

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Δημόσια Διοίκηση &  
Τοπική Αυτοδιοίκηση**



**Μεταπτυχιακή Διατριβή**

**Τίτλος Εργασίας: Μελέτη δημοσίων πολιτικών πολιτισμού για την αύξηση  
των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο Δήμο Αγρινίου**

**Όνομα φοιτητή: Ιωάννης Ψειμάδας**

**A.M: Δ2019033**

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Μπιτσάνη Ευγενία**

Διατριβή υποβληθείσα στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου. Η παρούσα διατριβή αποτελεί μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος στη Δημόσια Διοίκηση και Τοπική Αυτοδιοίκηση

Καλαμάτα, Σεπτέμβριος 2021

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

---

Ιωάννης Ψειμάδας.

Μελέτη δημοσίων πολιτικών πολιτισμού για την αύξηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο Δήμο Αγρινίου.

(Με την επίβλεψη της Μπιτσάνη Ευγενίας Καθηγήτριας του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου)

Η μελέτη για τις Δημόσιες Πολιτικές Πολιτισμού του Δήμου Αγρινίου με σκοπό την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, είχε ως έναυσμα τη μηδαμινή τουριστική κίνηση στην περιοχή. Από μία πρώτη προσέγγιση στα διαθέσιμα στοιχεία, αποδείχθηκε ότι δεν ήταν δυνατή η ποσοτική έρευνα, γι' αυτό επιλέχθηκε η ενδελεχής ποιοτική μελέτη, μέσα από συνεντεύξεις και επίσημες καταγραφές σχεδίων και προτάσεων για την τουριστική αξιοποίηση της περιοχής. Συνολικά περιγράφονται όλες οι πιθανές δυνατότητες προς αξιοποίηση και οι λόγοι που η περιοχή δεν διαθέτει σήμερα τουριστικές υποδομές. Για την αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης χρησιμοποιήθηκαν όλοι οι ενδεδειγμένοι τρόποι ποιοτικής έρευνας, ώστε να διαπιστωθούν και προταθούν οι τρόποι που μπορεί άμεσα και με στρατηγικό σχεδιασμό, να αναπτυχθεί ο εναλλακτικός τουρισμός στο Δήμο Αγρινίου.

**Λέξεις – κλειδιά:** εναλλακτικός τουρισμός, τοπική ανάπτυξη, τοπική αυτοδιοίκηση, στρατηγικός σχεδιασμός

## ABSTRACT

---

The study on the Public Culture Policies of the Municipality of Agrinio, in order to develop alternative tourism, was triggered the negligible tourist traffic in the region. An initial approach to the available data, it proved that it was not possible quantitative research, therefore chosen thorough qualitative study, through interviews and official data and proposals for the tourist development of the area. Overall description of all possible options for use and the reasons that the area is not currently available tourism infrastructures. To assess the current situation, all appropriate methods of qualitative research were used, to identify and suggest ways, that can immediately and with strategic planning, to develop alternative tourism in the Municipality Agrinio.

**Keywords:** alternative tourism, local development, local government, strategic planning

## Πίνακας Περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	1
ABSTRACT .....	2
Πίνακας Περιεχομένων .....	3
Ευρετήριο Εικόνων .....	8
Ευρετήριο Διαγραμμάτων .....	8
Ευρετήριο Χαρτών .....	9
Ευρετήριο Σχημάτων.....	9
Εισαγωγή.....	10
ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ .....	13
Θεωρητικές προσεγγίσεις των Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού .....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ .....	14
Ο Τουρισμός.....	14
1.    Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού στην αρχαία Ελλάδα.....	14
1.2    Επαγγελματικός τουρισμός στην αρχαία Ελλάδα.....	15
1.3    Εξερευνητές, περιηγητές και γεωγράφοι .....	15
1.4    Θρησκευτικός τουρισμός στην αρχαία Ελλάδα.....	16
1.5    Αθλητικός τουρισμός στην αρχαία Ελλάδα.....	16
1.6    Τουρισμός υγείας στην αρχαία Ελλάδα.....	17
1.7    Συνεδριακός τουρισμός στην αρχαία Ελλάδα .....	17
1.8    Θαλάσσιος τουρισμός στην αρχαία Ελλάδα .....	17
1.9    Τουριστικά καταλύματα στην αρχαία Ελλάδα .....	18
2.    Ο τουρισμός στον κόσμο από την αρχαιότητα και έως σήμερα .....	18
2.1    1950 έως 1970 - 1975 .....	19
2.2    1970 – 1975 έως 2000.....	19
2.3    2000 έως σήμερα .....	20
3.    Ο Τουρισμός ως έννοια.....	21
4.    Ο Τουρίστας.....	21

5.	Τουριστικές επιχειρήσεις .....	23
6.	Το τουριστικό κύκλωμα .....	27
7.	Διακρίσεις του τουρισμού .....	28
7.1	Με βάση το κριτήριο της προέλευσης των τουριστών .....	28
7.2	Με βάση το κριτήριο της χρονικής διάρκειας .....	29
7.3	Με βάση την κινητικότητα κατά την διάρκεια της παραμονής .....	29
7.4	Με βάση το μέγεθος του τουριστικού πλήθους .....	29
7.5	Με κριτήριο την ηλικιακή διάρθρωση των τουριστών .....	30
7.6	Με κριτήριο τον κύριο σκοπό του ταξιδιού .....	30
7.6.1	Γενικός τουρισμός .....	30
7.6.2	Ειδικές μορφές τουρισμού .....	30
	ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ .....	32
	Τουριστικό Προϊόν Προορισμού .....	32
1.	Αναδιοργάνωση του τουριστικού φαινομένου .....	32
2.	Νομοθετική ρύθμιση Ν.4582/2018 για το Θεματικό Τουρισμό .....	33
3.	Δημιουργία καινοτόμων τουριστικών προϊόντων .....	35
4.	Δημιουργία αγοραστικής ζήτησης σε προϊόντα θεματικού τουρισμού .....	35
4.1	Τμηματοποίηση της αγοράς .....	36
4.1.1	Η προσωπικότητα των τουριστών .....	37
4.1.2	Η οικονομική κατάσταση των τουριστών .....	38
4.1.3	Ο ελεύθερος χρόνος των τουριστών .....	39
4.1.4	Η εξειδικευμένη τμηματοποίηση του θεματικού τουρισμού .....	39
4.2	Σύνθεση τουριστικού προϊόντος προορισμού .....	40
4.2.1	Αξιοθέατα, περιβάλλον και δραστηριότητες .....	41
4.2.2	Εγκαταστάσεις και υπηρεσίες προορισμού .....	42
4.2.3	Προσβασιμότητα του προορισμού .....	44
4.2.4	Εικόνες και αντιλήψεις του προορισμού .....	45
4.2.5	Τιμή του συνολικού προϊόντος .....	45

5. Προβολή και προώθηση προορισμού .....	46
5.1 Φορείς που προβάλλουν τουριστικά προϊόντα προορισμού .....	46
5.1.1 VisitGreece του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) .....	46
5.1.2 DiscoverGreece της εταιρίας MarketingGreece .....	46
5.1.3 Website των Δήμων .....	47
5.1.4 Blog τουριστικών επιχειρήσεων των προορισμών .....	47
5.2 Τουροπεράτορες και Online Travel Agents .....	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ .....	49
Θεματικός Τουρισμός .....	49
1. Θεματικός τουρισμός με κίνητρο την φύση και τη ύπαιθρο .....	49
1.1 Οικολογικός τουρισμός .....	49
1.2 Αγροτουρισμός .....	49
1.3 Χιονοδρομικός τουρισμός .....	50
1.4 Ορεινός τουρισμός .....	51
1.5 Γεωτουρισμός .....	51
1.6 Οινοτουρισμός .....	51
1.7 Αλιευτικός τουρισμός .....	51
2. Θεματικός τουρισμός με κίνητρο τον αθλητισμό .....	51
2.1 Αθλητικές διοργανώσεις .....	52
2.2 Αθλητική προετοιμασία και υπαίθριες αθλητικές δραστηριότητες .....	52
3. Θεματικός τουρισμός με κίνητρο δραστηριότητες στη θάλασσα .....	52
3.1 Παράκτιες δραστηριότητες αναψυχής .....	52
3.2 Τουρισμός κρουαζιέρας και yachting .....	52
3.3 Καταδυτικός τουρισμός αναψυχής .....	53
4. Θεματικός τουρισμός με κίνητρο τον πολιτισμό και την εκπαίδευση .....	53
4.1 Πολιτιστικός τουρισμός .....	53
4.2 Θρησκευτικός και προσκυνηματικός τουρισμός .....	54
4.3 Εκπαιδευτικός και επιστημονικός τουρισμός .....	54

4.4	Τουρισμός γαστρονομίας.....	54
4.5	Αστικός Τουρισμός.....	54
5.	Θεματικός τουρισμός με κίνητρο υπηρεσίες υγείας και ευεξίας .....	54
5.1	Ιατρικός τουρισμός .....	54
5.2	Τουρισμός ευεξίας .....	55
5.3	Ιαματικός τουρισμός.....	55
6.	Θεματικός τουρισμός με κίνητρο επαγγελματικούς λόγους.....	55
6.1	Ατομικά επαγγελματικά ταξίδια .....	55
6.2	Συνεδριακός τουρισμός.....	56
6.3	Εκθεσιακός τουρισμός .....	56
6.4	Τουρισμός προσφερόμενος ως αναγνώριση από τους εργοδότες.....	56
7.	SWOTAnalysis για τον τουρισμό με κίνητρο τη φύση και την ύπαιθρο.....	56
7.1	Δυνατά σημεία .....	56
7.2	Αδύνατα σημεία .....	57
7.3	Ευκαιρίες.....	57
7.4	Απειλές.....	57
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ .....		58
Τουριστική ανάπτυξη και ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης.....		58
1.	Ο ρόλος των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης στην βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.....	58
2.	Πολιτιστικός τουρισμός και αστική αναβίωση πόλεων .....	59
ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ.....		62
Μελέτη παραγόντων που επηρεάζουν την ανάπτυξη του Τουρισμού στο Δήμο Αγρινίου .....		62
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ .....		63
Μεθοδολογία της Έρευνας.....		63
1.	Μεθοδολογία έρευνας “CaseStudy” .....	63
2.	Πηγές πληροφόρησης .....	64
3.	Στοιχεία που συγκεντρώθηκαν.....	65
4.	Χρονική διάσταση της έρευνας.....	65

5. Συνδυαστική ανάλυση των στοιχείων.....	65
6. Ερευνητικά ερωτήματα.....	66
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ.....	67
Συλλογή ερευνητικών δεδομένων.....	67
1. Παρατήρηση.....	67
2. Έρευνα σε επίσημες πηγές πληροφόρησης.....	71
3. Ποιοτικές συνεντεύξεις.....	74
4. Εμπειρική ανάλυση του Μακροοικονομικού Περιβάλλοντος.....	77
5. Σύνοψη αποτελεσμάτων έρευνας.....	78
Συζήτηση και Προτάσεις για ορθή στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης.....	80
Πολιτισμική ανάδειξη.....	81
Αγροτουρισμός.....	81
Οικοτουρισμός.....	82
Αθλητικός τουρισμός.....	83
Προτάσεις για περαιτέρω μελέτη.....	85
Βιβλιογραφία.....	86
Πηγές Διαδικτύου και Έντυπες.....	88
Παράρτημα: Ν.4582/2018   Μέρος Α.....	89



## Ευρετήριο Εικόνων

---

Εικόνα 1: Το έθιμο του Συμποσίου στην Αρχαία Αθήνα .....	15
Εικόνα 2: Οι Ολυμπιακοί Αγώνες στην Αρχαία Ολυμπία .....	16
Εικόνα 3: Τα Ιαματικά λουτρά στην αρχαία Ελλάδα.....	17
Εικόνα 4: Το μυθικό τραίνο OrientExpress .....	19
Εικόνα 5: Agenda2030του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού .....	32
Εικόνα 6: Το ιστορικό αεροδρόμιο του Αγρινίου .....	68
Εικόνα 7: Το κέντρο του Αγρινίου.....	70
Εικόνα 8: Αεροφωτογραφία της Πόλης του Αγρινίου .....	78
Εικόνα 9: Δήμος Τρικκαίων και Τουριστική προβολή στο επίσημο site.....	79
Εικόνα 10: Η Λίμνη Κρεμαστών στα βόρεια όρια του Δήμου Αγρινίου.....	82
Εικόνα 11: Καταφύγιο Διασελάκι.....	83

## Ευρετήριο Διαγραμμάτων

---

Διάγραμμα 1: Η έννοια του τουρίστα .....	22
Διάγραμμα 2: Αναπαράσταση του ταξιδιού.....	23
Διάγραμμα 3: ΠΗΓΗ: Ν. Ηγουμενάκης (1997), Τουριστική Οικονομία, Τ.Α, σελ.7 .....	26
Διάγραμμα 4: Απλοποιημένο τουριστικό κύκλωμα.....	27
Διάγραμμα 5: Το σύνθετο τουριστικό προϊόν .....	28
Διάγραμμα 6: Διανυκτερεύσεις στις χώρες της ΕΕ και η πολλαπλάσια έκταση με την Ελλάδα .	33
Διάγραμμα 7: MarketingMix .....	41
Διάγραμμα 8: Αφίξεις σε ξενοδοχεία της Δυτικής Ελλάδας ανά Περιφέρεια. Πηγή: ΣΕΤΕ .....	73
Διάγραμμα 9: Δείκτες Ποιότητας ανά Υπηρεσία στην Περιφέρεια της Δυτικής Ελλάδας (2015) .....	73

## Ευρετήριο Χαρτών

---

Χάρτης 1: Νομός Αιτωλοακαρνανίας και γειτονικές περιοχές.....	63
Χάρτης 2: Ευημερία στις Περιφέρειες της Ελλάδας.....	67
Χάρτης 3: GoogleMaps, Αγρίνιο .....	69
Χάρτης 4: Τα σημαντικότερα αεροδρόμια της Ελλάδας σε διεθνείς αφίξεις. Πηγή ΣΕΤΕ.....	74
Χάρτης 5: Μηδενική συμμετοχή του Τουρισμού στην ανάπτυξη του Νομού Αιτωλοακαρνανίας .....	76
Χάρτης 6: Μηδενική η συμβολή του Τουρισμού στο ΑΕΠ του Νομού Αιτωλοακαρνανίας.....	77
Χάρτης 7: Όρια Δήμου Αγρινίου .....	80

## Ευρετήριο Σχημάτων

---

Σχήμα 1: Τουριστική Ανωδομή Νομού Αιτωλοακαρνανίας.....	71
---	----

Στην παρούσα μελέτη θα αναζητηθούν οι λόγοι που ο Δήμος Αγρινίου παρουσιάζει τουριστική υπανάπτυξη, ενώ δεν έχουν αναπτυχθεί Δημόσιες Πολιτικές Πολιτισμού, ώστε να ευνοηθούν οι επενδύσεις στον εναλλακτικό τουρισμό. Πρόκειται για ένα θέμα που θα μελετηθεί μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, καθώς και της ποιοτικής έρευνας. Το συγκεκριμένο θέμα είναι ιδιαίτερα σημαντικό και, μάλιστα, δεν έχει διερευνηθεί επαρκώς. Ειδικότερα, σχετικά με το θέμα που πραγματεύεται η μελέτη, εντοπίστηκε μόνο μία επαγγελματική μελέτη του Γραφείου «Τόπος Σύμβουλοι Ανάπτυξης Α.Ε.», η οποία όμως επιδιώκει την πρόταση στρατηγικού και επιχειρηματικού σχεδίου για την ανάπτυξη του Τουρισμού στο Δήμο Αγρινίου (Ρουβάς κ.ά., χ.χ.). Ωστόσο η παρούσα στοχεύει να αναδείξει ένα διαφορετικό αποτέλεσμα. Δηλαδή τα έργα που υλοποιήθηκαν προς την κατεύθυνση της τουριστικής ανάδειξης της περιοχής και όχι απλές αναφορές σε σχέδια και προτάσεις. Ουσιαστικά επιχειρείται ένας απολογισμός των τελευταίων δύο δεκαετιών που έφεραν ως αποτέλεσμα τη μηδαμινή τουριστική ανάπτυξη του Δήμου Αγρινίου.

Άλλες μελέτες που σχετίζονται με το θέμα που πραγματεύεται η παρούσα, έχουν διενεργηθεί και διενεργούνται σε τακτά χρονικά διαστήματα από τους επίσημους κρατικούς φορείς τουρισμού και κυρίως από τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), το Ινστιτούτο του ΣΕΤΕ (ΙΝΣΕΤΕ), το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ) και τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ). Καμία δεν εξειδικεύεται ωστόσο στο Δήμο Αγρινίου, ενώ υπάρχουν γενικότερες αναφορές για την περιοχή, από τις οποίες αναδεικνύεται ότι δεν υπάρχουν προβλέψεις και στρατηγικά σχέδια, σε εθνικό επίπεδο, για την ανάδειξη του Δήμου Αγρινίου, ως τουριστικού προορισμού (Kotleretal, 2017).

Η έρευνα εστιάζει στην έννοια του τουρισμού. Η λέξη τουρισμός προέρχεται από την αρχαία ελληνική λέξη 'τόρνος' που περιγράφει μία κυκλική κίνηση. Όπως ακριβώς και ένα ταξίδι. Σημαίνει κάποιος πραγματοποιεί ένα ταξίδι από την περιοχή της μόνιμης κατοικίας του, προς μία άλλη, με σκοπό να επιστρέψει στη μόνιμη κατοικία του σχετικά σύντομα, όταν ολοκληρωθεί ο σκοπός του ταξιδιού του (Καραγιάννης – Έξαρχος, 2006). Το 'κυκλικό' αυτό ταξίδι, το οποίο βεβαίως περιλαμβάνει πέρα από τη μετακίνηση και την διαμονή, διατροφή και διασκέδαση του επισκέπτη, είναι ακριβώς το περιεχόμενο του τουρισμού.

Πιο συγκεκριμένα στο Πρώτο Μέρος θα παρουσιαστούν όλες οι μορφές 'Θεματικού Τουρισμού' όπως άλλωστε θεσμοθετήθηκαν μέσα από το νομοθετικό πλαίσιο του Νόμου 4582/2018, οι οποίοι θα μπορούσαν σταδιακά να αναπτυχθούν και στο Δήμο Αγρινίου. Επίσης παρουσιάζονται όλες οι έννοιες του τουρισμού, που είναι χρήσιμες για την περαιτέρω διεξαγωγή συμπερασμάτων. Στο Πρώτο Κεφάλαιο πραγματοποιείται μία αναδρομή στις έννοιες του

Τουρισμού και στην εξέλιξη του ως εναλλακτικού τουρισμού από την αρχαιότητα, μέχρι σήμερα. Περιγράφεται με λεπτομέρειες το τουριστικό κύκλωμα και οι διακρίσεις του τουρισμού, ενώ στο τέλος του κεφαλαίου διακρίνονται ο Γενικός Τουρισμός από τις Ειδικές Μορφές Τουρισμού.

Στο Δεύτερο Κεφάλαιο προσδιορίζεται η έννοια του Τουριστικού Προϊόντος Προορισμού, θέμα που θα απασχολήσει γενικότερα την έρευνα. Όλα τα θέματα που συνδράμουν στη μετεξέλιξη ενός τόπου σε τουριστικό προορισμό, μελετώνται και περιγράφονται, ώστε να αξιοποιηθούν παρακάτω στην διεξαγωγή αποτελεσμάτων και συγκρίσεων.

Στο Τρίτο Κεφάλαιο περιγράφονται ενδελεχώς όλες οι μορφές Θεματικού Τουρισμού με τα κίνητρα που προκαλούν την τουριστική δραστηριότητα και τη ροή τουριστών. Κλείνοντας το κεφάλαιο πραγματοποιείται SWAT Analysis για τον εναλλακτικό τουρισμό και τις δυνατότητες ωφελειών που λαμβάνουν οι περιοχές που αναπτύσσουν τέτοιες μορφές τουρισμού.

Ακολούθως στο Δεύτερο Μέρος αναζητούνται οι λόγοι που επηρεάζουν την ανάπτυξη του Τουρισμού στο Δήμο Αγρινίου.

Αρχικά στο Τέταρτο Κεφάλαιο περιγράφεται η Μεθοδολογία της Έρευνας καθώς ο μοναδικός τρόπος που ενδείκνυται είναι η ποιοτική έρευνα. Για το λόγο αυτό οργανώθηκε ο τρόπος διεξαγωγής στοιχείων, τα πρόσωπα που μπορούσαν να παρασχέσουν αξιόπιστα στοιχεία και πως αυτά θα επεξεργαστούν και αξιολογηθούν συνδυαστικά.

Στο Πέμπτο και τελευταίο Κεφάλαιο, παρουσιάζονται τα στοιχεία μέσα από την προσωπική παρατήρηση, την έρευνα σε επίσημες πηγές πληροφόρησης και τις ποιοτικές συνεντεύξεις που διενεργήθηκαν. Εν κατακλείδι συνοψίζονται τα αποτελέσματα και προτείνονται στρατηγικές για τη σταδιακή ανάδειξη του Δήμου Αγρινίου, ως τουριστικού προορισμού.

Συνολικά, ο σκοπός της έρευνας είναι να εντοπιστούν οι λόγοι για τους οποίους έως σήμερα δεν έχει επιτευχθεί η τουριστική ανάπτυξη και πολύ περισσότερο η τουριστική ανάπτυξη που βασίζεται στον εναλλακτικό τουρισμό στην υπό μελέτη περιοχή, αλλά και πως αυτό μπορεί να αλλάξει και να επιτευχθεί προσέλκυση, περίπου 4 εκατομμυρίων επισκεπτών κάθε έτος.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που πρόκειται να απαντηθούν είναι τα εξής:

(α) Ποιες ενέργειες έχουν γίνει στο παρελθόν, από δημόσιους φορείς, ώστε να δημιουργηθούν τουριστικές υποδομές στην περιοχή και στην ευρύτερη περιοχή (ευκολία πρόσβασης, τουριστικά καταλύματα, αξιοποίηση χώρων πολιτιστικού και φυσικού ενδιαφέροντος).

(β) Ποιοι φορείς, ιδιωτικοί και δημόσιοι εξέφρασαν ενδιαφέρον για την ανάπτυξη της περιοχής τουριστικά.

(γ) Υπάρχουν οργανωμένες κοινές δράσεις μεταξύ ιδιωτικών και δημοσίων φορέων με σκοπό την ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης της περιοχής

(δ) Υπάρχει συντονισμένο σχέδιο από την τοπική αυτοδιοίκηση σε συνεργασία με αρμόδιους φορείς όπως το Υπουργείο Τουρισμού, ο ΣΕΤΕ, ο ΕΟΤ και το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας;

Περιορισμό της έρευνας αποτέλεσε το γεγονός ότι, εξαιτίας της πανδημίας του κορονοϊού δεν κατέστη δυνατή η πραγματοποίηση περισσότερων συνεντεύξεων με φορείς και ιθύνοντες της ευρύτερης περιοχής. Ωστόσο, το κενό αυτό επιδιώχθηκε να καλυφθεί μέσω της συλλογής περισσότερων και μεγαλύτερου εύρους δεδομένων από το διαδίκτυο.

---

# ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

---

Θεωρητικές προσεγγίσεις των Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού

---

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

---

## Ο Τουρισμός

### 1. Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού στην αρχαία Ελλάδα

---

Η ανάπτυξη του τουρισμού στις σύγχρονες κοινωνίες και μάλιστα σε ότι αφορά τον εναλλακτικό τουρισμό, υπήρξε διαδεδομένη πρακτική των αρχαίων κοινωνιών. Στην Ελλάδα παρατηρείται πρόωμη ανάπτυξη του τουρισμού, καθώς οι άνθρωποι ταξίδευαν αρχικά για επαγγελματικούς λόγους, ως αντιπροσωπείες αρχόντων των πόλεων κρατών για διακρατικές συνεννοήσεις, κρατικοί υπάλληλοι και αξιωματούχοι, καθώς και άλλοι ιερείς ή αυλικοί. Ταξίδευαν επίσης για λόγους θρησκευτικούς και αθλητικούς, αλλά και για λόγους υγείας.

Οι ανάγκες των τουριστών για διαμονή και διατροφή καλύπτονταν από το έθιμο της φιλοξενίας, ως μία παγκόσμια πρωτοτυπία, καθώς θεωρούνταν θρησκευτική υποχρέωση. Ο αρχηγός των θεών του Ολύμπου, προστάτευε τους ξένους, ως Ξένιος Ζεύς, επιβάλλοντας στους Έλληνες έναν μοναδικό κώδικα φιλοξενίας. Ο Δίας ήταν ο σοφός θεός που καθόριζε τις τύχες των ανθρώπων και ρύθμιζε την ηθική τάξη του κόσμου. Έτσι η υποχρέωση της φιλοξενίας από τους πολίτες είχε κυριολεκτικά την ισχύ νόμου. Προκειμένου να εξυπηρετούνται οι ανάγκες διαμονής και διατροφής των επισκεπτών σε αθλητικά και θρησκευτικά γεγονότα, οι Έλληνες άνοιγαν τα σπίτια τους και τους φιλοξενούσαν αφιλοκερδώς στους ‘ξενώνες’ των σπιτιών τους. Προς τιμήν των ξένων διοργανώνονταν Συμπόσια και γιορτές. Μάλιστα έως ότου ο επισκέπτης έκανε μπάνιο και άλλαζε ρούχα, δεν απαιτούνταν να πει ούτε το όνομά του στους ανθρώπους που τον φιλοξενούσαν. Το ιδιαίτερο αυτό έθιμο περιγράφεται στην Οδύσσεια, όταν ο Οδυσσέας φτάνει στο νησί των Φαιάκων και του παρέχεται απλόχερα, σύμφωνα με τις θεϊκές απαιτήσεις, φιλοξενία και βοήθεια. Όμως στο ίδιο έργο του Ομήρου, περιγράφεται η τιμωρία του Κύκλωπα που παρενέβη τις αρχές της φιλοξενίας.



Εικόνα 1: Το έθιμο του Συμποσίου στην Αρχαία Αθήνα

### 1.2 Επαγγελματικός τουρισμός στην αρχαία Ελλάδα

Είναι αποδεδειγμένο ότι το εμπόριο μέσα από τα θαλάσσια ταξίδια ξεκινά στους αρχαϊκούς χρόνους, ενώ επίσης μέσα από μύθους και αλήθειες, είναι προφανές ότι οι Έλληνες πραγματοποιούσαν και εξερευνητικά ταξίδια. Ευρήματα ναυαγίων αποδεικνύουν ότι οι έμποροι μετέφεραν προϊόντα στις γειτονικές περιοχές της Μεσογείου.

### 1.3 Εξερευνητές, περιηγητές και γεωγράφοι

Διάσημοι ταξιδευτές της εποχής επιχειρούσαν πολύμηνα ταξίδια για εξερεύνηση άλλων περιοχών, όπως μαρτυρά το ταξίδι του Ιάσωνα με την Αργώ καθώς και το πολύχρονο ταξίδι της επιστροφής του Οδυσσέα. Γνωστά είναι ακόμη, τα ταξίδια του βασιλιά Θησέα και οι περιπέτειές του σε άλλες πόλεις και νησιά της Ελλάδας.

Ο Ηρόδοτος (480 – 421 π.Χ) είναι ένας από τους πρώτους γεωγράφους και ιστορικούς που ταξιδεύει με σκοπό να καταγράψει τα ήθη, τη θρησκεία και τα έθιμα των περιοχών που επισκεπτόταν. Ως περιηγητής έφτασε μέχρι τη Σικελία, την Αίγυπτο και την Περσία. Ο Έλληνας φιλόσοφος θα μπορούσε με βάση τις σημερινές αντιλήψεις να καταταγεί στην τυπολογία του ‘tourist intelligent’, δηλαδή ενός ευφυούς τουρίστα που αναζητά αυθεντικές εμπειρίες. Ο Πausanias (110 – 180) υπήρξε επίσης περιηγητής και γεωγράφος ενώ τα κείμενά του έχουν ιδιαίτερη σπουδαιότητα, σε ότι αφορά τις καταγραφές, για την κλασική φιλοσοφία, αλλά και για τον τουρισμό, αφού περιέγραφε στα ταξίδια του και τα σημεία όπου οι Έλληνες προσέρχονταν για λατρευτικούς λόγους. Στα ταξίδια του περιλαμβάνονται και η Αντιόχεια, η Ιερουσαλήμ και η Αίγυπτος.



#### 1.4 Θρησκευτικός τουρισμός στην αρχαία Ελλάδα

Ο τουρισμός για λόγους θρησκευτικούς είναι πολύ συνηθισμένος και γι' αυτό δημιουργούνται οι πρώτες υποδομές για τη φιλοξενία των τουριστών. Ήδη το 776 π.χ. οι Έλληνες ταξίδευαν από κάθε σημείο της Ελλάδος για να λάβουν μέρος στους Ολυμπιακούς Αγώνες, τους οποίους παρακολουθούσαν στην πρώτη σειρά των θεατών, οι Ολύμπιοι Θεοί. Άλλωστε ήταν αφιερωμένοι στο 12θεο, με σκοπό να τιμήσουν τους θεούς τους. Τις δραστηριότητες συμπλήρωναν και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις με μουσικές και θεατρικές παραστάσεις. Ο ολυμπιακός τουρισμός ήταν στενά συνδεδεμένος με τις αξίες και τη φιλοσοφία των Ελλήνων και σε αυτή τη μορφή τουρισμού θεμελιώνεται σήμερα ο Εναλλακτικός Τουρισμός.



Εικόνα 2: Οι Ολυμπιακοί Αγώνες στην Αρχαία Ολυμπία

Περαιτέρω, διοργανώνονταν επίσης τα Πύθια στους Δελφούς όπου λάμβαναν χώρα αρματοδρομίες, διαγωνισμοί τραγουδιού και θεατρικές παραστάσεις.

Το Μαντείο των Δελφών υπήρξε πάντοτε το κέντρο αναφοράς για τους πιστούς που συνέρρεαν ώστε να λάβουν τους χρησμούς του Λοξία Απόλλωνα από την Πυθία.

Επίσης τα Ελευσίνια Μυστήρια αφορούσαν τη λατρεία της θεάς Δήμητρας και της κόρης της Περσεφόνης. Σημαντική θρησκευτική γιορτή ήταν επίσης τα Επιδαύρια προς τιμήν των χθονίων θεοτήτων που λατρεύονταν στην Αρχαία Ελλάδα (Ζαχαράτος – Τσάρτας, 1999).

Τα προσκυνηματικά ταξίδια απαιτούσαν σε πολλές περιπτώσεις τουλάχιστον μία διανυκτέρευση. Για το λόγο αυτό, τα ιερά δημιουργούσαν σχετικά κτιριακές υποδομές.

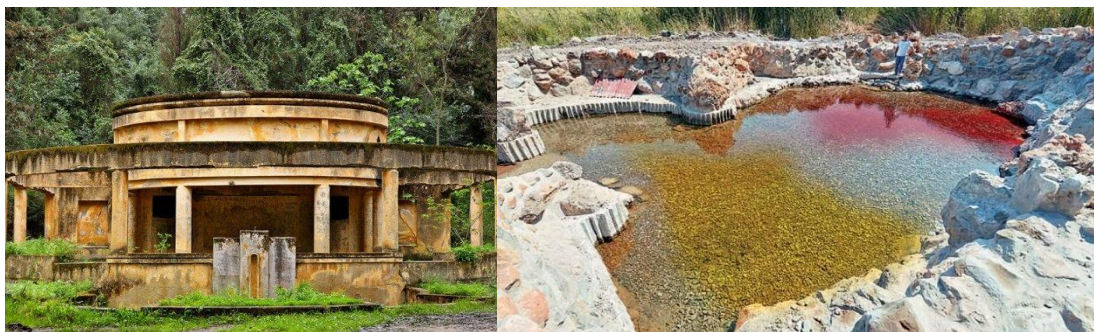
#### 1.5 Αθλητικός τουρισμός στην αρχαία Ελλάδα

Εκτός από τους Ολυμπιακούς Αγώνες διοργανώνονταν επίσης τα Νέμεα, τα Πύθια, τα Ίσθμια και τα Παναθήναια. Ο χρόνος διεξαγωγής ήταν διαμορφωμένος έτσι ώστε να μην εμποδίζει η μία διοργάνωση την άλλη. Η συμμετοχή των αθλητών μαζί με τους συνοδούς τους αποτελεί ένα

μεγάλο μέρος της τουριστικής κίνησης της αρχαιότητας. Υπήρξε μάλιστα αιτία για την οργάνωση των εγκαταστάσεων στις οποίες έπρεπε να φιλοξενηθούν οι συμμετέχοντες και οι συνοδοί τους.

### 1.6 Τουρισμός υγείας στην αρχαία Ελλάδα

Στην αρχαιότητα είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη η πρακτική της λουτροθεραπείας, ενώ συνδύαζε τις υποχρεωτικές αλλά ωφέλιμες μετακινήσεις, με την κοσμικότητα και την αναψυχή.



Εικόνα 3: Τα Ιαματικά λουτρά στην αρχαία Ελλάδα

Οι αρχαίοι Έλληνες υποβάλλονται σε λουτροθεραπείες επί είκοσι μία ημέρες, ενώ κάθε πηγή έχει τα δικά της αποτελέσματα. Διάσημες ιαματικές πηγές είναι της Χειμάρρας προτιμώνται από τον Πίνδαρο και οι πηγές της Κασταλίας από τον Ηρόδοτο. Επίσης ιδιαίτερα γνωστές είναι η ιαματικές πηγές της Αιδηψού και της Σκοτούσας στη Θεσσαλία.

Η φήμη και η επιλεξιμότητα των ιαματικών λουτρών σχετίζονται και με τις εγκαταστάσεις, τα οικοδομήματα και την αρχιτεκτονική, η καλαισθησία και το μέγεθος του κέντρου, ακόμη και οι κήποι και η διακόσμηση με ψηφιδωτά και άλλες όμορφες εικόνες.

### 1.7 Συνεδριακός τουρισμός στην αρχαία Ελλάδα

Η ιδιαίτερη αυτή εκδήλωση, έχει τις ρίζες της στην αρχαία Ελλάδα και στις Αμφικτιονίες. Πρόκειται για συγκεντρώσεις αντιπροσωπειών των πόλεων κρατών, προκειμένου να διαχειριστούν θρησκευτικά, πολιτικά, πολεμικά και φορολογικά θέματα. Αργότερα μάλιστα ορίστηκαν σε τακτικά χρονικά διαστήματα προκειμένου να διαχειρίζονται ακόμη και την περιουσία των ναών.

### 1.8 Θαλάσσιος τουρισμός στην αρχαία Ελλάδα

Η περιήγηση με πολυτελές σκάφος έγκειται στην αρχαιότητα, ενώ αποτελούσα προνόμιο των εύπορων κοινωνικών τάξεων. Το περίφημο Συρακουσία κατασκευάστηκε από τον τύραννο των Συρακουσών Ιέρωνα (268 – 214 π.Χ.) και διέθετε 30 δωμάτια, κήπο, δεξαμενή με ζωντανά ψάρια, γυμναστήρια και λουτρά, αναγνωστήριο. Το πλοίο ήταν διακοσμημένο με χρυσά αγάλματα ενώ υπήρξε στο κατάστρωμα και ναός της Αφροδίτης. Ήταν διακοσμημένο με πολύτιμους λίθους και άλλα γλυπτά, ενώ για τις ανάγκες των επιβατών υπήρχαν μαγειρεία,

στάβλοι με ζώα, δεξαμενές νερού και αποθήκες τροφίμων. Κυριολεκτικά περιλάμβανε όλες τις σύγχρονες ανέσεις ενός κρουαζιερόπλοιου (Μοίρα – Μυλωνόπουλος, 2005).

### 1.9 Τουριστικά καταλύματα στην αρχαία Ελλάδα

Τα καταγώγια αποτελούν τα πρώτα δημόσια ή ιδιωτικά ξενοδοχεία, ενώ η λέξη προέρχεται από το ρήμα ‘καταλύω’. Συνήθως βρίσκονται πλησίον ναών ή αθλητικών κέντρων. Η ανάγκη για δημιουργία καταλυμάτων για τους ξένους προκύπτει από όσα παραπάνω αναφέρθηκαν, καθώς οι Έλληνες συνέρρεαν στα μέρη όπου διοργανώνονται εκδηλώσεις, αθλητικές ή θρησκευτικές, αλλά και για κάθε άλλη ανάγκη φιλοξενίας (Βαρβαρέσος, 2020). Αργότερα ονομάζονται πανδοχεία και παρέχουν φιλοξενία με αμοιβή, όπως τα σύγχρονα ξενοδοχεία, ενώ είναι επίσης ιδιαίτερα πολυτελή. Σκοπός τους ήταν να καλύψουν όλες τις ανάγκες των ταξιδιωτών, δηλαδή τη διαμονή, τη διατροφή, τη διασκέδαση και την φιλοξενία και προσοχή των ζώων τους (Ηγουμενάκης κ.ά., 1998).

Τα πανδοχεία ως επιχειρήσεις χρησιμοποιούσαν μάλιστα διαφημιστικές επιγραφές και μηνύματα όπως ‘ξένε εδώ θα μείνεις ευχαριστημένος’ (Λαλούμης, 1998). Στην ίδια περίπτωση δομή λειτουργούσαν και τα καπηλεία τα οποία αρχικά λειτουργούσαν σαν ταβέρνες, ενώ σταδιακά πρόσφεραν και υπηρεσίες φιλοξενίας των ταξιδιωτών και των ζώων τους (Ηγουμενάκης κ.ά., 1998).

## 2. Ο τουρισμός στον κόσμο από την αρχαιότητα και έως σήμερα

---

Την περίοδο της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας και της Βυζαντινής, υπάρχει εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου. Ο τουρισμός σχετίζεται πάντα με τα παραπάνω ειδικότερα είδη τουρισμού, όμως κατά την περίοδο της Τουρκοκρατίας, τα ταξίδια περιορίζονται. Αργότερα αρχίζουν πάλι να αναπτύσσονται τα ταξίδια στην Ευρώπη του 16<sup>ου</sup> αιώνα ως μία συνήθεια της αριστοκρατίας των Βρετανών. Οι νεαροί ευγενείς περιηγούνται στις πολιτιστικές πόλεις της Ευρώπης με τη συνοδεία των διάσημων διδασκάλων τους, μεταξύ αυτών στην Ιταλία, τη Γαλλία και την τουρκοκρατούμενη Ελλάδα. Η περιήγηση και μαθητεία σχετίζεται με την πνευματική ωρίμανση και την απόκτηση έργων τέχνης, κατά τη διάρκεια του ταξιδιού που διαρκούσε αρκετές φορές περισσότερο από ένα έτος. Το επονομαζόμενο Grand Tour αποτελεί την αρχή των οργανωμένων ταξιδιών, με πολιτιστικό υπόβαθρο και περιλαμβάνουν την αναψυχή και την εκπαίδευση. Ο θεσμός διήρκησε αρκετούς αιώνες περίπου έως τον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο (Λαγός, 2005).

Στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα χιλιάδες χιλιόμετρα σιδηροδρομικών γραμμών απλώνονται σε όλη την Ευρώπη, αλλά και σε όλο τον κόσμο, μειώνοντας τις αποστάσεις και προσφέροντας στους ταξιδιώτες μία όμορφη εμπειρία. Η αριστοκρατία της Ευρώπης στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα, ταξιδεύει από το Παρίσι έως την Κωνσταντινούπολη, με το μυθικό τραίνο Orient Express.





Εικόνα 4: Το μυθικό τρένο Orient Express

Κατασκευάστηκαν επίσης τα πρώτα μεγάλα κρουαζιερόπλοια, ένα από αυτά ο θρυλικός Τιτανικός, που έμελλε να βυθιστεί στο πρώτο του ταξίδι. Τα υπερωκεάνια ταξίδια με μεγάλα και πολυτελή πλοία καλύπτουν τις ανάγκες της μετακίνησης και την αναψυχή.

Σταδιακά η αστικοποίηση στην Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική αναδεικνύει την ανάγκη καθιέρωσης περιόδου διακοπών για όλους τους εργαζομένους. Η υποχρεωτική παροχή καλοκαιρινής άδειας, σηματοδοτεί την έναρξη του μαζικού τουρισμού λίγα μόνο χρόνια μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου.

Το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και η διαρκής τεχνολογική ανάπτυξη, η αστικοποίηση και η εγκαθίδρυση της ειρήνης, οδηγούν στην εκδημοκράτηση των διακοπών. Αναγνωρίζονται τρεις βασικές φάσεις ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού (Βαρβαρέσος, 2013):

### 2.1 1950 έως 1970 - 1975

Αφορά την πρώτη γενιά μαζικού τουρισμού όπου αναπτύσσεται κυρίως ο παραθεριστικός τουρισμός της θερινής περιόδου, με άδεια μετ' αποδοχών και γνωρίζει τεράστια ανάπτυξη εξ αιτίας της άρσης των περιορισμών στις μετακινήσεις και την ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων και της παράλληλης δημογραφικής αύξησης. Αυτή την περίοδο υπάρχει μία σημαντική θετική εξέλιξη στον τομέα των αεροπορικών ταξιδιών με τις πτήσεις charters αλλά και η μεγέθυνση των ξενοδοχειακών μονάδων, με πολυτελείς εγκαταστάσεις και παροχές.

### 2.2 1970 – 1975 έως 2000

Η δεύτερη γενιά του μαζικού τουρισμού αποκτά ποιοτικά στοιχεία και ισχυρές τάσεις διαφοροποίησης. Η αύξηση του βιοτικού επιπέδου επιτρέπει μεγαλύτερης διάρκειας διακοπές και η ζήτηση σχετίζεται με τη μόδα, τον εξωτισμό των 'παιδιών των λουλουδιών', τον μιμητισμό και το σνομπισμό. Η διαφήμιση ενισχύει την επιθυμία των τουριστών να ενδιαφερθούν για την σχέση ποιότητας – τιμής, νέους προορισμούς και τουριστικές δραστηριότητες.

### 2.3 2000 έως σήμερα

Στην τρίτη γενιά ενισχύεται η διαφοροποίηση στο μαζικό τουρισμό, καθώς επιδρά σημαντικά το αυξημένο εισοδηματικό επίπεδο και το μορφωτικό υπόβαθρο των σύγχρονων τουριστών. Οι τουριστικές ροές αυξάνονται ενώ παράλληλα παρατηρείται αλματώδεις αύξηση και της προσφοράς από τους υπάρχοντες αλλά και νέους τουριστικούς προορισμούς. Τα νέα δημογραφικά δεδομένα αποκαλύπτουν τη δημιουργία ενός δημογραφικού δίπολου νέων και ηλικιωμένων, με έμφαση στην ομάδα των ηλικιωμένων, οι οποίοι έχουν υψηλά εισοδήματα και διαθέτουν απεριόριστο χρόνο για διακοπές. Παράλληλα η ανάπτυξη των αερομεταφορών και η μείωση των τιμών με τις φτηνές αεροπορικές εταιρίες και τις πτήσεις charters επιτρέπουν τις γρήγορες και απευθείας συνδέσεις μεταξύ των χωρών και πόλεων από που προέρχεται ο τουρισμός, προς τους προορισμούς. Η ψηφιακή εποχή των millennials αλλάζει επίσης ριζικά την τουριστική αγορά και το ενδιαφέρον των σύγχρονων ανθρώπων και κοινωνιών και στρέφεται στη βιώσιμη ανάπτυξη (Βαρβαρέσος, 2013).

Η θεαματική ανάπτυξη κοινωνικών και πολιτιστικών παραγόντων, η αύξηση της αστικοποίησης και η ανάπτυξη του οικονομικού και μορφωτικού επιπέδου των σύγχρονων ανθρώπων, οδηγούν στη γιγάντωση του τουριστικού φαινομένου, το οποίο εξελίσσεται σε παροχές και ποικιλία συνεχώς (Λαγός, 2016).

Η Ευρώπη και η Βόρεια Αμερική συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον των τουριστών, ενώ οι ευρωπαίοι ταξιδεύουν εντός των ευρωπαϊκών χωρών από τις βόρειες περιοχές στις Μεσογειακές και το αντίστροφο, ανάλογα με τις εποχές του χρόνου.

### 3. Ο Τουρισμός ως έννοια

---

Πρόκειται για ένα σύστημα μέσα στο οποίο λαμβάνουν χώρα δραστηριότητες που σχετίζονται με τη προσωρινή μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους, σε άλλο τόπο για αναψυχή ή επαγγελματικούς λόγους, χρησιμοποιούν προϊόντα που σχετίζονται με τη διαμονή τους, δηλαδή τη διατροφή, τη διασκέδαση και τις μετακινήσεις, καθώς και άλλες δραστηριότητες που μπορεί να τους ενδιαφέρουν. Η επιστροφή στον τόπο κατοικίας είναι μία διαδικασία, η οποία θα συμβεί στο διάστημα ενός έτους το αργότερο. Οι άνθρωποι που μετακινούνται με αυτό το σκοπό ονομάζονται τουρίστες.

Ο ορισμός περιλαμβάνει τα ακόλουθα στοιχεία:

- Η ύπαρξη του τουριστικού σκοπού, ο λόγος για τον οποίο πραγματοποιείται το ταξίδι
- Το στοιχείο του χρόνου
- Το στοιχείο του χώρου
- Τις τουριστικές επιχειρήσεις που προσφέρουν τουριστικά προϊόντα
- Τους κρατικούς φορείς που συμβάλουν στις τουριστικές υποδομές
- Τους τουριστικούς πόρους κάθε φύσης
- Τους τουρίστες

Οι ορισμοί για τον τουρισμό είναι πολλοί και ευφάνταστοι, όμως η βασική έννοια είναι πάντα η ίδια, καθώς τα άτομα ταξιδεύουν ομαδικά ή μεμονωμένα, οργανωμένα ή ελεύθερα, με κάποιο σκοπό που δεν έχει σχέση με την αναψυχή ή επαγγελματικούς λόγους, τα οποία τελικά, μετά από μικρό διάστημα θα επιστρέψουν στην μόνιμη κατοικία τους. Πολλοί συγγραφείς και κυρίως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (World Tourism Organization), περιγράφουν την έννοια του τουρισμού με βάση τα παραπάνω, ενσωματώνοντας επίσης τα κίνητρα για τα οποία οι άνθρωποι ταξιδεύουν (WTO, 2020).

### 4. Ο Τουρίστας

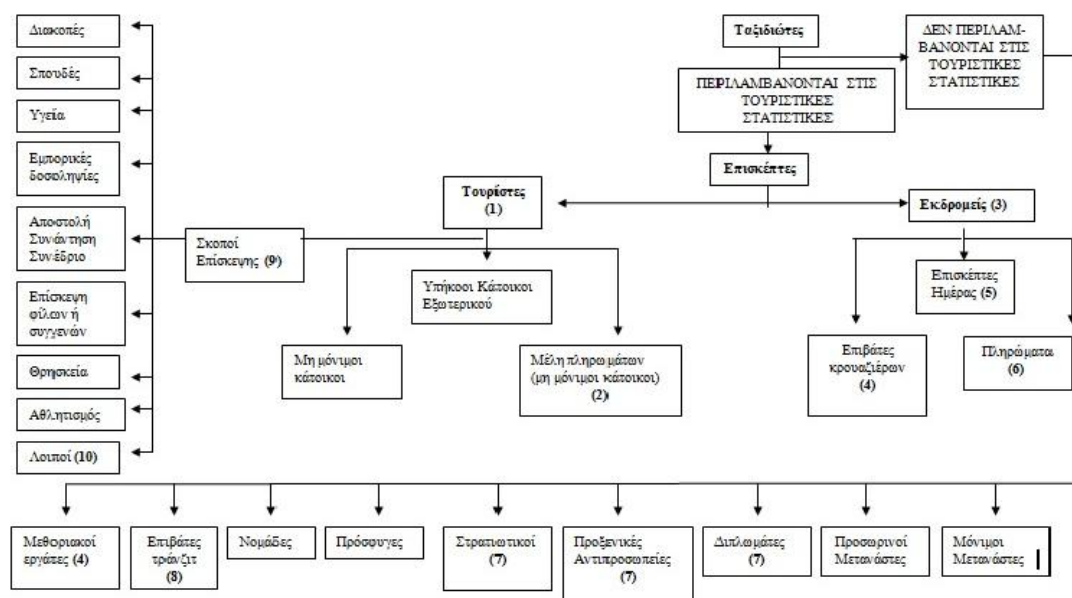
---

Οι άνθρωποι που ταξιδεύουν για τουριστικούς λόγους αποκαλούνται τουρίστες, όμως όλα τα άτομα που ταξιδεύουν δεν είναι τουρίστες. Για να χαρακτηριστεί κάποιος τουρίστας πρέπει να συγκεντρώνει τα εξής χαρακτηριστικά στους σκοπούς και τις επιδιώξεις της μετακίνησής του. Η πληρέστερη προσέγγιση της έννοιας του τουρίστα κατέληξε στην άποψη που διατύπωσε η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών το 1963.

Αρχικά η απόσταση που διανύεται από τον τόπο αναχώρησης του μέχρι τον τόπο προορισμού πρέπει να είναι τουλάχιστον 50 χλμ μακριά από τον τόπο μόνιμης κατοικίας του και διαμένει τουλάχιστον για ένα 24ωρο, έως ένα χρόνο.

Περαιτέρω υπάρχουν σημαντικές διευκρινήσεις σε σχέση με τον ορισμό όπως:

- (1) Ο τουρίστας (tourist) είναι το άτομο που επισκέπτεται έναν προορισμό τουλάχιστον.
- (2) Ο επισκέπτης (visitor) είναι το άτομο που ταξιδεύει από την μόνιμη κατοικία του τουλάχιστον 50 χλμ και επιστρέφει, όμως θα επιστρέψει σε αυτή χωρίς να διανυκτερεύσει στον τόπο που επισκέφτηκε (Τσάρτας, 1996).
- (3) Οι εκδρομείς (excursionists) είναι και αυτοί επισκέπτες, οι οποίοι συνήθως αποβιβάζονται από ένα κρουαζιερόπλοιο για να πραγματοποιήσουν επίσκεψη χωρίς διανυκτέρευση, ή πληρώματα πλοίων και αεροσκαφών (Τσάρτας, 1996).



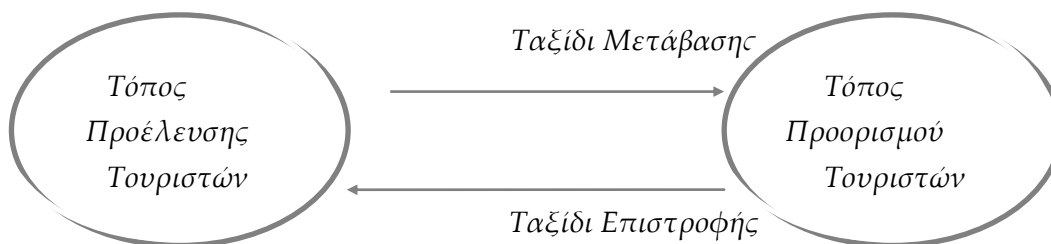
Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.),  
Μεθοδολογικό Παράρτημα της Στατιστικής του Παγκόσμιου Εμπορίου, 1978.  
Προσαρμογή από Ηγουμενάση (1991), Τουριστική Οικονομική. Αθήνα: Interbooks

Διάγραμμα 1: Η έννοια του τουρίστα

Ο λόγος που οι τουριστικοί οργανισμοί προβαίνουν σε αυτές τις διευκρινήσεις και αναλυτικούς προσδιορισμούς, είναι η καλύτερη παρακολούθηση του τουριστικού φαινομένου καθώς οι τουριστικές ροές έχουν επιρροή στους προορισμούς ανάλογα με τις παραπάνω διακρίσεις. Δηλαδή, ένας επισκέπτης μπορεί να δαπανήσει ένα μεγάλο ποσό κατά τη διάρκεια της επίσκεψής του σε έναν προορισμό, όμως δεν θα δαπανήσει κανένα ποσό για διανυκτέρευση.

Είναι προφανές ωστόσο ότι στην έννοια του τουρίστα δεν εμπίπτουν οι μετανάστες, οι πρόσφυγες, οι διπλωμάτες, οι προξενικές αντιπροσωπείες, οι στρατιωτικοί, οι μεθοριακοί εργάτες και οι επιβάτες transit.

Στο διάγραμμα και στην περίπτωση των Τουριστών περιλαμβάνονται όσοι διαμένουν τουλάχιστον μια νύχτα στη χώρα ή τον τόπο που επισκέπτονται. Στην περίπτωση των επισκεπτών περιλαμβάνονται όσοι δεν διαμένουν στον τόπο που επισκέπτονται (same-day visitor), ενώ ακόμη οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιου, οι οποίοι διαμένουν στο πλοίο, καθώς και τα πληρώματα αεροπλάνων ή πλοίων ελλιμενισμένων ή σε layover, που κάνουν χρήση των καταλυμάτων στην χώρα που επισκέπτονται.



Διάγραμμα 2: Αναπαράσταση του ταξιδιού

Συνήθως ο σκοπός του ταξιδιού αφορά την αναψυχή και την αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου του τουρίστα, οπωσδήποτε όμως δεν είναι περιοριστικά αυτός. Πολλές φορές σχετίζεται με το επάγγελμα, τη μόρφωση ή την αναζήτηση αυθεντικών εμπειριών.

## 5. Τουριστικές επιχειρήσεις

Πρόκειται για επιχειρήσεις κερδοσκοπικού σκοπού, οι οποίες εξειδικεύονται στην παραγωγή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Για το λόγο αυτό συνδυάζουν τους συντελεστές παραγωγής με σκοπό να καλύψουν τις ανάγκες των τουριστών σε όλο το φάσμα των απαιτήσεων τους που σχετίζονται με το ταξίδι. Σε αυτή την κατηγορία τουριστικών επιχειρήσεων περιλαμβάνεται ένα πλήθος επιχειρήσεων που αποτελούν την τουριστική βιομηχανία ή αλλιώς τον τουριστικό τομέα.

Σε πολλές περιπτώσεις οι επιχειρήσεις αυτές δεν παράγουν και προσφέρουν προϊόντα μόνο στους τουρίστες. Για το λόγο αυτό διαχωρίζονται σε επιχειρήσεις που ανήκουν αποκλειστικά στον τουριστικό τομέα και άλλες οι οποίες εμπίπτουν όμως δεν ανήκουν αποκλειστικά στον τουριστικό τομέα, όπως είναι για παράδειγμα οι επιχειρήσεις μεταφορών.

Σημαντική είναι η ταυτόχρονη συμβολή του δημοσίου τομέα, καθώς μπορεί να συμβάλλει καθοριστικά στην ανάπτυξη ενός τουριστικού προϊόντος, στην ανάδειξη τουριστικών προορισμών αλλά και στην ποιότητα του τουριστικού προϊόντος.

Η **ποιότητα στις υπηρεσίες**, οι οποίες παρουσιάζουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τα οποία δεν συνάδουν με τα αγαθά, είναι αποτέλεσμα της γενικότερης ικανοποίησης του πελάτη τουρίστα. Όταν ο πελάτης είναι ικανοποιημένος, αυτό συνεπάγεται κατά κάποιο τρόπο, ότι οι τουριστικές



υπηρεσίες που έλαβε, ήταν συνολικά ποιοτικές. Βεβαίως υπάρχουν και περισσότερα αντικειμενικά κριτήρια για την αξιολόγηση των ποιοτικών ή μη υπηρεσιών. Μεταξύ αυτών των κριτηρίων περιλαμβάνονται και οι παρακάτω υποδομές.

Για την ποιότητα του τουριστικού προορισμού, είναι απαραίτητες οι τουριστικές υποδομές που προσφέρουν οι κρατικοί φορείς, ή αναθέτουν σε ιδιώτες να λειτουργήσουν. Όπως για παράδειγμα τα λιμάνια και τα αεροδρόμια, αυτοκινητόδρομοι και άλλες υποδομές, οι οποίες συνθέτουν την τουριστική εμπειρία, δηλαδή τα μουσεία, οι αρχαιολογικοί χώροι, φεστιβάλ και εκδηλώσεις πολιτιστικού ή αθλητικού ενδιαφέροντος κ.ά.

Ειδικότερα, οι υπηρεσίες μεταφοράς από τον τόπο των τουριστών προς τον προορισμό των διακοπών είναι κρίσιμης σημασίας καθώς διαμορφώνουν το κόστος του ταξιδιού, τον χρόνο που χρειάζεται ο τουρίστας για τη μετακίνηση, όπως για παράδειγμα είναι οι απευθείας πτήσεις ή οι πτήσεις με ανταπόκριση. Επίσης σημαντική παράμετρος είναι και οι εσωτερικές μεταφορές στον προορισμό και οι διευκολύνσεις καθώς επίσης και η ασφάλεια που έχουν αυτές οι μεταφορές.

Οι υποδομές των ξενοδοχείων είναι οπωσδήποτε καθοριστικός παράγοντας για το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν. Υπάρχουν περιπτώσεις που ένα θέρετρο αποτελεί αυτό καθ' αυτό τον λόγο του ταξιδιού και οι απολαύσεις που προσφέρει στις εγκαταστάσεις του. Τα ξενοδοχεία μπορούν από μόνα τους να προσελκύσουν τουρίστες και να επιδράσουν στην τουριστική ανάπτυξη μίας περιοχής (Costa Navarino).

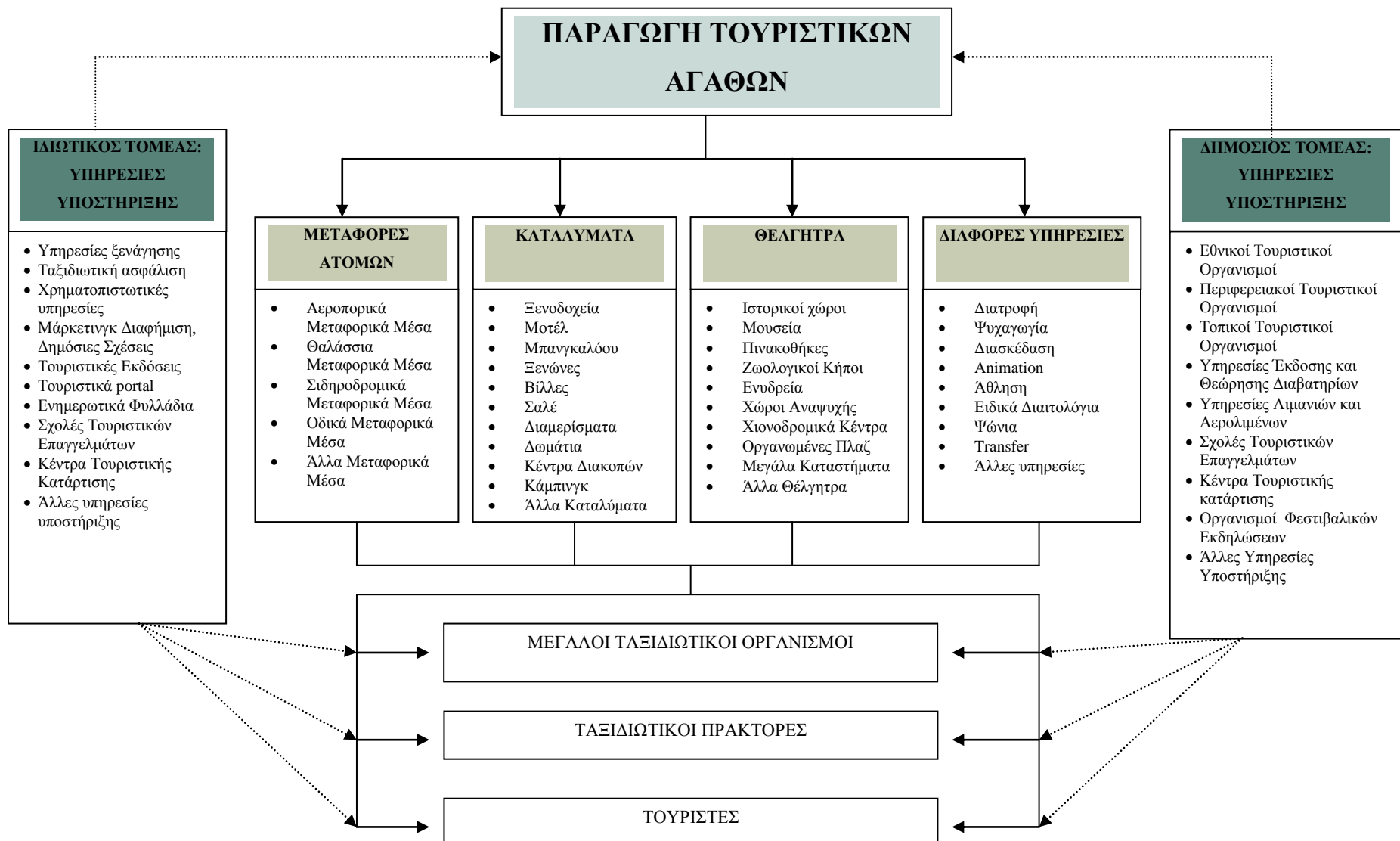
Υπάρχουν επίσης και άλλα σπουδαία καταλύματα όπως είναι για παράδειγμα διάσημα κάμπινγκ που συγκεντρώνουν πλήθος τουριστών, με σκοπό να λάβουν μέρος και στις δραστηριότητες που προσφέρουν (Αγία Άννα, Εύβοια). Όμως και τα μικρότερα ξενοδοχεία μπορεί να παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον και να προσελκύουν τουρίστες με σκοπό να απολαύσουν τη διαμονή.

Τις υπηρεσίες διαμονής συμπληρώνουν οι υπηρεσίες εστίασης και διασκέδασης. Επίσης σημαντικό κομμάτι του τουριστικού προϊόντος που καθορίζει την ποιότητα του προϊόντος. Οι παραδόσεις και η γαστρονομία του προορισμού, διαμορφώνουν σε μεγάλο βαθμό το τουριστικό προϊόν, ενώ σήμερα αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του. Οι υψηλού επιπέδου παρεχόμενες υπηρεσίες εστίασης, μπορεί επίσης να αποτελέσουν τον αποκλειστικό λόγο επίσκεψης σε έναν τόπο.

Τέλος, τα θέλγητρα του προορισμού, αποτελούν επίσης λόγους που ο τουρίστας πραγματοποιεί ένα ταξίδι, μένει εκεί για πολύ ή για λίγο, ενδιαφέρεται να επισκεφθεί ή και επισκέπτεται ξανά την περιοχή. Μπορεί μάλιστα τα θέλγητρα αυτά να διαφοροποιούνται στις εποχές του χρόνου, όπως είναι οι φυσικές ομορφιές ενός τόπου που τροποποιούνται καθώς αλλάζουν οι εποχές (Middletonetal, 2009).

Τον τουριστικό κλάδο κινητοποιούν μεγάλοι τουριστικοί πράκτορες, ενώ σήμερα ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή των τουριστικών portal και ψηφιακών τουριστικών ιστοτόπων.

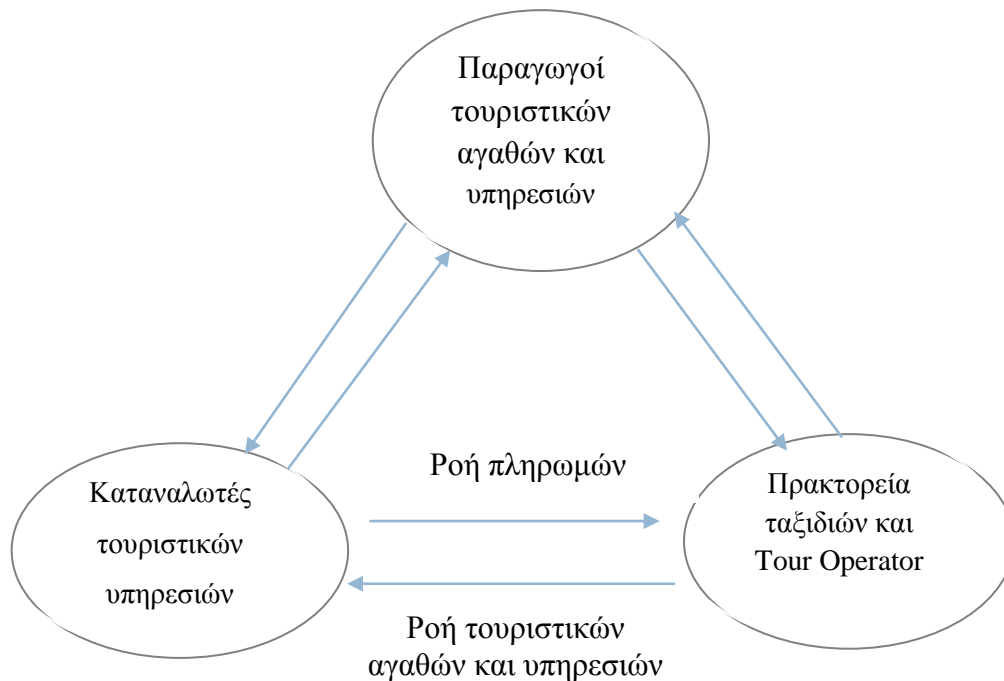
Απαραίτητη προϋπόθεση είναι οπωσδήποτε οι τουρίστες, αυτοί που θα ενδιαφερθούν και θα επισκεφθούν έναν προορισμό δαπανώντας χρόνο και χρήμα.



Διάγραμμα 3: ΠΗΓΗ: Ν. Ηγουμενάκης (1997), Τουριστική Οικονομία, Τ.Α, σελ.7

## 6. Το τουριστικό κύκλωμα

Η προσφορά και η ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών καθώς και οι πληρωμές που πραγματοποιούνται, συνθέτουν το τουριστικό κύκλωμα της οικονομίας.



Διάγραμμα 4: Απλοποιημένο τουριστικό κύκλωμα

Παρατηρώντας το τουριστικό κύκλωμα αναδεικνύονται τα παρακάτω:

(1) Η τουριστική ζήτηση μπορεί να ικανοποιηθεί με αγορές τουριστικών αγαθών, δηλαδή με τουριστικές δαπάνες, απ' ευθείας από τους παραγωγούς ή με τη βοήθεια των ενδιάμεσων του τουριστικού κυκλώματος, δηλαδή με τη συμβολή των tour operator και άλλων πρακτορείων ταξιδιών.

(2) Οι διαμεσολαβητές του τουρισμού αναλαμβάνουν το ρόλο που έχουν οι έμποροι στη διακίνηση προϊόντων. Αποτελούν τον κρίκο που ενώνει την προσφορά και τη ζήτηση στο τουριστικό προϊόν. Οι ταξιδιωτικοί οργανισμοί (tour operator) αποτελούν τους χονδρέμπορους του τουρισμού, ενώ οι ταξιδιωτικοί πράκτορες τους λιανοπωλητές.

(3) Αν και σε άλλες περιπτώσεις φαίνεται περισσότερο οικονομικό να παρακάμπτονται οι ενδιάμεσοι, στην περίπτωση του τουρισμού τακτικά δεν ισχύει καθώς η συμβολή τους στην τουριστική ανάπτυξη και στην επιλογή των τουριστών των έτοιμων πακέτων που προσφέρουν είναι κρίσιμης σημασίας για τον τουρισμό. Οι

υπηρεσίες που προσφέρουν είναι περισσότερο εξειδικευμένες και παράλληλα επιτυγχάνουν καλύτερης ποιότητας υπηρεσίες σε φθηνότερες τιμές. Η δημιουργία από τους tour operators των τουριστικών πακέτων (package tour), διευκολύνει τους



Διάγραμμα 5: Το σύνθετο τουριστικό προϊόν

τουρίστες να επιλέξουν την αγορά τους, καθώς ο προγραμματισμός και η οργάνωση του ταξιδιού τους, από επαγγελματίες του τουρισμού, τους εξασφαλίζει ως προς το αποτέλεσμα σε ένα μεγάλο βαθμό. Για τον απλό τουρίστα είναι σχετικά δύσκολο να επιμεληθεί ένα ταξίδι με τους κατάλληλους προμηθευτές,

στους κατάλληλους χρόνους και στη συμφέρουσα τιμή. Η ανάπτυξη του

διαδικτύου έχει προσφέρει σχετική ανεξαρτησία στους μεμονωμένους ταξιδιώτες. Όμως η συμβολή των ταξιδιωτικών πρακτόρων δεν έχει πάψει να είναι σημαντική για όσους θέλουν να γνωρίσουν σε βάθος τον τόπο που επισκέπτονται.

## 7. Διακρίσεις του τουρισμού

Οι διακρίσεις στον τουρισμό βοηθούν την καλύτερη ανάλυση των επιθυμιών των τουριστών, δηλαδή της ζήτησης, αλλά και της προσφοράς, όπως αυτή διαμορφώνεται από τις τουριστικές επιχειρήσεις που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες.

### 7.1 Με βάση το κριτήριο της προέλευσης των τουριστών

Με βάση το κριτήριο της προέλευσης των τουριστών διακρίνουμε τον εγχώριο και διεθνή τουρισμό. Υπάρχουν τουρίστες κάτοικοι εξωτερικού που πραγματοποιούν ένα διεθνές ταξίδι για να μεταβούν στην χώρα του προορισμού, ενώ αντίθετα από την χώρα προορισμού οι κάτοικοι μετακινούνται σε άλλος προορισμούς του εξωτερικού. Διακρίνεται ως εκ τούτου, ο διεθνής τουρισμός σε εισερχόμενος και εξερχόμενος. Το γεγονός ότι ο εισερχόμενος διεθνής τουρισμός προσφέρει όλα τα οφέλη που προσφέρουν και οι εξαγωγές, στο ισοζύγιο πληρωμών της χώρας, παρά ταύτα δεν μπορεί να μην αναγνωριστεί η συμβολή του εγχώριου τουρισμού στην ανάπτυξη τουριστικών προορισμών και την υποστήριξη των περιφερειών που παρουσιάζουν υστέρηση στην ανάπτυξή τους. Μάλιστα, η αρχική τουριστική κίνηση σε έναν νομό ή

μία περιφέρεια, συνήθως δημιουργείται και διογκώνεται από τον εγχώριο τουρισμό, ενώ αργότερα αποκτά φήμη και αναπτύσσεται από το διεθνή τουρισμό.

### 7.2 Με βάση το κριτήριο της χρονικής διάρκειας

Με βάση το κριτήριο της χρονικής διάρκειας της τουριστικής δραστηριότητας παρατηρείται ο συνεχής και εποχικός τουρισμός. Κατά βάση ο τουρισμός είναι μία εποχική δραστηριότητα, η οποία συνδέεται με τον ελεύθερο χρόνο των τουριστών και με το εισόδημά τους.

Η εποχικότητα σχετίζεται περισσότερο με τις καλοκαιρινές διακοπές που πραγματοποιούν οι τουρίστες κυρίως στα νησιά της Ελλάδος, με σκοπό να απολαύσουν τα θέλγητρα των νησιών το καλοκαίρι. Υπάρχουν βεβαίως τρόποι αντιμετώπισης της εποχικότητας, η οποία μπορεί να μειωθεί σε ένα μεγάλο βαθμό. Η εποχικότητα απειλεί μία τουριστική περιοχή με μαρασμό τους υπόλοιπους μήνες του έτους. Επίσης η μικρή συμβολή στα εισοδήματα των μόνιμων κατοίκων προκαλεί ανεργία και υποαπασχόληση.

### 7.3 Με βάση την κινητικότητα κατά την διάρκεια της παραμονής

Με βάση την κινητικότητα κατά την διάρκεια της παραμονής του τουρίστα στον τόπο προορισμού, διακρίνεται σε στατικό τουρισμό, όταν ο τουρίστας διαμένει σχεδόν καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιού του, σε ένα ξενοδοχείο, με παροχές πιθανώς all inclusive, ενώ ακόμη διακρίνεται σε κινητικό τουρισμό, όταν ο τουρίστας επιδιώκει να κινηθεί και να γνωρίσει τον τόπο, να απασχοληθεί με δραστηριότητες και να ζήσει αυθεντικές εμπειρίες στην κοινωνία που τον φιλοξενεί.

### 7.4 Με βάση το μέγεθος του τουριστικού πλήθους

Με βάση το μέγεθος του τουριστικού πλήθους διακρίνεται σε ατομικό, ομαδικό ή μαζικό τουρισμό. Ο ατομικός τουρισμός περιλαμβάνει από ένα άτομο έως μία οικογένεια. Ο ομαδικός δεν αποκλείει τη συμμετοχή σε προγράμματα μαζικού τουρισμού ενώ διεθνώς υπάρχει η τάση να ταξιδεύουν οι άνθρωποι σε ομάδες. Και οι δύο κατηγορίες έχουν μεγάλη σημασία στις αναλύσεις του τουριστικού φαινομένου, καθώς οι άνθρωποι που ταξιδεύουν μόνοι δαπανούν μεγαλύτερα ποσά, έχουν μεγαλύτερες απαιτήσεις και ικανοποιούνται πιο δύσκολα, ενώ ο μαζικός τουρισμός μπορεί να είναι ιδιαίτερα επωφελείς για τις τουριστικές επιχειρήσεις αφού μπορούν να οργανωθούν με μεγαλύτερη ακρίβεια, αλλά και να παρέχουν καλύτερης ποιότητας υπηρεσίες.

### 7.5 Με κριτήριο την ηλικιακή διάρθρωση των τουριστών

Με κριτήριο την ηλικιακή διάρθρωση των τουριστών διακρίνεται σε τουρισμό των νέων και των τουρισμό της τρίτης ηλικίας. Και οι δύο κατηγορίες παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς έχουν εντελώς διαφορετικά κριτήρια για την επιλογή ενός προορισμού, διαφορετικές απαιτήσεις σε υποδομές και αντιλαμβάνονται με ξεχωριστό τρόπο την ποιότητα στις τουριστικές υπηρεσίες. Η μεγαλύτερη διαφορά όμως εστιάζεται στο γεγονός ότι οι τουρίστες τρίτης ηλικίας, διαθέτουν συνήθως υψηλότερο εισόδημα και άπειρο ελεύθερο χρόνο. Αυτοί οι δύο παράγοντες επιδρούν στις επιθυμίες τους, αλλά και στον τρόπο που υποδέχονται τον τουρισμό τρίτης ηλικίας, οι τουριστικές επιχειρήσεις.

### 7.6 Με κριτήριο τον κύριο σκοπό του ταξιδιού

Με κριτήριο τον σκοπό του ταξιδιού προκύπτουν πάρα πολλές άλλες κατηγορίες. Για τη διευκόλυνση των εννοιών παρατηρούνται δύο μεγάλες κατηγορίες:

Ο γενικός τουρισμός και ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων ή εναλλακτικός τουρισμός. Παρατηρούνται οι εξής υποκατηγορίες, μεγάλης σημασίας για τον διαχωρισμό των ασχολιών του τουρίστα κατά τη διαμονή και τα κίνητρα που τον προκαλούν να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι.

---

#### 7.6.1 Γενικός τουρισμός

Πρόκειται για τον τουρισμό αναψυχής που επικράτησε τις τελευταίες δεκαετίες και άνησε ως ένα ιδιαίτερο τουριστικό φαινόμενο. Εντούτοις, οι αρνητικές επιδράσεις της μαζικότητας οδήγησαν τους κρατικούς φορείς κυρίως, να προωθήσουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες είναι λιγότερο ή καθόλου επιβλαβείς για το περιβάλλον.

Ο μαζικός τουρισμός αποτελεί έναν από τους κύριους λόγους που εντείνεται η περιβαλλοντική ρύπανση και η διεθνής κοινότητα επιχειρεί να μειώσει τις επιπτώσεις του άμεσα, σε συνεργασία με εθνικούς και ιδιωτικούς φορείς του τουρισμού.

---

#### 7.6.2 Ειδικές μορφές τουρισμού

- Επαγγελματικός
- Συνεδριακός
- Θρησκευτικός

- Αγροτουρισμός
- Πεζοπορικός
- Θαλάσσιος
- Ορεινός
- Οικοτουρισμός
- Πολιτιστικός
- Θεραπευτικός
- Χειμερινός
- Κινήτρων
- Περιπέτειας
- Πόλης

Ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει μοναδικό σκοπό του τουριστικού ταξιδιού, ή να συνδυαστεί ανάμεσα στις ιδιαίτερες μορφές του, αλλά και με τον μαζικό τουρισμό. Για παράδειγμα ένας τουρίστας πραγματοποιεί ένα ταξίδι στο Παρίσι, όμως ταυτόχρονα επισκέπτεται το Λούβρο (πολιτιστικός τουρισμός), την Παναγία των Παρισίων (θρησκευτικός τουρισμός), ενώ επίσης θα πραγματοποιήσει αγορές από την Gallery Lafayette (τουρισμός πόλης | city break).



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

### Τουριστικό Προϊόν Προορισμού

#### 1. Αναδιοργάνωση του τουριστικού φαινομένου

Η τεράστια ανάπτυξη που γνώρισε ο μαζικός τουρισμός μετά το 1950 συνδέθηκε στενά με την παρατεταμένη περίοδος ειρήνης, την ανάπτυξη των αερομεταφορών και την αύξηση των εισοδημάτων. Σημαντική ήταν η θεσμοθέτηση περιόδου διακοπών με αμοιβές. Σταδιακά και καθώς αναπτύσσονταν και το μορφωτικό, κοινωνικό και πολιτιστικό επίπεδο των τουριστών, αναζητούσαν αυθεντικές εμπειρίες από τις διακοπές τους, ενώ πάντοτε ήταν περισσότερο ικανοποιητική η τουριστική περίοδος να συνδέεται και με κάποιου είδους δραστηριότητες.

Οι αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού φάνηκαν σχετικά σύντομα και αφορούσαν πολλές πτυχές της κοινωνίας και του περιβάλλοντος. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) με σκοπό τον μετριασμό των αρνητικών επιπτώσεων, επιχείρησε σε συνεργασία με τα μέλη του, να οριοθετήσει το φαινόμενο και να θέσει σε εφαρμογή ένα σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης, βασισμένο στην ηθική, τη δεοντολογία και τον σεβασμό στο περιβάλλον (Βαρβαρέσος, 2020).



Εικόνα 5: Agenda2030του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού

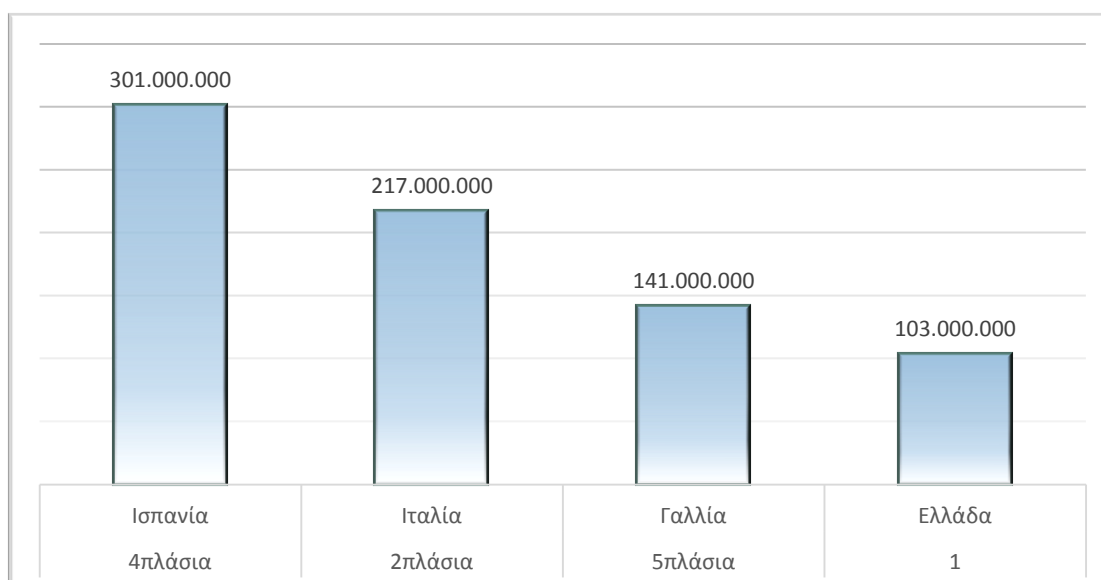
Δημιουργήθηκε για το λόγο αυτό η Agenda 2030 με σκοπό να δοθεί έμφαση σε 17 τομείς που επηρεάζει ο τουρισμός και είναι σημαντικό οι εθνικοί και τοπικοί φορείς

του δημοσίου αλλά και του ιδιωτικού τομέα, να δώσουν ιδιαίτερη προσοχή και να εντείνουν τις προσπάθειές τους για την ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού. Τα περισσότερα κράτη που παρουσιάζουν ένταση στον τουριστικό κλάδο, υιοθέτησαν τις αρχές της Agenda 2030, μεταξύ αυτών και η Ελλάδα (UNWTO, 2015).

## 2. Νομοθετική ρύθμιση Ν.4582/2018 για το Θεματικό Τουρισμό

Καθώς η ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού απασχολούσε ιδιαίτερα την τουριστική βιομηχανία και τον ιδιωτικό τομέα του τουρισμού, το 2018 ψηφίστηκε στη Βουλή ο Ν.4582/20185 «Θεματικός τουρισμός – Ειδικές μορφές τουρισμού – Ρυθμίσεις για τον εκσυγχρονισμό του θεσμικού πλαισίου στον τομέα του τουρισμού και της τουριστικής εκπαίδευσης – Στήριξη τουριστικής επιχειρηματικότητας και άλλες διατάξεις».

Με βασικό στόχο την οργάνωση και εποπτεία των δραστηριοτήτων αναψυχής και επιχειρηματικότητας σε ότι αφορά τον θεματικό τουρισμό, δημιουργήθηκε ο παραπάνω νόμος, ώστε να διαμορφωθεί ένα πλαίσιο κανόνων ασφαλείας που αφορούν τις ειδικές μορφές τουρισμού. Ως εθνικός στόχος τέθηκε η αύξηση της ανταγωνιστικότητας του εγχώριου προϊόντος, καθώς και άλλες ανταγωνιστικές χώρες, όπως είναι κυρίως η Ισπανία, Ιταλία και Γαλλία, παρείχαν συστηματικά παρόμοια τουριστικά προϊόντα.



Διάγραμμα 6: Διανυκτερεύσεις στις χώρες της ΕΕ και η πολλαπλάσια έκταση με την Ελλάδα

Σύμφωνα με τις στατιστικές τουρισμού της Eurostat, η Ελλάδα βρίσκεται σταθερά στους τέσσερις σημαντικότερους προορισμούς στην Ευρώπη, συγκεντρώνοντας τις

προτιμήσεις των Ευρωπαίων ενώ αν ληφθεί υπόψη και το μέγεθος της χώρας, είναι σίγουρα κορυφαίος προορισμός για την Ευρώπη (Eurostat, 2020).

Ωστόσο, η συστηματική προσπάθεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης να μειώσει την εποχικότητα του τουριστικού προϊόντος και να αναδείξει νέου τουριστικούς προορισμούς με σκοπό την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη των περιφερειών, δεν φαίνεται ότι έχει αποδώσει τα αναμενόμενα.

Για το λόγο αυτό και με τις κατευθύνσεις της Ένωσης, οι τουριστικές χώρες θεσμοθέτησαν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ώστε να παρακολουθούνται οι επιδράσεις της περιφερειακής πολιτικής και της πολιτικής αειφόρου ανάπτυξης πολλών περιοχών που βρίσκονται σε αναπτυξιακή υστέρηση.

Σύμφωνα μάλιστα με το ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου το 2015, η Ένωση προέτρεπε τα κράτη μέλη να εντατικοποιήσουν τις προσπάθειές τους για ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος τους με σκοπό να καταστεί η Ευρώπη κορυφαίος τουριστικός παγκοσμίως και να μειωθούν οι αρνητικές επιπτώσεις του στην απασχόληση, την επιχειρηματικότητα και το περιβάλλον, με την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Μάλιστα στο ψήφισμα υπήρχαν και ιδέες δημιουργίας πανευρωπαϊκού τουριστικού προϊόντος με σκοπό να προσελκύσουν τουρίστες από άλλες ηπείρους, οι οποίοι θα μπορούσαν να πραγματοποιούν περιοδεία στην Ευρώπη (Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, 2015).

Η θεσμοθέτηση που επιχειρήθηκε μέσα από το νέο νόμο περί του Εναλλακτικού Τουρισμού, είχε τους εξής στόχους:

(1) Την ισόρροπη, βιώσιμη, κοινωνική και πολιτιστική τουριστική ανάπτυξη, περιοχών που παρουσιάζουν ευκαιρίες για ανάπτυξη της απασχόλησης και της επιχειρηματικότητας στον τομέα του εναλλακτικού τουρισμού.

(2) Τη δημιουργία προσβάσιμου τουρισμού για όλους τους επισκέπτες, με την χρήση υποδομών που θα προσφέρει η πολιτεία, όπως είναι υποδομές για υποδοχή ατόμων με ειδικές ανάγκες.

(3) Την οριοθέτηση της φέρουσας ικανότητας περιοχών που αντιμετωπίζουν τις αρνητικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού, ενώ αντίστοιχα την οργάνωση του τουρισμού με τρόπο που να διασφαλίζεται η ικανοποίηση της τοπικής κοινωνίας και των επισκεπτών ταυτόχρονα, χωρίς υπερβολές.

(4) Την ασφάλεια στις τουριστικές δραστηριότητες και την ασφάλεια κατά την περίοδο των διακοπών για τους επισκέπτες, με την θεσμοθέτηση του τρόπου που αυτές οι εναλλακτικές δραστηριότητες θα πραγματοποιούνται, ποια μέτρα και εξοπλισμοί απαιτούνται ώστε να αποφεύγονται ατυχήματα.

(5) Τη διασφάλιση της αρχής της ποιότητας στις τουριστικές υποδομές του ιδιωτικού τομέα ώστε να τηρούνται όλες οι σχετικές προδιαγραφές που ορίζουν διεθνείς και ευρωπαϊκοί φορείς.

(6) Την διασφάλιση της αρχής της συνεργασίας μεταξύ των οικονομικών κλάδων ώστε να δημιουργείται προστιθέμενη αξία και ανάπτυξη στην αγροδιατροφή, τη μεταποίηση, την απασχόληση και τη γενικότερη τουριστική αλυσίδα.

### 3. Δημιουργία καινοτόμων τουριστικών προϊόντων

Οι tour operators με σκοπό να δημιουργήσουν περισσότερα και καινοτόμα τουριστικά προϊόντα ώστε να προτείνουν στους πελάτες, ανέδειξαν νέους τουριστικούς προορισμούς ή νέα τουριστικά προϊόντα βασισμένα στον εναλλακτικό τουρισμό, ώστε τελικά να επεκταθεί η τουριστική περίοδος, αλλά και να προσεγγισθούν πελάτες με ιδιαίτερα ενδιαφέροντα και συμπεριφορά.

Σταδιακά η δημιουργία ποιοτικών τουριστικών πακέτων, σε συνδυασμό πάντα και με την ανάπτυξη του πολιτισμικού επιπέδου των τουριστών, καθιερώθηκε ως μία νέα συνήθεια, διαφορετικού τουρισμού, μακριά από την πολυκοσμία των κορυφαίων τουριστικών προορισμών που συγκέντρωναν τις μάζες των τουριστικών ροών, κυρίως κατά την καλοκαιρινή περίοδο. Με την περαιτέρω ανάπτυξη των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους, ο τουρισμός σε περιοχές που παλαιότερα δεν αποτελούσαν τουριστικό προορισμό, όμως παρουσίαζαν τουριστικό ‘εναλλακτικό’ ενδιαφέρον, αναπτύχθηκαν και απέκτησαν και οικονομικό ενδιαφέρον εξ αιτίας της μεγάλης τουριστικής ανάπτυξης που απέκτησαν (Ηγουμενάκης Ν. – Ηγουμενάκης Γ., 2004).

### 4. Δημιουργία αγοραστικής ζήτησης σε προϊόντα θεματικού τουρισμού

Η δημιουργία τουριστικών προϊόντων με ιδιαίτερη θεματολογία, από τους υπεύθυνους φορείς προβολής είτε δημόσιους, είτε ιδιωτικούς είναι το θεμέλιο για την ανάπτυξη τουριστικής ζήτησης. Αρχικά δημιουργούνται τα προϊόντα που αφορούν εναλλακτικό τουρισμό, υλοποιούνται οι σχετικές υποδομές και τα έργα που

απαιτούνται για να λειτουργήσουν και ακολούθως προβάλλονται στους τουρίστες, ή επιδιώκεται η δημιουργία αγοραστικής ζήτησης σε ένα νέο τουριστικό προϊόν.

Το προϊόν πρέπει να επικοινωνηθεί με κάθε πρόσφορο τρόπο και κυρίως διαμέσου του διαδικτύου και των πολλαπλών επιλογών που έχουν σήμερα οι φορείς να παρουσιάσουν τα τουριστικά προϊόντα ή να τα προβάλλουν σε συνδυασμό με τις υπηρεσίες που παρέχουν οι Online Travel Agents (OTA) όπως είναι για παράδειγμα η πλατφόρμα της booking, trip advisor κ.ά. Το μήνυμα που θα μεταφέρεται στους τουρίστες, πρέπει να είναι συνεκτικό και να παρουσιάζει το σύνολο του τουριστικού προϊόντος και τις εμπειρίες που θα αποκομίσουν οι τουρίστες από την επίσκεψή τους.

Οι σύγχρονοι τουρίστες είναι ενημερωμένοι ή αναζητούν οι ίδιοι πληροφορίες για τουριστικά προϊόντα με ιδιαίτερο ενδιαφέρον προκειμένου να έχουν ποικιλία οι διακοπές τους. Πολλές φορές εξ αιτίας και της ανάπτυξης του μορφωτικού και πολιτιστικού επιπέδου των τουριστών, επιλέγουν ποιοτικά τουριστικά προϊόντα, ή συνδυάζουν στην περίοδο των διακοπών αναψυχής και δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού.

Ωστόσο οι έμποροι του τουρισμού έχουν τη δυνατότητα να 'εκπαιδεύσουν' τους τουρίστες σε νέες μορφές τουρισμού ή σε ένα νέο τουριστικό προϊόν δημιουργώντας ζήτηση, στάσεις απέναντι στο προϊόν και τελικά αγορά του προϊόντος εκμεταλλευόμενοι κυρίως την τιμή, την ποιότητα και την ιδιαιτερότητα του προϊόντος, την ευκολία παροχής και τον διαθέσιμο χρόνο των τουριστών.

Σκοπός είναι η δημιουργία μίας ιδιαίτερης επωνυμίας προϊόντος, πολύ σημαντικής για τους προορισμούς, κατ' επέκταση και για τις τουριστικές επιχειρήσεις που συγκεντρώνουν και εξυπηρετούν τις τουριστικές ροές. Πρόκειται για μία εκτεταμένη διαδικασία με σκοπό την προσέλκυση και εξυπηρέτηση των τουριστών, με τελική επιδίωξη τη δημιουργία μίας 'επωνυμίας' που προσελκύει σταθερά τουρίστες, δηλαδή τη δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος προορισμού, όπως θα αναλυθεί και παρακάτω στην παρούσα μελέτη.

#### 4.1 Τμηματοποίηση της αγοράς

Απαραίτητη διαδικασία για την ανάπτυξη της ζήτησης είναι η τμηματοποίηση της αγοράς (market segmentation) και η στόχευση σε αυτές ακριβώς τις ομάδες τουριστών που πιθανώς θα ενδιαφέρονται για το παρεχόμενο τουριστικό προϊόν. Πρόκειται για τη διαίρεση της συνολικής αγοράς, ώστε να αναλυθούν με προσοχή και

λεπτομερέστερα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και οι ανάγκες των δυνητικών πελατών. Υπάρχουν ορισμένοι ενδεδειγμένοι μέθοδοι κατάτμησης που σχετίζονται με:

- Τον σκοπό του ταξιδιού
- Τις ανάγκες των ταξιδιωτών, τα κίνητρα και τα οφέλη που αναζητούν
- Τα δημογραφικά, οικονομικά και γεωγραφικά, καθώς και ψυχογραφικά προφίλ
- Η συμπεριφορά και τα χαρακτηριστικά του τουρίστα σε ότι αφορά τη χρήση του τουριστικού προϊόντος.
- Τις τιμές που δύναται ή που επιθυμεί να πληρώσει ο τουρίστας.

Μέσα από αυτή την ανάλυση οι φορείς του τουρισμού, ιδιωτικοί και δημόσιοι, μπορούν να αντιληφθούν εάν υπάρχει οικονομικό ενδιαφέρον για την ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων. Για παράδειγμα εάν για ένα προϊόν υπάρχει περίπτωση να ενδιαφέρονται 5.000 άνθρωποι ή 50 εκατομμύρια έχει διαφορετική αξία καθώς το μέγεθος της αγοράς, καθορίζει το οικονομικό αποτέλεσμα σε ένα μεγάλο βαθμό.

Οι τουρίστες παρουσιάζουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που πρέπει να αναλύονται και να τμηματοποιούνται οι κατηγορίες στις οποίες ανήκουν. Αν και ορισμένες βασικές ανάγκες απαραίτητα πρέπει να καλύπτονται κατά την περίοδο των διακοπών, όπως είναι οι βασικές ανάγκες διατροφής και διαμονής, υπάρχουν για κάθε κατηγορία τουριστών, ανάγκες οι οποίες μπορεί να είναι ιδιαίτερες και να απαιτούν εξειδικευμένη παροχή τουριστικών υπηρεσιών ώστε να καλυφθούν.

Μέσα από μία γενικότερη ανάλυση που περιλαμβάνει και τα παραπάνω στοιχεία οι τουριστικοί φορείς μπορούν να εντοπίσουν το τουριστικό κοινό αναλύοντας τα παρακάτω:

---

#### 4.1.1 Η προσωπικότητα των τουριστών

Η προσωπικότητα περιλαμβάνει τον χαρακτήρα των ανθρώπων, ο οποίος θεωρείται αμετάβλητος στο χρόνο, όμως ακόμη όλες τις συνθήκες που έχει βιώσει και αφομοιώσει ένας άνθρωπος, οι οποίες έχουν διαμορφώσει τελικά την προσωπικότητά του και σχετίζονται με τη μόρφωση, την οικογένεια, το κοινωνικό περιβάλλον, το επάγγελμα και τις εμπειρίες που είχε από τη ζωή. Με βάση την προσωπικότητά τους, οι τουρίστες επιλέγουν τα τουριστικά προϊόντα που ταιριάζουν στους ίδιους και τα οικεία πρόσωπα με τα οποία συνδυάζουν τις διακοπές τους, είτε είναι άτομα από την οικογένεια, είτε είναι άτομα από το φιλικό περιβάλλον ή την κοινωνία και τις ομάδες

στις οποίες επιλέγουν να ανήκουν. Για παράδειγμα επιλέγουν να έχουν ένα χόμπι ή περισσότερα που σχετίζονται με δραστηριότητες στη θάλασσα.

---

#### 4.1.2 Η οικονομική κατάσταση των τουριστών

Κρίσιμος παράγοντας για την απόφαση αγοράς τουριστικών προϊόντων είναι η οικονομική δυνατότητα που έχουν οι τουρίστες. Ο τουρισμός αν και περιλαμβάνεται πλέον στις βασικές ανάγκες για τη ζωή των σύγχρονων ανθρώπων, δεν παύει να αποτελεί κατά κάποιο τρόπο είδος πολυτελείας, δηλαδή είδος που καταναλώνεται εφόσον υπάρχει περίσσειμα χρημάτων από τις υπόλοιπες καταναλώσεις των ειδών πρώτης ανάγκης. Για το λόγο αυτό οι τουρίστες διαχωρίζονται με βάση την οικονομική τους δυνατότητα και οι τουριστικοί φορείς στοχεύουν σε ορισμένες κατηγορίες, ή σε όλες εφόσον αυτό είναι δυνατόν. Για παράδειγμα στην ίδια περιοχή μπορεί να παρέχονται καταλύματα και δραστηριότητες που απαιτούν ημερήσια δαπάνη ανά άτομο 50€ ή 500€. Αυτό εξαρτάται από την πολυτέλεια που προσφέρει και το σύνολο των δραστηριοτήτων που είναι δυνατόν να πραγματοποιήσουν οι πελάτες.

Με βάση την οικονομική δυνατότητα των τουριστών αναπτύσσεται και το τουριστικό προϊόν και εφόσον υπάρχει οικονομικό ενδιαφέρον σε ότι αφορά το συγκεκριμένο τμήμα των τουριστών, προσαρμόζεται το προϊόν ώστε να καλύψει τις ανάγκες τους. Η τιμή του τουριστικού προϊόντος είναι καθοριστικός παράγοντας και στην επιλογή του από τους τουρίστες αλλά και στη διάρκεια και στην κατ' είδος κατανάλωση.

Αρχικά οι τουριστικοί φορείς πρέπει να ασχοληθούν με το κόστος που έχει η δημιουργία των τουριστικών υποδομών, θέμα που θα αναπτυχθεί και παρακάτω. Η δαπάνη συνήθως δεν είναι μικρή σε ότι αφορά τις εγκαταστάσεις, πρέπει όμως να υπολογίζεται και το γεγονός ότι τα έργα ωφελούν γενικότερα την ποιότητα ζωής των μόνιμων κατοίκων. Η επιλογή του επιπέδου των έργων σε ότι αφορά τις παροχές και την πολυτέλεια, επηρεάζουν τη ζήτηση και τους τουρίστες στους οποίους απευθύνεται το τουριστικό προϊόν. Για παράδειγμα οι εγκαταστάσεις ορεινού και χιονοδρομικού τουρισμού στην περιοχή της Αράχωβας χαρακτηρίζονται από πληρότητα και πολυτέλεια, όμως αντίστοιχα οι τιμές είναι υψηλές, σε σχέση με άλλους χειμερινούς παραθεριστικούς προορισμούς, που όμως προσελκύουν χαμηλότερου εισοδήματος τουρίστες, άρα και τουρίστες που θα πραγματοποιήσουν μικρότερη τουριστική δαπάνη ανά ημέρα ή ανά περίοδο διακοπών.



Για όλους τους παραπάνω λόγους, οι τουρίστες διαχωρίζονται με βάση την δυνατότητά τους να δαπανήσουν χρήματα για τον τουρισμό, ενώ πολλές δραστηριότητες απευθύνονται αποκλειστικά σε εύπορους τουρίστες. Αυτή η κατηγορία εύπορων τουριστών, δεν είναι εύκολο να προσελκυσθεί καθώς απαιτούνται ιδιαίτερες και υψηλότερες προδιαγραφές στο παρεχόμενο τουριστικό προϊόν.

---

#### 4.1.3 Ο ελεύθερος χρόνος των τουριστών

Αμέσως μετά τον παραπάνω κρίσιμο παράγοντα της οικονομικής δυνατότητας των τουριστών είναι ο ελεύθερος χρόνος που διαθέτουν. Οι διακοπές απαιτούν παύση από άλλες δραστηριότητες εκτός και αν πρόκειται για επαγγελματικό τουρισμό. Σε όλες τις υπόλοιπες τουριστικές περιπτώσεις, η κατανάλωση τουριστικών προϊόντων σχετίζεται πάντοτε με τον ελεύθερο χρόνο. Κατά την τμηματοποίηση, είναι ένας παράγοντας που μπορεί να προσδιορίσει το κοινό στο οποίο απευθύνεται το τουριστικό προϊόν. Στις σύγχρονες κοινωνίες έχει διαχωριστεί η ηλικιακή ομάδα των ατόμων της τρίτης ηλικίας, ως ένα ιδιαίτερα ενδιαφέρον τμήμα, καθώς διαθέτουν απεριόριστο χρόνο για διακοπές. Υπάρχουν βεβαίως οι οικογένειες, οι οποίες συνδυάζουν τις διακοπές τους με τις σχολικές αργίες, καθώς επίσης και οι φοιτητές που συνδυάζουν τις διακοπές τους με τον ελεύθερο χρόνο από τις σπουδές τους ή τις ομαδικές επισκέψεις σε τουριστικούς προορισμούς που σχετίζονται με το αντικείμενο των σπουδών τους.

Για παράδειγμα στη λίμνη Κερκίνη πραγματοποιούνται ταυτόχρονα με άλλες τουριστικές επισκέψεις και εκδρομές σχολείων και σχολών από όλη την χώρα και κυρίως από την περιφέρεια της Μακεδονίας. Παράλληλα πραγματοποιούνται για τους τουρίστες δραστηριότητες στη φύση, εκδρομές με ποδήλατα, άλογα ή τζιπ, ταυτόχρονα δε φυσιολάτρες μπορούν να παρατηρήσουν τα πληθυσμούς πουλιών που διαμένουν ή διέρχονται από την λίμνη.

---

#### 4.1.4 Η εξειδικευμένη τμηματοποίηση του θεματικού τουρισμού

Είναι μία απαραίτητη διαδικασία όμως ταυτόχρονα εύκολη και με απόλυτα μετρήσιμα στοιχεία καθώς είναι εύκολο να ληφθούν πληροφορίες από εθνικούς φορείς συγκέντρωσης και επεξεργασίας στατιστικών στοιχείων, ή στοιχείων που παρέχουν ομάδες ειδικών ενδιαφερόντων. Για παράδειγμα ένας εθνικός ορειβατικός σύλλογος παρέχει στοιχεία για τα μέλη του, σε ότι αφορά τον αριθμό τους, τις



συνήθειες και τη διοργάνωση ομαδικών επισκέψεων σε ορεινές περιοχές. Ακριβώς επειδή ο θεματικός τουρισμός απευθύνεται σε εξειδικευμένες κατηγορίες ενδιαφερόντων, είναι εύκολο να εντοπιστούν και κατόπιν να διαχωριστούν ή να δημιουργηθούν προϊόντα που καλύπτουν με απόλυτη ακρίβεια τις ανάγκες τους.

Μάλιστα στον θεματικό τουρισμό, συνήθως ο συνδυασμός των διαφορετικών ομάδων και κατηγοριών, είναι εύκολος και θεμιτός, χωρίς να απαιτείται ο αποκλεισμός ενός τμήματος τουριστών από άλλα τμήματα. Αυτό δίνει μεγαλύτερες δυνατότητες στον τουριστικό προορισμό ώστε να προσελκύσει ευρύτερες αριθμητικά μερίδες τμημάτων τουριστών.

#### 4.2 Σύνθεση τουριστικού προϊόντος προορισμού

Το τουριστικό προϊόν διαχωρίζεται σε δύο μεγάλες κατηγορίες:

Το Τουριστικό Προϊόν Μεμονωμένων Τουριστικών Επιχειρήσεων, το οποίο αφορά όλες τις ιδιωτικές επιχειρήσεις που συμμετέχουν στην τουριστική βιομηχανία και σχετίζονται με τη μεταφορά, τη διαμονή, τη διατροφή και αναψυχή των τουριστών. Στην παρούσα μελέτη θα γίνει μικρή αναφορά σε αυτό το είδος τουριστικού προϊόντος, το οποίο λειτουργεί βοηθητικά προς την δεύτερη κατηγορία 'τουριστικού προϊόντος προορισμού', όμως δεν άπτεται του ερευνητικού ενδιαφέροντος του παρόντος. Και το Τουριστικό Προϊόν του Προορισμού που θα μελετηθεί από όλες τις απόψεις και θα πραγματοποιηθεί η τελικά η μελέτη περίπτωσης.

Σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται μεμονωμένοι προορισμοί, περιφέρειες ή μία χώρα. Συνδυαστικά συνθέτουν την επωνυμία (branding) του τουριστικού προϊόντος, όμως δεν είναι απαραίτητο να υπάρχει κάποια σειρά μεταξύ τους, αν και τα τρία αυτά επίπεδα, τοπικό, περιφερειακό, εθνικό, μπορεί να λειτουργούν θετικά το ένα προς το άλλο, ή να συλλειτουργούν με μεγάλες επιδόσεις στο τουριστικό αποτέλεσμα, δηλαδή στην προσέλκυση τουριστών και στην κερδοφορία.

Για τον τουρίστα η άποψη των συστατικών του τουριστικού προϊόντος καλύπτει τη συνολική εμπειρία του:

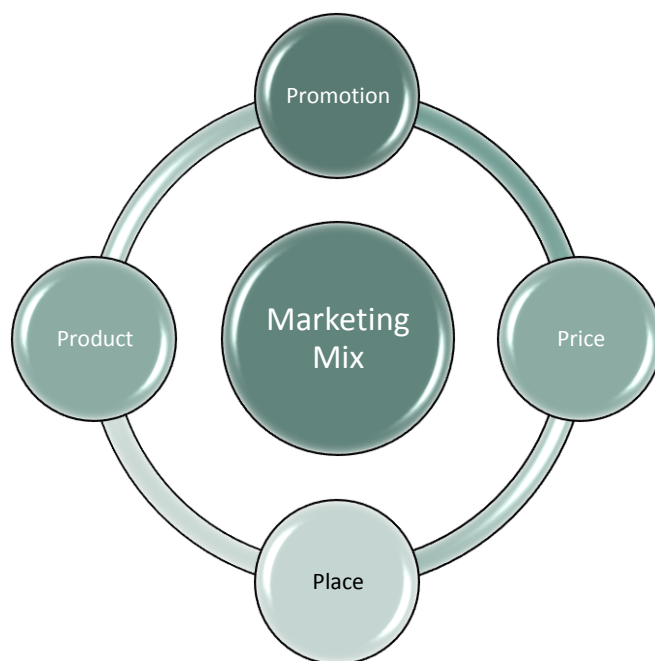
- από τη στιγμή που θα ενημερωθεί για το τουριστικό προϊόν,
- θα το προαγοράσει πιθανώς από έναν online travel agent ή έναν tour operator,
- θα ξεκινήσει από το σπίτι του για την επίσκεψη,
- θα ζήσει τις εμπειρίες που του προσφέρει ο προορισμός και

- θα επιστρέψει στον μόνιμο τόπο κατοικίας του.

Η δημιουργία του τουριστικού προϊόντος προορισμού αφορά τη στρατηγική και την τακτική marketing που θα αποτελέσει τη βάση και την κινητήρια δύναμη της προσπάθειας.

Στο μίγμα marketing με βάση την κλασική μορφή του σε όλους τους τομείς της οικονομίας, υπάρχουν τέσσερις διαστάσεις:

- Το προϊόν
- Η τοποθεσία
- Η τιμή
- Η προώθηση



Διάγραμμα 7: Marketing Mix

Στην εξελιγμένη και εξειδικευμένη μορφή του σύγχρονου τουριστικού προϊόντος, τα συστατικά στοιχεία του τουριστικού προϊόντος προορισμού αφορούν ειδικότερα:

---

#### 4.2.1 Αξιοθέατα, περιβάλλον και δραστηριότητες

Το πρώτο και κρίσιμο συστατικό στοιχείο εντός του προορισμού καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την επιλογή των τουριστών και επηρεάζει τα κίνητρα των μελλοντικών τουριστών, οι οποίοι επηρεάζονται από τις κριτικές όσων ήδη επισκέφθηκαν τον προορισμό. Πρόκειται κυρίως:

- **Φυσικά αξιοθέατα**

Το τοπίο, το κλίμα, η χλωρίδα και πανίδα, καθώς επίσης το θαλάσσιο τοπίο, οι παραλίες, και άλλα γεωγραφικά χαρακτηριστικά του προορισμού και των φυσικών πόρων του, συνθέτουν τα αξιοθέατα που έχει δημιουργήσει η φύση και οι τοπικοί και εθνικοί φορείς του τουρισμού μπορούν να μετατρέψουν σε τουριστικό προϊόν.

- **Οικοδομημένα αξιοθέατα**

Τα κτίρια, τα μνημεία και οι τουριστικές υποδομές, η βιομηχανική αρχαιολογία, συνεδριακά κέντρα, συμπεριλαμβανομένης της ιστορικής και σύγχρονης αρχιτεκτονικής, πάρκα και κήπους για περιπάτους, μαρίνες, πίστες σκι, γήπεδα γκολφ, εξειδικευμένα καταστήματα και θεματικές περιοχές λιανικής πώλησης.

- **Πολιτιστικά αξιοθέατα**

Η ιστορία και λαογραφία, η τέχνη και ο πολιτισμός, το θέατρο, η μουσική, ο χορός, τα μουσεία, οι υπαίθριοι αρχαιολογικοί χώροι, πολιτιστικές και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, φεστιβάλ και καλλιστεία συνθέτουν ένα ιδιαίτερο τουριστικό προϊόν που μπορεί να προσελκύσει επιπλέον τουρίστες, ή τουρίστες που θα επισκεφθούν έναν προορισμό μόνο για την συμμετοχή ή παρακολούθηση όλων των παραπάνω.

- **Κοινωνικά αξιοθέατα**

Ο τρόπος ζωής, τα έθιμα του πληθυσμού των κατοίκων υποδοχής, η γλώσσα και οι ευκαιρίες για κοινωνικές συναντήσεις.

Όλα τα παραπάνω, κάθε ένα ξεχωριστά όμως και όλα μαζί μπορούν να δημιουργήσουν μία απαραίτητη βάση πάνω στην οποία θα οικοδομηθεί το τουριστικό προϊόν ενός προορισμού. Στη διάσταση του Marketing Mix αυτός ο παράγοντας θα είναι το Μέρος | Place όπου παρέχεται το τουριστικό προϊόν.

---

#### 4.2.2 Εγκαταστάσεις και υπηρεσίες προορισμού

Σε αυτό το πλαίσιο περιλαμβάνονται εγκαταστάσεις και εξοπλισμοί που προέρχονται από εθνικούς, περιφερειακούς και τοπικούς δημόσιους φορείς αλλά και από ιδιώτες. Περιλαμβάνει κάθε παροχή που επιτρέπει στους επισκέπτες να απολαύσουν τα αξιοθέατα και τη φύση, ενώ παρέχουν και άλλες δραστηριότητες.

- **Μονάδες διαμονής**

Τα ξενοδοχεία, οι ξενώνες, τα δωμάτια και διαμερίσματα, χωριά διακοπών, βίλες, κάμπινγκ, πάρκα τροχόσπιτων, αγροκτήματα με παροχές διαμονής.

- **Εστιατόρια, μπαρ και καφέ**

Τα fast-food, ταβέρνες, εστιατόρια μέχρι πολυτελή εστιατόρια, καφέ με παροχές σνακς και μικρογεύματα, μπαρ all day ή νυχτερινά μπαρ και ντίσκο, ή άλλα νυχτερινά μαγαζιά με μουσική dj ή ζωντανή.

- **Μεταφορές στον προορισμό**

Τα πούλμαν, ταξί, ενοικίαση αυτοκινήτου, ενοικίαση ποδηλάτων, ενοικίαση σκαφών, ενοικίαση εξοπλισμών λιφτ σκι σε προορισμούς χιονιού καθώς και κάθε μέσου μεταφοράς, μοτοποδηλάτου, ηλεκτρικού πατινιού, quad bike ή scooter.

- **Δραστηριότητες αθλητισμού ή και περιπέτειας και υγείας**

Οι σχολές σκι, σχολές ιστιοπλοΐας, εκμάθηση γκολφ, εγκαταστάσεις πεζοπορίας, στάδια, κέντρα για την άσκηση τεχνών, κέντρα χειροτεχνίας και σπουδές στη φύση, ιαματικές πηγές και σύλλογοι υγείας και ευεξίας.

- **Καταστήματα λιανικής πώλησης**

Τα καταστήματα, εμπορικά κέντρα, μαρίνες που προσφέρουν εμπορικούς δρόμους, ξενοδοχεία που προσφέρουν αγορές πολυτελών ειδών και άλλα αναμνηστικά.

- **Άλλες υπηρεσίες**

Η τουριστική αστυνομία και άλλες υπηρεσίες πληροφόρησης, τράπεζες για την παροχή συναλλάγματος, επικοινωνίες και δημόσιοι φορείς που προσφέρουν πληροφορίες για την απόλαυση των παρεχόμενων τουριστικών εμπειριών στον προορισμό.

Σε ορισμένες από τις παραπάνω διακρίσεις μπορεί η εικόνα να μην είναι εντελώς ξεκάθαρη και να συγκεντρώνονται σε μία μονάδα πολλά περισσότερα στοιχεία, όπως συμβαίνει τακτικά με τα θέρετρα που παρέχουν ολοκληρωμένα τουριστικά προϊόντα σε διαμονή, διατροφή, διασκέδαση και αναψυχή με δραστηριότητες και εκδηλώσεις.

---

### 4.2.3 Προσβασιμότητα του προορισμού

Αφορά κάθε ιδιωτικό και δημόσιο μέσο μεταφοράς που λειτουργεί με σκοπό την εύκολη πρόσβαση των τουριστών στον προορισμό. Συνολικά περιλαμβάνει κάθε προϊόν μεταφοράς με τα συστατικά του στοιχεία όπως είναι το κόστος, η ταχύτητα, η ευκολία με την οποία ο ταξιδιώτης μπορεί να εγκαταλείψει την μόνιμη κατοικία του και να φτάσει στον επιλεγμένο προορισμό, επίσης και ο τρόπος επανόδου στον τόπο μόνιμης διαμονής. Σε πολλές περιπτώσεις είναι κρίσιμος παράγοντας αφού καθορίζει και τη συνολική διάρκεια των διακοπών, ή τη διάρκεια της διαμονής στον προορισμό. Αν η πρόσβαση είναι εύκολη και γρήγορη προμοδοτείται ο προορισμός καθώς οι τουρίστες τον επιλέγουν εξ αιτίας της ευκολίας και του μικρού χρόνου του ταξιδιού. Για παράδειγμα απευθείας πτήσεις από το Λονδίνο στην Κεφαλονιά, προμοδοτούν τον προορισμό καθώς οι ταξιδιώτες σε 3 ώρες θα βρίσκονται στον προορισμό τους χωρίς να απαιτούνται αλλαγές αεροπλάνων ή και αεροδρομίων. Οι απευθείας διασυνδέσεις επιδοτούν τους προορισμούς από πολλές απόψεις γιατί μειώνουν το κόστος και τον χρόνο της μεταφοράς, όμως και την ταλαιπωρία, κυρίως όταν οι ταξιδιώτες μεταφέρουν εξοπλισμούς, πολλές αποσκευές γιατί είναι οικογένειες, ή ακόμη οικογένειες με μικρά παιδιά. Είναι λογικό ότι επιλέγουν κυρίως προορισμούς στους οποίους μπορούν να μεταβούν δια μίας και σύντομα, χωρίς αλλαγή πτήσεων. Επίσης όταν το ταξίδι είναι μικρής διάρκειας λόγω περιορισμένου διαθέσιμου χρόνου είναι προτιμότεροι οι προορισμοί που προσεγγίζονται μέσα σε λίγες μόνο ώρες. Στον παράγοντα των μεταφορών περιλαμβάνονται:

- **Υποδομές**

Το εθνικό και επαρχιακό οδικό δίκτυο, αεροδρόμια, σιδηροδρόμους, θαλάσσιους λιμένες, στάθμευση αυτοκινήτων και μαρίνες.

- **Εξοπλισμός**

Τα μέσα μεταφοράς, μέγεθος, ταχύτητα και εύρος των οχημάτων δημόσιων μεταφορών.

- **Λειτουργικοί παράγοντες**

Συχνότητα των δρομολογίων, απευθείας δρομολόγια ή διασυνδέσεις, τιμές που χρεώνονται και διόδια.

- **Κυβερνητικοί κανονισμοί**

Οι κανονιστικοί έλεγχοι στις μεταφορές που επηρεάζουν τις διαδρομές και τις τιμές που χρεώνονται τελικά οι τουρίστες.

---

#### 4.2.4 Εικόνες και αντιλήψεις του προορισμού

Οι τουρίστες έχουν διαμορφώσει ορισμένες στάσεις και εικόνες για τα τουριστικά προϊόντα των προορισμών που επηρεάζουν σημαντικά τις αποφάσεις αγοράς τους. Οι εικόνες προορισμού δεν βασίζονται απαραίτητα στην άμεση εμπειρία των επισκεπτών, αποτελούν όμως πάντα ισχυρά κίνητρα για ταξίδια αναψυχής. Για να διαμορφώσουν αντίληψη και εικόνα του προορισμού, οι ταξιδιώτες αναζητούν πληροφορίες από τις εμπειρίες άλλων ταξιδιωτών, από φωτογραφίες και κείμενα, από video και εμπορικές διαφημίσεις. Οι εικόνες και οι προσδοκίες των ταξιδιωτικών εμπειριών συνδέονται στενά στη φαντασία των τουριστών για την εμπειρία που πρόκειται να ζήσουν.

---

#### 4.2.5 Τιμή του συνολικού προϊόντος

Η τιμή είναι μία πτυχή της εικόνας που θέλουν να σχηματίσουν οι ταξιδιώτες πριν αποφασίσουν την αγορά ενός τουριστικού προϊόντος. Μπορεί μάλιστα να επηρεάσει μελλοντικές αποφάσεις τους, για να επισκεφθούν επαναλαμβανόμενα τον προορισμό ή να τον προτείνουν σε φίλους και γνωστούς. Η τιμή καλύπτει ένα ευρύ φάσμα προϊόντων που καταναλώνουν οι ταξιδιώτες από τη στιγμή που αποφασίζουν να αποκτήσουν το τουριστικό προϊόν ή να συνδυάσουν μόνοι τους μεμονωμένες επιλογές για τη διαμονή και τη μετακίνηση, τη διατροφή και την αναψυχή τη στιγμή που πλέον θα βρίσκονται στον προορισμό. Έτσι η τιμή ενός τουριστικού προϊόντος προορισμού φέρει ως τιμή, το άθροισμα του κόστους ταξιδιού, της διαμονής, της διατροφής, της διασκέδασης, της αναψυχής και της συμμετοχής σε δραστηριότητες και εκδηλώσεις, ή την αγορά τουριστικών προϊόντων και αναμνηστικών.

Οι διαχωρισμοί σε ότι αφορά τους τουρίστες που προσεγγίζονται εξ αιτίας της τιμής μπορεί να διαφέρουν όμως είναι δυνατόν στην ίδια περιοχή να προσφέρονται πολλές διαφορετικές επιλογές, που τελικά το άθροισμα της τιμής να είναι εντελώς διαφορετικό. Σημαντική διαφοροποίηση μπορεί να σχετίζεται με την τιμή που προσφέρεται ανά περιόδους, εφόσον είναι δυνατόν να υπάρχουν χαμηλές και υψηλές περιόδοι τουρισμού. Είναι βέβαιο, ωστόσο, ότι η τιμή επηρεάζει έντονα τις αντιλήψεις των επισκεπτών για την εμπειρία που επιθυμούν να επιτύχουν και τις

απόψεις τους σχετικά με την αξία του τουριστικού προϊόντος που πρόκειται να αγοράσουν.

Για την προβολή και ανάδειξη ενός ‘τουριστικού προϊόντος προορισμού’ απαιτούνται οι απαραίτητες δημόσιες σχέσεις των τοπικών και εθνικών φορέων, αλλά ταυτόχρονα και των ιδιωτικών για τη συνολική ώθηση του προορισμού.

---

## 5. Προβολή και προώθηση προορισμού

---

Μετά τις παραπάνω ενέργειες επιλέγονται οι τρόποι που το προϊόν θα προβληθεί από τους εθνικούς και τοπικούς, δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς.

### 5.1 Φορείς που προβάλλουν τουριστικά προϊόντα προορισμού

Στην Ελλάδα υπάρχουν φορείς που αναλαμβάνουν την προβολή του τουριστικού προϊόντος προορισμού και τα τελευταία χρόνια, με σκοπό την εξειδίκευση και την παροχή επαγγελματικής προβολής και προώθησης, με σκοπό να δημιουργηθεί η βέλτιστη εικόνα στους τουρίστες που αναζητούν μεμονωμένα να επισκεφθούν νέους τουριστικούς προορισμούς ή να ανακαλύψουν σημεία που δεν έχουν επισκεφθεί σε χώρες που συνηθίζουν να κάνουν διακοπές, δημιουργήθηκαν οι παρακάτω φορείς:

---

#### 5.1.1 Visit Greece του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ)

Είναι ο επίσημος ιστότοπος τουρισμού για την Ελλάδα, όπου παρέχονται πολλές εξειδικευμένες πληροφορίες για τους τουρίστες από το εξωτερικό, σχετικά με τις διατυπώσεις που απαιτούνται για να εισέλθουν στη χώρα για διακοπές (διαβατήριο, βίζα ή ταυτότητα), ακόμη για την παροχή ρεύματος, για τους τρόπους που μπορούν να μετακινηθούν με τις θαλάσσιες διαδρομές, πως να ταξιδέψουν με μικρά παιδιά κ.ά.

---

#### 5.1.2 Discover Greece της εταιρίας Marketing Greece

Η Marketing Greece είναι ανώνυμη κρατική εταιρία προώθησης και προβολής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Εντάσσεται στο ευρύτερο πλαίσιο της Εθνικής Στρατηγικής για τον Τουρισμό και στόχος της είναι η υποστήριξη των δράσεων του Υπουργείου Τουρισμού και του ΕΟΤ, με την προώθηση των ανανεωμένων χαρτοφυλακίων τουριστικών προϊόντων της Ελλάδας στις αγορές – στόχους. Μεγαλόπνοο σχέδιο της Marketing Greece αποτελεί η πολυεπίπεδη στρατηγική επικοινωνία και οι δημόσιες σχέσεις που σκοπό έχουν την ανάδειξη και ενίσχυση της ανεξερεύνητης όψης της Ελλάδας και της ανταγωνιστικής προώθησής της στην παγκόσμια αγορά τουρισμού. Πρόκειται για μία επαγγελματική και καλλιτεχνική ταυτόχρονα εργασία, που προβάλλεται ψηφιακά μέσα από εικόνες, κείμενα και video,

παρουσιάζοντας προορισμούς, τον πολιτισμό τους, την ιστορία τους και τον τρόπο ζωής καθώς και εμπειρίες ταξιδιωτών. Η ψηφιακή περιπλάνηση σε κάθε γωνιά της Ελλάδας προσφέρει έμπνευση, ταξιδιωτικά tips και πλείστες πληροφορίες για να προσελκύσει ταξιδιώτες που ενδιαφέρονται να επισκεφθούν την χώρα μεμονωμένα ή σε ομάδες. Η ιστοσελίδα προσφέρεται σε πάρα πολλές γλώσσες ώστε να είναι άμεσα προσιτή από το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού του πλανήτη.

---

### 5.1.3 Website των Δήμων

Σε πολλές περιπτώσεις οι Δήμοι οργανώνουν και προβάλλουν το τουριστικό τους προϊόν, ορισμένες μάλιστα φορές, με μεγάλη επιτυχία, όπως συμβαίνει με το website του Δήμου Θεσσαλονίκης, «Thessaloniki, many stories, one heart», που προβάλλουν με τον βέλτιστο τρόπο όλες τις πτυχές του τουριστικού προϊόντος, όμως και της κοινωνίας και των ανθρώπων του προορισμού (Thessaloniki Tourism Organization, 2020). Μάλιστα ο συγκεκριμένος ιστότοπος είναι διαδραστικός και πρότυπος σε ότι αφορά την ψηφιακή προβολή ενός Δήμου, στην Ελλάδα.

---

### 5.1.4 Blogτουριστικών επιχειρήσεων των προορισμών

Σε αρκετές περιπτώσεις οι σύνδεσμοι τουριστικών επιχειρήσεων ενός προορισμού, αναλαμβάνουν δράση προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες για επιπλέον πληροφόρηση των τουριστών, πριν ακόμη επισκεφθούν έναν προορισμό. Παρέχουν λοιπόν μέσα από blog που δημιουργούν ιδιαίτερες πληροφορίες που περιλαμβάνουν και διαφημιστικό περιεχόμενο, ώστε οι τουρίστες που επιθυμούν να επισκεφθούν έναν προορισμό, είτε μεμονωμένα είτε μέσα από τουριστικούς πράκτορες, να λάβουν γνώση λεπτομερειών που μπορεί να τους ενδιαφέρουν σε ότι αφορά τις παροχές και τις τιμές.

## 5.2 Tour operators και Online Travel Agents

Οι δύο κατηγορίες εμπόρων του τουρισμού, αποτελούν τη βάση για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος προορισμού, καθώς έχουν σε πολλές περιπτώσεις, παγκόσμια διείσδυση στις αγορές και τεράστια επιρροή στους ταξιδιώτες. Οι Tour Operators έχουν μακρά ιστορία στο χονδρεμπόριο του τουρισμού, όμως όλο και περισσότερο διευρυμένες παροχές και υπηρεσίες. Η δημιουργία πακέτων διακοπών μειώνει το άγχος των τουριστών, ενώ συνήθως παρέχεται σε ανταγωνιστικές τιμές, γνωστές εκ των προτέρων άρα εύκολα διαχειρίσιμες, ώστε να γνωρίζουν από την



αρχή οι τουρίστες τι ακριβώς θα ζήσουν και πόσο θα πληρώσουν για να αγοράσουν αυτή την εμπειρία.

Όμως, η παρατεταμένη περίοδος ειρήνης, η τεχνολογία και η ανάπτυξη του μορφωτικού και πολιτιστικού επιπέδου των σύγχρονων τουριστών, έχει αναδείξει ισάξια τους μεμονωμένους τουρίστες σε ένα ιδιαίτερο 'group' πελατών, οι οποίοι δεν αρέσκονται στην αγορά πακέτου διακοπών, αλλά αντίθετα επιθυμούν να διοργανώσουν μόνοι τους τις διακοπές τους, ή να της δημιουργήσουν καθ' οδών. Εύκολες και γρήγορες επιλογές παρέχονται μέσα από τις πλατφόρμες των Online Travel Agents όπως είναι το trip advisor και booking, με επιλογές για αγορά σε πραγματικό χρόνο, τουριστικών προϊόντων που αγοράζουν οι μεμονωμένοι ταξιδιώτες, μέσα από τις Smartphone συσκευές τους, ενώ ταξιδεύουν ή βρίσκονται ήδη σε έναν προορισμό. Η νέα αυτή δυνατότητα, προκάλεσε σημαντική μείωση στη δουλειά των τουριστικών πρακτόρων, όμως ήταν μία αναπόφευκτη εξέλιξη καθώς η τεχνολογία πρόσφερε νέα προϊόντα, σε χαμηλότερες τιμές και χωρίς τη διαμεσολάβηση ενδιάμεσων προμηθευτών.

---

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

---

### Θεματικός Τουρισμός

Ο εναλλακτικός και ειδικός τουρισμός σε πολλές περιπτώσεις συγχέεται από τους σύγχρονους συγγραφείς γι' αυτό το λόγο αναπτύχθηκε ο όρος 'Θεματικός Τουρισμός' που περιλαμβάνει όλες τις κατηγορίες, που διαχωρίζονται από τον μαζικό τουρισμό, που αφορά μόνο ξεκούραση και αναψυχή. Ενθαρρύνονται με τον τρόπο αυτό οι τουρίστες να βιώσουν αυθεντικές εμπειρίες στη φύση, με την τοπική κοινωνία, εμπλεκόμενοι με τον πολιτισμό του προορισμού και το περιβάλλον.

Στην κατηγορία του Θεματικού Τουρισμού εμπίπτουν επίσης όλες οι κατηγορίες τουρισμού που δεν εμπίπτουν στον μαζικό, δηλαδή όταν υπάρχει ένα ιδιαίτερο κίνητρο για την πραγματοποίηση του ταξιδιού.

#### 1. Θεματικός τουρισμός με κίνητρο την φύση και τη ύπαιθρο

##### 1.1 Οικολογικός τουρισμός

Πρόκειται για τον τουρισμό που κίνητρο έχει την επίσκεψη περιοχών οικολογικού ενδιαφέροντος και αναγνωρισμένης οικολογικής αξίας. Τέτοιες περιοχές αποτελούν τα εθνικά πάρκα, οι υγροβιότοποι και οι περιοχές χαρακτηρισμένες ως Natura 2000. Στα πλαίσια του οικολογικού τουρισμού οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν δραστηριότητες στη φύση χωρίς να διαταράσσουν την περιβαλλοντική ισορροπία και τους προστατευόμενους πληθυσμούς πανίδας και χλωρίδας, με πεζοπορία στη φύση, σε μονοπάτια, περιήγηση και παρατήρηση οικοσυστημάτων όπως είναι οι μετακινούμενες ομάδες αποδημητικών πουλιών.

Για την ανάπτυξη και διαχείριση του οικοτουρισμού, απαιτείται η οργάνωση από τους εθνικούς και τοπικούς φορείς για την διαχείριση περιοχών οικολογικής αξίας και την πιστοποίησή τους. Επίσης απαιτείται οι φορείς οικοτουρισμού να εντοπίζουν τύπους οικοτουριστών που ενδιαφέρονται για περιοχές που παρουσιάζουν κάποιο ιδιαίτερο φυσικό κάλος.

##### 1.2 Αγροτουρισμός

Στην ειδική αυτή περίπτωση τουρισμού, η παροχή υπηρεσιών υποδοχής και φιλοξενίας ή και εστίασης, πραγματοποιείται στους χώρους λειτουργίας της αγροτικής μονάδας και είναι ενσωματωμένες οι εγκαταστάσεις στον χώρο της. Έτσι

οι τουρίστες διαμένουν στο χώρο που πραγματοποιείται η αγροτική παραγωγή, διατρέφονται από προϊόντα που παράγουν οι ιδιοκτήτες και συμμετέχουν πολλές φορές στις αγροτικές εργασίες ή με την προστασία του περιβάλλοντος.

Για τη λειτουργία αγροτουριστικού καταλύματος απαιτείται σχετική οργάνωση ενός τουλάχιστον τύπου αγροτουρισμού με ιδιαίτερα γνωρίσματα, όπως μπορεί να είναι η παραγωγή τυριών, ή η παραγωγή σάλτσας ντομάτας κ.λπ. Το κατάλυμα μπορεί να λαμβάνει ενισχύσεις μέσα από το Εθνικό Στρατηγικό Πρόγραμμα Ανάπτυξης (ΕΣΠΑ) ή την Ευρωπαϊκή Ένωση για ενίσχυση των περιφερειών, ενώ πρέπει να κατέχει πιστοποιητικά ποιότητας.

### 1.3 Χιονοδρομικός τουρισμός

Αφορά τον τουρισμό στα χιονοδρομικά θέρετρα που διαθέτουν σχετικούς εξοπλισμούς και οργανωμένες εγκαταστάσεις για την απόλαυση των χειμερινών σπορ και του χειμερινού τοπίου. Ορισμένες από τις δραστηριότητες που μπορούν να απολαύσουν οι επισκέπτες στα χιονοδρομικά κέντρα είναι τα καταφύγια, οι πίστες σκι, η εστίαση στα παραδοσιακά καταστήματα εστίασης, τα τελεφερίκ και τα καταλύματα που υποδέχονται και φιλοξενούν τους τουρίστες σε ζεστά και εναρμονισμένα με το φυσικό τοπίο δωμάτια. Σε πολλές περιοχές της Ελλάδας έχει αναπτυχθεί ο χειμερινός τουρισμός και ορισμένοι δημοφιλείς χειμερινοί τουριστικοί προορισμοί συγκεντρώνουν πλήθος τουριστών, όμως δυστυχώς μόνο από την εγχώρια αγορά.

Για τη λειτουργία χιονοδρομικού τουρισμού σε περιοχές που παρουσιάζουν ιδιαίτερη γεωμορφολογία με ορεινούς όγκους που συγκεντρώνουν χιόνι για μεγάλα διαστήματα, απαιτούνται έργα υποδομής για την πρόσβαση, υπηρεσίες υποστήριξης της πρόσβασης, δηλαδή δρόμοι, σιδηρόδρομοι και τελεφερίκ, καθώς και υπηρεσίες που ασχολούνται με τον αποχιονισμό των δρόμων και την εύρυθμη λειτουργία τους. Επιπλέον απαιτούνται σταθμοί χειμερινών αθλημάτων για σκι ή ορειβασία ή άλλες δραστηριότητες, όπως είναι οι πίστες για σκι και έλκηθρα ή παγοδρόμια. Για την δημιουργία και λειτουργία του χιονοδρομικού τουρισμού απαιτείται η συνεργασία και οι επενδύσεις από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς, σχετικές πιστοποιήσεις και προβολή σε τουρίστες που ενδιαφέρονται για τον χιονοδρομικό τουρισμό.

#### 1.4 Ορεινός τουρισμός

Σχετίζεται με ταξίδια μικρής διάρκειας σε ορεινούς όγκους για δραστηριότητες που αφορούν ήπιους περιπάτους ή ορειβατικές και αθλητικές δραστηριότητες, όπως είναι η αναρρίχηση. Ορειβασία θεωρείται η ανάβαση, διάσχιση και κατάβαση σε βουνά που χαρακτηρίζονται βατά, με ύψος έως 1.500 μέτρα, είτε δύσβατα με γεωμορφολογία και ύψος που απαιτούν ιδιαίτερες γνώσεις, τεχνικές και εξοπλισμούς.

Για την λειτουργία του ορεινού τουρισμού απαιτείται σχετική οργάνωση από εθνικούς και τοπικούς φορείς διαχείρισης. Αρχικά πρέπει να δημιουργηθούν **ορειβατικά** μονοπάτια, ή μονοπάτια **πεζοπορίας**. Μπορεί ακόμη να οργανωθεί ταυτόχρονα **κυνηγετικός τουρισμός**, με παροχές για τους κυνηγούς και αδειοδότηση για την κυνηγετική περίοδο, μονοπάτια για ιππικό τουρισμό και δημιουργία από ιδιωτικούς φορείς σχετικών υποδομών για να απολαμβάνουν οι τουρίστες **ιππασία** σε ορεινές περιοχές, καθώς και μονοπάτια για **ποδηλατικό** τουρισμό. Όσο περισσότερες δραστηριότητες παρέχονται στις ορεινές περιοχές, τόσο μεγαλύτερο τουριστικό ενδιαφέρον έχουν για τους τουρίστες. Για το λόγο αυτό απαιτείται η σχετική προβολή από εθνικούς και ιδιωτικούς φορείς, καθώς είναι σε πολλές περιπτώσεις δραστηριότητες που αφορούν κάθε ηλικία.

#### 1.5 Γεωτουρισμός

Είναι η περιήγηση σε περιοχές με σκοπό την απόλαυση της γεωποικιλότητας και άλλους εκπαιδευτικούς σκοπούς. Είναι περιοχές που συχνά είναι προστατευμένες εξ αιτίας της σπανιότητας των ειδών χλωρίδας και πανίδας, ή ιδιαίτερου οικολογικού κάλους όπως είναι οι εθνικοί δρυμοί και οι βιότοποι.

#### 1.6 Οινοτουρισμός

Σχετίζεται με την υποδοχή και διαμονή τουριστών σε αγροτικές μονάδες που παράγουν κρασί. Στις δραστηριότητες συμμετέχουν ενεργά οι επισκέπτες.

#### 1.7 Αλιευτικός τουρισμός

Αφορά δραστηριότητες αλίευσης με παραδοσιακούς και σύγχρονους τρόπους, με σκάφη που παρέχουν ακόμη και διαμονή και διατροφή στους ταξιδιώτες, ή και χωρίς τη διαμονή. Αφορά την μετάδοση της τοπικής παράδοσης και της αλιευτικής κουλτούρας στους ταξιδιώτες (Εφημερίδα της Κυβέρνησης, Αρ. Φύλλου 208).

## 2. Θεματικός τουρισμός με κίνητρο τον αθλητισμό

---

Ο Αθλητικός τουρισμός αφορά κυρίως δύο διακριτές κατηγορίες:

## 2.1 Αθλητικές διοργανώσεις

Πρόκειται για διοργανώσεις, εθνικές ή τοπικές ή ακόμη και διεθνείς που συγκεντρώνουν πλήθους τουριστών. Μπορεί να αφορά τουρνουά ακαδημιών ή ακόμη και τους Ολυμπιακούς Αγώνες. Οι τουρίστες των αθλητικών διοργανώσεων διακρίνονται

- (1) σε αυτούς που συμμετέχουν στο γεγονός με κάθε τρόπο, είτε είναι αθλητές, είτε συνοδοί αυτών, είτε ομάδες και αθλητικοί παράγοντες
- (2) σε αυτούς που θα παρακολουθήσουν το αθλητικό γεγονός.

## 2.2 Αθλητική προετοιμασία και υπαίθριες αθλητικές δραστηριότητες

Σε πολλά αθλήματα απαιτείται προετοιμασία σε γήπεδα ή σε περιοχές όπου παρέχουν μοναδικές πίστες ή εξοπλισμούς. Για παράδειγμα η αναρρίχηση, το σκι σε χιονοδρομικές πίστες, το καγιάκ κ.ά. Ακόμη υπάρχουν πολλά ομαδικά αθλήματα που πραγματοποιούν προετοιμασία σε γήπεδα που βρίσκονται σε περιοχές με ήπιο κλίμα. Επίσης υπάρχουν αθλήματα που απαιτούν ιδιαίτερες πίστες όπως είναι η ιππασία και το γκολφ, ή αποστολή του εξοπλισμού που απαιτεί διαδικασία και εξειδίκευση για τη μετακίνησή του.

Ως μέρος του θεματικού ή μαζικού τουρισμού, περιλαμβάνονται πολλές αθλητικές δραστηριότητες στην ύπαιθρο, οι οποίες προσφέρουν αναψυχή στους τουρίστες. Δηλαδή ενώ πραγματοποιούν καλοκαιρινές ή χειμερινές διακοπές, ορισμένες μέρες ασχολούνται ή δοκιμάζουν αθλήματα στη φύση όπως είναι το σκι, το ποδήλατο, η ορειβασία σε βατές ορεινές περιοχές κ.ά. (Κώστα – Υφαντίδου, 2015).

## 3. Θεματικός τουρισμός με κίνητρο δραστηριότητες στη θάλασσα

### 3.1 Παράκτιες δραστηριότητες αναψυχής

Αφορούν θαλάσσια παιχνίδια όπως η ιστιοσανίδα και το θαλάσσιο σκι, καθώς και παιχνίδια παραλίας όπως το beach volley, tennis, beach soccer.

### 3.2 Τουρισμός κρουαζιέρας και yachting

Πρόκειται για θαλάσσια ταξίδια αναψυχής, με σκοπό τη γνωριμία με δυσπρόσιτες θαλάσσιες περιοχές και νησιά. Η κρουαζιέρες πραγματοποιούνται είτε με κρουαζιερόπλοιο, είτε με ιδιωτικό yacht, τα οποία προσφέρουν ανέσεις για διατροφή και πιθανώς, διαμονή εντός του πλοίου.

### 3.3 Καταδυτικός τουρισμός αναψυχής

Τα καταδυτικά πάρκα που παρουσιάζουν φυσικό κάλλος υποβρύχιων περιοχών που σχετίζεται με υποβρύχιους αρχαιολογικούς χώρους, βυθισμένες πόλεις ή ναυάγια. Οι τουρίστες έχουν την ευκαιρία με την συνοδεία εξειδικευμένων εκπαιδευτών να επισκεφθούν αυτές τις υποθαλάσσιες περιοχές (Εφημερίδα της Κυβέρνησης, Αρ. Φύλλου 208).

## 4. Θεματικός τουρισμός με κίνητρο τον πολιτισμό και την εκπαίδευση

Στην έννοια του πολιτισμού ενός τόπου περιλαμβάνεται η θρησκεία, ως αναπόσπαστο κομμάτι της εξέλιξης και των πολιτιστικών επιρροών, τα ήθη και έθιμα, ενδυμασία, τέχνες, γαστρονομία και καθημερινές συνήθειες πηγάζουν από τη θρησκεία και τον πολιτισμό.

### 4.1 Πολιτιστικός τουρισμός

Είναι μέρος της ιστορίας του ίδιου του τουριστικού φαινομένου, όπως ήδη προαναφέρθηκε αποτελούσε άλλωστε έναν από τους σπουδαιότερους λόγους που οι αρχαίοι λαοί ταξίδευαν. Πρόκειται για μετακινήσεις που κίνητρο έχουν πολιτιστικές εκδηλώσεις. Τέτοιες εκδηλώσεις είναι

- Καλλιτεχνικά event (Φεστιβάλ στον Άρδα του Έβρου)
- Ετήσιες γιορτές (Καρναβάλι στην Πάτρα)
- Θεατρικές παραστάσεις (Ηρώδειο, Επίδαυρος)
- Εκθέσεις (ζωγραφικής, γλυπτικής κ.ά.)

Στον Πολιτιστικό Τουρισμό περιλαμβάνονται επισκέψεις

- σε μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς
- σε αρχαιολογικούς χώρους,
- μουσεία και
- θρησκευτικά μνημεία

Αποτελεί βασικό κίνητρο για την επιλογή ενός τόπου όταν συνδυάζει παροχές πολιτιστικού τουρισμού.

#### 4.2 Θρησκευτικός και προσκυνηματικός τουρισμός

Είναι ένα ισχυρό κίνητρο πραγματοποίησης επίσκεψης σε έναν τόπο η επίσκεψη σε θρησκευτικά μνημεία και το προσκύνημα σε τόπους θρησκευτικής λατρείας, σε εκκλησίες που φυλάσσονται εικόνες και λείψανα αγίων.

#### 4.3 Εκπαιδευτικός και επιστημονικός τουρισμός

Αφορά τις επισκέψεις σε χώρους εκπαίδευσης μαθητών και σπουδαστών επιτόπου σε θέματα που σχετίζονται με το αντικείμενο της μελέτης τους, χώρους επιστημονικού ενδιαφέροντος (Αστεροσκοπείο), αρχαιολογικούς χώρους, καθώς και μουσεία τέχνης και επιστήμης. Με κίνητρο τον εκπαιδευτικό και επιστημονικό τουρισμό έχουν αναδειχθεί πολλοί προορισμοί, ή συμπληρώνουν ένα μέρος του τουριστικού κοινού τους όπως είναι άλλωστε η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011).

#### 4.4 Τουρισμός γαστρονομίας

Η γαστρονομία αποτελεί κομμάτι της πολιτιστικής κληρονομιάς πολλών ελληνικών περιοχών και προσελκύει τουρίστες με σκοπό να γνωρίσουν την τοπική κουζίνα και τις ιδιαίτερες διατροφικές συνήθειες των κατοίκων. Η Μεσογειακή Κουζίνα είναι διάσημη σε παγκόσμιο επίπεδο και αποτελεί κίνητρο για πολλούς τουρίστες από όλο τον κόσμο.

#### 4.5 Αστικός Τουρισμός

Η τάση του city break αναδείχθηκε ως μία νέα μόδα στον τουρισμό καθώς οι απ' ευθείας πτήσης προσφέρουν άμεση και γρήγορη πρόσβαση σε πόλης που προσφέρουν υψηλού επιπέδου τουριστικές υπηρεσίες για ολιγοήμερες διακοπές, ενώ περιλαμβάνουν και πολιτιστικές δραστηριότητες, shopping και περιήγηση. Στην Ελλάδα διάσημη πόλη για city break είναι η Θεσσαλονίκη, που συγκεντρώνει επισκέπτες από όλη την Ελλάδα και την Ευρώπη.

### 5. Θεματικός τουρισμός με κίνητρο υπηρεσίες υγείας και ευεξίας

#### 5.1 Ιατρικός τουρισμός

Αφορά ιατρικές υπηρεσίες που παρέχονται στον προορισμό, επειδή υπάρχει μικρότερη σειρά αναμονής, καλύτερες τιμές για επεμβάσεις, κοινωνικά πρότυπα που δεν επιτρέπουν ορισμένες ιατρικές παροχές, ακόμη και οδοντιατρικές παροχές. Για τους ιατρικούς τουρίστες προσφέρονται ολοκληρωμένες και εξειδικευμένες

υπηρεσίες μετακίνησης, καθώς σε ορισμένες περιπτώσεις απαιτείται φορείο ή αναπηρικό καροτσάκι, η διαμονή και διατροφή των ασθενών και των συνοδών.

## 5.2 Τουρισμός ευεξίας

Σε αρκετές περιοχές της χώρας υπάρχουν διάσημα ιαματικά λουτρά από την αρχαιότητα ενώ ακόμη και σήμερα σε εξειδικευμένες εγκαταστάσεις spa παρέχονται υπηρεσίες ευεξίας και αναζωογόνησης σε τουρίστες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Παράλληλα παρέχεται διαμονή, διατροφή και μετακινήσεις σε πολλές περιπτώσεις με ιδιαίτερη πολυτέλεια.

## 5.3 Ιαματικός τουρισμός

Σε πολλές περιπτώσεις πραγματοποιούνται ιαματικά λουτρά με ιατρικές οδηγίες και προσελκύουν σε διάσημες ιαματικές πηγές από την αρχαιότητα. Προσελκύουν πλήθος τουριστών και για την φιλοξενία τους παρέχονται όλες οι απαραίτητες τουριστικές υπηρεσίες διαμονής, διατροφής και αναψυχής, καθώς επίσης και των μετακινήσεων (Εφημερίδα της Κυβέρνησης, Αρ. Φύλλου 208).

## 6. Θεματικός τουρισμός με κίνητρο επαγγελματικούς λόγους

Κάθε μορφή τουρισμού που σχετίζεται με την εργασία, η οποία μπορεί να συνδυάζει τουριστικές δραστηριότητες αναψυχής, μεταφορά, διαμονή και διατροφή, αφορά τον ιδιαίτερο αυτό θεματικό τουρισμό.

### 6.1 Ατομικά επαγγελματικά ταξίδια

Συνήθως αναφέρονται σε ορισμένα επαγγέλματα και πραγματοποιούνται σχεδόν όλη τη διάρκεια του χρόνου. Τα επαγγέλματα αυτά είναι:

- Εμπορικοί αντιπρόσωποι και
- Επιχειρηματίες
- Γιατροί που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικές περιοχές,
- Δικηγόροι που ταξιδεύουν για να παραστούν σε δίκες σε διάφορες περιοχές,
- Καθηγητές που διδάσκουν σε πανεπιστήμια της περιφέρειας ή του εξωτερικού,

Συνήθως αναζητούν πολυτελή καταλύματα και κάλυψη των αναγκών τους σε εξοπλισμούς όπως είναι η σύνδεση στο διαδίκτυο.



## 6.2 Συνεδριακός τουρισμός

Οι οργανωμένες διοργανώσεις συλλόγων με κοινά αθλητικά, πολιτιστικά, επαγγελματικά ή επιστημονικά ενδιαφέροντα προσελκύουν έναν μεγάλο αριθμό τουριστών, ενώ απαιτούν συγκεκριμένες εγκαταστάσεις και επιπλέον παροχές για την φιλοξενία και διοργάνωση.

## 6.3 Εκθεσιακός τουρισμός

Σε κέντρα που διαθέτουν εκθεσιακές εγκαταστάσεις, διοργανώνονται διεθνείς και εθνικές διοργανώσεις που πρέπει να φιλοξενήσουν τους διοργανωτές και τους επισκέπτες. Μεγάλη διοργάνωση για την Ελλάδα αποτελεί η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης.

## 6.4 Τουρισμός προσφερόμενος ως αναγνώριση από τους εργοδότες

Αρκετές μεγάλες επιχειρήσεις προσφέρουν ως bonus στους εργαζομένους τους, διακοπές. Σε ορισμένες άλλες περιπτώσεις διοργανώνουν ομαδικά ταξίδια τουρισμού για όλο το προσωπικό με σκοπό τη σύσφιξη των επαγγελματικών σχέσεων και τη γνωριμία μεταξύ των εργαζομένων σε πολυπληθείς και πολυεθνικές επιχειρήσεις (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011).

## 7. SWOT Analysis για τον τουρισμό με κίνητρο τη φύση και την ύπαιθρο

---

Είναι προϊόντα που μπορεί να αναπτυχθεί το Marketing Σχέσεων αποδοτικά καθώς υπάρχει έντονη ανθρώπινη επαφή με τους τουρίστες (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011).

### 7.1 Δυνατά σημεία

- Σταθερή ζήτηση με στοιχεία επαναληπτικότητας από διαφορετικά target group που παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλία από οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά.
- Ανάπτυξη υποδομών που αναβαθμίζουν την ποιότητα ζωής των κατοίκων και προσφέρουν αυθεντικές εμπειρίες στους επισκέπτες.
- Δημιουργία ποικιλίας τουριστικών μοντέλων που συνολικά επιδοτούν την εικόνα των προορισμών σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.
- Θετική στάση των Αναπτυξιακών Εταιριών απέναντι στις επενδύσεις τέτοιων ειδών τουρισμού.

- Δυνατότητα χρηματοδοτήσεων σε μεγάλο ποσοστό των επενδύσεων
- Παρακίνηση ιδιωτικού ενδιαφέροντος από ιδιωτικούς φορείς.

## 7.2 Αδύνατα σημεία

- Χρονοβόρες διαδικασίες λήψης δανειοδοτήσεων και επιχορηγήσεων
- Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού
- Έλλειψη εξειδικευμένων φορέων τουρισμού στους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς
- Έλλειψη υποδομών στις περιφέρειες και κυρίως σε ότι αφορά την πρόσβαση
- Χωρικά περιορισμένη ζήτηση σε λίγες μόνο περιοχές.

## 7.3 Ευκαιρίες

- Υιοθέτηση καλών πρακτικών στον τουρισμό και στην τοπική κοινωνία
- Αξιοποίηση της ευρύτερης τουριστικής αγοράς με πληρέστερη κάλυψη των τουριστικών αναγκών
- Αξιοποίηση περιοχών που παρουσιάζουν ιδιαίτερο φυσικό και πολιτιστικό κάλος
- Προστασία των περιοχών που συγκεντρώνουν χαρακτηριστικά πολιτισμού, ιστορίας και πλούσιας φύσης
- Παροχή απασχόλησης σε νέους και γυναίκες.

## 7.4 Απειλές

- Υψηλός ανταγωνισμός από άλλες ευρωπαϊκές χώρες
- Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού
- Έντονη εποχικότητα και εξάρτηση από τον ελεύθερο χρόνο των ταξιδιωτών
- Εξάρτηση από άλλα είδη τουρισμού.

---

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

---

### Τουριστική ανάπτυξη και ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης

#### 1. Ο ρόλος των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης στην βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

---

Ο Buttler (2010) αναφέρει ότι οι προορισμοί που επιθυμούν να προωθήσουν τον βιώσιμο ή αειφόρο τουρισμό είναι πιο πιθανό να πετύχουν αυτόν τον στόχο όταν υπάρχει αποτελεσματική διακυβέρνηση από τις τοπικές αρχές και ικανοποιητική λειτουργία στους μηχανισμούς που χρησιμοποιούνται για τον συντονισμό της συλλογικής δράσης. Στην πράξη, ωστόσο, υπάρχουν σημαντικές δυσκολίες που μπορούν να εμποδίσουν την αποτελεσματική διακυβέρνηση στην προσπάθεια επίτευξης του στόχου της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Ένας λόγος για τον οποίο απαιτούνται περισσότερες μελέτες διακυβέρνησης σε αυτό το πλαίσιο είναι να γίνουν κατανοητές αυτές οι δυσκολίες και επίσης, κυρίως, να εντοπιστούν οι πιθανοί τρόποι υπέρβασης των εμποδίων (Hall, 2007). Μία σημαντική δυσκολία σε αυτό το πλαίσιο αφορά το γεγονός ότι η ανάπτυξη του τουρισμού σε αυτή τη μορφή του ενδέχεται να συνεπάγεται περικοπές σε διάφορους τομείς και εμπλέκει ειδικούς σε διάφορα γνωστικά πεδία, όπως είναι ο προγραμματισμός, οι μεταφορές, η κλιματική αλλαγή, απασχόληση και η περιφερειακή ανάπτυξη.

Οι βιώσιμες τουριστικές πολιτικές είναι απαραίτητο να ενσωματωθούν σε ευρύτερες εκτιμήσεις της οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής πολιτικής σε ένα συνολικό πλαίσιο αειφόρου ανάπτυξης. Σύμφωνα με τους Yuksel et al. (2005), οι πολιτικές που επηρεάζουν τον αειφόρο τουρισμό συχνά ισχύουν σε πεδία διαφορετικού ενδιαφέροντος, αλλά επηρεάζουν και την τουριστική ανάπτυξη. Αυτά τα χαρακτηριστικά της αειφόρου τουριστικής διακυβέρνησης συμβάλλουν στην πολυπλοκότητα του πεδίου, καθώς απαιτείται ιδιαίτερη προσπάθεια ώστε να γίνουν συντονισμένες προσπάθειες και προσεγγίσεις. Επιπλέον, αναφέρεται ότι το θεσμικό πλαίσιο για την τουριστική πολιτική είναι ιδιαίτερα αδύναμο λόγω του κατακερματισμού στη βιομηχανία και της αδύναμης εκπροσώπησης των ομάδων συμφερόντων.

Οι σύγχρονες έρευνες έχουν εστιάσει, μεταξύ άλλων, και στη διερεύνηση των ρόλων και των αρμοδιοτήτων της τοπικής αυτοδιοίκησης στην ενίσχυση της αειφόρου ανάπτυξης στο πλαίσιο του τουριστικού προορισμού (Dinica, 2009) και τη διασφάλιση της βιωσιμότητας των πολιτικών. Σε αυτό το πλαίσιο, έχει διαπιστωθεί ότι η τοπική αυτοδιοίκηση έχει καταστεί ένας σημαντικός χώρος για συζητήσεις σχετικά με την ερμηνεία και την εφαρμογή της αειφόρου ανάπτυξης. Η πλειοψηφία των ερευνών συνηγορεί στο ότι η τοπική αυτοδιοίκηση είναι απαραίτητο να έχει σημαντικό ρόλο στον καθορισμό της στρατηγικής κατεύθυνσης για τον τουρισμό εντός ενός προορισμού (Hardy & Beeton, 2001; Liu, 2003; Weaver, 2006). Ωστόσο, οι κυβερνήσεις διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη δημιουργία του πλαισίου και τη διαμόρφωση των δράσεων έτσι ώστε να διασφαλιστεί ότι ο τουρισμός θα είναι πιο βιώσιμος στο μέλλον (Brokaj, 2014). Οι Bramwell & Lane (2011) αναφέρουν ότι οι τοπικές κυβερνήσεις διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διευκόλυνση και την καθοδήγηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης κατά κύριο λόγο περιλαμβάνει τη διαμόρφωση του πλαισίου και των δράσεων για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη ενός προορισμού, αλλά και την παροχή κινήτρων και των κατάλληλων συνθηκών ώστε να αναπτυχθεί ένα περιβάλλον που επιτρέπει και ενθαρρύνει την εμπλοκή του ιδιωτικού τομέα, της τοπικής κοινότητας, των τουριστών και άλλων ενδιαφερομένων σχετικά με τα ζητήματα αειφορίας. Η συνεργασία με άλλους φορείς μπορεί να αποδειχθεί εξαιρετικά ωφέλιμη (Dredge, 2001).

## 2. Πολιτιστικός τουρισμός και αστική αναβίωση πόλεων

Η αστική αναβίωση, ή η ανανέωση / η ανάπλαση των πόλεων, είναι μια σημαντική πρόκληση στον τομέα του αστικού σχεδιασμού και του σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης. Η αστική αναβίωση είναι πολύπλευρη και απαιτεί βαθιά θεωρητική γνώση σε συνδυασμό με ικανότητα για δράση με στόχο την επίλυση αστικών προβλημάτων που παρεμποδίζουν την οικονομική, φυσική, κοινωνική και περιβαλλοντική πρόοδο στα αστικά τοπία (Chen, Song, Bowker, & Hamilton, 2012).

Συνολικά, τα ιστορικά μνημεία και τα στοιχεία, γενικότερα, της πολιτιστικής κληρονομιάς διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην αστική αναβίωση καθώς προάγουν τον σεβασμό τοπική ταυτότητα και την ιδιαίτερη φυσιογνωμία του τόπου.

Η έννοια της αναβίωσης χρησιμοποιείται συχνά ως συνώνυμο με την οικονομική ανάπτυξη, αν και αυτή η προσέγγιση δεν είναι απολύτως ορθή, καθώς αγνοεί τις τοπικές συνθήκες και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τόπου, καθώς και την επίδραση της αστικής αναγέννησης στους υπόλοιπους τομείς, πέραν του οικονομικού. Το γεγονός ότι η πολιτιστική κληρονομιά και η αστική αναβίωση συνδέονται εγγενώς είναι προφανές (Pendlebury, 2002).

Η πολιτιστική κληρονομιά και ο τουρισμός αποτελούν δύο πεδία που συνδέονται άμεσα και σχετίζονται με την προσπάθεια για αστική αναβίωση (Pendlebury & Porfygiou, 2017). Η αστική αναβίωση, από την άλλη πλευρά, μπορεί να λειτουργήσει ως καταλύτης για την ανάπτυξη, αλλά και για την προώθηση της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς, την διάσωση και την προβολή της, καθώς και την αξιοποίησή της στο πεδίο του τουρισμού. Με αυτόν τον τρόπο, στα πλαίσια της πόλης είναι δυνατό, με τη συνδρομή των αρχών της τοπικής αυτοδιοίκησης, να διαμορφωθούν οι συνθήκες που θα επιτρέψουν τη δημιουργία θέσεων εργασίας, την τόνωση τομέων, όπως ο τουρισμός και οι σχετικές με αυτόν επιχειρήσεις, την δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης και δημιουργίας για τους κατοίκους της περιοχής, τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής τους κοκ. (Johnson, 2009; Orbaşlı, 2000; Uysal & Özden, 2012; Yang, 2017).

Ο τουρισμός έχει χρησιμοποιηθεί από καιρό ως εργαλείο ανάπτυξης σε όλο τον κόσμο, λόγω του δυναμικού του που μπορεί να βοηθήσει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, οικονομικών και άλλων οφελών, την ενθάρρυνση της επιχειρηματικής δραστηριότητας, τη βελτίωση των υποδομών, την ενδυνάμωση των κατοίκων μίας περιοχής. Ο πολιτιστικός τουρισμός, μάλιστα, μπορεί να συμβάλει ώστε να προβληθούν τα πολιτιστικά αξιοθέατα, να προστατευτεί η κληρονομιά μιας περιοχής, να ανανεωθούν παλαιότερα αστικά κέντρα, να ενσταλαχθεί η αίσθηση της υπερηφάνειας και της αλληλεγγύης της κοινότητας και να τονωθεί η οικονομική ανάπτυξη με πολλούς τρόπους (Chen & Chen, 2010; Timothy, 2011).

Το παραπάνω ισχύει ιδιαίτερα στην περίπτωση ιστορικών πόλεων (Ashworth & Tunbridge, 2000; Pérez Guilarte & González, 2018). Ωστόσο, με τη δημοτικότητα του τουρισμού που βασίζεται στην αστική κληρονομιά κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών, υπήρξε ταυτόχρονη εμφάνιση αρνητικών επιπτώσεων, συμπεριλαμβανομένου του υπερβολικού συνωστισμού, των προβλημάτων της στάθμευσης και της κυκλοφοριακής συμφόρησης, της εμπορευματοποίησης του

πολιτισμού, της φυσικής ή ανθρωπογενούς φθοράς, της καταστροφής ιστορικών τοπίων. Γι' αυτόν τον λόγο, θεωρείται σκόπιμο να βρεθεί ο κατάλληλος τρόπος για την κατασκευή υποδομών και τουριστικών υπηρεσιών (Dodds & Butler, 2019; Milano, Cheer, & Novelli, 2019). Σήμερα, αυτά τα προβλήματα είναι ιδιαίτερα έντονα σε πόλεις που αποτελούν δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, όπως η Βενετία, η Βαρκελώνη, το Άμστερνταμ, η Ιερουσαλήμ, η Μπανγκόκ και η Πράγα, ωστόσο εκδηλώνονται επίσης σε πολλούς ακόμη τουριστικούς προορισμούς.

Παρά τις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στις ιστορικές αστικές περιοχές, οι περισσότερες πόλεις βλέπουν τον τουρισμό που βασίζεται στην αστική κληρονομιά ως μέσο ενίσχυσης των οικονομιών τους, αύξησης των εσόδων, βελτίωσης των επιπέδων διαβίωσης των κατοίκων και ανανέωσης των αστικών χώρων. Γι' αυτόν τον λόγο, θεωρείται σκόπιμο οι τοπικές αρχές να εστιάσουν στην ενίσχυση αυτής της μορφής τουρισμού, έτσι ώστε να διαμορφώσουν κατάλληλα τις υποδομές και τις υπηρεσίες τους και να προωθήσουν τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης (Pendlebury & Porfyriou, 2017).

---

# ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

---

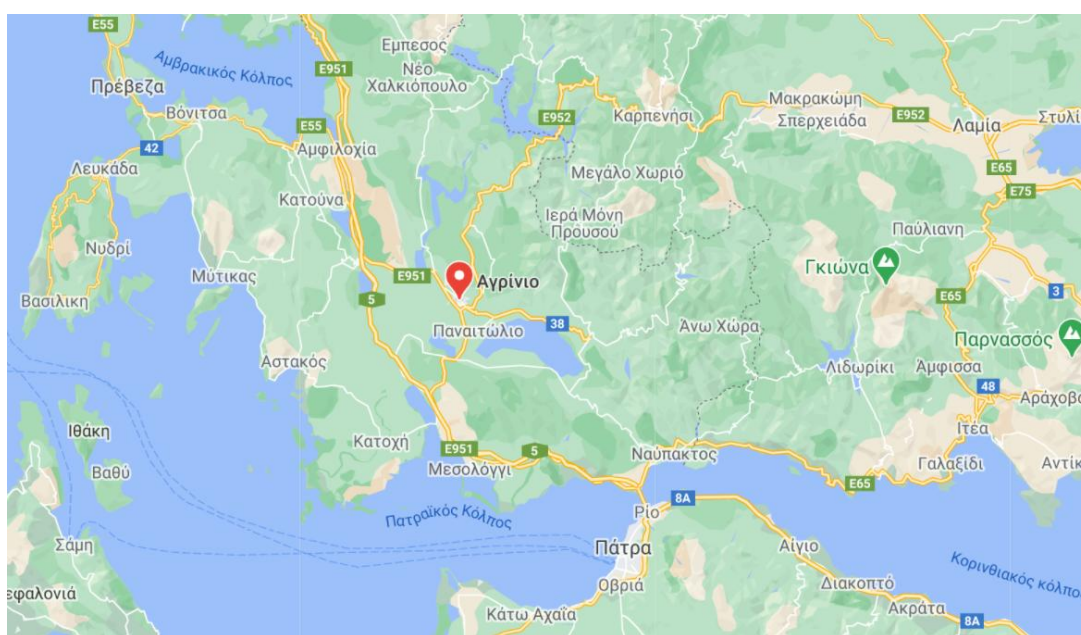
Μελέτη παραγόντων που επηρεάζουν την ανάπτυξη του Τουρισμού στο  
Δήμο Αγρινίου

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

## Μεθοδολογία της Έρευνας

### 1. Μεθοδολογία έρευνας “Case Study”

Στην μελέτη που θα ακολουθήσει, θα αναζητηθούν οι αιτίες που δεν επέτρεψαν την τουριστική ανάπτυξη του Δήμου Αग्रινίου έως σήμερα. Έμφαση θα δοθεί κυρίως στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, κυρίως δε των δημόσιων πολιτικών πολιτισμού για την αύξηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.



Χάρτης 1: Νομός Αιτωλοακαρνανίας και γειτονικές περιοχές

Προκειμένου να εντοπιστούν οι παράγοντες που επιδρούν αρνητικά στην τουριστική ανάπτυξης της περιοχής, προσεγγίσθηκε παραπάνω θεωρητικά, το πλαίσιο μέσα στο οποίο ένας τόπος μπορεί να μετατραπεί σε ‘τουριστικό προορισμό’ και να επιτύχει την προσέλκυση ενός αξιόλογου αριθμού τουριστών κατ’ έτος. Βασικοί παράγοντες για τη στρατηγική δημιουργία του τουριστικού προορισμού του Δήμου Αग्रινίου είναι:

- Τα θέλγητρα
- Οι υποδομές
- Η προσβασιμότητα
- Η αντίληψη που έχουν οι τουρίστες για την περιοχή
- Η τιμή του συνολικού προϊόντος



Η μελέτη κινήθηκε στη βάση των παραπάνω παραγόντων, ώστε να εντοπιστούν οι ελλείψεις που εμποδίζουν να μετατραπεί ο Δήμος Αγρινίου, σε τουριστικό προορισμό.

Επειδή δεν υπάρχουν ποσοτικά δεδομένα προς σύγκριση, καθώς δεν υπάρχει τουριστική ανάπτυξη στην περιοχή, ούτε σήμερα, ούτε κατά το παρελθόν ενώ επίσης δεν είναι δυνατή μία έρευνα με ποσοτικά ή ποιοτικά στοιχεία με ερωτηματολόγια, αφού δεν μπορεί να εντοπιστεί ένας ‘πληθυσμός’ που συμβάλλει στην ανάπτυξη των παραπάνω παραγόντων, όπως για παράδειγμα τοπικοί φορείς, κρατικοί φορείς, επιχειρηματίες σε τουριστικές επιχειρήσεις. Γι’ αυτό θα ακολουθηθεί η μέθοδος της ‘Μελέτης Περίπτωσης’ (Case Study), καθώς ενδείκνυται στην προκειμένη περίπτωση. Είναι η βέλτιστη επιλογή επειδή με τον τρόπο αυτό, θα αναζητηθούν μέσα από επίσημα ανακοινωμένα στοιχεία της κεντρικής διοίκησης του κράτους, αλλά και των τοπικών φορέων, όλες οι προσπάθειες που σχεδιάστηκαν και υλοποιήθηκαν, ή δεν έφτασαν έως την υλοποίηση. Η επιλογή της μεθόδου θα επιτρέψει τη χρονολογική έρευνα κατά τα τελευταία 20 περίπου έτη, μέσα από αξιόπιστα δεδομένα. Η μελέτη δεν θα στηριχθεί σε υποκειμενικές κρίσεις, ενώ θα διενεργηθούν εκτεταμένες συνεντεύξεις για να ερευνηθούν ορισμένοι σπουδαίοι λόγοι, που οδήγησαν σε τουριστικά υπανάπτυξη την περιοχή. Ένας ακόμη σημαντικός λόγος που επιλέχθηκε η συγκεκριμένη μέθοδος, είναι το γεγονός ότι οι φορείς, το προσωπικό και οι ενδιαφερόμενοι επιχειρηματίες για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής, άλλαξαν κατά τον παρελθόν και δεν είναι δυνατόν να εντοπιστούν όλα τα πρόσωπα που έλαβαν μέρος σε συντονισμένες προσπάθειες για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

## 2. Πηγές πληροφόρησης

---

Αρχική πηγή πληροφόρησης ήταν ο Δήμος Αγρινίου και οι υπεύθυνοι φορείς που παρείχαν υλικό για τις προσπάθειες αναβάθμισης της περιοχής και αξιοποίησης των θέλγητρων που διαθέτει ο τόπος. Άλλες πηγές ήταν επίσημες ανακοινώσεις στο διαδίκτυο από φορείς της περιοχής, ιδιωτικούς και δημόσιους, που συμμετείχαν σε προσπάθειες αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.

Άλλη μία σημαντική πηγή πληροφόρησης είναι οι επίσημοι φορείς τουρισμού της χώρας, κυρίως ο ΕΟΤ, το Υπουργείο Τουρισμού και ο ΣΕΤΕ, καθώς και άλλες μελέτες της Τράπεζας της Ελλάδος και του IOBE.

Με σκοπό να εντοπισθούν καλές πρακτικές που ακολουθήθηκαν από άλλους Δήμους της Ελλάδας που προσομοιάζουν με το Δήμο Αγρινίου, αναζητήθηκαν επίσημα στοιχεία σχετικά με το Δήμο Τρικάλων και την τουριστική ανάπτυξη που έχει επιτύχει, αφού τα τελευταία δέκα χρόνια παρουσιάζει σταθερή τουριστική ανάπτυξη και αύξηση ιδιωτικών επενδύσεων σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (Ισαρη – Πουρκός, 2015).

### 3. Στοιχεία που συγκεντρώθηκαν

---

Τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν και θα παρουσιαστούν ανάλογα με την σπουδαιότητά τους και τη συμβολή τους στην ανάπτυξη της περιοχής είναι:

- ⊙ Η ταυτότητα και το ιστορικό της περιοχής εν συντομία
- ⊙ Το πολιτιστικό τουριστικό προϊόν της περιοχής
- ⊙ Οι πολιτιστικές δραστηριότητες
- ⊙ Το μακροοικονομικό περιβάλλον της προηγούμενης 20ετίας
- ⊙ Το τουριστικό προϊόν του Νομού Αιτωλοακαρνανίας
- ⊙ Τις δημόσιες και ιδιωτικές επενδύσεις που πραγματοποιήθηκαν
- ⊙ Τους πόρους που υφίστανται: ανθρώπινοι, οικονομικοί, τεχνολογικοί
- ⊙ Τις στρατηγικές επιλογές και την ταχύτητα υλοποίησής τους (Καλογήρου, 2015).

### 4. Χρονική διάσταση της έρευνας

---

Η έρευνα αφορά περίοδο δύο δεκαετιών (2000 – 2020) και αναφέρεται σε γεγονότα, στρατηγικές που αναπτύχθηκαν, σχέδια που καταστρώθηκαν και υλοποιήθηκαν, σημαντικά έργα που βελτίωσαν γενικότερα την περιοχή της Δυτικής Ελλάδας και επηρέασαν την ανάπτυξη του Δήμου Αγρινίου. Με σκοπό να εντοπισθούν οι παράγοντες που συντέλεσαν στην έως τώρα κατάσταση, θα πραγματοποιηθεί PEST Analysis στα κυριότερα γεγονότα των δύο προηγούμενων δεκαετιών (Χαλκιάς κ.ά., 2015).

### 5. Συνδυαστική ανάλυση των στοιχείων

---

Οι περιγραφικές μελέτες όπως και η μελέτη που θα πραγματοποιηθεί, αξιολογούν τα δεδομένα και κατατάσσουν με τρόπο που τελικά να γίνεται αντιληπτό ποια θέματα έχουν σημασία και συντελούν ή επιδρούν με σφοδρότητα στο υπό μελέτη ζήτημα, δηλαδή στην τουριστική ανάπτυξη του Δήμου Αγρινίου. Σκοπός είναι να αναλυθούν συνδυαστικά οι εξελίξεις στους παράγοντες που τελικά επιδρούν καθοριστικά στην

ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος της περιοχής. Η ανάλυση θα προσεγγίσει και θα αναδείξει τα προβλήματα στην συνοχή των δράσεων, στην συνέχεια των προσπαθειών, στην έλλειψη συντονισμού, καθώς και στις αποσπασματικές κινήσεις, που τελικά οδηγούν σε αδράνεια και τουριστική υπανάπτυξη την περιοχή του Αγρινίου.

Βασική επιδίωξη της μελέτης είναι να αντιλαμβάνεται με απλότητα αλλά και σαφήνεια, ο αναγνώστης, τους λόγους που έως σήμερα δεν επιτευχθεί η τουριστική ανάπτυξη και πολύ περισσότερο η τουριστική ανάπτυξη που βασίζεται στον εναλλακτικό τουρισμό, αλλά και πως αυτό μπορεί να αλλάξει και να επιτευχθεί προσέλκυση, περίπου 4 εκατομμυρίων επισκεπτών κάθε έτος.

## 6. Ερευνητικά ερωτήματα

---

Τα ουσιαστικά ερευνητικά ερωτήματα που θα προσεγγισθούν είναι:

- (α) Ποιες ενέργειες έχουν γίνει στο παρελθόν, από δημόσιους φορείς, ώστε να δημιουργηθούν τουριστικές υποδομές στην περιοχή και στην ευρύτερη περιοχή (ευκολία πρόσβασης, τουριστικά καταλύματα, αξιοποίηση χώρων πολιτιστικού και φυσικού ενδιαφέροντος).
- (β) Ποιοι φορείς, ιδιωτικοί και δημόσιοι εξέφρασαν ενδιαφέρον για την ανάπτυξη της περιοχής τουριστικά.
- (γ) Υπάρχουν οργανωμένες κοινές δράσεις μεταξύ ιδιωτικών και δημοσίων φορέων με σκοπό την ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης της περιοχής
- (δ) Υπάρχει συντονισμένο σχέδιο από την τοπική αυτοδιοίκηση σε συνεργασία με αρμόδιους φορείς όπως το Υπουργείο Τουρισμού, ο ΣΕΤΕ, ο ΕΟΤ και το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας;

Τα ερευνητικά ερωτήματα θα απαντηθούν εν μέρει με τη μεθοδολογία «**μελέτη περίπτωσης**» και την αναζήτηση αξιόπιστων πηγών πληροφοριών για τα θέματα που πραγματεύεται η μελέτη. Επειδή, όπως προαναφέρθηκε, δεν υπάρχουν ποσοτικά δεδομένα προς ανάλυση, θα διεξαχθεί **ποιοτική έρευνα** με συνεντεύξεις από αρμόδια πρόσωπα που συμμετέχουν σήμερα ή συμμετείχαν παλαιότερα σε σχετικές ομάδες εργασίες για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Από τις συνεντεύξεις μπορεί να προκύψουν και άλλα ερευνητικά ερωτήματα.

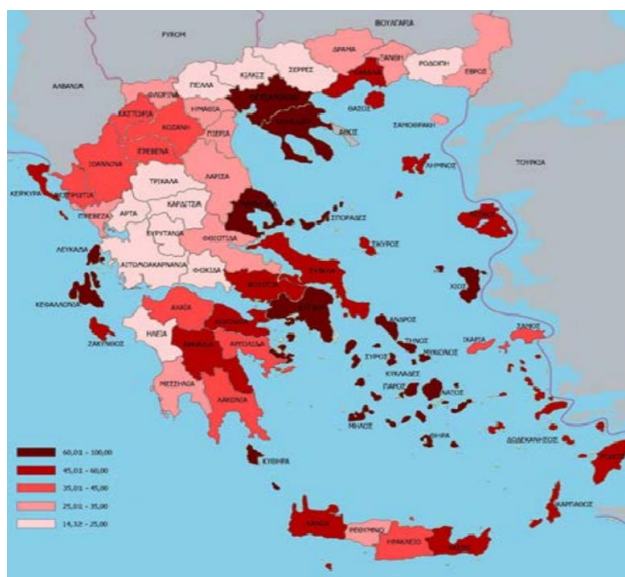
# ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

## Συλλογή ερευνητικών δεδομένων

Για τη συλλογή ερευνητικών δεδομένων ακολουθήθηκαν όλες οι ενδεδειγμένες μέθοδοι που ήταν πρόσφορες για την συλλογή στοιχείων που θα τροφοδοτήσουν την μελέτη περίπτωσης.

### 1. Παρατήρηση

Ο Νομός Αιτωλοακαρνανίας αποτελεί μία αγροκτηνοτροφική οικονομία με περιορισμένη τουριστική ανάπτυξη, παρά τους αξιόλογους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους. Ο Δήμος Αγρινίου δεν διαθέτει στην παρούσα χρονική στιγμή αλλά και στο παρελθόν επίσης δεν διαθέτε τουριστικές υποδομές. Επίσης ως μία μικρή πόλη της Δυτικής Ελλάδας, το Αγρίνιο με πληθυσμό περίπου 45.000 κατοίκους χαρακτηρίζεται από υπανάπτυξη. Στην Περιφέρεια που βρίσκονται ο Δήμος



Χάρτης 2: Ευημερία στις Περιφέρειες της Ελλάδας

Αγρινίου, δεν υπάρχουν μεγάλες πόλεις με βάση όσα ορίζει η Ευρωπαϊκή Ένωση, δηλαδή με μόνιμο πληθυσμό τουλάχιστον 250.000, αλλά αντίθετα, είναι μικρές πόλεις και χωριά που έχουν ως απασχόληση παραδοσιακές εργασίες στην ύπαιθρο χωρίς βιομηχανική και τουριστική ανάπτυξη. Η περιοχή της Δυτικής Ελλάδος παρουσιάζει έντονη τουριστική ζήτηση μόνο στην περιοχή που βρίσκεται η Αρχαία

Ολυμπία και ορισμένες λίγες ακόμη περιοχές που βρίσκονται παράκτια. Η απουσία ενός μητροπολιτικού κέντρου στην περιοχή, περιορίζει τις δυνατότητες ανάπτυξης και περιφερειακά. Τα τελευταία χρόνια μόλις ολοκληρώθηκε η σύζευξη Ρίου Αντίρριου με τη νέα γέφυρα και ολοκληρώθηκε η Ιωνία Οδός, έργα απαραίτητα για την περιοχή που δεν διαθέτε σύγχρονο οδικό δίκτυο και καθόλου σιδηροδρομική σύνδεση. Γενικότερα τα έργα οδοποιίας, η δημιουργία αεροδρομίων και

σιδηροδρομικών συνδέσεων υπήρξε αργή σε όλη την χώρα, όμως η περιοχή της Δυτικής Ελλάδας εξακολουθεί να έχει σημαντικά προβλήματα στην προσβασιμότητα (Πολύζος, 2019).

Σημαντική διασύνδεση με την υπόλοιπη Ευρώπη είναι το Λιμάνι της Πάτρας και η ευκολία στη δια θαλάσσης πρόσβαση από την Ιταλία, με ιδιωτικά σκάφη, εξ αιτίας της μικρής απόστασης. Ωστόσο η τουριστική κίνηση περιορίζεται στα Ιόνια Νησιά και δεν διαχέεται στις ορεινές περιοχές της Δυτικής Ελλάδας.

Ειδικότερα ο Δήμος Αγρινίου και η πόλη, δεν είχαν ποτέ εύκολη πρόσβαση, ακόμη και σήμερα μετά την ολοκλήρωση της Ιωνίας Οδού. Αν και είναι ευχερέστερη η διαδρομή από άλλες περιοχές μέχρι τον κόμβο που ενώνει την Ιωνία Οδό με το Αγρίνιο, απαιτείται μία διαδρομή περίπου 25 λεπτών σε έναν δύσκολο επαρχιακό δρόμο.

Επίσης δεν υπάρχουν διεθνή αεροδρόμια σε εύλογη απόσταση από το Δήμο Αγρινίου, τα οποία να αξιοποιούνται για την πρόσβαση από άλλες περιοχές της Ελλάδας ή της Ευρώπης. Η ανάπτυξη του τουρισμού, βασίζεται σήμερα στην άμεση αεροπορική διασύνδεση και αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για την τουριστική ανάπτυξη μίας περιοχής. Ωστόσο, το ιστορικό αεροδρόμιο του Αγρινίου χρησιμοποιείται μόνο από την Αερολέσχη και δεν πραγματοποιεί πολιτικές πτήσεις.



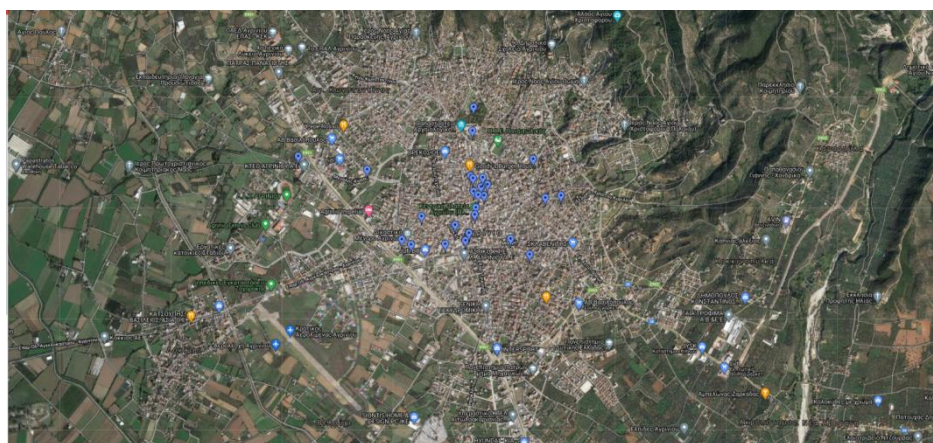
Εικόνα 6: Το ιστορικό αεροδρόμιο του Αγρινίου



Πρόκειται για ένα από τα αρχαιότερα αεροδρόμια της χώρας που λειτούργησε από το 1930 έως το 1977. Στην ευρύτερη περιοχή υπάρχουν ορισμένα ακόμη αεροδρόμια που δεν πραγματοποιούν πολιτικές πτήσεις. Η πολιτικές μετακινήσεις πραγματοποιούνται μόνο από το αεροδρόμιο του Άκτιου, που είναι το πλησιέστερο στο Αγρίνιο.

Σε ολόκληρη την Δυτική Ελλάδα υπάρχουν σημαντικές τουριστικές υποδομές από ιδιωτικές επενδύσεις στην περιοχή της Κυλλήνης, πλησίον της Αρχαία Ολυμπίας. Σε κανένα άλλο μέρος της περιφέρειας δεν υπάρχουν αξιόλογα ξενοδοχεία 4\* και 5\* αστερών που να προσελκύουν τουρίστες.

Στην Αιτωλοακαρνανία οι ξενοδοχειακές υποδομές είναι ελάχιστες παρά την ιδιαίτερη ομορφιά της, ενός τόπου που έχει κατοικηθεί από την αρχαιότητα.



Χάρτης 3: Google Maps, Αγρίνιο

Η γεωμορφολογία της περιοχής παρουσιάζει έντονο ενδιαφέρον, καθώς περιλαμβάνει τη λιμνοθάλασσα του Μεσολογγίου, που είναι και η πρωτεύουσα του νομού. Πρόκειται για έναν από τους μεγαλύτερους υδροβιότοπους της Μεσογείου, ιδιαίτερου φυσικού κάλλους. Ο νομός περιλαμβάνει τη μεγαλύτερη φυσική λίμνη της Ελλάδας, την Τριγωνίδα, ενώ συνεχίζει με τη Λυσιμαχεία έως το Εθνικό Πάρκο Μεσολογγίου. Όλες οι παραπάνω περιοχές είναι ενταγμένες στο πρόγραμμα NATURA 2000 της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Επίσης στις περιοχές NATURA 2000 του νομού Αιτωλοακαρνανίας εντάσσονται οι εκβολές του Ευήνου, οι λίμνες Βουλκαρία και Σαλτίνη, Αμβρακία και Οζερός, κατά Ακαρνανικά Όρη και τα στενά της Κλεισούρας.

Η πόλη του Αγρινίου βρίσκεται σε μικρή απόσταση από την Τριγωνίδα και αποτελεί το εμπορικό και οικονομικό κέντρο του νομού. Κυριότερο όμως τουριστικό κέντρο της περιοχής είναι η Ναύπακτος, ενώ ακολουθούν ο Αστακός, ο Μύτικας και η

Αμφιλοχία, που είναι παραθαλάσσιοι οικισμοί. Η περιφέρεια της Τριχωνίδας είναι περισσότερο αξιοποιημένη από την πλευρά του Θέρμου και ελάχιστα από την πλευρά του Αγρινίου.

Τα τουριστικά θέλγητρα της περιοχής, δεν έχουν μετατραπεί σε αξιοποιημένους τουριστικούς πόρους, καθώς δεν υπάρχουν δημόσιες και ιδιωτικές υποδομές που να μετατρέπουν σε οικονομική δραστηριότητα τα επισκέψιμα φυσικά κάλλη και τα ανθρώπινα δημιουργήματα. Πρόκειται για το μοναδικό νομό στην Ελλάδα, όπου βρίσκονται έξι αρχαία θέατρα σε πολύ μικρή απόσταση μεταξύ τους. Όμως το αρχαίο θέατρο Στράτου, το αρχαίο θέατρο Πλευρώνας, το αρχαίο θέατρο Οινιάδων, το αρχαίο θέατρο Καλυδώνας και Μακύνειας είναι εντελώς αναξιοποίητα και άφραχτα, ενώ στο Αμφιλοχικό Άργος εκκρεμούν οι ανασκαφές. Άρα δεν αποτελούν τουριστικούς πόρους για την περιοχή, ούτε έχουν την ανάλογη προβολή για να αποκτήσουν ενδιαφέρον για τους τουρίστες. Ουδέποτε από την πλευρά της πολιτείας έγινε μία συντονισμένη προσπάθεια, σε συνεργασία με τους κρατικούς φορείς, ώστε να αξιοποιηθεί ο πολιτιστικός πλούτος της περιοχής.

Η πόλη του Αγρινίου έχει άναρχη δόμηση, με χαμηλά κτίρια που αποδεικνύουν ότι ουδέποτε απέκτησε αστική μορφή. Ωστόσο, τις τελευταίες δεκαετίες, δεν υπήρξαν σημαντικά και συστηματικά έργα με στρατηγικό προσανατολισμό την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

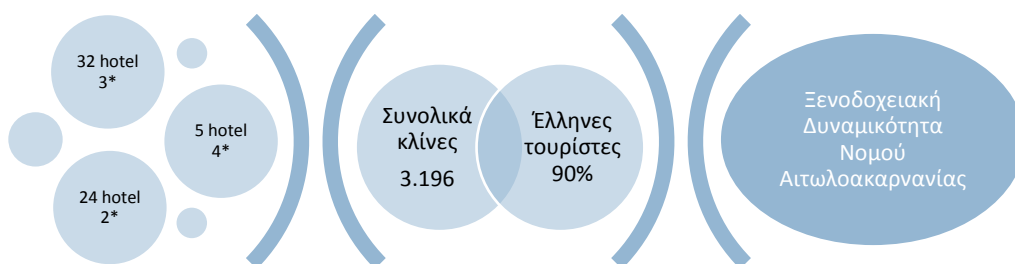


Εικόνα 7: Το κέντρο του Αγρινίου

Τα τελευταία δέκα χρόνια, κανένα σημαντικό έργο δεν έχει ολοκληρωθεί στην πόλη με σκοπό τον αστικό μετασχηματισμό της, την ανάπλαση της παλιάς πόλης, ή την αξιοποίηση και δημιουργία νέων υποδομών, όπως οι αστικές συγκοινωνίες, πράσινες διαδρομές ποδηλάτου, πεζοδρομίσεις με σκοπό την εύκολη πρόσβαση σε σημαντικά σημεία της πόλης. Επίσης δεν υπήρξαν επενδύσεις από ιδιώτες για ανάπτυξη τουριστικών επιχειρήσεων, που να αξιοποιήσουν τα θέλγητρα της περιοχής.

## 2. Έρευνα σε επίσημες πηγές πληροφόρησης

Έρευνες σε επίσημες πηγές αποδεικνύουν ότι ο Νομός Αιτωλοακαρνανίας είναι ένας τουριστικός προορισμός περιορισμένης εμβέλειας, που δέχεται περίπου 115.000 αφίξεις ετησίως στα ξενοδοχεία της περιοχής, που βρίσκονται κυρίως στις παραθαλάσσιες περιοχές του νομού. Η πλειονότητα των τουριστών, περίπου 90% είναι Έλληνες ενώ ο νομός έχει:



Σχήμα 1: Τουριστική Ανωδομή Νομού Αιτωλοακαρνανίας

Στην κατηγορία των δωματίων, λειτουργούν επίσης 70 μονάδες στις κατηγορίες 2 και 3 κλειδιών της κατάταξης του Υπουργείου Τουρισμού, με συνολική δυναμικότητα 657 κλίνες (ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2015).

(2014)	Αφίξεις		
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Σύνολο
<b>Περιφέρεια Αιτωλοακαρνανίας</b>	101.558	13.894	115.452
<b>Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας</b>	366.688	188.191	554.879
<b>Ελλάδα</b>	5.536.719	11.882.134	17.418.853



(2014)	Διανυκτερεύσεις			Πληρότητα
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Σύνολο	
<b>Περιφέρεια Αιτωλοακαρνανίας</b>	219.224	58.550	277.774	28,50%
<b>Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας</b>	829.799	750.560	1.580.359	31,70%
<b>Ελλάδα</b>	13.049.668	60.901.973	73.951.641	47,30%

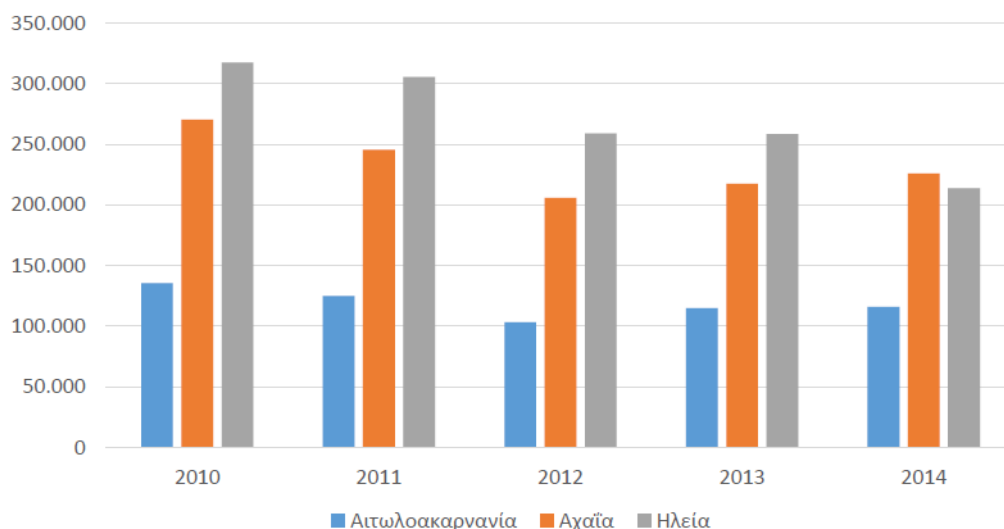
		5*****	4****	3***	2**	1*	Σύνολο
<b>Αιτωλ/νία</b>	Μονάδες	-	5	32	24	12	73
	Κλίνες	-	272	1.963	961	267	3.463
<b>ΠΔΕ</b>	Μονάδες	4	37	87	110	29	267
	Κλίνες	3.106	3.859	5.605	5.365	799	18.734

		4 κλειδιά	3 κλειδιά	2 κλειδιά	1 κλειδί	Σύνολο
<b>Αιτωλ/νία</b>	Μονάδες	11	21	22	16	70
	Κλίνες	180	334	323	211	1.048
<b>ΠΔΕ</b>	Μονάδες	16	79	95	43	233
	Κλίνες	268	1.298	1.302	529	3.397

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ. Μητρώο Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΜΗΤΕ), Υπουργείο Τουρισμού

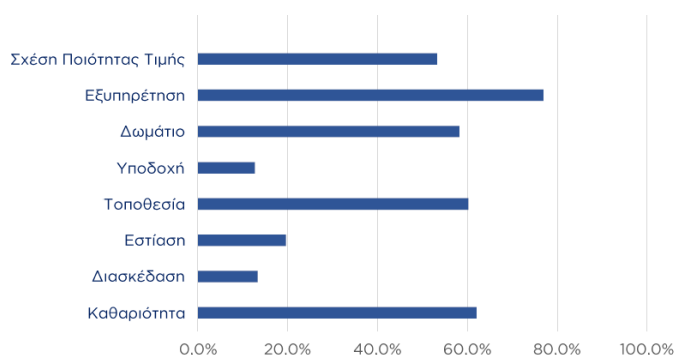
Επίσημοι φορείς του Υπουργείου Τουρισμού και του Τουριστικού Κλάδου, δεν περιλαμβάνουν τον Δήμο Αγρινίου, διακεκριμένα στις μελέτες τους. Αν και υπάρχουν πλάνα και μελέτες ανάπτυξης της Δυτικής Ελλάδας και του Νομού Αιτωλοακαρνανίας γενικότερα, δεν συναντάται πουθενά μελέτη για την τουριστική ανάπτυξη του Δήμου Αγρινίου (ΙΝΣΕΤΕ, 2017).

Γενικότερα η Δυτική Ελλάδα παρουσιάζει μηδαμινή τουριστική κίνηση σε σχέση με την υπόλοιπη χώρα, όμως συγκριτικά με τους Νομούς Ηλείας και Αχαΐας, ο Νομός Αιτωλοακαρνανίας, παρουσιάζει τη μικρότερη ανάπτυξη.



Διάγραμμα 8: Αφίξεις σε ξενοδοχεία της Δυτικής Ελλάδας ανά Περιφέρεια. Πηγή: ΣΕΤΕ

Χαρακτηριστικοί είναι και οι δείκτες ποιότητας των υπηρεσιών σύμφωνα από την ικανοποίηση των τουριστών κατά το έτος 2015.



Διάγραμμα 9: Δείκτες Ποιότητας ανά Υπηρεσία στην Περιφέρεια της Δυτικής Ελλάδας (2015)

Οι μηδαμινές υποδομές σε αξιόλογες παροχές στην εστίαση και τη διασκέδαση αποτυπώνονται σαφώς στη μελέτη.

Άλλα στοιχεία που αφορούν το νομό της Αιτωλοακαρνανίας και της Περιφέρειας της Δυτικής Ελλάδας, δεν σχετίζονται με το Δήμο Αγρινίου, ο οποίος παρουσιάζει μηδαμινή τουριστική κίνηση. Είναι μάλιστα, το σημείο του Νομού που έχει την μικρότερη τουριστική ανάπτυξη (ΣΕΤΕ, 2015). Ο Δήμος δεν περιλαμβάνεται στα σχέδια τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας ενώ άλλες περιοχές προβλέπονται για τουριστική αξιοποίηση. Κυρίως το ενδιαφέρον εστιάζεται στις παραθαλάσσιες περιοχές και το Μεσολόγγι, ενώ κυρίως οι μελέτες αναφέρονται στο Νομό Ηλείας και την Αρχαία Ολυμπία, που έχει ιδιαίτερη τουριστική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια (Πουλημένου, 2015).

Ωστόσο, αποτελεί κοινό συμπέρασμα όλων των μελετών των επίσημων κεντρικών φορέων του τουρισμού, ότι η περιοχή δεν έχει αξιοποιηθεί επαρκώς, ενώ παρουσιάζει έντονο ενδιαφέρον για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ο αποκλεισμός του Δήμου Αγρινίου από την εύκολη προσβασιμότητα, είναι ένας από τους σημαντικότερους λόγους που η περιοχή ουδέποτε μπήκε στο ‘χάρτη’ των τουριστικών προορισμών. Είναι μάλιστα χαρακτηριστικό, ότι μετά την ιδιωτικοποίηση των ελληνικών αεροδρομίων, η τουριστική κίνηση αυξήθηκε ταχύτητα στις περιοχές που διαθέτουν αεροδρόμια και εκτελούνται διεθνείς πτήσεις.



Χάρτης 4: Τα σημαντικότερα αεροδρόμια της Ελλάδας σε διεθνείς αφίξεις. Πηγή ΣΕΤΕ.

### 3. Ποιοτικές συνεντεύξεις

Εξαιτίας του περιορισμένου υλικού που βρέθηκε διαθέσιμο στο διαδίκτυο αλλά και σε βιβλιοθήκες, οργανώθηκαν συνεντεύξεις με τους αρμόδιους φορείς του Δήμου Αγρινίου, ώστε να εντοπισθούν οι λόγοι που η περιοχή παρουσιάζει υπανάπτυξη τουριστική, ενώ ουδέποτε διαφάνηκαν συντονισμένες προσπάθειες για την τουριστική της ανάπτυξη.

Από επιτόπιες επίσκεψης και από τηλεφωνικές συνεντεύξεις λήφθηκαν οι εξής πληροφορίες :

Ο Δήμος διαθέτει Γραφείο Τουρισμού και Γραφείο Τουρισμού, ενώ η Τριχωνίδα Α.Ε. αναπτύσσει σχέδια για την τουριστική αξιοποίηση του Δήμου.

Οι συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν και από τις οποίες αντλήθηκαν σημαντικά στοιχεία και έντυπο υλικό ήταν οι εξής:

- Τηλεφωνική επικοινωνία και παροχή υλικού μέσω email με την Προϊσταμένη του Τμήματος του Γραφείου Τουρισμού, κα Παναγιώτα Κατσιγιάννη,

- Τηλεφωνική επικοινωνία και παροχή υλικού μέσω email με την Προϊσταμένη του Τμήματος του Γραφείου Προγραμματισμού, κα Γεωργία Ροντήρη
- Συνέντευξη και ανταλλαγή απόψεων με τον κ. Ιπποκράτη Μπιρμπίλη, υπάλληλο της Τριγωνίδας Α.Ε.
- Τηλεφωνική επικοινωνία και παροχή υλικού μέσω email για τις περιοχές Natura 2000 του Δήμου, με τον κ. Γιάννη Σελιμά, συντονιστή του ΦΔ / ΛΜ – ΑΟ.

Από τις συνεντεύξεις και τα στοιχεία που λήφθησαν, διαφάνηκε σαφώς η έλλειψη ενός σαφούς και συντονισμένου σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης του Δήμου. Βασικό πρόβλημα ήταν και παραμένει η δυσκολία στην προσβασιμότητα, για την οποία δεν υπάρχει κανένας σχεδιασμός για το μέλλον. Μάλιστα από τον Απολογισμό των ολοκληρωμένων έργων, προκύπτει η μικρής κλίμακας ανάπλαση της πόλης, με περιορισμό και εστίαση των έργων στις καθημερινές ανάγκες του δήμου (Δήμος Αγρινίου, 2017).

Από τις πολλές μελέτες και σχέδια που αφορούσαν το τελευταίο διάστημα 2014 – 2020, δεν έχουν υλοποιηθεί έργα, σημαντικά για την ανατροπή του σημερινού τοπίου της Πόλης και γενικότερα του Δήμου. Ωστόσο, οι μελέτες και τα σχέδια ήταν πραγματικά αξιόλογα για την καθημερινότητα των πολιτών, αν και χωρίς συνοχή και στρατηγικό σχεδιασμό, όμως οπωσδήποτε χωρίς κατεύθυνση την τουριστική ανάπτυξη του τόπου.

Σε όλες τις μελέτες έλλειπε ο σχεδιασμός για την προσβασιμότητα και η παροχή κινήτρων για τη δημιουργία ξενοδοχειακών μονάδων, ικανών να προσελκύσουν τουριστικές ροές, ή να αξιοποιήσουν το φυσικό και πολιτισμικό πλούτο. Δηλαδή, δεν υπήρχε ένα συντονισμένο σχέδιο ώστε να μετατραπούν τα θέλγητρα σε τουριστικό προϊόν που ολοκληρωμένα μπορεί να προσελκύσει τουρίστες.

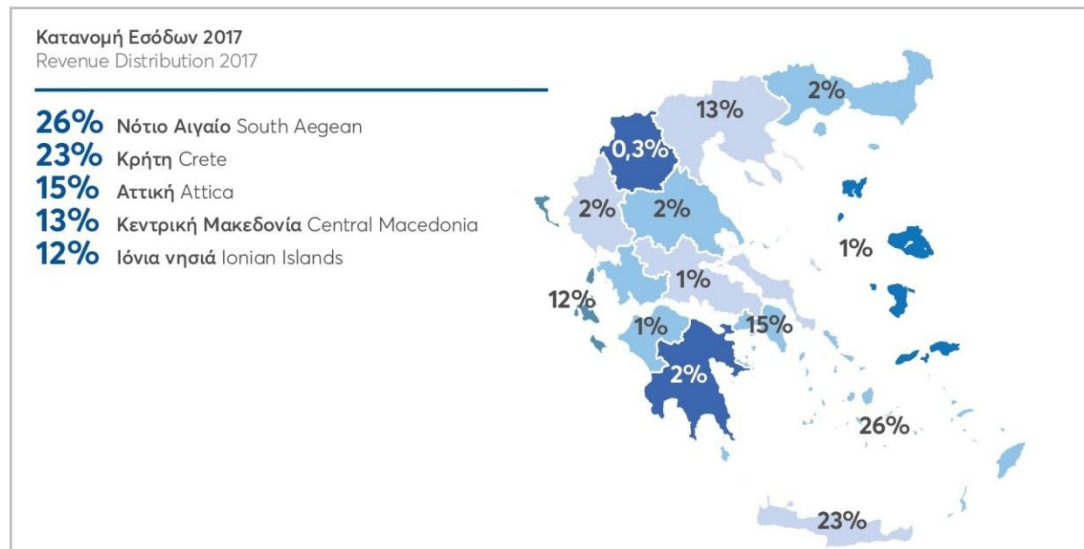
Ακόμη, σε πολλές μελέτες της Περιφέρειας, φαίνεται ότι δεν εντάσσεται στα σχέδια τουριστικής ανάπτυξης ο Δήμος Αγρινίου, ενώ αναφορές γίνονται σαφώς και με λεπτομερή στοιχεία, για το Θέρμο και το Μεσολόγγι.

Το Υλικό που μελετήθηκε και παρασχέθηκε από τους παραπάνω ερωτώμενους ήταν:

- 1) Νέα Έργα Δήμου Αγρινίου, Τεχνικό Πρόγραμμα έτους 2020

- 2) Αξιολόγηση, Αναθεώρηση και Εξειδίκευση του Περιφερειακού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος, Φάση Β' – Στάδιο Β1, Φεβρουάριο 2014. Τεύχος Ι και ΙΙ.
- 3) Περιοχές Natura 2000, Δήμου Αργινίου.
- 4) Στρατηγική Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης Δήμου Αργινίου, Νέα Έκδοση, 2017.

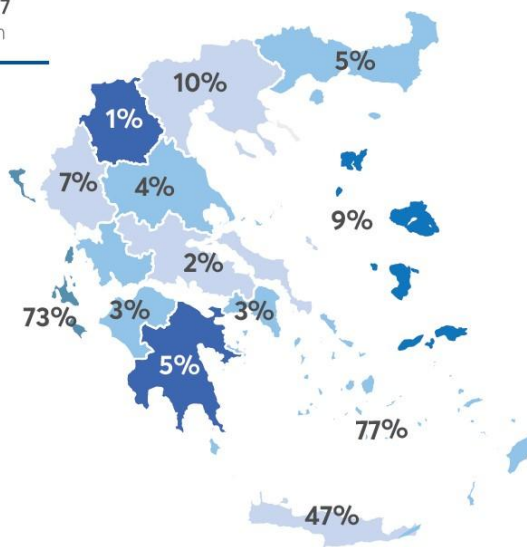
**Συμβολή στην Περιφερειακή Ανάπτυξη**  
Contribution to Regional Development



Χάρτης 5: Μηδενική συμμετοχή του Τουρισμού στην ανάπτυξη του Νομού Αιτωλοακαρνανίας

Πρόσφατες μελέτες αποδεικνύουν μάλιστα, ότι ο Νομός Αιτωλοακαρνανίας, είναι πραγματικά ο λιγότερο ανεπτυγμένος τουριστικά στην Ελλάδα. Αποτέλεσμα της μειωμένης δραστηριότητας στον τουρισμό, είναι και η μηδαμινή συμμετοχή των τουριστικών εσόδων στην ανάπτυξή του.

**77%** Νότιο Αιγαίο South Aegean  
**73%** Ιόνια νησιά Ionian Islands  
**47%** Κρήτη Crete



Χάρτης 6: Μηδενική η συμβολή του Τουρισμού στο ΑΕΠ του Νομού Αιτωλοακαρνανίας

#### 4. Εμπειρική ανάλυση του Μακροοικονομικού Περιβάλλοντος

Στις αρχές της δεκαετίας της νέας χιλιετηρίδας, η Ελλάδα κινούνταν γύρω από τους ρυθμούς της Ολυμπιάδας 2004 που είχε αναλάβει. Αν και ουδέποτε πραγματοποιήθηκε απολογισμός των επιπτώσεων στην ελληνική οικονομία, είναι προφανές ότι οφελήθηκαν μόνο οι μητροπόλεις και κυρίως η Αθήνα. Οι υπόλοιπες περιοχές της χώρας έλαβαν δευτερευόντως ωφέλειες και ίσως όχι όλες. Από το 2007 που αποτέλεσε το έτος έναρξης της χρηματοοικονομικής κρίσης και της βαθιάς ύφεσης στην οποία εισήλθε αμετάκλητα η χώρα, ουδέποτε επιδοτήθηκαν σε υποδομές με αξιόλογους οικονομικούς πόρους, οι περιφέρειες που παρουσίαζαν σημαντική υπανάπτυξη, όπως είναι και η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας (Πολύζος, 2020).

Η ύφεση στην οικονομία συνοδεύτηκε από πολιτική αστάθεια, κοινωνική υποβάθμιση, αποχώρηση του επιστημονικού προσωπικού από τη χώρα και έλλειψη απαραίτητων πόρων για τη διεξαγωγή αναβαθμίσεων στις υποδομές. Επίσης, εξαιτίας των διαρθρωτικών προβλημάτων και της έντονης γραφειοκρατίας, ουδέποτε κατάφερε να προσελκύσει η χώρα αξιόλογες επιχειρήσεις, ενώ αντίθετα, τεράστιος αριθμός ελλήνων επιχειρηματιών μετακινήθηκαν σε κοντινούς φορολογικούς παραδείσους.



## 5. Σύνοψη αποτελεσμάτων έρευνας

---

Από την έρευνα που διενεργήθηκε, διαφάνηκε σαφώς ότι η περιοχή αν και παρουσιάζει έντονο τουριστικό ενδιαφέρον στον εναλλακτικό τουρισμό, σε μορφές που έχουν σχέση με τον πολιτισμό, τον οικοτουρισμό, τον αγροτουρισμό και τις αθλητικές δραστηριότητες στην ύπαιθρο, εντούτοις ουδέποτε συντονίστηκαν προσπάθειες προς την κατεύθυνση δημιουργίας ενός τουριστικού προϊόντος προορισμού.

Αν και τα φυσικά και πολιτισμικά στοιχεία του περιβάλλοντος είναι ιδιαίτερα και με μεγάλο τουριστικό ενδιαφέρον δεν έχουν ακόμη υλοποιηθεί και αναπτυχθεί τουριστικές δραστηριότητες προς αξιοποίησή τους. Αντιθέτως η αξιοποίηση των πόρων είναι περιορισμένη και δεν έχουν ουσιαστικά μετατραπεί τα στοιχεία της φύσης και οι ανωδομές, σε τουριστικούς πόρους και τουριστικά προϊόντα, ικανά να αποφέρουν οικονομικό και κοινωνικό όφελος στην περιοχή.

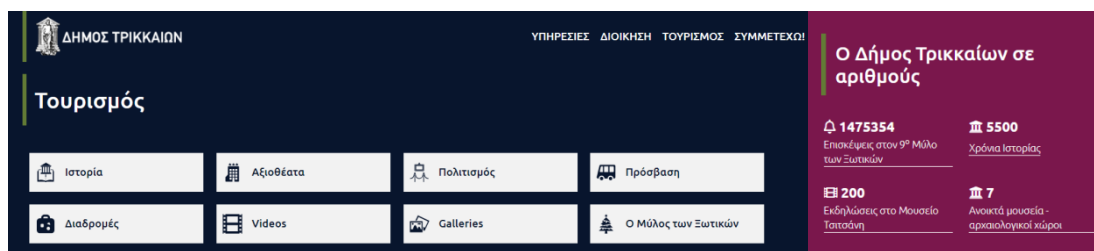


Εικόνα 8: Αεροφωτογραφία της Πόλης του Αργινίου

Οι σχεδιασμοί και κυρίως η υλοποίησή τους για τουριστικές υποδομές, σημαντικές ακόμη και για την ευημερία της τοπικής κοινωνίας, καθιστούν με τρόπο που δεν δίνουν περιθώρια στους ιδιώτες να αναπτύξουν ενδιαφέρον για τη δημιουργία

τουριστικών επιχειρήσεων, οι οποίες θα επιδοτήσουν την περιοχή και θα προσφέρουν κρατικά έσοδα και φόρους (Ρουβάς κ.ά., χ.χ.),

Πραγματοποιώντας συγκρίσεις με αντίστοιχους νομούς και πόλεις, η μελέτη εντόπισε ότι παρόμοια περίπτωση αποτελεί ο Δήμος των Τρικάλων. Τα Τρίκαλα είναι μία πόλη ορεινή στην καρδιά της Ελλάδας, που παρουσιάζει περιφερειακή υπανάπτυξη, όμως μέσα από μία σειρά συντονισμένων έργων και προσπαθειών των Δημοτικών Αρχών, έχει αναπτύξει σημαντικά το τουριστικό προϊόν και την προσέλκυση τουριστών. Η περίοδος που χρειάστηκε η πόλη των Τρικάλων να παρουσιάσει σημαντική τουριστική ανάπτυξη, ήταν περίπου δύο δεκαετίες. Σήμερα έχει καθιερώσει μία σειρά εκδηλώσεων με τουριστικό ενδιαφέρον κυρίως την περίοδο των Χριστουγέννων, ενώ έχουν δημιουργηθεί τουριστικές αναδομές αξιόλογες και σε βαθμό που μπορούν να προσελκύσουν τουρίστες όλη τη διάρκεια του έτους. Ο Δήμος Τρικάλων προωθεί συστηματικά την περιοχή ως τουριστικό προορισμό, έχει οργανώσει προς τούτο σχετικές υπηρεσίες και στον επίσημο ιστότοπο παρουσιάζονται σε ειδική κατηγορία θέματα που αφορούν τον τουρισμό (Δήμος Τρικκαίων, Τουρισμός).



Εικόνα 9: Δήμος Τρικκαίων και Τουριστική προβολή στο επίσημο site

Ο Δήμος Αγρινίου πρέπει να επιδιώξει με σταθερή στόχευση, τη δημιουργία υποδομών και την αισθητική βελτίωση της πόλης, ώστε σταδιακά να προσελκύσει επενδυτές ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και τελικά να επιτύχει μέσα από μία συντονισμένη προσπάθεια προώθησης και προβολής, ένα σημαντικό τουριστικό όφελος.



## Συζήτηση και Προτάσεις για ορθή στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης

Μέσα από τις σελίδες που προηγήθηκαν αποδείχθηκε ότι στα προηγούμενα έτη δεν αναπτύχθηκαν στο Δήμο Αγρινίου δημόσιες πολιτικές πολιτισμού, με σκοπό την αύξηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.



Χάρτης 7: Όρια Δήμου Αγρινίου

Συχνά αναφέρεται στην κριτική που ασκεί η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στη χώρα μας, ότι στην Ελλάδα κυριαρχεί η ‘χαμηλού επιπέδου διακυβέρνηση’ κυρίως στην Τοπική

Αυτοδιοίκηση, η ‘κακοδιοίκηση’ και η ‘κακοδιαχείριση’. Συγκρίνοντας άλλες περιοχές της χώρας, οι οποίες κατάφεραν εν μέσω της παρατεταμένης οικονομικής κρίσης να αναπτυχθούν τουριστικά, καθίσταται σαφές ότι η Τοπική Αυτοδιοίκηση είναι κατά βάση υπεύθυνη για την υπανάπτυξη της περιοχής. Προφανώς η περιοχή δεν ελλείπεται σε τουριστικά θέλητρα, όμως ουδέποτε αυτά μετατράπηκαν σε τουριστικούς πόρους. Καμία αξιόλογη προσπάθεια δεν έχει γίνει ώστε να αναπλασθεί η πόλη του Αγρινίου, να δημιουργηθούν χώροι αθλητισμού, να επιδοτηθούν και να προβληθούν οι περιοχές που παρουσιάζουν έντονο ενδιαφέρον στον αγροτουρισμό, τον οικοτουρισμό, τον ιαματικό τουρισμό και κυρίως τον αθλητικό τουρισμό με δραστηριότητες στην ύπαιθρο.

### Πολιτισμική ανάδειξη

Τα ερείπια της πρώτης Ακαρνανικής πρωτεύουσας βρίσκονται στη δυτική όχθη του Αχελώου ποταμού και περιλαμβάνουν σήμερα το ναό του Στρατίου Διός, την Αγορά και το Θέατρο της Αρχαίας Στράτου. Ο χώρος δεν είναι περιφραγμένος με αποτέλεσμα να μην είναι ένας τουριστικός πόρος με δυνατότητα αξιοποίησης. Ο Δήμος σε συνεργασία με τους αντίστοιχους κρατικούς φορείς, πρέπει να υλοποιήσει ένα πρόγραμμα συντήρησης και περιφράξης του χώρου, ώστε να αναδειχθεί ως αρχαιολογικός επισκέψιμος χώρος, με επίβλεψη και τις απαραίτητες συντηρήσεις. Περαιτέρω θα μπορούσε το αρχαίο θέατρο να επισκευασθεί και να λειτουργήσει για πολιτισμικές εκδηλώσεις, όπως άλλωστε λειτουργούν σήμερα και άλλα αρχαία θέατρα στην Ελλάδα. Η διενέργεια πολιτισμικών εκδηλώσεων είναι ένας από τους λόγους που προσελκύονται τουρίστες. Ο Δήμος έχει αναπτύξει ορισμένες δραστηριότητες πολιτισμού, όπως η εκδήλωση Χαλκούνια, Έλαια, Λαχανόκηπος και Χριστούγεννα στο Αγρίνιο. Ωστόσο δεν έχει επιτύχει να συγκεντρώνει το ενδιαφέρον έστω και ενός ορισμένου κοινού με αξιόλογο αριθμό συμμετεχόντων (Δήμος Αγρινίου, Τοπικές Δραστηριότητες). Προφανώς σε αυτό συντελεί η έλλειψη τουριστικών επιχειρήσεων ξενοδοχείων και επισιτισμού.

### Αγροτουρισμός

Είναι σίγουρα το δυνατό σημείο του Δήμου, αφού η περιοχή προστατεύεται από το δίκτυο Natura 2000. Η προστασία της περιοχής δεν σημαίνει ότι δεν μπορεί παράλληλα να αναπτύσσει δράσεις ήπιας εκμετάλλευσης και με σεβασμό στα είδη που φιλοξενούνται, δηλαδή στη γλωρίδα και πανίδα. Οι δύο λίμνες που άπτονται με τα σύνορα του Δήμου, Λυσιμαχία και Τριχωνίδα, πρέπει να προβληθούν και να



αναπτυχθούν αγροτουριστικά. Αυτό βεβαίως σημαίνει ότι ο Δήμος θα δώσει κίνητρα ή θα δημιουργήσει ο ίδιος ανωδομές, με σκοπό τη μετατροπή του φυσικού πόρου, σε τουριστικό πόρο.

### Οικοτουρισμός

Οι δραστηριότητες στη φύση ενδείκνυνται στην περιοχή, καθώς και η παρατήρηση σπάνιων ειδών πτηνών. Λίγο πιο πέρα, στην περιοχή της λιμνοθάλασσας του Μεσολογγίου, αναπτύσσεται και προβάλλεται ο οικοτουρισμός, κάτι που θα ευνοούσε μία παράλληλη δράση στην περιοχή της Τριχωνίδας. Η λίμνη φιλοξενεί πάνω από 200 είδη πουλιών και σπάνια είδη ψαριών. Παραλίμνια αλλά και στην πόλη του Αγρινίου, θα μπορούσαν να αναπτυχθούν τουριστικές επιχειρήσεις, με σκοπό την προσέλκυση τουριστών με ενδιαφέρον για τον οικοτουρισμό και το bird watching. Και άλλοι οικισμοί μπορούν να αναπτυχθούν και προβληθούν άμεσα για την τουριστική ανάδειξη της περιοχής.



Εικόνα 10: Η Λίμνη Κρεμαστών στα βόρεια όρια του Δήμου Αγρινίου

Θα μπορούσαν μάλιστα να δημιουργηθούν ‘διαδρομές περιήγησης’ των τουριστών που θέλουν να γνωρίσουν τον πολιτισμό και την ομορφιά της φύσης. Δηλαδή να σηματοδοτηθεί μία διαδρομή στις λίμνες και τα βουνά που περιστοιχίζουν το Δήμο, μεταξύ αυτών και της λίμνης Κρεμαστών, τις πλαγιές του Παναϊτωλικού όρους και της λίμνης Καστρακίου.

## Αθλητικός τουρισμός

Ο αθλητικός τουρισμός που θα μπορούσε άμεσα να αναπτυχθεί στο Δήμο είναι οι δραστηριότητες στη φύση. Βεβαίως θα μπορούσε να αναπτύξει σχετικές δραστηριότητες ως εθνικά ή διεθνή event, με σκοπό την προσέλκυση αθλητών και των συνοδών τους. Υπάρχει μάλιστα μία τέτοια εκδήλωση ημιμαραθωνοδρόμων, η οποία όμως έχει μικρή απήχηση και ελάχιστες συμμετοχές. Ο Δήμος Αγρινίου, θα μπορούσε άμεσα να αναπτύξει τον αθλητικό τουρισμό πεζοπορίας στις μαγευτικές διαδρομές μέσα από το καταπράσινο δάσος του Αράκυνθου και Βαράσοβα, επίσης προστατευόμενες περιοχές Natura 2000. Μάλιστα οι διαδρομές έχουν βαθμό δυσκολίας ήπιο ή μέτριο, με δυνατότητα να λάβουν μέρος όλοι οι τουρίστες, που δεν έχουν προβλήματα υγείας. Μάλιστα στην περιοχή Διασελάκι βρίσκεται το ωραιότερο ίσως ορειβατικό καταφύγιο της Ελλάδας με δυνατότητα να φιλοξενήσει έως 50 άτομα.



Εικόνα 11: Καταφύγιο Διασελάκι

Επίσης μπορεί να αναπτυχθεί άμεσα το hiking στη Λίμνη της Τριχωνίδας, αφού υφίστανται ήδη οργανωμένες και σηματοδοτημένες διαδρομές πεζοπορίας. Αν και υπάρχουν σύλλογοι και ιδιώτες που ασχολούνται σήμερα με την ορειβασία, τα αλεξίπτωτα πλαγιάς, την πεζοπορία και αναρρίχηση, την ποδηλασία στη φύση και άλλες ήπιες μορφές αθλητισμού, δεν σημαίνει ότι έχουν οργανωθεί με τρόπο που να αποτελούν τουριστικό πόρο. Είναι απλά διαθέσιμα για τους επισκέπτες που

αναζητούν μία μοναδική εμπειρία στη φύση. Δεν είναι οικονομικά και τουριστικά αξιοποιημένα, οπότε δεν αποτελούν σήμερα πηγή τουριστικών εισοδημάτων.

Σπουδαία εμπειρία είναι και το rafting στον ποταμό Αχελώο, ο οποίος επίσης δεν έχει αξιοποιηθεί τουριστικά, ενώ θα μπορούσε να οργανωθεί κατάβαση με κανό και καγιάκ για τους λάτρεις των ποταμών.

Η τουριστική αξιοποίηση ενός τόπου επιβάλλει την αντίστοιχη προβολή. Είναι απαραίτητη μία ολοκληρωμένη επικοινωνία marketing και τουριστική διαφήμιση, ώστε να προσελκύσει η περιοχή επισκέπτες. Αν και είναι δύσκολο στην προκειμένη περίπτωση να αποδώσουν οι επισκέπτες σημαντικά οφέλη στο Δήμο, καθώς δεν υπάρχουν αντίστοιχες ξενοδοχειακές υποδομές ώστε να διαμείνουν και να ξοδέψουν κάποιο εισόδημα ανά ημέρα διαμονής, είναι μια καλή αρχή, να υπάρξουν τουριστικές ροές μέσα από μία οργανωμένη τουριστική διαφήμιση, έστω και ως ημερήσιοι επισκέπτες. Εάν επιτευχθεί η προσέλκυση σημαντικού αριθμού επισκεπτών που δεν διανυκτερεύουν, θα προκύψει σύντομα το επιχειρηματικό ενδιαφέρον για τη δημιουργία ξενοδοχειακών μονάδων (Kotleretal, 2017).

## Προτάσεις για περαιτέρω μελέτη

---

Η μελέτη εστίασε κυρίως στα πεπραγμένα της προηγούμενης 20ετίας στο Δήμο Αγρινίου και διενήργησε συγκρίσεις με άλλες περιοχές της Ελλάδας. Αν και ο τουρισμός είναι το βασικό προϊόν που 'εξάγει' η χώρα και το οποίο συνέχισε να αναπτύσσεται την τελευταία 10ετία της παρατεταμένης οικονομικής ύφεσης, η περιοχή του Δήμου Αγρινίου, δεν έλαβε μέρος σε αυτή την αναπτυξιακή πορεία. Αντιθέτως είναι ίσως από τις μοναδικές περιφέρειες που παρουσιάζει μηδαμινή τουριστική ανάπτυξη.

Επειδή, υπάρχουν σχέδια τα οποία πιθανώς να υλοποιηθούν μέσα στο επόμενο διάστημα, σχετικά με επενδύσεις σε τουριστικές υποδομές και ιδιωτικές επιχειρήσεις, εάν αυτό συμβεί, θα μπορούσε να επαναληφθεί η μελέτη με σκοπό να συγκρίνει και ποσοτικά δεδομένα. Στην παρούσα μελέτη, εξαιτίας της έλλειψης ποσοτικών στοιχείων, δεν υπήρχε η δυνατότητα ποσοτικής έρευνας.

## Βιβλιογραφία

---

- Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (2000). *The tourist-historic city*. London: Routledge.
- Bramwell, B. (2002). Mass tourism, diversification and sustainability in Southern Europe's coastal regions. In B. Bramwell (Ed), *Coastal mass tourism: diversification and sustainable development in Southern Europe*, pp. 1-31, Clevedon: Channel View Publications.
- Brokaj, R. (2014). Local government's role in the sustainable tourism development of a destination.
- Butler, R. (2010). Sustainability or stagnation? Limits, control, and the life cycle in tourist destinations, In E. Wickens & M. Soteteriades (Eds.), *Sustainable tourism Issues, debates and challenges*.
- Chen, C. F., & Chen, P. C. (2010). Resident attitudes toward heritage tourism development. *Tourism Geographies*, 12(4), 525–545.
- Chen, Y., Song, Y., Bowker, S., & Hamilton, A. (2012). The suregen workbench: A web-based collaborative regeneration tool. *International Journal of E-Planning Research*, 1(2), 44–64.
- Dinica, V. (2009). Governance for sustainable tourism: A comparison of international and Dutch visions, *Journal of Sustainable Tourism*, 17 (5), pp. 583-603.
- Dodds, R., & Butler, R. (Eds.). (2019). *Overtourism: Issues, realities and solutions*. Berlin: de Gruyter.
- Dredge, D. (2001). Local government planning and policy making in New South Wales: Institutional development and historical legacies, *Current Issues in Tourism*, 4 (2-4), pp. 355-380.
- Hall, C.M. (2007). *Tourism planning: Policies, processes and relationships* (2nd ed.), Harlow: Prentice Hall.
- Ηγουμενάκης Ν. & Ηγουμενάκης Γ, (2004), *Τουριστικό Μάρκετινγκ. Γενικές Αρχές*, Εκδόσεις Interbook, Αθήνα.

- Ίσαρη – Πουρκός, (2015), Ποιοτική Μεθοδολογία Έρευνας, Εκδόσεις Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα, Αθήνα.
- Johnson, L. (2009). *Cultural capitals: Revaluating the arts, remaking urban spaces*. London: Routledge.
- Καλογήρου, (2015), Μεθοδολογία μελέτης περίπτωσης (casestudy) για την ανάλυση μιας επιχείρησης, Εκδόσεις Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα, Αθήνα.
- Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, (2011), *Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές τουρισμού*, εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- Kotler et al, (2017), *Marketing for Hospitality and Tourism*, Εκδόσεις Pearson.
- Lui, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique, *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (6), pp. 459-475.
- Middletonetal, (2009), *Marketing in Travel and Tourism*, 7<sup>th</sup> edition, Εκδόσεις Butterworth – Heinemann.
- Milano, C., Cheer, J. M., & Novelli, M. (Eds.). (2019). *Overtourism: Excesses, discontents and measures intravel and tourism*. Wallingford: CABI.
- Orbaşlı, A. (2000). *Tourists in historic towns: Urban conservation and heritage management*. London: E& FN Spon.
- Pendlebury, J. (2002). Conservation and regeneration: Complementary or conflicting processes? The case of Grainger Town, Newcastle upon Tyne. *Planning Practice and Research*, 17(2), 145–158.
- Pendlebury, J., & Porfyriou, H. (2017). Heritage, urban regeneration and place-making. *Journal of Urban Design*, 22(4), 429–432.
- Pérez Guilarte, Y., & González, R. C. L. (2018). Sustainability and visitor management in tourist historic cities: The case of Santiago de Compostela, Spain. *Journal of Heritage Tourism*, 13(6), 489–505.
- Πολύζος, (2019), *Περιφερειακή Ανάπτυξη*, 2<sup>η</sup> έκδοση, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction*. Bristol: ChannelView Publications.



- Τσάρτας & Σαραντάκου, (2015), Διοίκηση Επιχειρήσεων Εναλλακτικού Τουρισμού, Σημειώσεις Μαθήματος, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Μεταπτυχιακό στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Αθήνα.
- Uysal, ÜE, & Özden, P. (2012). Cultural tourism as a tool of urban regeneration in Istanbul. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 167, 389–400.
- Weaver, D.B. (2006). *Sustainable tourism: Theory and Practice*, Elsevier Butterworth: Heinemann.
- Χαλκιάς κ.ά., (2015), Μεθοδολογία Έρευνας και εισαγωγή στη στατιστική ανάλυση δεδομένων με το IBMSPSSSTATISTICS, Εκδόσεις Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα, Αθήνα.
- Yang, X. (2017). Industrial heritage tourism development and city image reconstruction in Chinese traditional industrial cities: A web content analysis. *Journal of Heritage Tourism*, 12(3), 267–280.
- Yukdsel, F., Bramwell, B., Yuksel, A. (2005). Centralized and decentralized tourism governance in Turkey, *Annals of Tourism Research*, 32 (4), pp. 859-878.

### Πηγές Διαδικτύου και Έντυπες

---

- Eurostat, (2020), Στατιστικές Τουρισμού, ανακτήθηκε την 2020.12.18, από [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics/el](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics/el)
- INSETE – Ινστιτούτο ΣΕΤΕ, (2017), Η χωρική οργάνωση και ανάπτυξη του τουρισμού μέσα από την ανάλυση και αξιολόγηση των υπό διαδικασία θεσμοθέτησης νέων Περιφερειών Χωροταξικών Πλαισίων.
- Thessaloniki Tourism Organization, (2020), Thessaloniki, many stories, one heart, ανακτήθηκε την 2020.12.19 από <https://thessaloniki.travel/el/>
- UNWTO, (2015), Agenda 2030, ανακτήθηκε την 2020.12.18 από <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda>

Δήμος Αγρινίου, (2017), Στρατηγική Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης Δήμου Αγρινίου, Νέα Έκδοση, Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Δυτική Ελλάδα» 2014 – 2020, Αγρίνιο.

Δήμος Τρικκαίων, (2021), Τουρισμός, επίσημος ιστότοπος του Δήμου Τρικκαίων, ανακτήθηκε την 14.02.2021 από <https://trikalacity.gr/>

ΕΛ.ΣΤΑΤ., (2015), Μητρώο Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΜΗΤΕ), Υπουργείο Τουρισμού, διαθέσιμο στο <http://www.eot.gr/el/ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ>, ανακτήθηκε την 12.02.2021.

ΕΛ.ΣΤΑΤ., (2016), Δελτίο Τύπου: Αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό, Ιανουαρίου – Δεκεμβρίου 2015, διαθέσιμο στο [http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files\\_basic\\_pages/ELSTAT2015.pdf](http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/ELSTAT2015.pdf), ανακτήθηκε την 12.02.2021.

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, (2015), Ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 29<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 2015 σχετικά με νέες προκλήσεις και ιδέες για την προώθηση του τουρισμού στην Ευρώπη, ανακτήθηκε την 2020.12.18 από [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2015-0391\\_EL.html?redirect](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2015-0391_EL.html?redirect)

Πουλημένου, (2015), Μελέτη – Εμπειρογνωμοσύνη: Πρωτοβουλίες Ανάπτυξης του τουριστικού κλάδου και αντιμετώπιση του φαινομένου της εποχικότητας του τουρισμού σε επιλεγμένες περιφέρειες, Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας και Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.

Ρουβάς κ.ά., (χ.χ.), Κατάρτιση Στρατηγικού και Επιχειρησιακού Σχεδίου για την Ανάπτυξη του Τουρισμού στο Δήμο Αγρινίου με τη διαδικασία της Διαβούλευσης (BottomUp), ΤΟΠΟΣ Σύμβουλοι Ανάπτυξης Α.Ε., Κέρκυρα.

ΣΕΤΕ, (2015), Μάρκετινγκ Τουριστικού Προϊόντος & Ανταγωνιστικής Ταυτότητας Δυτικής Ελλάδας, Προσχέδιο Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας.

ΣΕΤΕ, (2016), Απολογισμός 2017.

Παράρτημα: Ν.4582/2018 | Μέρος Α

# ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

## ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

11 Δεκεμβρίου 2018

ΤΕΥΧΟΣ ΠΡΩΤΟ

Αρ. Φύλλου 208

### **ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ. 4582**

**Θεματικός τουρισμός – Ειδικές μορφές τουρισμού – Ρυθμίσεις για τον εκσυγχρονισμό του θεσμικού πλαισίου στον τομέα του τουρισμού και της τουριστικής εκπαίδευσης – Στήριξη τουριστικής επιχειρηματικότητας και άλλες διατάξεις.**

**Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ  
ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ**

Εκδίδομε τον ακόλουθο νόμο που ψήφισε η Βουλή:

**ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ  
ΘΕΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ  
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α΄  
ΣΚΟΠΟΣ – ΟΡΙΣΜΟΙ – ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ**

**Άρθρο 1  
Σκοπός – στόχοι**

Σκοπός των διατάξεων του παρόντος Μέρους είναι η ανάπτυξη, οργάνωση και εποπτεία δραστηριοτήτων αναψυχής και επιχειρηματικότητας και η διαμόρφωση πλαισίου κανόνων ασφαλείας που αφορούν το θεματικό τουρισμό - ειδικές μορφές τουρισμού, ούτως ώστε να επιτυγχάνεται η ικανοποίηση των επισκεπτών-τουριστών μέσω των αυθεντικών βιωματικών εμπειριών θεματικού τουρισμού, η αύξηση της ελκυστικότητας και ανταγωνιστικότητας του εγχώριου τουριστικού προϊόντος, η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, η δημιουργία θέσεων απασχόλησης, η στήριξη των περιφερειακών και τοπικών οικονομιών και κοινωνιών, με στόχο την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη.

**Άρθρο 2  
Βασικές αρχές**

Για τους σκοπούς του παρόντος ισχύουν τα εξής:

1. Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη είναι η βιώσιμη, ισόρροπη, κοινωνική, πολιτιστική και οικονομική ανάπτυξη, η οποία, με σεβασμό στο περιβάλλον, ενισχύει την επιχειρηματικότητα, τονώνει την απασχόληση, δημιουργώντας ευκαιρίες για τους νέους, τους κοινωνικά αδύναμους και μακροχρόνια ανέργους, συμβάλλει στην ευημερία των πολιτών, αναδεικνύει τους τουριστικούς

προορισμούς με βάση τα συγκριτικά πλεονεκτήματα και την πολιτισμική ταυτότητα της κάθε περιοχής, ωφελεί και ωφελείται από την αλληλέγγυα οικονομία.

2. Προσβάσιμος τουρισμός είναι ο τουρισμός που οργανώνεται κατά τρόπο ώστε οι επισκέπτες - τουρίστες ανεξαρτήτως ηλικίας, στους οποίους συμπεριλαμβάνονται και άτομα με ειδικές ανάγκες, να μπορούν να προσεγγίσουν και να χρησιμοποιούν τις υποδομές, τις υπηρεσίες και τα αγαθά που διατίθενται στον τουριστικό προορισμό που επισκέπτονται, αυτόνομα, με ασφάλεια και άνεση.

3. Φέρουσα ικανότητα τουρισμού είναι ο μέγιστος δυνατός αριθμός τουριστών-επισκεπτών που μπορεί να φιλοξενήσει ένας τουριστικός προορισμός με τις εκάστοτε υφιστάμενες τουριστικές εγκαταστάσεις και υποδομές του, χωρίς να προκαλείται καταστροφή του φυσικού ή δομημένου περιβάλλοντος και υποβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών, διασφαλίζοντας ταυτόχρονα την ικανοποίηση της τοπικής κοινωνίας και των επισκεπτών - τουριστών.

4. Η αρχή της ασφάλειας στον τουρισμό είναι η αρχή που επιβάλλει στους επισκέπτες - τουρίστες την τήρηση των κανόνων ασφαλείας, τη μέριμνα για τη σύναψη επαρκούς ασφαλιστικής κάλυψής τους, την ασφαλή χρήση του εξοπλισμού και την ορθή συμπεριφορά κατά την άσκηση τουριστικής δραστηριότητας αναψυχής και στις επιχειρήσεις που παρέχουν τουριστικές υπηρεσίες, την τήρηση των κανόνων ασφαλείας που προβλέπονται για τις υποδομές, τον εξοπλισμό και τον περιβάλλοντα χώρο, ώστε να αποφεύγονται ατυχήματα των επισκεπτών - τουριστών σε βάρος της σωματικής τους υγείας.

5. Η αρχή της ποιότητας και του υψηλού επιπέδου υποδομών και υπηρεσιών επιβάλλει την εποπτεία και τον έλεγχο των επιχειρήσεων που παρέχουν τουριστικές υπηρεσίες, με σκοπό τη διατήρηση προτύπων υψηλού επιπέδου στο προϊόν ή στην υπηρεσία και τη συμφωνία, εφόσον κρίνεται αναγκαίο, προς διεθνείς ή ευρωπαϊκές προδιαγραφές.

6. Η αρχή της συνεργασίας των οικονομικών δραστηριοτήτων έχει ως βασικά εννοιολογικά στοιχεία το συνδυασμό προϊόντων και υπηρεσιών διαφορετικών τομέων της οικονομίας, όπως η αγροδιατροφή και η μεταποίηση, και τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας με στόχο την οικονομική ανάπτυξη και τη στήριξη της απασχόλησης

σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο και την ένταξη των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών στην ευρύτερη τουριστική αλυσίδα.

### **Άρθρο 3** **Ορισμός θεματικού τουρισμού**

Για την εφαρμογή του παρόντος Μέρους ως θεματικός τουρισμός νοούνται οι ειδικές μορφές τουρισμού αιεφόρου τουριστικής ανάπτυξης, που προσελκύουν επισκέπτες-τουρίστες, με ειδικά ενδιαφέροντα οι οποίοι θέλουν να βιώσουν αυθεντικές εμπειρίες και, με σεβασμό στο περιβάλλον, ενθαρρύνουν την αλληλεπίδραση των επισκεπτών-τουριστών με το φυσικό περιβάλλον, τον ανθρώπινο παράγοντα, τις περιφέρειες και τους δήμους, προωθούν την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη στις τοπικές κοινωνίες και αναδεικνύουν τα ιδιαίτερα πολιτισμικά στοιχεία του κάθε τόπου.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β'** **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ - ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ** **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

### **Άρθρο 4** **Τουρισμός υπαίθρου**

1. Τουρισμός υπαίθρου είναι η κάθε ειδική μορφή τουρισμού που παρέχει διακοπές αυθεντικών εμπειριών στους επισκέπτες - τουρίστες οι οποίοι έρχονται σε επαφή με τη φύση και τις δραστηριότητες στην υπαίθρο, καθώς και με σύγχρονες επιχειρηματικές δραστηριότητες αναψυχής, οι οποίες αναπτύσσονται με σεβασμό στο περιβάλλον και στα ιδιαίτερα πολιτισμικά στοιχεία του κάθε τόπου και συμβάλλουν στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης και στην οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών.

2. Με βάση τις επιμέρους οργανωμένες δραστηριότητες αναψυχής που αναπτύσσονται, ο τουρισμός υπαίθρου διακρίνεται σε αγροτουρισμό, οινοτουρισμό, οικοτουρισμό - πράσινο τουρισμό, περιηγητικές διαδρομές - πεζοπορία, γεωτουρισμό και αλιευτικό τουρισμό.

3. Αγροτουρισμός είναι η ειδική μορφή τουρισμού υπαίθρου, η οποία αφορά την παροχή υπηρεσιών υποδοχής και φιλοξενίας ή και εστίασης σε χώρους λειτουργικά ενοποιημένους με αγροτικές εκμεταλλεύσεις, οι οποίες προσφέρονται συνδυαστικά με δραστηριότητες που σχετίζονται με την αγροτική παραγωγή, όπως και με την προστασία και ανάδειξη του φυσικού και ανθρωπογενούς αγροτικού τοπίου. Η δραστηριότητα του αγροτουρισμού συνδυάζεται υποχρεωτικά με την παραγωγή αγροτικών προϊόντων κατά την έννοια του άρθρου 2 περίπτωση ζ' του ν. 3874/2010.

4. Οινοτουρισμός είναι η ειδική μορφή τουρισμού η οποία αφορά την παροχή υπηρεσιών υποδοχής, ξενάγησης, φιλοξενίας και εστίασης σε χώρους λειτουργικά ενοποιημένους με οινοποιητικές ή και οινοπαραγωγικές εγκαταστάσεις (αμπελώνες). Οι υπηρεσίες αυτές προσφέρονται συνδυαστικά με δραστηριότητες σχετικές με την αμπελοκαλλιέργεια και την οινική παραγωγή.

5. Οικοτουρισμός - πράσινο τουρισμός είναι η ειδικότερη μορφή τουρισμού υπαίθρου, η οποία συνδέεται με διάφορες μορφές τουριστικής δραστηριότητας στη

φύση και αναπτύσσεται σε περιοχές οικολογικού ενδιαφέροντος, αναγνωρισμένης οικολογικής αξίας, όπως τα Εθνικά Πάρκα, οι υγρότοποι Ramsar, οι περιοχές του δικτύου Natura 2000 και λοιπές προστατευόμενες περιοχές. Περιλαμβάνει περιήγηση, πεζοπορία, παρατήρηση και φωτογράφιση των οικοσυστημάτων και άλλες δραστηριότητες αναψυχής που διοργανώνονται στο φυσικό περιβάλλον, εμπεριέχουν το στοιχείο της περιπέτειας, δεν διαταράσσουν την περιβαλλοντική ισορροπία της περιοχής και έχουν επιστημονικό και εκπαιδευτικό χαρακτήρα.

6. Περιηγητικές διαδρομές - πεζοπορία είναι η ειδικότερη μορφή τουρισμού υπαίθρου που αναπτύσσεται σε ορειβατικά - πεζοπορικά μονοπάτια, όπως προδιαγράφονται στην 151344/165/2017 απόφαση του Αναπληρωτή Υπουργού Περιβάλλοντος και Ενέργειας (Β' 206) και περιλαμβάνουν το σύνολο δραστηριοτήτων προσέγγισης σημείων στην υπαίθρο με στόχο τη γνωριμία με τη φυσική και πολιτιστική κληρονομιά του κάθε τόπου, την προβολή των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του και την ευαισθητοποίηση των πολιτών για την προστασία του.

7. Γεωτουρισμός είναι μορφή βιώσιμου τουρισμού υπαίθρου, η οποία βασίζεται στο γεωλογικό και γεωμορφολογικό χαρακτηρισμό των γεωτόπων τουριστικών προορισμών και στη γεωδιατήρηση και την ερμηνεία του αβιοτικού περιβάλλοντος και έχει ως κίνητρο την εμπειρία, τη γνώση και την απόλαυση της γεωποικιλότητας και της γεωκληρονομιάς οι οποίες εντοπίζονται, ενδεικτικά, σε θέσεις γεωλογικού ενδιαφέροντος με γεωμορφολογικά μνημεία και σχηματισμούς, απολιθωμένα δάση, ενεργά ηφαίστεια, σπήλαια και φαράγγια, γεωλογικά ρήγματα και γεωπάρκα. Περιλαμβάνει ήπιες δραστηριότητες περιήγησης και απόλαυσης του τοπίου, καθώς και δραστηριότητες επιστημονικού και εκπαιδευτικού χαρακτήρα. Προωθεί την περιβαλλοντική εκπαίδευση και τη διαχείριση του φυσικού περιβάλλοντος με βιώσιμο τρόπο.

8. Γεωπάρκο είναι η οριοθετημένη περιοχή ιδιαίτερου γεωλογικού, οικολογικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος, σπανιότητας ή κάλλους, στην οποία προστατεύεται η γεωλογική κληρονομιά και εξυπηρετεί ερευνητικούς και εκπαιδευτικούς τουριστικούς σκοπούς.

9. Αλιευτικός τουρισμός είναι η μορφή τουρισμού υπαίθρου, η οποία συνίσταται στην παροχή υπηρεσιών συνδεδεμένων με την αλιεία, τη σπογγαλιεία, την υδατοκαλλιέργεια και τις σχετικές με αυτές πρακτικές και τεχνικές προς τους επισκέπτες-τουρίστες, οι οποίοι συνδυάζουν τις διακοπές τους με τις παρεχόμενες στο υγρό στοιχείο αλιευτικές δραστηριότητες, με σκοπό την ψυχαγωγία μέσω της αλιείας, την απόκτηση βιωματικών εμπειριών, τη γνωριμία με τις τοπικές παραδόσεις, τα τοπικά έθιμα και την τοπική γαστρονομία, τη διάδοση της αλιευτικής κουλτούρας, και την οικονομική τόνωση του κοινωνικού ιστού σε τοπικό επίπεδο.

### **Άρθρο 5** **Επιχειρήσεις τουρισμού υπαίθρου**

1. Ως επιχειρήσεις τουρισμού υπαίθρου νοούνται οι επιχειρήσεις που παρέχουν μία ή παραπάνω από τις εξής υπηρεσίες:

α) παροχή υπηρεσιών επίδειξης, ενημέρωσης, παρακολούθησης ή συμμετοχής σε δράσεις, ενέργειες ή δραστηριότητες, που προωθούν την επαφή των επισκεπτών-τουριστών με την τοπική παραγωγική βάση και την ύπαιθρο,

β) παραγωγή, έκθεση ή και πώληση παραδοσιακών τοπικών προϊόντων, καθώς και τοπικών εδεσμάτων και προϊόντων λαϊκής τέχνης της περιοχής τους,

γ) διαμονή και φιλοξενία σε συνδυασμό με κάποια από τις ανωτέρω υπηρεσίες,

δ) λοιπές δράσεις, ενέργειες ή δραστηριότητες που μπορεί να αναπτυχθούν με στόχο την ψυχαγωγία των επισκεπτών-τουριστών, μέσω της επαφής τους με το φυσικό κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον της υπαίθρου.

2. Με κοινή απόφαση του Υπουργού Τουρισμού και των κατά περίπτωση συναρμόδιων Υπουργών καθορίζονται οι ειδικότεροι όροι λειτουργίας των επιχειρήσεων της παραγράφου 1, ως επιχειρήσεων τουρισμού υπαίθρου, καθώς και κάθε άλλο σχετικό θέμα.

### Άρθρο 6

#### Αθλητικός τουρισμός

1. Αθλητικός τουρισμός είναι η μορφή τουρισμού, η οποία πραγματοποιείται με ενεργητική ή παθητική συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής που οι επισκέπτες- τουρίστες επιλέγουν στον τουριστικό προορισμό των διακοπών τους, με στόχο την ψυχαγωγία και τη βελτίωση της υγείας, της φυσικής κατάστασης και της ευεξίας τους και περιλαμβάνει:

α) την ενεργητική αθλητική δραστηριότητα αναψυχής, ατομικά ή σε ομάδα,

β) την προσωπική εξέλιξη ή βελτίωση της δεξιότητας και την εκμάθηση των κανόνων για την πραγματοποίηση δραστηριοτήτων αναψυχής ατομικά ή σε ομάδα,

γ) την παθητική παρακολούθηση, ως θεατής ή υποστηρικτής μιας ομάδας, ενός αθλήματος ή μίας αθλητικής διοργάνωσης,

δ) την επίσκεψη σε τοποθεσίες και μέρη που σχετίζονται με την ιστορία, την πολιτιστική κληρονομιά και την κουλτούρα του αθλήματος ή ενός αθλητικού μύθου,

ε) δραστηριότητες αναψυχής για άτομα με ειδικές ανάγκες και αναπηρία.

2. Ο αθλητικός τουρισμός διακρίνεται σε τουρισμό αθλητικών διοργανώσεων και τουρισμό υπαίθριων δραστηριοτήτων αθλητικής αναψυχής - περιπέτειας.

α) Τουρισμός αθλητικών διοργανώσεων είναι η ειδικότερη μορφή αθλητικού τουρισμού, ο οποίος περιλαμβάνει:

αα) επισκέπτες - τουρίστες που στόχο έχουν να παρακολουθήσουν, ως θεατές, αθλητικούς αγώνες, συνδυάζοντας τη διαμονή τους και τις διακοπές τους με τις αθλητικές διοργανώσεις,

ββ) μεμονωμένους αθλητές, ομάδες αθλητών, αποστολές, τεχνικούς και δημοσιογράφους, που ταξιδεύουν για να συμμετέχουν σε αθλητικούς αγώνες και αθλητικές διοργανώσεις εφόσον συνδυάζουν χρονικά τη διαμονή τους στον τόπο διεξαγωγής των διοργανώσεων ή και αλλού και παρατείνουν τη διαμονή τους για λόγους αναψυχής και διακοπών.

β) Τουρισμός υπαίθριων δραστηριοτήτων αθλητικής αναψυχής - περιπέτειας, είναι η ειδικότερη μορφή αθλητικού τουρισμού ο οποίος απευθύνεται σε επισκέπτες - τουρίστες, οι οποίοι στο πλαίσιο των διακοπών τους επισκέπτονται έναν προορισμό για να συμμετέχουν ενεργά σε μία ή περισσότερες δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής.

Ως υπαίθριες δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής - περιπέτειας νοείται κάθε δραστηριότητα, ακραίας ή ήπιας περιπέτειας, που πραγματοποιείται άπαξ ή περιστασιακά χωρίς αγωνιστικό χαρακτήρα και έχει κύριο σκοπό την αναψυχή και ψυχαγωγία των συμμετεχόντων.

Οι υπαίθριες δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής - περιπέτειας μπορεί να αναπτύσσονται: στη θάλασσα, σε λίμνες και ποτάμια, σε ορεινές, ημιορεινές περιοχές και σε αστικές και ημιαστικές περιοχές και περιλαμβάνουν:

αα) προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων, οι οποίες διακρίνονται σε ήπιες, όπως πεζοπορία, ιππασία περιπάτου, τρέξιμο, τοξοβολία, κολύμβηση με εξοπλισμό, παιχνίδια γνώριμιας και εμπιστοσύνης (team building), σε έντονες δραστηριότητες, όπως κατάβαση με φουσκωτή βάρκα (rafting), ποδηλασία βουνού, αναρρίχηση (climbing), κωπηλασία, κυματοδρομία, αετοσανίδα, χρωματοσφαίριση, η ενασχόληση με το σύνολο των δραστηριοτήτων αθλητικής αναψυχής που διενεργούνται κατά τη χειμερινή περίοδο, και υπό συγκεκριμένες κλιματολογικές συνθήκες, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που πραγματοποιούνται σε ορειβατικά καταφύγια και χιονοδρομικά κέντρα (χιονοσανίδα, έλκηθρο, καταρρίχηση - κατάβαση), εξερεύνηση σπηλαίων (caving), διάσχιση φαραγγιού, τρίαθλο, αντισφαίριση, γκολφ, πετοσφαίριση επί άμμου και αυτόνομη κατάδυση, καθώς και σε δραστηριότητες αυξημένης επικινδυνότητας (extreme sports), όπως ελεύθερη πτώση (sky diving), κατάδυση από βράχο (cliff diving) και ελεγχόμενη πτώση με ελαστικό σχοινί (bungee jumping) αιωρόπτερο ή αλεξίπτωτο πλαγιάς (paragliding - parapente),

ββ) προγράμματα αθλητικής αναψυχής από ομάδες εμπυχωτών και προπονητών/εκπαιδευτών των ξενοδοχείων με ειδική υποδομή όπως γυμναστήρια, κέντρα ευεξίας (spa), πισίνες, γήπεδα γκολφ, γήπεδα αντισφαίρισης, θεματικά πάρκα και κέντρα θαλασσοθεραπείας.

γ) Ποδηλατικός τουρισμός είναι η μορφή τουρισμού όπου η ποδηλασία είναι ο κύριος σκοπός του ταξιδιού και το ποδήλατο αποτελεί το μέσο προκειμένου οι επισκέπτες-τουρίστες να βιώσουν μία ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία. Ο ποδηλατικός τουρισμός αφορά επισκέπτες - τουρίστες που είτε διαμένουν σε έναν συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό και επιλέγουν ημερήσιες ποδηλατικές διαδρομές ή επισκέπτονται περισσότερους προορισμούς και διαμένουν σε διαφορετικές τοποθεσίες.

Οι ποδηλατικές δραστηριότητες αναψυχής διακρίνονται σε ήπια ποδηλασία, όπου ο ποδηλάτης απολαμβάνει τη φύση και το τοπίο, και σε εντατική ποδηλασία, όπου η φυσική κατάσταση είναι ο κύριος στόχος.

δ) Προπονητικός τουρισμός, είναι η μορφή τουρισμού που αφορά την επίσκεψη μεμονωμένων αθλητών, καθώς και επαγγελματιών ή και ερασιτεχνικών ομάδων σε έναν



τουριστικό προορισμό με βασικό κίνητρο τη συμμετοχή τους σε προγράμματα προετοιμασίας και αποθεραπείας που πραγματοποιούνται ιδίως σε κέντρα προπονητικού αθλητικού τουρισμού.

#### Άρθρο 7

Με κοινή απόφαση των Υπουργών Τουρισμού, Πολιτισμού και Αθλητισμού και των κατά περίπτωση συναρμοδίων Υπουργών καθορίζεται ο εξοπλισμός των συμμετεχόντων και οι προδιαγραφές του, ο αριθμός των οδηγών - συνοδών ανά ομάδα συμμετεχόντων, καθώς και τα προσόντα, οι υποχρεώσεις και η πιστοποίησή τους και οι κανόνες ασφαλείας για τις δραστηριότητες της περίπτωσης β' της παραγράφου 2 του άρθρου 6.

#### Άρθρο 8

##### Ειδικό Σήμα Λειτουργίας Τουρισμού Υπαίθριων Δραστηριοτήτων Αθλητικής Αναψυχής – Περιπέτειας – Ειδικό Σήμα Αθλητικού Τουρισμού

1. Φυσικά ή νομικά πρόσωπα, τα οποία ασκούν επιχειρηματικά τις δραστηριότητες που περιγράφονται στην περίπτωση β' της παραγράφου 2 του άρθρου 6, υποχρεούνται να λάβουν Ειδικό Σήμα Λειτουργίας Τουρισμού Υπαίθριων Δραστηριοτήτων Αθλητικής Αναψυχής – Περιπέτειας. Η διαδικασία χορήγησης του σήματος αυτού, τα απαιτούμενα δικαιολογητικά και κάθε άλλο σχετικό θέμα καθορίζονται με απόφαση του Υπουργού Τουρισμού. Εφόσον η δραστηριότητα αθλητικού τουρισμού σχετίζεται με μέσα θαλάσσιας αναψυχής, εφαρμόζεται κατά τα λοιπά ο Γενικός Κανονισμός Λιμένος που εγκρίθηκε με το άρθρο πρώτο της 2133.1/39328/2018 απόφασης του Υπουργού Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής (Β' 1929) και κάθε άλλη ειδική διάταξη. Αν οι δραστηριότητες αυτές ασκούνται από τουριστικό γραφείο, το τουριστικό γραφείο πρέπει να διαθέτει Βεβαίωση Συνδρομής Νόμιμων Προϋποθέσεων σε ισχύ.

2. Θεσπίζεται Ειδικό Σήμα Αθλητικού Τουρισμού, το οποίο αποτελεί σήμα πιστοποίησης, με ειδικό λογότυπο, πενταετούς διάρκειας και χορηγείται από το Υπουργείο Τουρισμού, μέσω της οικείας Περιφερειακής Υπηρεσίας Τουρισμού με διαδικασία και δικαιολογητικά που καθορίζονται με κοινή απόφαση του Υπουργού Τουρισμού και του καθ' ύλην αρμόδιου Υπουργού. Τα δικαιολογητικά, των οποίων η ισχύς λήγει, αντικαθίστανται υποχρεωτικά πριν από τη λήξη τους, διαφορετικά το Ειδικό Σήμα ανακαλείται.

3. Το Ειδικό Σήμα Αθλητικού Τουρισμού ανακαλείται αν ανακληθεί η Βεβαίωση Συνδρομής Νόμιμων Προϋποθέσεων του τουριστικού γραφείου ή το Ειδικό Σήμα Λειτουργίας Τουρισμού Υπαίθριων Δραστηριοτήτων Αθλητικής Αναψυχής – Περιπέτειας της παραγράφου 1 ή η αντίστοιχη άδεια λειτουργίας σε κάθε άλλη περίπτωση.

#### Άρθρο 9

##### Μητρώο Τουρισμού Υπαίθριων Δραστηριοτήτων Αθλητικής Αναψυχής – Περιπέτειας - Γενικό Μητρώο Σημάτων Αθλητικού Τουρισμού

1. Στο Μητρώο Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΜΗ.Τ.Ε.) της παρ. 4 του άρθρου 2 του ν. 4276/2014 (Α' 155) του

Υπουργείου Τουρισμού καταχωρίζονται οι επιχειρήσεις στις οποίες χορηγείται Ειδικό Σήμα Λειτουργίας Τουρισμού Υπαίθριων Δραστηριοτήτων Αθλητικής Αναψυχής – Περιπέτειας, με τα δικαιολογητικά που τις συνοδεύουν.

2. Στο Υπουργείο Τουρισμού τηρείται Γενικό Μητρώο Σημάτων Αθλητικού Τουρισμού, όπου καταχωρίζονται οι αποφάσεις χορήγησης σήματος Αθλητικού Τουρισμού, με τα δικαιολογητικά που τις συνοδεύουν.

3. Με απόφαση του Υπουργού Τουρισμού καθορίζεται η διαδικασία τήρησης του Γενικού Μητρώου Σημάτων Αθλητικού Τουρισμού, το οποίο μπορεί να τηρείται και σε ηλεκτρονική μορφή, και κάθε άλλο σχετικό θέμα.

#### Άρθρο 10

##### Διοργάνωση δραστηριοτήτων αθλητικού τουρισμού

1. Οι Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού του Υπουργείου Τουρισμού αδειοδοτούν κάθε διοργάνωση αθλητικού τουρισμού, η οποία πραγματοποιείται από φυσικά ή νομικά πρόσωπα, που ασκούν επιχειρηματικά δραστηριότητες αθλητικού τουρισμού, καθώς και από ενώσεις προσώπων μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, εφόσον οι εν λόγω δραστηριότητες περιλαμβάνονται στον καταστατικό σκοπό τους, και συντρέχουν σωρευτικά οι εξής προϋποθέσεις:

α) η διοργάνωση αφορά ψυχαγωγούμενους πολίτες/ επισκέπτες-τουρίστες,

β) η διοργάνωση έχει σκοπό την αθλητική αναψυχή και δεν εντάσσεται στα πλαίσια του αγωνιστικού αθλητισμού ή Προγραμμάτων Άθλησης για Όλους (ΠΑΓΟ).

Η ανωτέρω διαδικασία αδειοδότησης, τα απαιτούμενα δικαιολογητικά και κάθε άλλο σχετικό θέμα ρυθμίζεται με απόφαση του Υπουργού Τουρισμού.

2. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Τουρισμού, Πολιτισμού και Αθλητισμού και Προστασίας του Πολίτη καταρτίζονται οι κανονισμοί ασφαλούς διοργάνωσης δραστηριοτήτων αθλητικού τουρισμού της παραγράφου 1, με τους οποίους καθορίζονται ιδίως τα μέτρα ασφαλείας, οι προδιαγραφές του χρησιμοποιούμενου εξοπλισμού, οι υποχρεώσεις των συμμετεχόντων και κάθε άλλο σχετικό θέμα.

3. Οι Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού του Υπουργείου Τουρισμού αδειοδοτούν κάθε διοργάνωση αθλητικού τουρισμού, η οποία πραγματοποιείται από φυσικά ή νομικά πρόσωπα, που ασκούν επιχειρηματικά τις δραστηριότητες αθλητικού τουρισμού, καθώς και από ενώσεις προσώπων μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα εφόσον οι εν λόγω δραστηριότητες περιλαμβάνονται στον καταστατικό σκοπό τους, και συντρέχουν σωρευτικά οι εξής προϋποθέσεις:

α) η διοργάνωση αφορά ψυχαγωγούμενους πολίτες/ τουρίστες, οι οποίοι έχουν αναπηρία οποιασδήποτε μορφής,

β) η διοργάνωση έχει σκοπό την αθλητική αναψυχή και δεν εντάσσεται στα πλαίσια του αγωνιστικού αθλητισμού ή Προγραμμάτων Άθλησης για Όλους (ΠΑΓΟ).

4. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Τουρισμού, Πολιτισμού και Αθλητισμού και Προστασίας του Πολίτη

καταρτίζονται οι κανονισμοί ασφαλούς διοργάνωσης δραστηριοτήτων αθλητικού τουρισμού της παραγράφου 3, με τους οποίους καθορίζονται ιδίως τα μέτρα ασφαλείας, οι προδιαγραφές του χρησιμοποιούμενου εξοπλισμού, οι υποχρεώσεις των συμμετεχόντων και κάθε άλλο σχετικό θέμα.

5. Ειδικά για τη διοργάνωση δραστηριοτήτων αθλητικού τουρισμού σε αρχαιολογικούς χώρους, ιστορικούς τόπους και μνημεία, συμπεριλαμβανομένων σπηλαίων, τυγχάνουν εφαρμογής οι διατάξεις του ν. 3028/2002 και ιδίως του άρθρου 46 και των κατ' εξουσιοδότηση εκδιδόμενων πράξεων.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ' ΛΟΙΠΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### Άρθρο 11

#### Αεροπορικός τουρισμός

Αεροπορικός τουρισμός είναι η περιήγηση των επισκεπτών - τουριστών με ιδιόκτητο ή μισθωμένο πτητικό μέσο όλων των τύπων, κατηγοριών και είδους, όπως αεροπλάνο, υπερελαφρά πτητική μηχανή (ΥΠΜ) ελεγχόμενη με αεροδυναμικά μέσα ή μετατόπισης κέντρου βάρους με ρόδες, πλωτήρες ή αμφίβιο, ελικόπτερο, αλεξίπτερο ή αλεξίπτωτο πλαγιάς με κινητήρα ή χωρίς, ανεμόπτερο, δελταπλάνο (ατομική ανεμοπορία), γυροπλάνο, αιωρόπτερο και αερόστατο, με χρήση ειδικού εξοπλισμού και συνοδεία έμπειρων και εκπαιδευμένων πιλότων, σύμφωνα με τα εξειδικευμένα πρότυπα ασφαλείας και το εθνικό και διεθνές κανονιστικό πλαίσιο και διαδικασίες των αρμόδιων φορέων.

Ο αεροπορικός τουρισμός περιλαμβάνει και την αεροπεριήγηση με τη συμμετοχή επισκεπτών - τουριστών σε αεροπορική ξενάγηση πάνω από ενδιαφέροντες τουριστικούς προορισμούς φυσικού κάλλους και ιστορικού ενδιαφέροντος, με πτητικά μέσα ιδιόκτητα ή μισθωμένα.

Οι επισκέπτες - τουρίστες, παράλληλα με την πτητική τους δραστηριότητα, αποβλέπουν στην επίσκεψη αρχαιολογικών χώρων, ιστορικών τουριστικών προορισμών, παραδοσιακών οινοποιείων, ελαιολατρειών, καθώς και εργαστηρίων παρασκευής τοπικών προϊόντων, προκειμένου να γευτούν την τοπική κουζίνα και να γνωρίσουν το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον.

### Άρθρο 12

#### Θαλάσσιος τουρισμός

1. Θαλάσσιος τουρισμός είναι το σύνολο των οργανωμένων τουριστικών υπηρεσιών και δραστηριοτήτων αναψυχής και ψυχαγωγίας που παρέχονται στο θαλάσσιο χώρο και τις ακτές του τουριστικού προορισμού και αποτελεί μία από τις δυναμικά αναπτυσσόμενες μορφές τουρισμού. Ο θαλάσσιος τουρισμός διακρίνεται ιδίως σε τουρισμό κρουαζιέρας, τουρισμό γιώτινγκ, θαλάσσιες και παράκτιες δραστηριότητες αναψυχής, καταδυτικό τουρισμό αναψυχής.

2. Τουρισμός κρουαζιέρας είναι το θαλάσσιο ταξίδι αναψυχής με προγραμματισμένη διαδρομή και στάσεις σε λιμάνια που πραγματοποιείται με πλοία κρουαζιέρας, κατά το οποίο οι επισκέπτες - τουρίστες επισκέπτονται σε ένα ταξίδι πολλούς και διαφορετικούς προορισμούς

τουριστικού, πολιτιστικού και ιστορικού ενδιαφέροντος και έχουν τη δυνατότητα επιπλέον να επιλέξουν προσφερόμενα πακέτα εκδρομών και αυθεντικών εμπειριών στον ίδιο τον προορισμό, ώστε να ανακαλύψουν την ιδιαίτερη πολιτιστική κληρονομιά, τα αξιοθέατα, τους ιστορικούς χώρους, τα τοπικά έθιμα και τις παραδόσεις, καθώς και να αποκτήσουν αυθεντικές εμπειρίες που συνδέονται με τη γαστρονομία, τη διασκέδαση, τις τοπικές αγορές, την ψυχαγωγία και το σύγχρονο πολιτισμό.

3. Τουρισμός Γιώτινγκ (Yachting) είναι η θαλάσσια περιήγηση για λόγους αναψυχής με χρήση ιδιόκτητων ή εκμισθωμένων πλοίων, ιστιοφόρων, θαλαμηγών ή ταχύπλων σκαφών, με πλήρωμα ή άνευ πληρώματος, περιήγηση η οποία περιλαμβάνει υπηρεσίες διαμονής και εστίασης και κατά την οποία οι επισκέπτες-τουρίστες έχουν τη δυνατότητα να σχεδιάσουν και να επιλέξουν τη δική τους διαδρομή με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, όπως η ιδιωτικότητα, και η προσέγγιση παραλιών απομακρυσμένων ή προσβάσιμων μόνο δια θαλάσσης, να προσεγγίσουν σε αγκυροβόλια, τουριστικά καταφύγια και μαρίνες προκειμένου να γνωρίσουν τους προορισμούς που επιθυμούν, να διαμορφώσουν το δικό τους πρόγραμμα, να επισκεφθούν τα αξιοθέατα, να δοκιμάσουν τοπικές γεύσεις και προϊόντα, να διασκεδάσουν και να ψυχαγωγηθούν.

4. Θαλάσσιες και παράκτιες δραστηριότητες αναψυχής είναι δραστηριότητες οι οποίες ασκούνται στο θαλάσσιο χώρο και περιγράφονται ως «τουρισμός παραλίας» περιλαμβάνουν δε ιδίως κολύμβηση, θαλάσσια παιχνίδια ατομικά και ομαδικά, θαλάσσιο σκι, ιστιοσανίδα, αλεξίπτωτο θαλάσσης και παράκτιες θαλάσσιες εκδρομές, ή ασκούνται στον παράκτιο χώρο και περιλαμβάνουν ιδίως πετοσφαίριση άμμου (beach volley), ρακέτες, τέννις παραλίας (beach tennis), ποδόσφαιρο στην άμμο (beach soccer) και ηλιοθεραπεία.

5. Καταδυτικός τουρισμός αναψυχής είναι η υποβρύχια περιήγηση σε προστατευμένου υποθαλάσσιου χώρου, καταδυτικά πάρκα και υποβρύχια μουσεία, που επιλέγουν οι επισκέπτες-τουρίστες συνδυάζοντας τις διακοπές τους με ατομικές ή οργανωμένες καταδύσεις με συγκεκριμένο εξοπλισμό και τεχνικές, καθώς και η εκμάθηση ή η καθοδήγηση κατάδυσης με σκοπό την εξερεύνηση του υποβρύχιου βυθού με τους ζώντες οργανισμούς και την υποθαλάσσια γεωμορφολογία του για λόγους αναψυχής, άσκησης και απόκτησης γνώσεων και εμπειριών.

Ο καταδυτικός τουρισμός αναψυχής μπορεί να πραγματοποιείται σε:

α) καταδυτικό πάρκο σύμφωνα με την παρ. 2 του άρθρου 13 του ν. 3409/2005 (Α' 273),

β) επισκέψιμοι ενάλιοι αρχαιολογικοί χώροι -υποβρύχια μουσεία σύμφωνα με το άρθρο 11 του ν. 3409/2005.

### Άρθρο 13

#### Πολιτιστικός τουρισμός

1. Πολιτιστικός τουρισμός είναι η ειδική μορφή τουρισμού κατά τον οποίο οι επισκέπτες-τουρίστες ανακαλύπτουν, γνωρίζουν και βιώνουν την ιστορία, την παράδοση, την πολιτιστική κληρονομιά, το σύγχρονο πολιτισμό,



καθώς και την κουλτούρα και την ταυτότητα της χώρας και του λαού της, μέσα από πολιτιστικές δραστηριότητες αναψυχής. Οι δραστηριότητες αφορούν:

α) πολιτιστικές επισκέψεις και περιηγήσεις για τη γνωριμία με την πολιτιστική κληρονομιά υλική και άυλη, σε αξιοθέατα παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς, αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία, κτίρια και μνημεία αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, εθνικά και ιστορικά μνημεία, ιστορικά κέντρα πόλεων, παραδοσιακού οικισμού, βιβλιοθήκες και κάθε χώρο πολιτισμού και δράσεις που συνδέονται με τη μυθολογία, τη φιλοσοφία, τη λογοτεχνία, τη μουσική, το τραγούδι, το θέατρο, τον κινηματογράφο, τη φωτογραφία και κάθε τέχνη, καθώς και αναβιώσεις και ψηφιακές αναπαραστάσεις ιστορικών, μυθολογικών και άλλων πολιτιστικών σεναρίων,

β) πολιτιστικές θεματικές διαδρομές που είναι το σύνολο φυσικών ή τεχνητών αξιοθέατων με βάση ένα συγκεκριμένο θεματικό πλαίσιο, ιστορικό, πολιτιστικό και βιωματικό, που παρέχουν εκπαίδευση και αναψυχή, γ) πολιτιστικές εκδηλώσεις και φεστιβάλ που είναι οποιαδήποτε οργανωμένη δραστηριότητα αναψυχής των επισκεπτών-τουριστών για την απόκτηση εξατομικευμένης και αυθεντικής εμπειρίας, με κάθε είδους ενεργή συμμετοχή ή ενασχόληση με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά ενός τόπου.

2. Ειδικότερες μορφές πολιτιστικού τουρισμού είναι ο πολιτιστικός αστικός τουρισμός – τουρισμός πόλεων, ο τουρισμός νεολαίας, ο τουρισμός τρίτης ηλικίας, ο γαμήλιος τουρισμός και ο τουρισμός κινηματογραφικών και τηλεοπτικών παραγωγών.

3. Πολιτιστικός αστικός τουρισμός – τουρισμός πόλεων (city breaks - city trip) είναι το ταξίδι αναψυχής σε πόλεις, μικρής ή μεγάλης διάρκειας, κατά το οποίο οι επισκέπτες-τουρίστες επιλέγουν τον προορισμό:

α) για να βιώσουν ολοκληρωμένες εμπειρίες, στις οποίες συμπεριλαμβάνονται η γνωριμία με την ιστορία, τον πολιτισμό και το σύγχρονο τρόπο ζωής, οι εκδρομές, οι ξεναγήσεις και οι περιηγήσεις σε μνημεία και αξιοθέατα, οι δραστηριότητες αναψυχής, ψυχαγωγίας και διασκέδασης, καθώς και η γαστρονομία και οι αγορές,

β) επειδή πραγματοποιούνται διεθνείς εκθέσεις, πολιτιστικά φεστιβάλ, κορυφαίες αθλητικές και άλλου είδους σύγχρονες διοργανώσεις, στις οποίες επιθυμούν να παραστούν και να συνδυάσουν την παραμονή τους βιώνοντας ολοκληρωμένες εμπειρίες.

4. Τουρισμός νεολαίας είναι μία δυναμικά αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού, που αξιοποιεί τη χρήση των νέων τεχνολογιών στην αναζήτηση και επιλογή τουριστικού προορισμού, ενισχύοντας τη διαδικτυακή επιχειρηματικότητα παρέχοντας ελκυστικές και ανταγωνιστικές τουριστικές επιλογές, και στην οποία άτομα νεαρής ηλικίας επισκέπτονται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους προορισμούς για να αποκτήσουν ταξιδιωτικές εμπειρίες ζωής, για εκπαιδευτικούς λόγους, για συμμετοχή σε εθελοντικές δράσεις, καθώς και για διαμονή σε κατασκηνώσεις και άλλου είδους δραστηριότητες αναψυχής.

5. Τουρισμός τρίτης ηλικίας είναι η μορφή τουρισμού όπου οι επισκέπτες-τουρίστες ώριμης ηλικίας, ατομικά ή ομαδικά, επισκέπτονται προορισμούς καθ' όλη τη δι-

άρκεια του χρόνου, συνδυάζοντας την αναψυχή με την ευεξία, τον πολιτισμό και με τις άλλες ειδικές μορφές τουρισμού, με βασικό κίνητρο την παροχή κατάλληλων υποδομών για την εύκολη και άνετη διαμονή, τη μετακίνησή τους και την ασφάλεια κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Η επιλογή των επισκεπτών- τουριστών της τρίτης ηλικίας ενός προορισμού μπορεί να βασίζεται στις ήπιες κλιματολογικές συνθήκες για την παραμονή τους, ιδίως για τους χειμερινούς μήνες (παραχέιμαση), αποτελώντας ταξιδιωτική βιωματική εμπειρία συγκεκριμένης διάρκειας.

6. Γαμήλιος τουρισμός είναι η μορφή τουρισμού όπου κύριος σκοπός της επίσκεψης στον προορισμό επιλογής είναι η τέλεση του γάμου ή ο εορτασμός του ή το γαμήλιο ταξίδι που πραγματοποιεί το ζευγάρι, με συγγενείς και φίλους του, σε επιλεγμένο προορισμό, διαφορετικό του τόπου καταγωγής/διαμονής του, επιθυμώντας να συνδέσει με τον προορισμό αυτό το σημαντικό γι' αυτό γαμήλιο γεγονός.

7. Τουρισμός κινηματογραφικών και τηλεοπτικών παραγωγών είναι η επίσκεψη είτε σε μέρη στα οποία έχουν γυριστεί κινηματογραφικές ταινίες ή τηλεοπτικές ή διαδικτυακές παραγωγές είτε σε μέρη που έχουν προβληθεί μέσα από ταινίες ή τηλεοπτικές ή διαδικτυακές παραγωγές ή στα οποία γίνεται παραπομπή, ο οποίος περιλαμβάνει κάθε δραστηριότητα αναψυχής προσέλευσης επισκεπτών - τουριστών μέσω της απεικόνισης ενός τόπου ή της προβολής της ιστορίας του στον κινηματογράφο. Στον τουρισμό αυτόν εντάσσονται όλες οι μορφές ταξιδιών σε μέρη, όπως τουριστικοί προορισμοί, χώροι τηλεοπτικών γυρισμάτων και θεματικά πάρκα που σχετίζονται με τα παραπάνω, καθώς και τα ταξίδια που πραγματοποιούν αποστολές για κάθε δραστηριότητα παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων, τα κινηματογραφικά συνεργεία, οι τεχνικοί, οι συνοδοί και οι οικογένειές τους που διαμένουν στον τόπο των γυρισμάτων ή και παρατείνουν τη διαμονή τους για λόγους αναψυχής και διακοπών.

8. Η ανάπτυξη των δραστηριοτήτων που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του παρόντος άρθρου και λαμβάνουν χώρα σε αρχαιολογικούς χώρους, ιστορικούς τόπους, μνημεία και δημόσια μουσεία, τελεί υπό την επιφύλαξη του οικείου θεσμικού πλαισίου περί προστασίας τους, συμπεριλαμβανομένων των διατάξεων του ν. 3028/2002 και ιδίως του άρθρου 46 και των κατ' εξουσιοδότηση εκδιδόμενων πράξεων.

#### Άρθρο 14

##### Τουρισμός γαστρονομίας

Ο τουρισμός γαστρονομίας, ως αναπόσπαστο κομμάτι της πολιτιστικής κληρονομιάς κάθε τόπου, είναι μορφή τουριστικής δραστηριότητας αναψυχής, στην οποία οι επισκέπτες-τουρίστες σχεδιάζουν τα ταξίδια τους με στόχο να γευτούν την αυθεντική τοπική κουζίνα ή να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αναψυχής σχετικές με τη γαστρονομία, εμβαθύνοντας παράλληλα στην ιστορία και τις παραδόσεις του προορισμού, στον τρόπο ζωής, την κουλτούρα, την τοπική παράδοση και την εθνική ταυτότητα των προϊόντων.

Ο τουρισμός γαστρονομίας περιλαμβάνει δραστηριότητες, όπως η μελέτη και η γευσσιγνώσια των τοπικών προϊόντων, η εκμάθηση της τοπικής κουζίνας, η αγορά αγροτικών προϊόντων απευθείας από τον τόπο παραγωγής, η συμμετοχή σε εκδηλώσεις – φεστιβάλ και παρουσιάσεις γευσσιγνώσιας ποιοτικών προϊόντων διατροφής, η ανάδειξη της ελληνικής και μεσογειακής κουζίνας, καθώς και η διεθνοποίηση των τοπικών προϊόντων.

Οι επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στον τομέα της εστίασης και ενισχύουν την ποιότητα και αναβαθμίζουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους, μπορεί να λαμβάνουν, εφόσον το ζητήσουν, το Σήμα Ελληνικής Κουζίνας από το Υπουργείο Τουρισμού, σύμφωνα με τις διατάξεις της Τ. 4333/2001 απόφασης του Υπουργού Ανάπτυξης (Β' 1097).

#### **Άρθρο 15** **Θρησκευτικός – προσκυνηματικός** **τουρισμός - ορισμός**

1. Θρησκευτικός-προσκυνηματικός τουρισμός είναι:

α) το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τη διενέργεια ταξιδιού ατομικά ή ομαδικά σε τόπους, χώρους και μνημεία, κτίσματα, μονές και ναούς που σχετίζονται με την ιστορία και την εξέλιξη της θρησκευτικής δραστηριότητας ή γενικότερα θρησκευτικής σημασίας, για λόγους θρησκευτικού, ιστορικού, πολιτιστικού και εκπαιδευτικού ενδιαφέροντος,

β) προσκυνηματικές περιηγήσεις και όλες οι δραστηριότητες που διενεργούνται με κίνητρο, μεταξύ άλλων, το προσκύνημα, τη συμμετοχή σε θρησκευτικές τελετές/εκδηλώσεις, την εκπλήρωση τάματος, την έκφραση λατρευτικής πίστης και την εκπλήρωση εσωτερικής αναζήτησης περί του Θεού.

Στις δραστηριότητες του θρησκευτικού και προσκυνηματικού τουρισμού - προσκυνηματικών περιηγήσεων περιλαμβάνονται όλες οι δραστηριότητες συνεδρίων και εκδηλώσεων που διοργανώνονται από τις γνωστές θρησκευτικές κοινότητες στην Ελλάδα, που έχουν αντικείμενο σχετικό με θέματα θρησκείας, θρησκευτικών μνημείων, θρησκευτικών δραστηριοτήτων και τελετών, καθώς και δράσεις με το σκοπό της ανάδειξης των μνημείων, των χώρων, των παραδόσεων και των εφετιών, σχετικών με την ιστορία, την εξέλιξη και την ανάπτυξη της θρησκευτικής δραστηριότητας και του προσκυνηματικού τουρισμού - προσκυνηματικών περιηγήσεων γενικότερα.

2. Η ανάπτυξη των δραστηριοτήτων που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του παρόντος άρθρου και λαμβάνουν χώρα σε αρχαιολογικούς χώρους, ιστορικούς τόπους, μνημεία και δημόσια μουσεία, τελεί υπό την επιφύλαξη του οικείου θεσμικού πλαισίου περί προστασίας τους, συμπεριλαμβανομένων των διατάξεων του ν. 3028/2002 και ιδίως του άρθρου 46 και των κατ'εξουσιοδότηση εκδιδόμενων πράξεων.

#### **Άρθρο 16** **Συνεδριακός τουρισμός - ορισμός**

Συνεδριακός τουρισμός είναι οι οργανωμένες συναντήσεις ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα ή επαγγελματι-

τικές ιδιότητες, ιδίως διαλέξεις, διασκέψεις, ημερίδες, επιμορφωτικά σεμινάρια, συναντήσεις, συσκέψεις, ταξίδια κινήτρων και εκθέσεις, με κύριο σκοπό την επιστημονική ενημέρωση και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων μεταξύ των συνέδρων/ομιλητών που παρευρίσκονται στην εκδήλωση και βασικό χαρακτηριστικό την προσέλκυση επισκεπτών - τουριστών για μικρό χρονικό διάστημα σε τουριστικό προορισμό καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

#### **Άρθρο 17** **Διοργάνωση συνεδρίων**

1. Τα συνέδρια, τοπικά, εθνικά ή διεθνή και ανεξαρτήτως θεματολογίας, διοργανώνονται από τουριστικά γραφεία του ν. 393/1976 (Α' 199).

2. Η διοργάνωση συνεδρίων, εκτός από τα τουριστικά γραφεία, μπορεί να πραγματοποιείται και από φυσικά και νομικά πρόσωπα, καθώς και από σωματεία και ενώσεις προσώπων που οφείλουν στο διακριτικό τίτλο τους ή στους καταστατικούς σκοπούς τους να περιέχουν τον όρο «Συνεδριακές Υπηρεσίες» (Congress). Τα πρόσωπα αυτά υποχρεούνται να γνωστοποιούν τη δραστηριότητά τους με την καταχώρισή τους στο Μητρώο Συνεδρίων και Διοργανωτών Συνεδρίων του επόμενου άρθρου.

3. Αν το συνέδριο προσφέρεται ως μέρος οργανωμένης εκδρομής ή τουριστικού πακέτου και περιλαμβάνει και άλλες τουριστικές υπηρεσίες ή διαμονή, απαιτείται η συνεργασία των προσώπων της προηγούμενης παραγράφου με τουριστικό γραφείο.

#### **Άρθρο 18** **Μητρώο Συνεδρίων - Διοργανωτών Συνεδρίων**

Στο Μητρώο Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΜΗ.Τ.Ε.) που τηρείται στο Υπουργείο Τουρισμού, δημιουργείται Μητρώο Συνεδρίων και Διοργανωτών Συνεδρίων.

#### **Άρθρο 19** **Εκπαιδευτικός τουρισμός**

Εκπαιδευτικός τουρισμός είναι η ειδική μορφή τουρισμού που συνδυάζει την εκπαίδευση με την αναψυχή, στο πλαίσιο της οποίας οι επισκέπτες – τουρίστες είτε ατομικά είτε συνοδευόμενοι από εκπαιδευτικούς ή συγγενείς ή φίλους, επιλέγουν τουριστικούς προορισμούς με βάση τα παρεχόμενα εκεί εκπαιδευτικά προγράμματα και συνδυάζουν τις διακοπές τους στους προορισμούς αυτούς με τη συμμετοχή τους σε εκπαιδευτικές, πολιτιστικές και εθελοντικές δράσεις και εκπαιδευτικά προγράμματα κάθε κύκλου σπουδών οποιουδήποτε επιπέδου, όπως εκπαιδευτικές δραστηριότητες που πραγματοποιούνται στο πλαίσιο εκπαιδευτικών ευρωπαϊκών ή διεθνών προγραμμάτων σε συνεργασία με εκπαιδευτικά ιδρύματα και φορείς της ημεδαπής ή της αλλοδαπής κατά τη διάρκεια του έτους, τουριστικά εκπαιδευτικά προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης, προγράμματα μετεκπαίδευσης, επαγγελματικής τουριστικής πρακτικής άσκησης, επισκέψεις σε ερευνητικές και εκπαιδευτικές εγκαταστάσεις, σε τουριστικούς προορισμούς και προγράμματα εκμάθησης ξένων γλωσσών και εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων.

### **Άρθρο 20** **Τουρισμός υγείας**

1. Τουρισμός υγείας είναι η ειδική μορφή τουρισμού, που συνίσταται στην παροχή προς επισκέπτες-τουρίστες **υψηλού επιπέδου υπηρεσιών που σχετίζονται με την πρόληψη, τη θεραπεία και τη βελτίωση της σωματικής, ψυχικής και πνευματικής υγείας τους.** Οι υπηρεσίες υγείας και οι λοιπές υπηρεσίες αναψυχής μπορεί να συνδυάζονται σε κατάλληλες υποδομές προσβάσιμες σε όλους.

Ο **τουρισμός υγείας περιλαμβάνει τον ιατρικό τουρισμό, τον οδοντιατρικό, τον ιαματικό - θερμολιστικό τουρισμό και τον τουρισμό ευεξίας.**

2. Ο ιατρικός τουρισμός είναι η μετακίνηση των επισκεπτών-τουριστών με προβλήματα υγείας ή με χρόνιες παθήσεις στον **τουριστικό προορισμό επιλογής τους,** προκειμένου να τους παρασχεθούν υπηρεσίες υγείας από δομές παροχής πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας φροντίδας υγείας που λειτουργούν νόμιμα, με σκοπό την πρόληψη, τη διάγνωση ή τη θεραπεία ασθενειών και τη διατήρηση ή τη βελτίωση της προσωπικής υγείας τους.

Οι τουρίστες-επισκέπτες κατά τη διάρκεια της διαμονής τους στον τουριστικό προορισμό συνδυάζουν την ιατρική περίθαλψη με δραστηριότητες αναψυχής, ενημέρωσης, μεταφοράς, ξενάγησης και εστίασης για τους ίδιους και τους συνοδούς τους.

3. Ο ιαματικός - θερμολιστικός τουρισμός είναι ειδική μορφή τουρισμού παροχής τουριστικών υπηρεσιών σε περιοχές, το κύριο χαρακτηριστικό των οποίων αποτελεί η χρήση αναγνωρισμένων ιαματικών φυσικών πόρων σε ειδικές εγκαταστάσεις για θεραπευτικούς σκοπούς και αφορά όσους επιθυμούν να συνδυάσουν την ξεκούραση και την αναψυχή τους, με τη χρήση ιαματικών φυσικών πόρων, ώστε να βελτιώσουν τη σωματική, πνευματική και ψυχική τους υγεία.

4. Ο τουρισμός ευεξίας είναι η μορφή τουρισμού κατά την οποία οι επισκέπτες- τουρίστες απολαμβάνουν σε τουριστικές εγκαταστάσεις υψηλού επιπέδου υπηρεσίες που περιλαμβάνουν τη φροντίδα της φυσικής κατάστασης, την αισθητική περιποίηση, την αντιγήρανση, τη θαλασσοθεραπεία, την υγιεινή διατροφή, τη χαλάρωση, το διαλογισμό, την περιποίηση σώματος, καθώς και την πνευματική και σωματική αναζωογόνηση, ατομικά ή ομαδικά.

### **Άρθρο 21** **Ηλεκτρονικό Μητρώο** **Τουρισμού Υγείας**

Η παρ. 1 του άρθρου 20 του ν. 4179/2013 (Α' 175), όπως αυτή αντικαταστάθηκε με την παρ. 1 του άρθρου 26 του ν. 4276/2014 (Α' 155), αντικαθίσταται ως εξής:

«1. Συνίσταται στον ΕΟΠΥΥ ηλεκτρονικό μητρώο παρόχων υπηρεσιών τουρισμού υγείας, στο οποίο καταχωρίζονται συμβεβλημένοι και μη πάροχοι του ΕΟΠΥΥ, ιδίως: α) ασφαλιστικοί πάροχοι υγείας, β) εργαστήρια φυσικοθεραπείας, λογοθεραπείας και εργοθεραπείας, γ) ιδιωτικές κλινικές, δ) δημόσια νοσοκομεία, ε) κέντρα αποκατάστασης και αποθεραπείας, στ) μονάδες ιαματικής θεραπείας, κέντρα ιαματικού τουρισμού - θερμολισμού, ζ) κέντρα θαλασσοθεραπείας, η) κέντρα χρόνιας

αιμοκάθαρσης, θ) μονάδες ιατρικής υποβοηθούμενης αναπαραγωγής, ι) ιατρεία, πολυϊατρεία, οδοντιατρεία και εταιρεία διαγνωστικού εργαστηρίου. Το ανωτέρω μητρώο του ΕΟΠΥΥ λειτουργεί ως δημόσια ηλεκτρονική βάση δεδομένων, που διασυνδέεται άμεσα με το Υπουργείο Υγείας και το Υπουργείο Τουρισμού και αναρτάται σε ιστοσελίδα των υπηρεσιών τους. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Υγείας και Τουρισμού, ύστερα από γνώμη του διοικητικού συμβουλίου του ΕΟΠΥΥ, καθορίζονται οι ειδικότεροι όροι, οι προϋποθέσεις και η διαδικασία για την καταχώριση στο ανωτέρω μητρώο, εξειδικεύονται οι ανωτέρω κατηγορίες φορέων ή προστίθενται κατηγορίες νέων παρόχων τουρισμού υγείας και ορίζονται τα πεδία των πληροφοριών που θα εμπεριέχονται σε αυτό. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομικών, Υγείας και Τουρισμού καθορίζεται το ύψος του παραβόλου για την καταχώριση των παρόχων υπηρεσιών τουρισμού υγείας στο ανωτέρω μητρώο, η διαδικασία απόδοσης του παραβόλου και κάθε άλλο σχετικό θέμα.

### **Άρθρο 22** **Ιατρείο Μονάδων Ιαματικής Θεραπείας,** **Κέντρων Ιαματικού Τουρισμού – Θερμολισμού** **και Κέντρων Θαλασσοθεραπείας**

Το άρθρο 31 του ν. 4238/2014 (Α' 38), όπως αυτό αντικαταστάθηκε με την παρ. 2 του άρθρου 40 του ν. 4272/2014 (Α' 145), αντικαθίσταται ως εξής:

#### «Άρθρο 31

Ιατρείο Μονάδων Ιαματικής Θεραπείας, Κέντρων Ιαματικού Τουρισμού – Θερμολισμού και Κέντρων Θαλασσοθεραπείας

1. Εντός των Μονάδων Ιαματικής Θεραπείας (Μ.Ι.Θ.), των Κέντρων Ιαματικού Τουρισμού – Θερμολισμού (Κ.Ι.Τ.-Θ.) και των Κέντρων Θαλασσοθεραπείας (Κ.Θ.) του άρθρου 1 του ν. 3498/2006 (Α' 230) υφίσταται υποχρεωτικά ιατρείο με τις εξής μορφές:

α) **ιατρείο για παροχή υπηρεσιών συμβουλευτικού χαρακτήρα και παροχή πρώτων βοηθειών.** Στην περίπτωση αυτή υπάγονται τα ιατρεία που προβλέπονται στην 1506/2018 κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομικών, Διοικητικής Ανασυγκρότησης και Τουρισμού (Β' 356) και στην 2704/2018 απόφαση του Υπουργού Τουρισμού (Β' 603), ή

β) «ιατρείο ιαματικού τουρισμού» ως φορέας παροχής υπηρεσιών πρωτοβάθμιας φροντίδας υγείας. Η αδειοδότηση, η λειτουργία και η εποπτεία του, στην οποία συμπεριλαμβάνεται και η επιβολή κυρώσεων, διέπεται από το π.δ. 84/2001 (Α' 70), το άρθρο 85 του ν. 4472/2017 (Α' 74) και τις κείμενες διατάξεις που αφορούν τους φορείς πρωτοβάθμιας φροντίδας υγείας.

2. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Υγείας και Τουρισμού καθορίζονται οι ειδικότεροι όροι, οι προϋποθέσεις, οι τεχνικές προδιαγραφές, ο εξοπλισμός, η σύνθεση του ιατρικού, νοσηλευτικού και λοιπού προσωπικού και οι όροι εργασίας τους, οι δικαιούχοι, το ωράριο λειτουργίας, ο τρόπος παραπομπής των ληπτών υπηρεσιών ιαματικού τουρισμού στα «ιατρεία ιαματικού τουρισμού» της περίπτωσης β' της παραγράφου 1, η σύνθεση και