακτηριστικά του κάθε τόπου, χωρίς αυτά να αλλοιώνονται, με σεβασμό στα ήθη, τα έθιμα και τις

παραδόσεις και το χαρακτήρα των τοπικών κοινωνιών, οι οποίες θα πρέπει να είναι σε θέση να αναδείξουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους.

Οι παραπάνω στόχοι θα επιτευχθούν μέσω των κατάλληλων δράσεων, οι οποίες θα είναι αποτέλεσμα διαλόγου και σχεδιασμού με το σύνολο των εμπλεκόμενων μερών της κάθε περιοχής. Η αποτελεσματική εφαρμογή αυτών των δράσεων αποτελεί μια μακροπρόθεσμη διαδικασία η οποία απαιτεί τη συνεχή βελτίωση και προσαρμογή με στόχο τη βελτιστοποίηση του αποτελέσματος. Το τελικό αποτέλεσμα θα είναι η αυξημένη προσέλκυση επισκεπτών, η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού βάσει των δυνατοτήτων του κάθε τόπου, η οικονομική άνθιση των αντίστοιχων περιοχών και η αύξηση των επενδύσεων. Στα παραπάνω, καθοριστική είναι και η συμβολή του ιδιωτικού φορέα, μέσω της αгаστικής συνεργασίας με τους ΟΤΑ και τις τοπικές κοινωνίες.

Σχετικά με την Π.Α.Μ.Θ, τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Περιφέρειας έναντι άλλων περιοχών, αφορούν στη γεωγραφική της θέση, τη στρατηγική της θέση ως συγκοινωνιακού και ενεργειακού κόμβου, την παρουσία πολλών και διαφορετικών πολιτιστικών, ιστορικών και φυσικών στοιχείων και πόρων. Τα παραπάνω χαρακτηριστικά μπορούν να αξιοποιηθούν και να συνδυαστούν προκειμένου να παρέχεται στους επισκέπτες σημαντικός αριθμός εναλλακτικών τουριστικών δραστηριοτήτων.

Γεγονός είναι ότι η τουριστική αγορά έχει αλλάξει. Ο συνεχώς αυξανόμενος αριθμός τουριστών καθώς και το προφίλ του σημερινού ταξιδιώτη, απαιτούν διαφοροποίηση και εμπλουτισμό του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος της χώρας μας, καθώς και την ανάπτυξη αντίστοιχης υποδομής στο χώρο του πολιτισμού. Οι σύγχρονοι «δημιουργικοί επισκέπτες» είναι αναζητητές εμπειρίας, που επιθυμούν να μάθουν κάτι νέο, να συμμετάσχουν στο πολιτιστικό γίγνεσθαι και στον τοπικό τρόπο ζωής. Πρόθυμοι να ανακαλύψουν και να βιώσουν έναν προορισμό, να μάθουν περισσότερα γι' αυτόν με αυθεντικό τρόπο, δίχως να νιώθουν τουρίστες, αλλά εξερευνητές: πελάτες που επιθυμούν να κατανοήσουν την ποικιλομορφία ενός προορισμού Αυτό είναι το προφίλ του νέου επισκέπτη, αυτή τη νέα προσέγγιση οφείλουμε να υποστηρίξουμε

Βάσει των παραπάνω και σε συνδυασμό με τους στόχους που έχουν τεθεί και τις δυνατότητες της Π.Α.Μ.Θ, ως καταλληλότερες λύσεις κρίνονται η εναλλακτική τουριστική ανάπτυξη και η βιώσιμη ανάπτυξη. Κατ' αυτόν τον τρόπο, θα αξιοποιηθούν πλήρως οι πόροι και οι δυνατότητες της περιοχής, παρέχοντας στους επισκέπτες πολλές εναλλακτικές επιλογές. Ταυτόχρονα, θα αναπτυχθούν και περιοχές οι οποίες έως σήμερα δεν έχουν

γνωρίσει τουριστική άνθιση, συμβάλλοντας έτσι στην κατανομή του τουριστικού φορτίου σε περιοχές εκτός των κλασσικών προορισμών (Καβάλα, Θάσος, Σαμοθράκη).

Οι στόχοι του Περιφερειακού Σχεδιασμού που πρέπει να τεθούν για τη βιώσιμη και αειφόρο τουριστική ανάπτυξη της περιοχής, συνοψίζονται στους παρακάτω:

- Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και αύξηση της τουριστικής κίνησης και της πληρότητας των καταλυμάτων

Σημειώνεται ότι από το 2016 διαφαίνεται μια τάση προς αυτήν την κατεύθυνση, τάση που φαίνεται να ενισχύεται από την κίνηση του 2017 γεγονός ιδιαίτερα θετικό. Επίσης σταδιακά ωφελείται και η πόλη της Αλεξανδρούπολης από την τάση για τουρισμό του Σαββατοκύριακου καθ όλη την διάρκεια του έτους με επισκέπτες κατά κύριο λόγο από την γειτονική Τουρκία .

Εκτιμάται ότι υπάρχουν ακόμα σημαντικά περιθώρια σε αυτήν την κατηγορία, ιδιαίτερα για τις πόλεις της Κομοτηνής και της Ξάνθης που ακόμα δεν έχουν μπει δυναμικά σε αυτό τον τομέα και δεν έχουν προβάλει θετικά το στοιχείο της πολιπολιτισμικότητας τους σε συνδυασμό με τον δυτικό τρόπο ζωής που αποζητούν οι επισκέπτες .

- Αύξηση των επενδύσεων με κύριο στόχο την ποιοτική αναβάθμιση των υπαρχόντων καταλυμάτων (κατάταξη με περισσότερα αστέρια/κλειδιά) και αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών

Την τελευταία δεκαετία έχουν γίνει σημαντικές επενδύσεις ( ιδιαίτερα εκσυγχρονισμού ) στα Ξενοδοχεία της Περιφέρειας με επικέντρωση στην περιοχή της Καβάλας και της Θάσου. Επιπλέον λόγω της αυξανόμενης ζήτησης – επισκεψιμότητας σε αυτήν την περιοχή το ξενοδοχειακό δυναμικό της περιοχής αναβαθμίζεται και επεκτείνεται και μάλιστα με προδιαγραφές 4 και 5 αστέρων.

Ζητούμενο παραμένει να υπάρξει διάχυση αυτού του τουριστικού ρεύματος και σε άλλες περιοχές της Περιφέρειας ( παραλιακό μέτωπο Ροδόπης – Ξάνθης και Αλεξ/πολης ) με την απαραίτητη όμως δημιουργία των κατάλληλων υποδομών φιλοξενίας για τους επισκέπτες ( υποδομές υγιεινής –πρόσβασης – πάρκινγκ –εστίασης κ.λ.π )

Στον τομέα αυτό η συνεργασία των Δήμων με την Περιφέρεια κρίνεται άκρως απαραίτητη για το συντονισμό των ενεργειών τους προς μια κοινή κατεύθυνση.

- Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού π.χ Κρουαζιέρα με αξιοποίηση των δυο λιμανιών της περιοχής Καβάλας και Αλεξ/πολης. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι στον τομέα αυτό απαιτείται συντονισμός ενεργειών και με την κεντρική κυβέρνηση για διάθεση πόρων ώστε τα λιμάνια να αποκτήσουν τις ανάλογες υποδομές και προδιαγραφές για να μπορούν να δεχθούν αυτού του τύπου τον Τουρισμό .
- Βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών

Η βελτίωση πρέπει να αφορά το σύνολο των υπηρεσιών ξεκινώντας από την απλή καθημερινή συμπεριφορά στις πύλες εισόδου και να διατρέχει όλο το φάσμα των ανθρώπων και υποδομών που θα συναντήσει – χρησιμοποιήσει ο επισκέπτης κατά την παρουσία – διαμονή του στην περιοχή.

- Προβολή και προώθηση της περιοχής και αξιοποίηση της ιστορικής κληρονομιάς, των πολιτιστικών στοιχείων και του περιβάλλοντος της περιοχής

Κοινή ήταν η διαπίστωση ότι πρέπει να δοθεί έμφαση στο αυθεντικό. Στα στοιχεία εκείνα που διαφοροποιούν την ΠΑΜΘ από τους ανταγωνιστές, που συνθέτουν την τοπική ταυτότητα και ενισχύουν τα ιδιαίτερα τοπικά χαρακτηριστικά.

Η προβολή των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της περιοχής δεν μπορεί να είναι φοβική αλλά επιθετική π.χ προβολή του στοιχείου της Πολιτολιτισμικότητας και διαφορετικότητας της Περιοχής που θα ενισχύσει τον τουρισμό ανθρώπων που αναζητούν την ρίζα των προγόνων τους .

Εκτός από τον πολιτισμό που είναι κλεισμένος στα μουσεία και περιορισμένος στους αρχαιολογικούς χώρους, υπάρχει και ο ζωντανός πολιτισμός, εκείνος που κάθε μέρα παράγει ο τόπος και οι άνθρωποί του. Οι τέχνες, οι παραδόσεις, η γλώσσα, οι γεύσεις, η αρχιτεκτονική, τα τοπικά προϊόντα, οι εορτασμοί και οι εμπειρίες της ελληνικής πόλης και του ελληνικού χωριού. Αυτός ο ζωντανός πολιτισμός στην Περιοχή είναι σχεδόν αναξιοποίητος. Ο ξένος που θα επισκεφθεί την περιοχή, δεν θέλει να συναντήσει μόνο το ένδοξο παρελθόν της αλλά και το ζωντανό παρόν της. Θέλει να ζήσει τη χώρα και το λαό της ως εμπειρία.

Όσοι ασχολούνται με τον τουρισμό, βλέπουν ότι ο πολιτιστικός τουρισμός δεν έχει ανάγκη μόνο τα βασισμένα σε charters φθηνά ταξιδιωτικά πακέτα που μεταφέρουν για λίγες μέρες τον ψυχρό βορρά στο θερμό νότο. Χωρίς να υποτιμούνται και αυτού του είδους οι

τουρίστες οι οποίοι κατά χιλιάδες προτιμούν πλέον και την περιοχή της Περιφέρειας ΑΜΘ κάθε χρόνο, κυριαρχεί η άποψη ότι η τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας πρέπει να αρχίσει να βασίζεται και σε υποψιασμένους τουρίστες υψηλού μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου.

Έτσι μόνο θα μπορέσει να αξιοποιηθεί και ο πολιτιστικός πλούτος της περιοχής και μόνο έτσι θα αναβαθμιστεί και το τουριστικό προϊόν το οποίο βασίζεται στον ήλιο και στη θάλασσα .

- Εξειδίκευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού

Η ευρύτερη περιοχή (με εξαίρεση την Καβάλα και Θάσο ) τώρα αναπτύξει δυναμική στον Τουρισμό και ο κίνδυνος από την έλλειψη παιδείας και κουλτούρας ως προς την συμπεριφορά και διαχείριση ανθρώπων που ξαφνικά έρχονται με συγκεκριμένες προσδοκίες είναι υπαρκτός ως προς την στατική και κοντόφλαμη αντιμετώπιση της κατάστασης (δηλαδή μόνο το βραχυπρόθεσμο οικονομικό όφελος ). Το ζητούμενο είναι μια δυναμική και μακροχρόνια στρατηγική όχι μόνο συγκράτησης του αριθμού των επισκεπτών αλλά και σημαντικής τόσο αριθμητικής όσο και ποιοτικής αναβάθμισης του αριθμού αυτών .

Επομένως μια στρατηγική εκπαίδευσης των ανθρώπων που εμπλέκονται είναι επιθυμητή και εδώ η σύμπραξη Δημοσίου και Ιδιωτικού τομέα είναι απαραίτητη για τη διοργάνωση π.χ εκπαιδευτικών κύκλων (σεμιναρίων) για του ανθρώπους που εμπλέκονται σε όλα τα στάδια εξυπηρέτησης των επισκεπτών .

Η σύμπραξη λοιπόν Περιφέρειας – Επιμελητηρίων κ.λ.π είναι απαραίτητη για την συνδιοργάνωση αυτού του είδους των εκπαιδευτικών σεμιναρίων

- Βελτίωση/Δημιουργία βασικών υποδομών πρόσβασης

π.χ η είσοδος στο τελωνείο Κήπων χρήζει σημαντικής βελτίωσης ( παρά τις ενέργειες που έχουν γίνει πρόσφατα από την πλευρά της Περιφέρειας με έργα που έχουν βελτιώσει σημαντικά την προσβασιμότητα των επισκεπτών ) και η απαραίτητη λειτουργική ολοκλήρωση των καθέτων αξόνων που συνδέουν την Περιφέρεια με την << φυσική της >> ενδοχώρα δηλαδή τα Βαλκάνια και τις παρευξείνιες περιοχές

Σημαντικό πλεονέκτημα αποτελεί το γεγονός της ύπαρξης των δυο αεροδρομίων της περιοχής ( Καβάλα – Αλεξανδρούπολη ) τα οποία προσφέρουν τη δυνατότητα άμεσης πρόσβασης από όλες τις αγορές του εξωτερικού και έχουν μεγάλα περιθώρια για συνεργασία και προσέλκυση περισσότερων εταιριών χαμηλού αεροπορικού κόστους για πιο συχνή σύνδεση με τους τουριστικούς περιορισμούς.

Τα παραπάνω αποτελούν μακροπρόθεσμους στόχους, οι οποίοι μπορούν να επιτευχθούν με τις κατάλληλες δράσεις και κινήσεις, συμβάλλοντας στην αναβάθμιση της περιοχής και του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ**

Baloglu, S. & McCleary, W. K. (1999), *A model of destination image formation*, *Annals of Tourism Research*, *Annals of Tourism Research*, 26 (4), 868-897

Defert, P. (1954). *Essai de localisation touristique*. *Tourist Review*. 9(1):110-119

European Commission. (2014), *European Tourism Quality Principles*. Brussels

Gunn, C.A. (1979). *Tourism Planning*. New York: Russack & Company.

Hunter, C. (1995). *On the need to re-conceptualize sustainable tourism development*. *Journal of Sustainable Tourism*. 3(3):155-156

ICOMOS. (1997) *Charter for Cultural Tourism*, Draft April 1997.

ICOMOS. (1999), *Η Χάρτα του Πολιτιστικού Τουρισμού*

Murphy, P.E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. London: Methuen

Institute for Statistics. (2009), *Measuring the economic contribution of Cultural Industries*, UNESCO

WCED (World Commission on Environment and Development) (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press

WWTC. (2011), *Travel & Tourism Economic Impact*

### **ΕΛΛΗΝΙΚΗ**

Ανδριώτης, Κ. (2005). *Τουριστική Ανάπτυξη & Σχεδιασμός*. Αθήνα: Εκδ. Σταμούλης

Βαρνούνης, Μ. Γ. (2013). *Ελληνικός λαϊκός πολιτισμός και τουρισμός*, Εκδ. Πεδίο, Αθήνα

Βασιλείου, Α. (2017). *Επιδράσεις του τουριστικού τομέα στην Ελληνική Οικονομία. Ο Ρόλος των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης*, Μεταπτυχιακή Διπλωματική

Εργασία, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος

Βουδογεώργη, Α. (2010), *Ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης στην τουριστική ανάπτυξη*, Σπέτσες, Πτυχιακή εργασία, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΤΕΙ Πειραιά/Παράρτημα Σπετσών

Ηγουμενάκης, Ν. (1997), *Τουριστική Οικονομία*, Τόμος Α', Εκδ. Interbooks, Αθήνα, 1997, σελ. 127

Ηλιοπούλου Α. Ε. (2017), *Οι επιδράσεις του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία*, Διπλωματική Εργασία, Βόλος, 2017

Κωστάκης, Μ. (2013). *Τουρισμός – Πολιτισμός. Η διεθνής εμπειρία*. Πρακτικά Συνεδρίου “Πολιτιστικός Τουρισμός και Ανάπτυξη”

Καρποδίνη, Ε. *Παλιές συνταγές σε νέα χρήση: από τον Μαζικό στον Πολιτιστικό Τουρισμό*, <http://ekarpodini.com/wp-content/blogs.dir/2/files/2013/06/%CE%A0%CE%9F%CE%9B%CE%99%CE%A4%CE%99%CE%A3%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%A3-%CE%A4%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A3.pdf>, (Τελευταία πρόσβαση, 19/7/2017)

Μαλάμη, Β. (2014). *Το τοπίο ως πολιτιστικό και συνθετικό εργαλείο για το σχεδιασμό του χώρου*. Πολυτεχνείο Κρήτης.

Mc Kinsey Company (2011). *Η Ελλάδα 10 Χρόνια Μπροστά: Προσδιορίζοντας το νέο Εθνικό Μοντέλο Ανάπτυξης*

ΣΕΤΕ (2013), *Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός 2021, Οδικός Χάρτης Υλοποίησης*, 12ο Συνέδριο ΣΕΤΕ

Περιφέρεια ΑΜΘ, Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης Ε.Π. (2016), *Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση Πολιτιστικής Διαδρομής Εγνατίας Οδού*, Κομοτηνή, 2016.

Περιφέρεια ΑΜΘ (2015), *Στρατηγικό & Επιχειρησιακό Σχέδιο Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Α.Μ.Θ.*

Σαπουνάκης Α. (2012) 'Ταυτότητα των πόλεων, πολιτισμός και σχεδιασμός'. Στο *Πρώτο Πανελλήνιο Συνέδριο Place Marketing and Branding, Στρατηγικής Προβολής και Ταυτότητας του Τόπου Πανεπιστημιακές εκδόσεις Θεσσαλίας: Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος*, σελ. 41-55.



Υπουργείο Τουρισμού (2013). Σχέδιο Κατευθύνσεων Εθνικής Αναπτυξιακής Στρατηγικής 2014-2020 στον τομέα του τουρισμού

**Διαδικτυακοί Τόποι / Ιστοσελίδες**

**<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>** (Τελευταία πρόσβαση 15/7/2017)