



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

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

City Branding: Η ανάδειξη της πόλης των Πατρών ως
προορισμός θρησκευτικού τουρισμού

ΕΙΡΗΝΗ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΥ
ΑΜ: 3033201505106

Κόρινθος, Σεπτέμβριος 2016



**Department of Political Studies and International Relations - University of
Peloponnese**

Department of Economics - Democritus University of Thrace

Department of Economics - Aristotle University of Thessaloniki

Department of Business Administration - University of Piraeus

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

**City Branding: The promotion of the city of Patras as a
religious tourism destination**

EIRINI VASSILOPOULOU

Corinth, September 2016

Αφιέρωση

Στην οικογένειά μου & στους ανθρώπους που αγαπώ

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω από τα βάθη της καρδιάς μου την οικογένειά μου, τους φίλους και συναδέλφους που με στήριξαν καθ' όλη τη διάρκεια παρακολούθησης του μεταπτυχιακού προγράμματος.

Επίσης, θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου και την εκτίμησή μου προς τον κ. Νίκο Γεωργόπουλο, επιβλέποντα καθηγητή, για την άριστη συνεργασία και καθοδήγησή του στα πλαίσια εκπόνησης της παρούσας διπλωματικής εργασίας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Λέξεις κλειδιά: τουρισμός, τουριστικός προορισμός, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, θρησκευτικός-προσκυνηματικός τουρισμός, προβολή, μοναδικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, στρατηγικό σχέδιο προβολής, αγορά-στόχος, προσέλκυση επενδύσεων, βιώσιμη ανάπτυξη, στοχευμένες δράσεις ,συνέργεια.

Στην παρούσα εργασία θα ασχοληθούμε με την ανάδειξη της Πάτρας ως προορισμό θρησκευτικού τουρισμού στα πλαίσια ενίσχυσης του «brand name» της πόλης, λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι αποτελεί τον τόπο μαρτυρίου του Αποστόλου Ανδρέα και πέραν της Τιμίας Κάρας και του Σταυρού του μαρτυρίου, βρίσκεται και ο τάφος του.

Αρχικά, θα αναφερθούμε στην έννοια του τουρισμού και τη σημασία του στην ελληνική οικονομία, δεδομένου ότι αποτελεί βασικό αναπτυξιακό πυλώνα που θα συμβάλλει στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της χώρας μας και στην ανάκαμψη της εθνικής οικονομίας. Θα αναφερθούμε στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και θα εστιάσουμε το ενδιαφέρον μας στον θρησκευτικό τουρισμό.

Στη συνέχεια θα ασχοληθούμε με την τουριστική πολιτική σε εθνικό, ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο, λαμβάνοντας υπόψη την πολύ-επίπεδη διακυβέρνηση και την ενίσχυση δράσεων που στοχεύουν στη συνεργασία, συνέργεια και ενεργοποίηση όλων των εταίρων (stakeholders).

Τέλος, θα εστιάσουμε στην περίπτωση της Πάτρας, όπου μέσω της SWOT ανάλυσης θα δούμε πώς ο θρησκευτικός τουρισμός θα συμβάλλει στη δημιουργία ενός brand name με ένα μοναδικό, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Μέσω της παρουσίασης των θέσεων των βασικών εμπλεκομένων εταίρων της θα καταλήξουμε σε ένα στρατηγικό σχέδιο ανάδειξης της Πάτρας σε προορισμό θρησκευτικού ενδιαφέροντος εθνικής και παγκόσμιας εμβέλειας.

ABSTRACT

Keywords: tourism, tourist destination, alternative forms of tourism, religious- pilgrimage tourism, promotion unique competitive advantage, strategic plan of promotion, investment attraction, sustainable development , target actions, synergy.

In this thesis we will deal with the promotion/emergence of Patras as a religious tourist destination under support of «brand name» of the city, considering the fact that it is the place of martyrdom of Apostle Andreas and beyond Holy Head and his martyrdom Cross, is his tomb .

At the beginning, we will refer to the concept of tourism and its importance to the Greek economy, as a key pillar of development that will contribute to strengthening the competitiveness of our country and to the recovery of the national economy. We will refer to alternative forms of tourism and we will focus our interest in religious tourism.

Then, we will deal with the tourism policy at national, European and global level, taking into account the multi-level governance and the strengthening of actions aimed at cooperation, synergy and enable all partners (stakeholders).

Finally, we will focus on the case study of Patras, where through SWOT analysis we see that religious tourism will contribute to creating a brand name with a unique competitive advantage Through the presentation of the positions of key partners involved, we will come up with a strategic plan of Patras highlight as a religious destination of national and global interest.

Περιεχόμενα

Περίληψη

Abstract

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Τουρισμός

1.1 Εισαγωγή	1
1.2 Η έννοια του τουρισμού & ο ρόλος του στην οικονομία	1
1.3 Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού	5
1.4 Θρησκευτικός Τουρισμός	8
1.5 Ανακεφαλαίωση	12

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Πολιτικές Τουρισμού

2.1 Εισαγωγή	13
2.2 Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού	14
2.3 Ευρωπαϊκή Ένωση και Τουρισμός	16
2.3.1 Ευρωπαϊκό Φόρουμ για τον τουρισμό	18
2.3.2 Πρόγραμμα EDEN (European Destinations of Excellence – Ευρωπαϊκοί Προορισμοί Αριστείας)	18
2.4 Ελληνική Πολιτική Τουρισμού	19
2.4 Ανακεφαλαίωση	21

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Μελέτη Περίπτωσης : Η πόλη της Πάτρας

3.1 Εισαγωγή	22
3.2 Ανάλυση SWOT Δήμου Πατρέων	23
3.3 Δήμος Πατρέων και Θρησκευτικός Τουρισμός –Απόστολος Ανδρέας	26
3.4 Θέσεις στρατηγικών εταίρων για την ανάδειξη της Πάτρας ως πόλος έλξης θρησκευτικού τουρισμού με χώρα στόχο την Ρωσία	28
3.5 Στρατηγικό σχέδιο ανάδειξης της Πάτρας σε προορισμό Θρησκευτικού ενδιαφέροντος εθνικής και παγκόσμιας εμβέλειας	32

3.6 Ανακεφαλαίωση	40
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	42
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	45

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

1. Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (ΑΕΠ)
2. Γενική Γραμματεία Απόδημου Ελληνισμού (ΓΓΑΕ)
3. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ)
4. Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ)
5. Ιερά Μητρόπολη Πατρών (Ι. Μ. Πατρών)
6. Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ)
7. Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (ΞΕΕ)
8. Οργανισμός Τουριστικής Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΟΤΕΚ)
9. Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ) / UNWTO
10. Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας (ΠΔΕ)
11. Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ)
12. Σύνδεσμος των Εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων (ΗΑΤΤΑ)
13. Τεχνολογίες Πληροφορικής & Επικοινωνίας (ΤΠΕ)
14. Υπουργείο Εξωτερικών (ΥΠΕΞ)

Κεφάλαιο 1^ο

Τουρισμός

1.1 Εισαγωγή

Ο τουρισμός αποτελεί ένα πολυδιάστατο, σύνθετο, κοινωνικο-οικονομικό φαινόμενο αγαθών, δραστηριοτήτων και υπηρεσιών, οι επιδράσεις του οποίου διαχέονται στο σύνολο της οικονομίας. Είναι ιστορικό φαινόμενο το οποίο εξελίσσεται και προσαρμόζεται στις εκάστοτε ιστορικές, κοινωνικές, πολιτικές, ιδεολογικές και κοινωνικές συνθήκες.

Στα πλαίσια επίτευξης μιας ισόρροπης, βιώσιμης ανάπτυξης, λαμβάνοντας υπόψη την ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας, του Διαδικτύου και της παγκοσμιοποίησης, δεν ταυτίζεται πλέον μόνον με την οικονομική του διάσταση αλλά παίρνει εναλλακτικές μορφές προκειμένου να ικανοποιήσει όλους τους εν δυνάμει τουρίστες.

Μια μορφή τουρισμού που έλκει τις ρίζες της από την αρχαιότητα είναι ο θρησκευτικός τουρισμός που αφορά την επίσκεψη ιερών ναών, μνημείων, τόπων λατρείας, μοναστήρια, τόπων συνδεδεμένων με θαύματα. Ο θρησκευτικός τουρισμός διακρίνεται σε: προσκυνηματικό, ειδικό προσκυνηματικό και θρησκευτικό-πολιτιστικό, ανάλογα τα κίνητρα των επισκεπτών .

1.2 Η έννοια του τουρισμού & η σημασία του στην οικονομία

Ο τουρισμός αποτελεί ένα πολυδιάστατο, σύνθετο, πολύπλοκο κοινωνικο-οικονομικό φαινόμενο αγαθών, δραστηριοτήτων και υπηρεσιών, μια οριζόντια δραστηριότητα και όχι κάθετη, με επιδράσεις σε πολλούς κλάδους της οικονομίας (εμπόριο, εστίαση, μεταφορές, διαμονή, διασκέδαση, κατανάλωση) (Ικκος, 2014). Αφορά και διασυνδέει πολλά και διάφορα μέρη του κοινωνικού και παραγωγικού ιστού μιας χώρας. «Η συνεισφορά του τουριστικού τομέα στην εγχώρια οικονομική δραστηριότητα, αναδεικνύει τη δυναμική του στο πλαίσιο της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας» (IOBE, 2012). Από τα παραπάνω διαφαίνεται η δυσκολία ορισμού της έννοιας του τουρισμού.

Η πρώτη προσπάθεια ορισμού του τουρισμού έγινε το 1942 από τους Hunziker & Krapf, σύμφωνα με τους οποίους: «...ο τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και από την παραμονή σε ένα μέρος ατόμων που δεν είναι

μόνιμοι κάτοικοι, εφ' όσον αυτοί δεν πάρουν άδεια παραμονής εκεί και δεν λαμβάνουν μέρος σε καμία εργασία-εκδήλωση στην περιοχή».

Εν συνεχεία, οι διάφοροι ορισμοί που δόθηκαν κατά καιρούς εστίαζαν στην οικονομική διάσταση του τουρισμού, στις δραστηριότητες που αναπτύσσονταν στους τόπους υποδοχής, στα αίτια δημιουργίας της τουριστικής ζήτησης και τη σχέση της με την τουριστική προσφορά.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO-World Tourism Organization) (www2.unwto.org) ο τουρισμός «περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους (πχ τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους) και για το χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τον έναν χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών κλπ.».

Το φαινόμενο του τουρισμού δεν είναι πρόσφατο: από την αρχαιότητα οι άνθρωποι μετακινούνταν από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους προκειμένου να επισκεφθούν άλλους τόπους ορμώμενοι από πολλά και ποικίλα κίνητρα: ανταλλαγή προϊόντων, επίσκεψη ιερών τόπων, εκπλήρωση όρκου, παρακολούθηση δρώμενων, θεραπεία ασθενειών κλπ. Η πρώτη συστηματική οργάνωση ταξιδιών στην αρχαιότητα παρατηρείται κυρίως στην περιοχή της Μεσοποταμίας, της Αιγύπτου και της Ελλάδας (Βενετσανοπούλου, 2006). Σημαντικοί ιστορικοί ήταν οι πρώτοι περιηγητές που κατέγραψαν τις ταξιδιωτικές τους εμπειρίες, όπως ο Ηρόδοτος (ο οποίος θεωρείται ο πρώτος ταξιδιωτικός συγγραφέας (Ηγουμενάκης *et al*, 1999), ο Σόλων, ο Ξενοφών, ο Πausανίας, ο Στράβων, ο Νέαρχος (πλοίαρχος του Μεγάλου Αλεξάνδρου) & ο Πλούταρχος.

Όσο εξελισσόταν η κοινωνία αντίστοιχα μεταμορφωνόταν και το φαινόμενο του τουρισμού: σε κάθε ιστορική, χρονική περίοδο προσελάμβανε ιδιαίτερα χαρακτηριστικά εξαιτίας των εκάστοτε επικρατουσών κοινωνικών-οικονομικών-πολιτικών-ιδεολογικών συνθηκών και της κουλτούρας των τοπικών κοινωνιών. Παρόλο αυτά, κοινό σημείο αποτελεί το γεγονός ότι το κυρίαρχο κίνητρο για το ταξίδι είναι η αναψυχή/ευχαρίστηση που αποσκοπεί να βιώσει ο τουρίστας. «...οι συνήθειες των πρώτων ταξιδιωτών – τουριστών δεν διαφέρουν σημαντικά από αυτές των σημερινών» (Ζαχαράτος, Τσάρτας 1999).

Μέχρι τον 20^ο αιώνα το ταξίδι συνδεόταν με την έννοια της περιήγησης, ενώ κατόπιν η οικονομική συνιστώσα του επισκίασε τις υπόλοιπες με συνέπεια την αντιμετώπισή του ως «προϊόν» και τη δημιουργία ενός ανταγωνιστικού περιβάλλοντος μεταξύ περιοχών που αντιμάχονται για την προσέλκυση όσο το δυνατόν μεγαλύτερου αριθμού επισκεπτών. Φτάνοντας στον 20^ο αιώνα το τουριστικό φαινόμενο μεταβάλλεται. Οι θεσμικές, οικονομικές, κοινωνικές και τεχνολογικές ανακατατάξεις που επιτελούνται στα πλαίσια της βιομηχανικής επανάστασης προσδιορίζουν όχι μόνο τη μελλοντική μορφολογία του τουρισμού, αλλά συμβάλλουν επίσης στην εμφάνιση των πρώτων τάσεων της μαζικοποίησης και εμπορευματοποίησής του (Βαρβαρέσος, 1998). Τη θεσμοποίηση του τουρισμού στις σύγχρονες κοινωνίες ακολουθεί η μετατροπή του σε καταναλωτικό αγαθό των ανεπτυγμένων κοινωνιών (Γουρνιακάκη, 2008). Τα τελευταία χρόνια σημειώθηκαν ριζικές αλλαγές τόσο στη μορφή όσο και το περιεχόμενο του τουρισμού, μα πάνω από όλα στα μέσα και τους τρόπους ικανοποίησης των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των ανθρώπων (Ηγουμενάκης, 2007)

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους πλέον δυναμικούς και ταχύτατα αναπτυσσόμενους τομείς της οικονομίας. Είναι μια δραστηριότητα εντάσεως εργασίας, που ενισχύει την απασχόληση, συντείνει στην κοινωνική συνοχή, προωθεί την περιβαλλοντική συνείδηση και την ορθολογική διαχείριση των πόρων των τόπων υποδοχής, αμβλύνει τις περιφερειακές ανισότητες, συμβάλλει στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των τοπικών κοινωνιών & στη δημιουργία δεσμών σεβασμού, φιλίας και αλληλοκατανόησης μεταξύ των λαών, με σεβασμό των ιδιαίτερων πολιτιστικών χαρακτηριστικών τους. Η τουριστική βιομηχανία ευνοεί την οικονομία της αγοράς, υπηρετεί τη μεγιστοποίηση των ευεργετικών επιδράσεων για τη δημιουργία πλούτου και θέσεων απασχόλησης, συμβάλλει στον αγώνα για την καταπολέμηση της φτώχειας και στη συμφιλίωση της περιβαλλοντικής προστασίας και της οικονομικής ανάπτυξης (Ατζέντα Ρίο Ντε Τζανέιρο, 1992).

Ο τουρισμός αποτελεί τον βασικό πυλώνα της ελληνικής οικονομίας καθώς κατά τη διάρκεια της δημοσιονομικής κρίσης επέδειξε ιδιαίτερη ανθεκτικότητα, ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας. Η άμεση συμμετοχή του τουρισμού στη διαμόρφωση του ΑΕΠ στη χώρα ανέρχεται σε 17 δισ. περίπου ή 9.5% του ΑΕΠ. Συνυπολογίζοντας και τα πολλαπλασιαστικά οφέλη, η συνολική συμμετοχή του τουρισμού

ανέρχεται μεταξύ 37 και 45 δισ., δηλαδή περισσότερο από 20% και ίσως να υπερβαίνει το 25% του ΑΕΠ της χώρας (Ικκος, 2015).

Σύμφωνα με δηλώσεις¹² του Προέδρου του ΣΕΤΕ κ. Ανδρέα Ανδρεάδη «...τα έσοδα από τον τουρισμό σημείωσαν αύξηση κατά 40% ενώ την ίδια στιγμή το ΑΕΠ της χώρας μας σημείωσε πτώση 6%. Τα έσοδα από τον τουριστικό κλάδο αντιστοιχούν σε ποσοστό πάνω από το 25% του ΑΕΠ, ένας στους πέντε εργαζόμενους απασχολείται στον τουριστικό κλάδο και ο αριθμός των θέσεων εργασίας που συνδέονται με τις εποχιακές τουριστικές δραστηριότητες ανέρχεται στις ενενήντα χιλιάδες (90.000).»

Οι θετικές επιδράσεις του τουρισμού είναι ιδιαίτερα εμφανείς στις τοπικές κοινωνίες και πληθυσμούς. Τα πολλαπλασιαστικά οικονομικά οφέλη αφορούν την αύξηση του εισοδήματος, τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης, την άμβλυνση των τοπικών & περιφερειακών ανισοτήτων & τη δημιουργία διασυνδέσεων με άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας.

Η ραγδαία ανάπτυξη του μετά τη λήξη του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, με τα οφέλη του να διαχέονται σε πολλούς τομείς της πολιτικής, οικονομικής, κοινωνικής & πολιτιστικής ζωής, αποτέλεσμα του πολυδιάστατου χαρακτήρα του, είχε ως συνέπεια τη στροφή των διοικήσεων όλων των επιπέδων διακυβέρνησης¹³ στην υιοθέτηση πολιτικών και δράσεων ενίσχυσής του και προώθησής του.

Χώρες, πόλεις, μνημεία, τόποι λατρείας, αρχαιολογικοί χώροι, τόποι ιδιαίτερου φυσικού κάλλους ή ενδιαφέροντος αποκτούν άλλη σημασία από τη στιγμή που αποτελούν πόλους έλξης τουριστών όχι μόνον σε εθνική αλλά και σε παγκόσμια κλίμακα: τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν λειτουργούν πολλαπλασιαστικά και προσδίδουν προστιθέμενη αξία για την τοπική κοινωνία. Στο παγκοσμιοποιημένο, έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον οι πόλεις και όχι μόνον τα κράτη, αναγκάζονται να διαφοροποιηθούν προκειμένου να αποκτήσουν ανταγωνιστικό συγκριτικό πλεονέκτημα¹⁴

¹² Κατά τη διάρκεια εργασιών του ΕλληνοΡωσικού Φόρουμ στην Αθήνα (11/05/2016) : Ρωσία και Ελλάδα: Πραγματικότητα και νέες προοπτικές συνεργασίας στον τομέα του τουρισμού» .

¹³ Τοπικό-περιφερειακό-εθνικό-ευρωπαϊκό-παγκόσμιο.

¹⁴ Η στρατηγική της διαφοροποίησης αποβλέπει στη δημιουργία ενός μοναδικού στο είδος του προϊόντος (ή υπηρεσίας) ικανού να προβάλλει την επιχείρηση στο καταναλωτικό κοινό.... Προσφορά προϊόντων μεγαλύτερης «αξίας» έναντι των ανταγωνιστών το προϊόν ή η υπηρεσία που προσφέρεται από την επιχείρηση είναι ή θεωρείται ότι είναι , από τους πελάτες μοναδικό. ... Η διαφοροποίηση δημιουργεί ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα ,διαμορφώνοντας περισσότερο πιστούς στα προϊόντα της επιχείρησης

το οποίο θα τους προσδώσει προβάδισμα έναντι των ανταγωνιστών τους και θα διασφαλίσουν την κυριαρχία τους σε ένα σημαντικό μερίδιο της αγοράς. Λόγω της ιδιαιτερότητας του τουριστικού προϊόντος (αφού είναι σταθερό, δεν μεταφέρεται) προκύπτει η ανάγκη δημιουργίας συνθηκών ικανών για να γίνει ελκυστικό, ανταγωνιστικό και να έχει συνέχεια στον χρόνο και διασπορά στον χώρο για την ελαχιστοποίηση των δυσμενών επιπτώσεών του. Το τουριστικό προϊόν είναι ένα μείγμα επιμέρους αγαθών, υπηρεσιών, και φυσικών στοιχείων. (Στατήρη, 2011)

Το μοντέλο του μαζικού τουρισμού που είχε επικρατήσει τις τελευταίες δεκαετίες αποδείχθηκε ανεπαρκές για τις σύγχρονες ανάγκες, με σοβαρές επιπτώσεις στο περιβάλλον (φυσικό, οικιστικό, ανθρωπογενές) με συνέπεια την αναζήτηση νέων, εναλλακτικών μορφών τουρισμού που θα ικανοποιούσε τις διαρκώς αυξανόμενες ανάγκες των πολιτών-τουριστών, «..ευνοούν την ορθολογική διαχείριση των πόρων του τόπου υποδοχής, συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη και συντείνουν στην κοινωνική συνοχή.» (Λιβέρη, *et al*, 2010).

1.3 Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού

Η επικράτηση του μαζικού, γενικού τουρισμού αναψυχής-ο οποίος είναι η κυρίαρχη μορφή τουρισμού παγκοσμίως (Τσάρτας, 1996)- είχε ως συνέπεια τη μη ορθολογική διαχείριση των πόρων των τόπων υποδοχής, την περιβαλλοντική υποβάθμιση, την αλλοίωση των ιδιαίτερων τοπικών χαρακτηριστικών . Αυτές ήταν μερικές καθώς και από τις αρνητικές συνέπειες που οδήγησαν στην προσπάθεια ανεύρεσης νέων, εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Σύμφωνα με την Gillian E. MacDonald (1999) ενώ τα οφέλη είναι ουσιώδη, η τουριστική ανάπτυξη στην πραγματικότητα αποτελεί δίκκοπο μαχαίρι: *Μαζί με τα οφέλη αναδύθηκε ένας αριθμός προβλημάτων που αντιμετωπίζει η βιομηχανία, από την άποψη των επιπτώσεων που έχει για τους τόπους προορισμού και τους κατοίκους τους. Η απογοήτευση σε σχέση με τον τουρισμό σε συνδυασμό με τα πολλά προβλήματα που δημιούργησε ,είχε ως αποτέλεσμα την κριτική των παλαιών μεθόδων και κατευθύνσεων της τουριστικής ανάπτυξης ,προκαλώντας την υποστήριξη και ενίσχυση νέων μορφών τουρισμού.*

Η αλματώδης ανάπτυξη των τελευταίων δεκαετιών δίχως όρια και σεβασμό προς το περιβάλλον είχε ως συνέπεια την ανάπτυξη ανθρώπινων δραστηριοτήτων με

καταστροφικά αποτελέσματα τόσο για τον άνθρωπο όσο και για το φυσικό περιβάλλον Σύμφωνα με την Καραβασίλη (1999) «...η εναγώνια αναζήτηση της ανθρωπότητας για την πρόοδο, οικονομική ευμάρεια και ευτυχία, στο διάβα των αιώνων, έκανε την ευτυχία συνώνυμη με την αναζήτηση υλικών αγαθών περισσότερης, χωρίς όρια, οικονομικής ανάπτυξης»

Το μοντέλο του μαζικού τουρισμού παρόλο που συνέβαλε τα μέγιστα στην οικονομική ανάπτυξη των περιοχών που αναπτύχθηκε, εξαιτίας των αρνητικών του αποτελεσμάτων στο φυσικό, ανθρωπογενές, πολιτιστικό, κοινωνικό περιβάλλον, είχε ως συνέπεια την αναζήτηση νέων, εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η επιλογή νέων μορφών τουρισμού είναι μια διαδικασία την οποία υπαγορεύουν κάθε φορά συγκεκριμένες ανάγκες που δημιουργούνται στα πλαίσια της οικονομικο-κοινωνικής πολιτικής κάθε σύγχρονου κράτους. Εξαρτάται δε από μια σειρά παραμέτρους (Φάρσαρη, 2009) .

Οι ειδικές μορφές τουρισμού προσδιορίζονται από τα ιδιαίτερα κίνητρα που προκαλούν το ταξίδι (πχ παρακολούθηση ενός αθλητικού γεγονότος) ενώ οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ανήκουν στις ειδικές μορφές, αλλά διαφοροποιούνται από αυτές: τόσο ως προς τον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού αλλά και ως προς την συμπεριφορά/ενδιαφέρον των τουριστών για γνωριμία με τον τόπο προορισμού και την κατανάλωση προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον. Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ένας γενικός όρος που αναφέρεται σε μορφές τουρισμού εκτός του μαζικού, οι οποίες επιδιώκουν την αποφυγή αρνητικών και τη δημιουργία θετικών κοινωνικών, πολιτιστικών, και περιβαλλοντικών επιδράσεων (Κοιμίλης, 2001). Αμβλύνει τις αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού, συμβάλλει στην προστασία και ανάδειξη της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς, σέβεται το περιβάλλον και αξιοποιεί ορθολογικά τους πόρους στα πλαίσια της αειφόρου ανάπτυξης, ενώ ευνοεί την ανάπτυξη δεσμών μεταξύ των λαών. Βασικό στοιχείο των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι ότι αφορούν μικρής κλίμακας ανάπτυξη.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες αποτελούν ένα νέο πρότυπο αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης, δημιουργήθηκαν προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ιδιαίτερες ανάγκες του τουριστικού κοινού: από την στιγμή που η τουριστική ζήτηση είναι έντονα διαφοροποιημένη, αντίστοιχα και η τουριστική προσφορά διαφοροποιείται-εξειδικεύεται προκειμένου να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των πελατών (Κοιμίλης, 2001). Το τουριστικό προϊόν δεν «καταναλώνεται» απλώς, αλλά αποτελεί ένα σύνολο

εμπειριών, αισθήσεων, βιωμάτων. Οι ανάγκες της αγοράς, λόγω της τμηματοποίησής της οδήγησαν στην ανάγκη για παροχή εξατομικευμένων υπηρεσιών και καινοτόμων πρακτικών.

Υπάρχουν πολλές μορφές ειδικού, εναλλακτικού τουρισμού. Για τις ανάγκες της παρούσας εργασίας θα αναφερθούμε εν συντομία στις πιο διαδεδομένες. Άλλωστε από την αρχαιότητα είχαν αναπτυχθεί μορφές εναλλακτικού τουρισμού.

Κύριες μορφές εναλλακτικού τουρισμού

Υπάρχουν πολλές μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη (1997) οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι:

- Γενικός.
- Μορφωτικός.
- Εκθέσεων.
- Υγείας.
- Άθλησης.
- Πόλης.
- Συνεδριακός.
- Περιπέτειας.
- Οικογενειακός.
- Τρίτης Ηλικίας.
- Χειμερινών Σπορ.
- Παραχέιμασης
- Ορεινός
- Αγροτικός
- Θαλάσσιος
- Χρονομεριστικός
- Θρησκευτικός
- Επιλεκτικός
- Κινήτρων (Ο τουρισμός κινήτρων, ο τουρισμός εκθέσεων, και ο συνεδριακός τουρισμός υπάγονται σε μια ευρύτερη μορφή τουρισμού που χαρακτηρίζεται σαν επαγγελματικός τουρισμός)
- Οικολογικός

- Λαϊκός
- Κοσμοπολίτικος
- Κοινωνικός
- Αναπήρων.

Σύμφωνα με την Δρ Πολυξένη Μοίρα (2011) οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν ένα νέο πρότυπο αειφορικής ανάπτυξης, οι γνωστότερες μορφές του οποίου είναι ο πολιτιστικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο τουρισμός συνεδρίων και εκδηλώσεων, ο τουρισμός υγείας, ο βιομηχανικός τουρισμός κλπ.

Αν ανατρέξουμε στη βιβλιογραφία θα συναντήσουμε πληθώρα εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Κοινός τόπος όλων των κατηγοριών είναι η ισόρροπη ανάπτυξη ο σεβασμός του περιβάλλοντος, το ενδιαφέρον των τουριστών για τις ιδιαιτερότητες του τόπου προορισμού, η κατανάλωση προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον, η διάθεση για γνωριμία με τον τοπικό πληθυσμό.

Μια από τις βασικότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που η απαρχή της βρίσκεται στην αρχαιότητα είναι και ο θρησκευτικός τουρισμός.

1.4 Θρησκευτικός Τουρισμός

Μια από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που γνωρίζει τεράστια άνθηση τα τελευταία χρόνια είναι ο θρησκευτικός και προσκυνηματικός τουρισμός. Αποτελεί μια μορφή τουρισμού που συναντάται από την αρχαιότητα μιας και το προσκύνημα (τρόπος επικοινωνίας με το Θείο) ήταν κύρια αίτια μετακίνησης. Η θρησκεία ως παναθρώπινο φαινόμενο, διαδραματίζει σημαντικότατο ρόλο στην πνευματική ζωή του ανθρώπου και επηρεάζει βαθύτατα τον ανθρώπινο πολιτισμό καθώς είναι συνυφασμένη με την ανθρώπινη παρουσία στη γη. (Μοίρα, 2009) Ο θρησκευτικός τουρισμός δεν αποτελεί μια καινοτομία. Το ταξίδι για θρησκευτικούς λόγους υπήρξε ένας από τους βασικούς λόγους ταξιδιού, από την αυγή της ανθρώπινης ιστορίας.²⁶

²⁶ Αγγλόφωνο ταξιδιωτικός οδηγός για το θρησκευτικό τουρισμό, του ΕΟΤ, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα : www.visitgreece.gr

Ο άνθρωπος επιζητεί την επικοινωνία με το Θείο ως από τη φύση του θρησκευτικό ον (homo religiosus) (Μοίρα, 2009). Η θρησκεία έχει λάβει διαφορετικές μορφές σε διαφορετικές ηπείρους και σε διαφορετικούς πολιτισμούς. Αποτελείται από ένα σύνολο συμβόλων, τελετουργιών, συμπεριφορών που διατρέχονται από αισθήματα πίστης, σεβασμού, δέους, θαυμασμού. Κυρίαρχο στοιχείο είναι το πνευματικό στοιχείο, η αγάπη προς το Θείο, με σκοπό τη σωτηρία της ψυχής.

Χαρακτηριστικό είναι το κείμενο του Ηροδότου «Ιστορίες» στο οποίο περιέγραψε τη μετακίνηση χιλιάδων Αιγυπτίων με τις φελούκες τους μέσω του Νείλου προκειμένου να μεταβούν για προσκύνημα στον ναό της Μέμφιδος. Στο μαντείο των Δελφών προσέτρεχαν οι Αρχαίοι Έλληνες για να ζητήσουν το χρησμό, ενώ στην Επίδαυρο για να θεραπευθούν στο ναό του Ασκληπιού.

Ιεροί τόποι, ναοί, διαδρομές ανά τον κόσμο, αποτελούν πόλους έλξης θρησκευτικών τουριστών: Τήνος (Παναγία Ευαγγελίστρια), Πάτμος (Το σπήλαιο της Αποκάλυψης), Πορτογαλία (Φατίμα), Ιερουσαλήμ (Άγιοι Τόποι), Γαλλία (Λούρδη), Κωνσταντινούπολη (Οικουμενικό Πατριαρχείο, Ναός Αγίας Σοφίας), Μέκκα, Μεδίνα, Ινδία (ποταμός Γάγγης), Ισπανία (Προσκυνηματική διαδρομή Σαντιάγκο ντε Κομποστέλα), Ελλάδα (Τα βήματα του Αποστόλου Παύλου) (Μοίρα, 2011).

Ο προσκυνηματισμός στη γλώσσα της οικονομίας και του τουρισμού αναφέρεται ως θρησκευτικός τουρισμός (Τσερώτα, 2008). Δεν υπάρχει ένας κοινά αποδεκτός ορισμός για την έννοια του θρησκευτικού τουρισμού. Έτσι, με τον όρο «θρησκευτικός τουρισμός» εννοείται η μετακίνηση ατόμων ή ομάδων για θρησκευτικούς λόγους. Βασικό κίνητρο είναι το θρησκευτικό συναίσθημα και περιλαμβάνει επίσκεψη σε θρησκευτικά κέντρα και θρησκευτικές εκδηλώσεις (Πολύζος, 2010). Με αυστηρά θεολογικά κριτήρια ο θρησκευτικός τουρισμός είναι δυνατόν να περιλάβει: α) προσκυνητές-τουρίστες, στους οποίους επικρατεί το θρησκευτικό κίνητρο και επισκέπτονται μια περιοχή αποκλειστικά για την επίσκεψη στο θρησκευτικό χώρο και β) τουρίστες που ταξιδεύουν ομαδικά και συνδυάζουν το ταξίδι τους με άλλες τουριστικές δραστηριότητες (Πολύζος, 2010). Στην ιστορία τα θρησκευτικά ταξίδια ήταν από πάντα ταξίδια πολυδιάστατα, ακόμη κι όταν το θρησκευτικό στοιχείο κυριαρχούσε. Ο θρησκευτικός τουρισμός συνδέεται με άλλους τύπους τουρισμού όπως ο πολιτιστικός, ο κοινωνικός και ομαδικός (Gisbert Rinschede, 1992).

Αποτελεί μια μορφή τουρισμού που σκοπός της επίσκεψης είναι λόγοι λατρείας, λόγοι συμμετοχής σε θρησκευτικές τελετές, η εκπλήρωση ενός τάματος, ενός όρκου, η πίστη για ίαση, θεραπεία κάποιας ασθένειας, η πνευματική ανάταση & «κάθαρση» είτε στη χώρα διαμονής (εσωτερικός τουρισμός) είτε σε χώρα του εξωτερικού (εξωτερικός τουρισμός).

Η επικοινωνία με το ιερό ή Θείο, ο περιορισμός της απόστασης ανθρώπου και Θεού, ικανοποιεί ένα πλήθος συναισθημάτων και καλύπτει ένα πλήθος ψυχικών και συναισθηματικών αναγκών, που συνδέονται άμεσα με την ίδια την ύπαρξη του ανθρώπου (Μοίρα, 2009). Στην ξενόγλωσση ορολογία ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να περιγραφεί με τον όρο “pilgrimage”, ο οποίος όμως περιλαμβάνει ευρύτερα την έννοια του προσκυνηματισμού, όχι μόνο σε θρησκευτικά μνημεία αλλά και σε ιστορικούς τόπους και σε μνημεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος, δηλαδή η λέξη «προσκυνητής» χρησιμοποιείται για να περιγράψει τα άτομα που κυρίαρχο κίνητρο μετακίνησής τους είναι το προσκύνημα, η επίσκεψη σε ένα ιερό τόπο, μνημείο, προσκυνηματική διαδρομή (Λιβέρη, Παρκοσίδης, Καϊλα, 2010).

Αυτή η μορφή τουρισμού είναι μικρής διάρκειας, συνήθως έως τρεις ημέρες, ενώ τα τουριστικά πακέτα είναι οικονομικότερα σε σύγκριση με άλλων μορφών τουρισμού. Τα οικονομικά οφέλη διαχέονται στην τοπική οικονομία, ενώ οι επισκέπτες διακρίνονται για τον σεβασμό, το ενδιαφέρον για την τοπική ιστορία και πολιτισμό, τη σεμνότητά τους & συνήθως δαπανούν περισσότερα χρήματα από τους τουρίστες του μαζικού, οργανωμένου τουρισμού. Η ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού δεν απαιτεί κάποια ειδική υποδομή. Το προσκύνημα είναι μια από τις πιο παλιές μορφές τουρισμού και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της τουριστικής βιομηχανίας (R.Raj and N.D. Morpeth 2007).

Οι θετικές επιδράσεις του θρησκευτικού τουρισμού στην τοπική κοινωνία έχουν πολλαπλασιαστικά οικονομικά οφέλη μιας και ενεργοποιείται ένα κύκλος οικονομικών δραστηριοτήτων για την κάλυψη των αναγκών των θρησκευτικών τουριστών. Ο θρησκευτικός τουρίστας έχει τις ίδιες ανάγκες με τον απλό τουρίστα, γεγονός που μεταφράζεται σε ανάγκη για παροχή υπηρεσιών εστίασης, διαμονής, μεταφοράς. Ο θρησκευτικός τουρίστας εκτός από την ικανοποίηση του θρησκευτικού συναισθήματος αποβλέπει στην ικανοποίηση καταναλωτικών του αναγκών (Πολύζος, 2010)

Ο θρησκευτικός τουρισμός διακρίνεται στις παρακάτω κατηγορίες ανάλογα με το κριτήριο μετακίνησης:

- **Προσκυνηματικός:** Πρόκειται για τον αμιγώς προσκυνηματικό τουρισμό, που σκοπός του τουρίστα είναι το προσκύνημα στον συγκεκριμένο τόπο δίχως να δίνει ιδιαίτερη σημασία στα ιστορικά και πολιτιστικά στοιχεία που τον διακρίνουν και στην περιοχή την οποία βρίσκεται. (Τσερώτα 2008, Λιβέρη *et al* 2010)
- **Ειδικός Προσκυνηματικός:** Περιλαμβάνει το προσκύνημα αλλά το κυρίαρχο κίνητρο είναι ένα συγκεκριμένο γεγονός/τελετή/εκδήλωση (Τσερώτα 2008, Λιβέρη *et al* 2010)
- **Θρησκευτικός Τουρισμός Πολιτιστικού Ενδιαφέροντος:** Σε αυτή την κατηγορία ο τουρίστας μπορεί να μην έχει άμεσα θρησκευτικά κίνητρα. Για αυτόν ενδιαφέρον παρουσιάζει η πολιτιστική αξία του θρησκευτικού μνημείου. Συχνά δε, ο τουρίστας δεν ανήκει στο θρησκευτικό δόγμα που λατρεύεται στο μνημείο ή στον τόπο τον οποίο επισκέπτεται. Οι προσκυνηματικές εκδρομές εντάσσονται πλέον στο ευρύτερο πλαίσιο οργανωμένων τουριστικών προγραμμάτων και υφέρπει πάντοτε ο κίνδυνος εμπορικής εκμετάλλευσης των επισκέψεων σε ιερούς τόπους. Οι επισκέπτες είναι πολλοί και με διαφορετικές πνευματικές αναζητήσεις και αντιμετωπίζουν τους ιερούς τόπους ως αξιοθέατα (Ροδοσθένους 2012).

Θρησκευτικά μνημεία βρίσκονται διάσπαρτα στη χώρα μας, γεγονός που ενισχύει την τοπική και περιφερειακή ισόρροπη ανάπτυξη. Τα μνημεία της ελληνικής ορθόδοξης εκκλησίας, όπως βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες, καθεδρικοί ναοί, ξωκλήσια και μοναστήρια δείχνουν τη διασύνδεση της τέχνης με τη θρησκευτική λατρεία, είναι τμήμα της πολιτιστικής κληρονομιάς και αποτελούν αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών. Η οικονομική διάσταση του θρησκευτικού τουρισμού και οι δυνατότητες που παρέχει για την ανάπτυξη ορισμένων περιοχών, έχει απασχολήσει έντονα τις εθνικές τουριστικές πολιτικές και πολλούς οργανισμούς ή ενώσεις, όπως η ΕΕ, UNESCO κλπ (Μοίρα-Μυλωνοπούλου 2001).

Καθίσταται απαραίτητη η ανάγκη χάραξης μια εθνικής πολιτικής τουρισμού που θα λαμβάνει υπόψη τις τοπικές ιδιαιτερότητες, θα αναδεικνύει τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της κάθε περιοχής, θα συμβάλλει στην ισόρροπη τοπική και περιφερειακή

ανάπτυξη μέσω ενίσχυσης της συνεργασίας, της δικτύωσης και συνέργειας του συνόλου των εταίρων (stakeholders), σεβόμενη τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και θα συμπλέει με τις ευρωπαϊκές και παγκόσμιες πολιτικές.

1.5 Ανακεφαλαίωση

Ο τουρισμός αποτελεί τη «βαριά βιομηχανία» της χώρας μας, δεδομένου ότι ο κλάδος παρουσιάζει διαρκή αύξηση των εσόδων του και συνεισφέρει πάνω από το 25% στο ΑΕΠ της χώρας μας, συμβάλλοντας στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και στην ανάκαμψη της οικονομίας μας.

Στα πλαίσια επίτευξης μιας ισόρροπης και βιώσιμης ανάπτυξης, εγκαταλείφθηκε το μοντέλο του μαζικού τουρισμού και υπήρξε στροφή προς νέες, εναλλακτικές μορφές που σέβονται το περιβάλλον, τη φέρουσα ικανότητα των τουριστικών προορισμών, τις ανάγκες των τοπικών πληθυσμών και προστατεύουν την τοπική κληρονομιά. Στα πλαίσια αυτά αναδείχθηκαν πολλές εναλλακτικές μορφές τουρισμού που στοχεύουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και στη διασπορά του τουριστικού προϊόντος στο χώρο και στο χρόνο.

Μια από τις παλαιότερες μορφές τουρισμού είναι ο θρησκευτικός-προσκυνηματικός, ο οποίος παρόλο που το βασικό κίνητρο των τουριστών είναι το θρησκευτικό, εντούτοις όμως συνδέεται στενά και συνδυάζεται και με άλλες μορφές τουρισμού, όπως πολιτιστικός, αρχαιολογικός, αστικός.

Η χώρα μας, διάσπαρτη από τόπους που διαθέτουν σημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος, ενισχύοντας δράσεις που στηρίζουν το θρησκευτικό τουρισμό, θα έχει ως αποτέλεσμα την ισόρροπη περιφερειακή ανάπτυξη και τη διάχυση των οικονομικών ωφελειών του στο σύνολο της τοπικής κοινωνίας.

Κεφάλαιο 2^ο:

Πολιτικές Τουρισμού

2.1 Εισαγωγή

Ο τουρισμός είναι ένα παγκόσμιο, πανανθρώπινο φαινόμενο με σημαντικές επιδράσεις σε όλο το φάσμα της οικονομικής, κοινωνικής, πολιτιστικής και πολιτικής ζωής. Συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη, στην ενίσχυση της απασχόλησης, στη μείωση των κοινωνικών ανισοτήτων και στην προστασία του περιβάλλοντος.

Η διεθνής κοινότητα αναγνώρισε τη σημασία του τουρισμού στο παγκόσμιο γίγνεσθαι και με την ίδρυση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, θέλησε να επιτύχει συμφωνία των κρατών σε κοινές αρχές και αξίες, συνεργασία και συντονισμό δράσεων για την προώθηση ενός βιώσιμου, περιβαλλοντικά υπεύθυνου και προσβάσιμου από όλους, τουρισμού.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση αποτελεί το δημοφιλέστερο τουριστικό προορισμό παγκοσμίως και προκειμένου να διατηρήσει την ηγετική της θέση, προέβη στην υιοθέτηση πολιτικών και δράσεων που ενισχύουν τον τουριστικό κλάδο. Οι ευρωπαϊκές πολιτικές λειτουργούν συμπληρωματικά με τις εθνικές: τα κράτη-μέλη κατά τη διαδικασία σχεδιασμού των εθνικών πολιτικών τους εναρμονίζονται με τις κατευθυντήριες ευρωπαϊκές οδηγίες.

Η χώρα μας ως μέλος της ΕΕ και του ΠΟΤ συμπλέει με τις αρχές και τις αξίες τους, ενώ αναζητά τρόπους προβολής και ανάδειξης μειονεκτικών περιοχών που διαθέτουν σημεία ενδιαφέροντος. Ο ρόλος του Υπουργείου Τουρισμού είναι επιτελικός, συντονιστικός και σε συνεργασία με τον ΕΟΤ, την Τοπική και Περιφερειακή Αυτοδιοίκηση και το σύνολο των εμπλεκόμενων φορέων του τουριστικού κλάδου, των κοινωνικών εταίρων και άλλων θεσμών, αποσκοπεί στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

2.2 Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ/UNWTO)

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ) ή World Tourism Organization (UNWTO) είναι από το 2004 ο οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών που είναι υπεύθυνος για την προώθηση ενός υπεύθυνου, βιώσιμου και παγκοσμίως προσβάσιμου τουρισμού. Προωθεί τον τουρισμό ως όχημα για την οικονομική μεγέθυνση, την χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη & την περιβαλλοντική αειφορία. Παρέχει εξειδικευμένη γνώση και υποστήριξη στον τομέα του τουρισμού και στη χάραξη τουριστικών πολιτικών σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ο ΠΟΤ απαρτίζεται από 157 χώρες (πλήρη μέλη), έξι συνδεδεμένα μέλη & πάνω από 480 συνεργαζόμενα μέλη που εκπροσωπούν τον ιδιωτικό τομέα, εκπαιδευτικά ιδρύματα, τουριστικές ενώσεις, τοπικές τουριστικές αρχές. Θεματοφύλακας του Οργανισμού είναι η Ισπανική Κυβέρνηση και επίσημες γλώσσες είναι: η ισπανική, η αραβική, η γαλλική, η αγγλική, η ρώσικη και η κινέζικη (σύμφωνα με το άρθρο 38 του Καταστατικού) (Αναγνωστοπούλου 2010). Ενθαρρύνει την εφαρμογή του Παγκόσμιου Κώδικα Ηθικής για τον Τουρισμό⁴² (Global Code of Ethics for Tourism), με στόχο να αυξήσει στο μέγιστο την κοινωνικο-οικονομική συνεισφορά του ενώ ταυτόχρονα να μειώσει τις πιθανές αρνητικές επιπτώσεις του .

Ο Παγκόσμιος Κώδικας Ηθικής για τον Τουρισμό αποτελεί ένα σύνολο αρχών, μέσω του οποίου «...επιβεβαιώνεται το δικαίωμα στον τουρισμό και την ελευθερία των τουριστικών κινήσεων, δηλώνεται η πρόθεση για προώθηση μιας δίκαιης, υπεύθυνης, και βιώσιμης παγκόσμιας τουριστικής τάξης πραγμάτων...» Οι Αρχές του Κώδικα είναι οι εξής:

1. Η συμβολή του τουρισμού στην αμοιβαία κατανόηση και τον σεβασμό ανάμεσα στους λαούς και τις κοινωνίες.
2. Ο τουρισμός ως ένα όχημα για την ατομική και τη συλλογική ολοκλήρωση. Στο εδάφιο 4, χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι: «Τα ταξίδια με σκοπό τις θρησκευτικές ανταλλαγές, αποτελούν ιδιαίτερα επωφελείς μορφές τουρισμού και αξίζουν ενθάρρυνσης».
3. Τουρισμός, ένας παράγοντας για βιώσιμη ανάπτυξη.
4. Τουρισμός, ένας χρήστης της πολιτιστικής κληρονομιάς της ανθρωπότητας και ένας συντελεστής για την αναβάθμισή της. Στο εδάφιο 2, χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι: «...οι τουριστικές πολιτικές και δραστηριότητες πρέπει να

⁴² Γενική Συνέλευση ΠΟΤ στο Σαντιάγκο της Χιλής , 01/10/1999

υλοποιούνται με σεβασμό στην καλλιτεχνική, αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά. Ειδική φροντίδα πρέπει να αφιερωθεί στην προστασία και αναβάθμιση των μνημείων, ιερών προσκυνημάτων, οι οποίοι πρέπει να είναι ελεύθεροι σε τουριστικές επισκέψεις».

5. Τουρισμός, μια επωφελής δραστηριότητα για τις χώρες και τις κοινότητες υποδοχής.
6. Υποχρεώσεις των φορέων του τουρισμού στην τουριστική ανάπτυξη.
7. Δικαίωμα στον τουρισμό.
8. Η ελευθερία της τουριστικής διακίνησης.
9. Δικαιώματα των εργαζομένων και των επιχειρηματιών στην τουριστική βιομηχανία.

Ο ΠΟΤ διαχέει στην αγορά την γνώση, προωθεί ανταγωνιστικές, βιώσιμες τουριστικές πολιτικές και εργαλεία, είναι παράγοντας ενδυνάμωσης της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης και εργάζεται με στόχο να αποτελέσει ο τουρισμός ένα αποτελεσματικό εργαλείο για την ανάπτυξη μέσω παροχής τεχνικής υποστήριξης σε πάνω από εκατό (100) χώρες παγκοσμίως.

Για την επίτευξη των στόχων του έχει σχεδιάσει συγκεκριμένα Προγράμματα-Δράσεις, με πεδίο εφαρμογής τα μέλη του. Τα Προγράμματα –Δράσεις του ΠΟΤ είναι τα εξής:

- Διαχείριση Προορισμών και Πρόγραμμα Ποιότητας
- Εκπαίδευση και Κατάρτιση
- Ηθική και Κοινωνική Ευθύνη
- Πηγή πληροφοριών & Αρχεία
- Θεσμικές & Εταιρικές Σχέσεις
- Δίκτυο Γνώσης
- Τάσεις της Αγοράς
- Ανθεκτικότητα Τουριστικής Ανάπτυξης
- Κυβερνητικά όργανα
- Στατιστική και Τουρισμός
- Βιώσιμη Ανάπτυξη του Τουρισμού
- Ο Δρόμος του Μεταξιού
- Τεχνική Υποστήριξη & Συνεργασία

Επιπλέον, ο ΠΟΤ δεσμεύεται να προωθήσει τον τουρισμό ως ένα εργαλείο για την επίτευξη των Βιώσιμων Αναπτυξιακών Στόχων (Sustainable Development Goals), προσανατολισμένο προς την καταπολέμηση της φτώχειας και ενίσχυση της βιώσιμης ανάπτυξης σε παγκόσμια κλίμακα. *(Βλέπε Εικόνα αρ.1 –Παράρτημα)*

Η παγκόσμια εξάπλωση του τουρισμού τόσο στις ανεπτυγμένες όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες έχει οικονομικά οφέλη και έχει συμβάλλει στην απασχόληση σε πολλούς τομείς της οικονομίας που διασυνδέονται με τον τουριστικό κλάδο: από τον τομέα των κατασκευών μέχρι τη γεωργία και τις τηλεπικοινωνίες. *(Βλέπε Εικόνα αρ.2-Παράρτημα)*

Η συνεισφορά του τουρισμού είναι αδιαμφισβήτητη. Ο ΠΟΤ συνδράμει προορισμούς να αποκτήσουν ένα μερίδιο στην παγκόσμια αγορά που σήμερα, περισσότερο από ποτέ είναι πολυσύνθετη, δυναμική και έντονα ανταγωνιστική. Ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες χώρες που τα οφέλη του βιώσιμου τουρισμού είναι ιδιαίτερης βαρύτητας.

Κάθε χρόνο συντάσσεται Ετήσια Έκθεση από τον ΠΟΤ στον οποίο παρέχονται στατιστικά δεδομένα και προβλέψεις σχετικά την εξέλιξη και την πορεία του τουρισμού. Το έτος 2017 έχει ορισθεί ως Διεθνής Χρόνος Βιώσιμου Τουρισμού για την Ανάπτυξη. Ο τουρισμός αποτελεί παγκόσμια & εθνική προτεραιότητα, ένα βασικό στοιχείο στην προσπάθεια αύξησης της οικονομικής ανάπτυξης, πολιτιστικής & περιβαλλοντικής προστασίας, αμοιβαίας κατανόησης & ειρήνης.

2.3 Ευρωπαϊκή Ένωση & Τουρισμός

Σύμφωνα με τον ΠΟΤ (UNWTO, 2015) οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις αυξήθηκαν κατά 4.4% το 2015, ποσοστό που μεταφράζεται σε 1.184 εκατομμύρια τουρίστες, σημειώνοντας για έκτη συνεχή χρονιά αύξηση πάνω από τον μέσο όρο από το 2010. Εκτιμάται ότι περισσότεροι από 50 εκατομμύρια τουρίστες ταξίδεψαν σε διεθνείς προορισμούς το 2015 σε σχέση με το 2014. Η Ευρώπη εξακολουθεί να αποτελεί τον δημοφιλέστερο προορισμό σε παγκόσμια κλίμακα (το 51% του παγκόσμιου τουρισμού επιλέγει ως τόπο προορισμού την Ευρώπη, ποσοστό που αντιστοιχεί σε 609 εκατομμύρια τουρίστες) (UNWTO 2015).

Από τα παραπάνω είναι ενδεικτική η σημασία του τουρισμού όχι μόνον στην οικονομία της Ευρώπης άλλα και στις επιδράσεις του στο σύνολο των κοινωνικών-πολιτιστικών-περιβαλλοντικών-πολιτικών δομών και θεσμών. Η Ευρώπη και συγκεκριμένα η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) προκειμένου να διατηρήσει την ηγετική της θέση στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη, θέσπισε ένα πλαίσιο συντονισμένης δράσης για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας και των ικανοτήτων για την αιεφόρο ανάπτυξη του ευρωπαϊκού τουρισμού.

Στα πλαίσια αυτά υιοθετήθηκε, μέσω της Ανακοίνωσης της Επιτροπής στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών, η Πράξη με θέμα: «Η Ευρώπη, ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο – ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό» ενταγμένη στους στόχους και τις προτεραιότητες της Στρατηγικής «Ευρώπη 2020» Στρατηγική για έξυπνη, διατηρήσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2010).

Με τον τουρισμό να αντιπροσωπεύει το 10% του ΑΕΠ της ΕΕ και να συνεισφέρει στον τομέα της απασχόλησης σε ποσοστό 12% περίπου, τον αναδεικνύει σε σημαντικό παράγοντα για την ενίσχυση της οικονομικής μεγέθυνσης και απασχόλησης στην ΕΕ.

Με τη Συνθήκη της Λισαβόνας (ΕΕ, 2007) και συγκεκριμένα σύμφωνα με το άρθρο 195 για τον Τουρισμό, η ΕΕ έχει ως στόχο:

- να ενθαρρύνει τη δημιουργία περιβάλλοντος ευνοϊκού για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων στον εν λόγω τομέα &
- να ενθαρρύνει τη συνεργασία μεταξύ κρατών μελών, ιδίως με την ανταλλαγή ορθών πρακτικών.

Η ΕΕ αναγνωρίζοντας τη σημασία του τουρισμού αναλαμβάνει συμπληρωματικές δράσεις, δράσεις στήριξης & συντονισμού των κρατών μελών στον τομέα αυτό. Σε συνδυασμό με τη Στρατηγική «Ευρώπη 2020» το πλαίσιο δράσεων στον τουρισμό σε επίπεδο ΕΕ αναπτύσσεται σε τέσσερις προτεραιότητες:

1. Ενθάρρυνση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα στην Ευρώπη
2. Προώθηση της ανάπτυξης βιώσιμου, υπεύθυνου και ποιοτικού τουρισμού.

3. Εδραίωση της εικόνας και προβολής της Ευρώπης ως συνόλου βιώσιμων και ποιοτικών τουριστικών προορισμών
4. Μεγιστοποίηση των ωφελειών των πολιτικών & χρηματοδοτικών μέσων της ΕΕ για την ανάπτυξη του τουρισμού, οι οποίες εξειδικεύονται σε επιμέρους δράσεις και μέτρα για την υλοποίησή τους.

2.3.1 Ευρωπαϊκό Φόρουμ για τον τουρισμό

Σύμφωνα με την Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (13/11/2001) «Συνεργασία για το μέλλον του Ευρωπαϊκού Τουρισμού» θεσμοθετήθηκε το Ευρωπαϊκό Φόρουμ για τον Τουρισμό το οποίο είναι ετήσιο και αποτελεί σημείο συνάντησης και ανταλλαγής απόψεων κορυφαίων εκπροσώπων της τουριστικής βιομηχανίας, με στόχο την ενίσχυση της συνεργασίας, δικτύωσης των εμπλεκομένων και την εν γένει ενίσχυση του τουρισμού. Κάθε χρόνο, το Φόρουμ εστιάζει σε συγκεκριμένα θέματα ενδιαφέροντος.

Έχοντας υπόψη τα παραπάνω, τα κράτη-μέλη της ΕΕ στα πλαίσια χάραξης των εθνικών πολιτικών τους για τον τουρισμό θα πρέπει να συμβαδίζουν με τις παραπάνω κατευθύνσεις και οι ευρωπαϊκές πολιτικές και δράσεις να λειτουργούν συμπληρωματικά με τις εθνικές.

2.3.2 Πρόγραμμα EDEN (European Destinations of Excellence – Ευρωπαϊκοί Προορισμοί Αριστείας)

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στο πλαίσιο της «Ατζέντας για έναν Αειφόρο και Ανταγωνιστικό Ευρωπαϊκό Τουρισμό», ξεκίνησε από το 2007 το πρόγραμμα «EDEN - Ευρωπαϊκοί Προορισμοί Αριστείας» με στόχο την ανάδειξη νέων τουριστικών προορισμών, μη παραδοσιακών και μη ανεπτυγμένων που αναπτύσσονται τουριστικά σύμφωνα με τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης.

Κάθε χρόνο, τα κράτη-μέλη που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα αναδεικνύουν νικητή έναν νέο τουριστικό προορισμό, βάσει θεματολογίας. Οι νικητές-προορισμοί βραβεύονται σε ειδική εκδήλωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που πραγματοποιείται το φθινόπωρο. Πολλές ελληνικές πόλεις έχουν συμμετάσχει & αναδειχθεί τόσο σε προορισμούς νικητές όσο και σε επιλαχόντες.

Για την υποστήριξη και προώθηση του Προγράμματος λειτουργεί ειδική ιστοσελίδα, για παροχή πληροφοριών & ανταλλαγή καλών πρακτικών.

2.4. Ελληνική Πολιτική Τουρισμού

Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία το Υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης & Τουρισμού είναι το καθ' ύλην αρμόδιο Υπουργείο για τη χάραξη εθνικής πολιτικής τουρισμού, τον επιτελικό σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης της χώρας, στο πλαίσιο της κυβερνητικής πολιτικής⁴⁷. Μέσω βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων προγραμμάτων δράσης, αναλαμβάνει πρωτοβουλίες και μέτρα που ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, στηρίζει & δημιουργεί ελκυστικό περιβάλλον για επενδύσεις, συμβάλλει στην αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού του τουριστικού κλάδου μέσω εκπαίδευσης, προγραμμάτων Δια Βίου Μάθησης & Εκπαίδευσης, στηρίζει την εξωστρέφεια του ελληνικού τουρισμού μέσω δράσεων προβολών και συμμετοχής σε διεθνείς θεματικές εκθέσεις.

Οι αρμοδιότητες του Υπουργείου περιγράφονται αναλυτικά στον Ν.3270/2004 (ΦΕΚ Α/187/11-10-2004) όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει, με γνώμονα τον στρατηγικό σχεδιασμό της τουριστικής πολιτικής της χώρας μας που αποσκοπεί στη στήριξη και ενδυνάμωση του τουριστικού κλάδου στα πλαίσια μιας αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης. Σύμφωνα με το οργανόγραμμα του Υπουργείου, επικεφαλής είναι Αναπληρώτρια Υπουργός Τουρισμού στην οποία υπάγονται ο Αναπληρωτής Γενικός Γραμματέας Τουρισμού & ο Γενικός Γραμματέας Τουριστικής Πολιτικής & Ανάπτυξης.

Το Υπουργείο έχει υπό την εποπτεία του τα εξής νομικά πρόσωπα: τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ), το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ) και τον Οργανισμό Τουριστικής & Επαγγελματικής Εκπαίδευσης (ΟΤΕΚ)⁴⁸.

Συμμετέχει και συνεργάζεται με ευρωπαϊκούς και διεθνείς οργανισμούς και ενώσεις με σκοπό την προβολή του εγχώριου τουριστικού προϊόντος, ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας, ανταλλαγή καλών πρακτικών, ενημέρωση και δικτύωση επί τουριστικών θεμάτων. Ως κράτος μέλος της ΕΕ συντάσσεται Ετήσια Έκθεση Τουρισμού και υποβάλλεται στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις (Αποφάσεις οργάνων ΕΕ, 1986,2007, 2010)

⁴⁷ Επίσημη ιστοσελίδα Υπουργείου (www.mintour.gov.gr)

⁴⁸ Άρθρο 2 του Ν.3270/2004 , ΦΕΚ 187/Α/11-10-2004

Από το 1975 η χώρα μας είναι πλήρες μέλος του ΠΟΤ, ενώ από το 1998 ανήκει στα ιδρυτικά μέλη του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας Εύξεινου Πόντου (ΟΣΕΠ). Επιπλέον, συνεργάζεται με την Επιτροπή Τουρισμού του ΟΑΣΑ.

Σύμφωνα με δηλώσεις⁵⁰ της Αναπληρώτριας Υπουργού Τουρισμού, κας Έλενα Κουντουρά, οι στρατηγικοί άξονες - πυλώνες ανάπτυξης της εθνικής τουριστικής πολιτικής είναι:

1. Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου (υπογραφή συμφωνιών με tour operators Ευρώπης & Ρωσίας, ανάπτυξη θεματικών τουρισμών και κατά προτεραιότητα επτά (7), μεταξύ των οποίων και ο θρησκευτικός τουρισμός.)
2. Ανάπτυξη τουρισμού υψηλού εισοδηματικού επιπέδου για άμεση αύξηση εσόδων ανά επισκέπτη
3. Νέες απευθείας πτήσεις με Αμερική & στο μέλλον με Κίνα, Κορέα & Μέση Ανατολή.
4. Προώθηση ελληνικού τουριστικού brand και άνοιγμα σε νέες αγορές .
5. Αναβάθμιση ποιότητας τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, μέσω αξιοποίησης πόρων ΕΣΠΑ 2014-2020.
6. Αναβάθμιση δημόσιας τουριστικής εκπαίδευσης

Το στρατηγικό σχέδιο για τον ελληνικό τουρισμό, στοχεύει στην αναπροσαρμογή και ανασυγκρότηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, στην προσέλκυση επενδύσεων, στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, στην ανάπτυξη εξειδικευμένων μορφών τουρισμού & στην ανάδειξη νέων τουριστικών προορισμών.

Έχοντας υπόψη τα παραπάνω, η ενίσχυση και προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού στη χώρα μας αποτελεί μία από τις βασικές εθνικές προτεραιότητες και ειδικά η αγορά της Ρωσίας αποτελεί μια από τις αγορές-στόχους δεδομένου των ισχυρών δεσμών που συνδέουν τις δύο χώρες. Στα πλαίσια αυτά, η πόλη των Πατρών, ως τόπος μαρτυρίου του Αποστόλου Ανδρέα, ως ο τόπος που βρίσκεται ο Αποστολικός Τάφος (ίσως ο 2^{ος} στον κόσμο), αποκτά βαρύνουσα σημασία στην προσπάθεια προσέλκυσης μεγαλύτερου αριθμού επισκεπτών , κυρίως από τη Ρωσία.

⁵⁰ Κατά τη διάρκεια συνέντευξης τύπου στις 05/07/2016 στην Αθήνα με θέμα : « Οι στρατηγικές κατεύθυνσης ανάπτυξης και προώθησης του ελληνικού τουρισμού»

2.5 Ανακεφαλαίωση

Η συμβολή του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία είναι αναμφισβήτητη. Παρόλο αυτά θα πρέπει να διέπεται από αρχές και αξίες που σέβονται τον πολιτισμό και τους τοπικούς πληθυσμούς. Ο ΠΟΤ στα πλαίσια αυτά έχει ψηφίσει έναν Παγκόσμιο Κώδικα Ηθικής για τον Τουρισμό και παροτρύνει τα κράτη να τον υιοθετήσουν, ενώ έχει σχεδιάσει προγράμματα δράσης που αφορούν διάφορους τομείς της οικονομίας, της πολιτικής, της κοινωνίας. Κάθε χρόνο συντάσσει Ετήσια Έκθεση Αναφοράς όπου παρέχονται πληροφορίες, στατιστικά στοιχεία και προβλέψεις για τον τουρισμό σε παγκόσμια κλίμακα.

Με τον τουρισμό να αντιπροσωπεύει το 10% του ΑΕΠ της ΕΕ και να συνεισφέρει στον τομέα της απασχόλησης σε ποσοστό 12% περίπου, τον αναδεικνύει σε σημαντικό παράγοντα για την ενίσχυση της οικονομικής μεγέθυνσης και απασχόλησης στην ΕΕ. Στα πλαίσια αυτά, η ΕΕ στηρίζει την συνεργασία, δικτύωση και ανταλλαγή καλών πρακτικών σε θέματα τουρισμού μέσω του Ευρωπαϊκού Φόρουμ για τον Τουρισμό και προωθεί την ανάδειξη νέων τουριστικών προορισμών μέσω του Προγράμματος: Ευρωπαϊκοί Προορισμοί Αριστείας .

Η εθνική τουριστική πολιτική οφείλει να συμμορφώνεται με τις κατευθύνσεις, τις πολιτικές και τις δράσεις τόσο του ΠΟΤ όσο και της ΕΕ. Μεταξύ των βασικών προτεραιοτήτων της είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, η προώθηση του ελληνικού τουριστικού brand σε νέες αγορές και η διασπορά των τουριστικών ροών στο χώρο και το χρόνο. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην στήριξη και ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού , με προεξέχουσα θέση τον θρησκευτικό τουρισμό.

Κεφάλαιο 3^ο:

Μελέτη Περίπτωσης : Η πόλη της Πάτρας

3.1 Εισαγωγή

Μελέτη περίπτωσης της εργασίας είναι η πόλη της Πάτρας και η ανάδειξή της σε προορισμό θρησκευτικού ενδιαφέροντος εθνικής και παγκόσμιας εμβέλειας. Μέσω της SWOT Analysis εντοπίζονται οι Δυνάμεις, οι Αδυναμίες, οι Ευκαιρίες και οι Απειλές, προκειμένου να καταρτιστεί ένα στρατηγικό σχέδιο προβολής της πόλης, προκειμένου να αποκτήσει μια διακριτή ταυτότητα (Ρεπρές, Καφέζα 2009).

Η Πάτρα διαθέτει ένα μοναδικό, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας και αποτελεί τον τόπο μαρτυρίου του Αποστόλου Ανδρέα. Η ανάδειξή της σε κορυφαίο προορισμό θρησκευτικού τουρισμού απαιτεί συντονισμένες και στοχευμένες ενέργειες από το σύνολο των τοπικών φορέων: Δήμο Πατρέων, Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, Ιερά Μητρόπολη Πατρών.

Μέσα από την παρουσίαση των θέσεων των παραπάνω βασικών στρατηγικών εταίρων της περιοχής και τη συνεργασία τους με τόσο με το Υπουργείο Τουρισμού όσο και με την Εκκλησία της Ελλάδας, διαπιστώνεται ότι με τον κατάλληλο σχεδιασμό και την ύπαρξη ενός στρατηγικού σχεδίου προβολής, η Πάτρα μπορεί να καθιερωθεί ως τόπος θρησκευτικού τουρισμού. Λόγω των ιδιαίτερων σχέσεων με την Ρωσία, θα δοθεί έμφαση προς την κατεύθυνση διατήρησης και περαιτέρω ενίσχυσης των σχέσεων συνεργασίας και σε άλλους τομείς ,πέραν του τουρισμού.

3.2 Ανάλυση SWOT Δήμου Πατρέων

Η SWOT Analysis αποτελεί ένα εργαλείο επιχειρησιακής ανάλυσης, λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων και είναι ακρωνύμιο των λέξεων: Strengths (Δυνάμεις), Weakness (Αδυναμίες), Opportunities (Ευκαιρίες), Threats (Απειλές). Οι δυνάμεις και οι αδυναμίες αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον ενώ οι Ευκαιρίες & Απειλές το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης/οργανισμού. Στόχος είναι να αποκαλύψει τις θετικές δυνάμεις που εργάζονται μαζί και τα εν δυνάμει προβλήματα που πρέπει να αναγνωριστούν και πώς μπορούν να αντιμετωπιστούν.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται η SWOT Analysis για τη πόλη της Πάτρας, προκειμένου να (Θεοδωρόπουλος 2010) :

- εντοπιστούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα και τρόποι διατήρησής τους (Δυνατά Σημεία/Strengths)
- βρούμε τα μειονεκτήματα και να αναζητήσουμε τρόπους αντιμετώπισής τους (Αδυναμίες/Weakness)
- εκμεταλλευτούμε τις τωρινές ευκαιρίες της αγοράς καθώς και αυτές που θα προκύψουν (Ευκαιρίες/Opportunities)
- να μειώσουμε τις συνέπειες των τωρινών και μελλοντικών απειλών (Απειλές/Threats)

Δυνάμεις/Πλεονεκτήματα (Strengths)

- Είναι η πύλη προς τη Δύση και την ΕΕ λόγω του λιμανιού και της ακτοποιοϊκής σύνδεσής της με την Ιταλία .
- Γέφυρα Ρίου Αντιρρίου⁵³
- Μαρίνα Πάτρας
- Οδική σύνδεση με Εθνικά Οδικά & Διευρωπαϊκά Δίκτυα (Ολυμπία Οδός-ΠΑΘΕ-Ιονία Οδός-Εγνατία)
- Κρατικός Αερολιμένας Αράξου
- Σύνδεση με προαστιακό σιδηρόδρομο που ενώνει το Αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος με την Πάτρα

⁵³ Η Γέφυρα Ρίου-Αντιρρίου είναι η μεγαλύτερη σε μήκος καλωδιωτή γέφυρα πολλαπλών ανοιγμάτων στον κόσμο, με συνεχές και πλήρως αναρτημένο κατάστρωμα 2.252 μέτρων. Τα θεμέλιά της βρίσκονται σε βάθος θαλάσσης που φτάνει μέχρι και τα 65 μέτρα. Τόσο αυτό όσο και η διάμετρος των θεμελίων που ανέρχεται σε 90 μέτρα αποτελούν παγκόσμια ρεκόρ για γέφυρα

- Είναι στο μέσο ενός νοητού πολιτιστικού τριγώνου παγκόσμιου ενδιαφέροντος: Δελφοί-Αρχαία Ολυμπία-Μυκήνες
- Ιεροί Ναοί Αποστόλου Ανδρέα (Σταυρός μαρτυρίου, Τιμία Κάρα Αγίου, Αποστολικός Τάφος, Αγίασμα)
- Νέο Αρχαιολογικό Μουσείο
- Μουσείο Τύπου
- Πανεπιστημιακά Ιδρύματα (ΑΕΙ-ΤΕΙ- Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο), Επιστημονικό Πάρκο, Μονάδα Καινοτομίας & Επιχειρηματικότητας
- Νοσοκομεία (Περιφερειακό Πανεπιστημιακό, Γενικό ,Νοσοκομείο Παίδων, Νοσοκομείο Θώρακος)
- Πληθώρα πολιτιστικών & αρχαιολογικών χώρων σε κοντινή απόσταση από το κέντρο της πόλης. (Κάστρο, Ρωμαϊκό Ωδείο, Ρωμαϊκό Υδραγωγείο, Ρωμαϊκό Αμφιθέατρο, Δημοτικό Θέατρο ΑΠΟΛΛΩΝ, Δημοτική Βιβλιοθήκη, Δημοτική Πινακοθήκη, Ρωμαϊκός Ιππόδρομος, Αρχαιολογικός χώρος Βούντενης – μυκηναϊκός οικισμός και νεκροταφείο, Φρούριο Ρίου, Ι.Μ. Γηροκομείου, Ι.Μ. Ομπλού, Ι.Ν. Παντοκράτωρος, Ι.Ν. Ευαγγελίστριας)
- Το Σπίτι του εθνικού ποιητή μας Κωστή Παλαμά
- Πλούσια καλλιτεχνική παράδοση (Καρναβάλι, Διεθνές Φεστιβάλ, Φεστιβάλ Αρχαίου Δράματος, Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου, ΔΗΠΕΘΕ, Ορχήστρα Νυκτών Εγχόρδων, Εικαστικό Εργαστήρι)
- Παμπελοποννησιακό Στάδιο (Διοργάνωση αθλητικών γεγονότων εθνικής & διεθνούς εμβέλειας)
- Τόπος διεξαγωγής σημαντικών αθλητικών γεγονότων (Αγώνες Καρτ (P.I.C.K.) στο κέντρο της πόλης, Κολυμβητήριο, Γυμναστήριο ΤΟΦΑΛΟΣ, αγώνες Kite surf)
- Συνεδριακοί χώροι
- Παράδοση στην οινοποιία (ACHAIA CLAUSS)

Αδυναμίες/Μειονεκτήματα (Weaknesses)

- Χαμηλό κατά κεφαλήν ΑΕΠ
- Συνεχής μείωση του πληθυσμού
- Διαρροή επιστημονικού στελεχιακού δυναμικού στο εξωτερικό (brain drain) λόγω έλλειψης ευκαιριών απασχόλησης
- Ιδιαίτερα υψηλά ποσοστά ανεργίας
- Έντονη αποβιομηχανοποίηση

- Χαμηλός βαθμός διαφοροποίησης & ανταγωνιστικότητας τουριστικού προϊόντος/έλλειψη στρατηγικού σχεδίου τουριστικής προβολής
- Έλλειψη σημείων πληροφόρησης & τουριστικής προβολής της περιοχής σε σημεία εισόδου τουριστών (Νέο Λιμάνι, Σιδηροδρομικός Σταθμός, Σταθμός ΚΤΕΛ, Ιστορικό Κέντρο πόλης)
- Ελλιπής διασύνδεση ερευνητικών ιδρυμάτων και αγοράς με συνέπεια την μη διάχυση των ωφελειών των καινοτομιών στον παραγωγικό ιστό
- Έλλειψη τουριστικών υποδομών υψηλού επιπέδου εξυπηρέτησεων & μεγάλης δυναμικότητας
- Έντονη εποχικότητα τουριστικών αφίξεων και μικρή διάρκεια παραμονής στη πόλη
- Έλλειψη δικτύου φυσικού αερίου
- Χαμηλός βαθμός επιχειρηματικότητας

Ευκαιρίες (Opportunities)

- Ολοκλήρωση Εθνικών Οδικών Δικτύων (Ιονία –Ολυμπία Οδός) έως το 2017
- Ανάδειξη Κρατικού Αερολιμένα Αράξου κυρίως για χαμηλόκοστες (low cost) πτήσεις με στόχευση στις αγορές Ρωσίας, Γερμανίας, Γαλλίας, Αγγλίας, Κύπρου, Ισραήλ.
- Ανάπτυξη κρουαζιέρας (Cruising Point of Interest) και yachting (Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, 2016)
- Άμεση επαναλειτουργία Υδατοδρομίου
- Αύξηση ενδιαφέροντος σε παγκόσμια κλίμακα για εναλλακτικές μορφές τουρισμού
- Εμβάθυνση συνεργασίας μέσω ευκαιριών της Ευρω-Μεσογειακής Συνεργασίας & της Μακροπεριφέρειας Αδριατικής & Ιονίου
- Αξιοποίηση χρηματοδοτικών μέσων και εργαλείων ΕΣΠΑ
- Αξιοποίηση νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής Επικοινωνιών (ΤΠΕ)
- Σύμπραξη, συνεργασία & συνέργεια Δημόσιων & Ιδιωτικών Φορέων, Επιμελητηρίων, Συλλόγων με σκοπό την εξωστρέφεια του τουριστικού προϊόντος και τη δημιουργία κοινού στρατηγικού σχεδίου προώθησης & προβολής.
- Διεθνείς συγκυρίες όπου χώρες –ανταγωνιστές πλήττονται από εμφύλιες συγκρούσεις, με συνέπεια τη μεταστροφή των τουριστικών ροών προς τη χώρα μας λόγω αισθήματος ασφάλειας και σταθερότητας.

Απειλές (Threats)

- Καθυστέρηση ολοκλήρωσης έργων υποδομής.
- Διαρκής αύξηση ποσοστών ανεργίας κυρίως σε γυναίκες και νέους .
- Έντονος ανταγωνισμός μεταξύ περιοχών για προσέλκυση τουριστών (εθνικό-παγκόσμιο επίπεδο).
- Η διεθνής ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος βασίζεται στις χαμηλές τιμές και στον μαζικό τουρισμό.
- Έντονη εποχικότητα τουρισμού έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον & ασκεί πιέσεις στη φέρουσα ικανότητα της περιοχής .
- Εξάρτηση από κρατικές επιχορηγήσεις, έλλειψη ιδιωτικών ,επιχειρηματικών πρωτοβουλιών .
- Αύξηση μεταναστευτικών ροών , συνέπειες στην οικονομία και κοινωνική συνοχή.

3.3 Δήμος Πατρέων και Θρησκευτικός Τουρισμός – Απόστολος Ανδρέας

Η Πάτρα αποτελεί το διοικητικό κέντρο της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας & είναι ο τρίτος μεγαλύτερος Δήμος της χώρας⁵⁵. Η πόλη διαθέτει πλούσιους πόρους που αποτελούν πόλους έλξης τουριστών διαφορετικών ενδιαφερόντων & προσφέρει πολλά και ποικίλα τουριστικά προϊόντα⁵⁶.

Στα πλαίσια του διεθνούς ανταγωνισμού, σε συνδυασμό με την ανάπτυξη της τεχνολογίας, οι πόλεις ανταγωνίζονται μεταξύ τους για την προσέλκυση κατοίκων, επισκεπτών, φοιτητών, επενδύσεων. Οι πόλεις ως προορισμοί προωθούνται ως εμπορικά προϊόντα (Herget , et al 2015).

Η ανάγκη διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος για προσφορά συγκρίσιμων τουριστικών προϊόντων με μορφή συναισθηματικών εμπειριών σχετίζεται με το γεγονός ότι για να είναι επιτυχημένο ένα εμπορικό σήμα (brand name⁵⁸) πρέπει να συνδυάζει

⁵⁵ Σύμφωνα με την τελευταία απογραφή (2011) ο πληθυσμός του Δήμου Πατρέων ανέρχεται στις 213.984 , Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία , Απογραφή Πληθυσμού (2011)

⁵⁶ Αποτελεί πόλο έλξης πολλών μορφών τουρισμού : πολιτιστικού, αρχαιολογικού, πόλεων (City break), αθλητικού, συνεδριακού, ιατρικού, οινολογικού, εκπαιδευτικού.

⁵⁸ Με τον όρο “brand name” εννοείται το σύνολο των εικόνων, αντιλήψεων που έχει κάποιος για έναν συγκεκριμένο χώρο , βασισμένο σε εμπειρίες, φήμες, προκαταλήψεις , οι οποίες επηρεάζουν την στάση του απέναντι σε έναν προορισμό, σε συναισθηματικό επίπεδο. Αντιπροσωπεύει ένα μίγμα βασικών χαρακτηριστικών που καθιστού έναν τόπο μοναδικό, αξέχαστο & διαφορετικό από τους άλλους. (Herget,

μοναδικότητα, να συνδέει παγκόσμιες αρχές και αξίες με την καθημερινή ζωή, να είναι αληθινό, αξιόπιστο και εξωστρεφές.

Η Πάτρα διαθέτει ένα μοναδικό ανταγωνιστικό συγκριτικό πλεονέκτημα αφού αποτελεί τον τόπο μαρτυρίου⁵⁹ του Αποστόλου Ανδρέα που είναι και ο πολιούχος της: στην πόλη βρίσκονται δύο Ιεροί Ναοί αφιερωμένοι στην μνήμη του Αγίου και φυλάσσεται ο Σταυρός του μαρτυρίου, η Αγία Κάρα, ο Αποστολικός του τάφος⁶⁰ και υπάρχει η πηγή – αγίασμα- όπου κήρυττε και θαυματουργούσε ο Πρωτόκλητος. Ο Νέος⁶¹ Ιερός Ναός αποτελεί τον μεγαλύτερο στην Ελλάδα και τον δεύτερο μεγαλύτερο στα Βαλκάνια είναι βυζαντινού ρυθμού, με εσωτερικό εμβαδόν 2.500 τ.μ. & χωρητικότητα άνω των 7.500 ατόμων.

Αποτελεί σημείο αναφοράς για την πόλη και κάθε χρόνο συρρέουν χιλιάδες επισκέπτες. Την πρώτη Κυριακή του Σεπτεμβρίου κάθε έτους εορτάζεται η επανακομιδή της Αγίας Κάρας με λιτάνευση της Κάρας από τον ναό & δια θαλάσσης καταλήγει η πομπή σε κεντρική πλατεία της πόλης. Τον Νοέμβριο κάθε χρόνου, πραγματοποιούνται τα «Πρωτοκλήτεια», σειρά εκδηλώσεων⁶² που διοργανώνεται από την Ι.Μ.Πατρών σε συνεργασία με τον Δήμο Πατρέων, με αποκορύφωμα την 30^η Νοεμβρίου, ημέρα πανηγυρικού εορτασμού του Αγίου Ανδρέα.

Η Πάτρα μπορεί να αναδειχθεί σε εθνικό και παγκόσμιο θρησκευτικό κέντρο, λόγω της μοναδικότητας που την συνδέει με τον Απόστολο Ανδρέα και να εστιάσει κυρίως στην αγορά της Ρωσίας⁶³. Η ανάδειξη ιερών μνημείων και θρησκευτικών κέντρων της χώρας μας σε πόλους έλξης θρησκευτικού και προσκυνηματικού τουρισμού αποτελεί προτεραιότητα του Υπουργείου Τουρισμού⁶⁴. Η ιδιαίτερη σχέση που συνδέει τη χώρα μας με τη Ρωσία αποτυπώνεται και στο γεγονός ότι η Ελλάδα αποτελεί τον νούμερο ένα (No 1)

J., Petrů, Z., Abrahám, J. (2015), City branding and its economic impacts on tourism, *Economics and Sociology*, Vol. 8, No 1,σελ 120 .)

⁵⁹ Το 66μΧ σε ηλικία ογδόντα ετών ο Απόστολος Ανδρέας σταυρώθηκε σε σταυρό σε σχήμα Χ.

⁶⁰ Δεύτερος παγκοσμίως σωζόμενος Αποστολικός Τάφος

⁶¹ Για περισσότερες πληροφορίες βλέπε Παράρτημα

⁶² Συναυλίες θρησκευτικού περιεχομένου, διαλέξεις, εικαστικές εκθέσεις, συνέδρια που συνδέονται με την ζωή και το έργο του Αποστόλου Ανδρέα και μέσω αυτών η εκκλησία προσπαθεί να προσελκύσει νέους ανθρώπους.

⁶³ Ο Απόστολος Ανδρέας είναι πολιούχος της Αγίας Πετρούπολης, προς τιμήν του υπάρχει σχετικό παράσημο της Ρωσίας που αποτελεί ανώτατη διάκριση, ενώ η σημαία του ρωσικού στόλου, συμβολίζει τη ρωσική βάπτιση από τον Απόστολο Ανδρέα (Σχετικό Δημοσίευμα Εφημερίδα «Πελοπόννησος» 11/07/2013

⁶⁴ Σύμφωνα με την ομιλία της Αν. Υπουργού Τουρισμού, κας Έλενα Κουντουρά στις εργασίες της Ελληνο-Ρωσικής Διάσκεψης για τον Προσκυνηματικό & Θρησκευτικό Τουρισμό, στο πλαίσιο του Αφιερωματικού Έτους Ελλάδας-Ρωσίας» Αθήνα 20/05/2016.

τουριστικό προορισμό για τους Ρώσους. Άλλωστε ο θρησκευτικός τουρισμός είναι σημείο κλειδί στα πλαίσια του Αφιερωματικού Έτους Ελλάδας-Ρωσίας, δεδομένου ότι η επίδραση του τουρισμού είναι εμφανής σε όλους τους τομείς του οικονομικού-κοινωνικού-πολιτικού γίγνεσθαι. Στόχος για το έτος 2016 είναι ο αριθμός των Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα να αγγίξει το ένα εκατομμύριο.⁶⁵

Το 2013 ήταν έτος σταθμός για την προβολή της Πάτρας ως πόλος έλξης θρησκευτικού & προσκυνηματικού τουρισμού, αφού ο Σταυρός του Μαρτυρίου του Αγίου ταξίδεψε⁶⁶ για ένα μήνα στη Ρωσία, Ουκρανία και Λευκορωσία, με αφορμή τη συμπλήρωση 1025 χρόνων από τη βάπτιση των Ρώσων, με πάνω από τρία εκατομμύρια πιστοί να τον προσκύνησαν⁶⁷.

3.4 Θέσεις στρατηγικών εταίρων για την ανάδειξη της Πάτρας ως πόλος έλξης θρησκευτικού τουρισμού με χώρα στόχο την Ρωσία

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας στο Πενταετές Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2014-2020 στον Στρατηγικό Στόχο αρ.4 (ΠΔΕ, 2015) έχει ορίσει την Ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος της Δυτικής Ελλάδας, σε διασύνδεση με πολιτιστικούς και φυσικούς πόρους της περιοχής. Ο θρησκευτικός τουρισμός ανήκει στους τομείς που διαθέτουν προοπτική διεύρυνσης των προσφερομένων τουριστικών προϊόντων και ανάπτυξης σε επιμέρους τμήματα της αγοράς. Στα πλαίσια του ΕΣΠΑ 2014-2020 και της Στρατηγικής Έρευνας και Καινοτομίας για την Έξυπνη Εξειδίκευση(RIS 3) (ΠΔΕ, 2013) ο τουρισμός αποτελεί βασικό κλάδο εξειδίκευσης και ένα από τα δυνατά σημεία της Π.Δ.Ε. Ειδικότερα, η επίσκεψη σε θρησκευτικούς χώρους αποτελεί μέρος της εμπειρίας της Αλυσίδας Αξίας Τουρισμός-Πολιτισμός.

Η αγορά της Ρωσίας αποτελεί στρατηγικό προορισμό για την Π.Δ.Ε., η οποία παραδοσιακά συμμετέχει σε εκθέσεις τουριστικής προβολής που οργανώνονται στη Ρωσία και διατηρεί δεσμούς φιλίας σε θρησκευτικό και επιχειρηματικό επίπεδο. Μικτές αποστολές έχουν δραστηριοποιηθεί από και προς τη Ρωσία, σε εμπορικό αλλά και

⁶⁵ Σύμφωνα με δηλώσεις της κας Olga Yarilova , Διεύθυνση Τουρισμού της Ρωσίας , στην Ελληνο-Ρωσική Διάσκεψη για τον Θρησκευτικό & Προσκυνηματικό Τουρισμό, Αθήνα , 20/05/2016

⁶⁶ Κατόπιν συντονισμένων ενεργειών των Εκκλησιών Ελλάδας –Ρωσίας , του Υπουργείου Τουρισμού και του Ιδρύματος Άγιος Ανδρέας της Μόσχας.

⁶⁷ Χαρακτηριστικό της σημασίας που είχε η περιοδεία του Σταυρού στη Ρωσία , είναι το γεγονός ότι ο Ρώσος Πρόεδρος κ.Vladimir Putin, παρέθεσε δείπνο στους Προκαθήμενους & ιερείς 15 τοπικών ορθόδοξων Εκκλησιών ,μεταξύ των οποίων και η αποστολή της Ι.Μ. Πατρών (Δημοσιεύματα εφημερίδας Πελοπόννησος 25, 26/07/2013)

θηρσκευτικό επίπεδο⁷⁰, με τη συμμετοχή εκπροσώπων του επιμελητηρίου, του εμπορικού συλλόγου, του συλλόγου τουριστικών πρακτόρων, της ένωσης ξενοδόχων. Ο θηρσκευτικός τουρισμός αποτελεί προτεραιότητα για την Π.Δ.Ε. με αιχμή του δόρατος τον Απόστολο Ανδρέα, τον Πρωτόκλητο Άγιο και Πολιούχο της Πάτρας. Στα πλαίσια αυτά και σε συνεργασία με τον Γενικό Πρόξενο της χώρας μας στη Ρωσία είναι σε εξέλιξη η υπογραφή Πρωτοκόλλου Συνεργασίας για προώθηση τουριστών στην Πάτρα. Επιπλέον, σε συνεργασία με το Γραφείο του ΕΟΤ στη Μόσχα, για διάστημα δύο εβδομάδων υπήρχε προβολή⁷¹ στα ρωσικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης της Π.Δ.Ε. με ειδική αναφορά στην Πάτρα και τον Απόστολο Ανδρέα.

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας έχει εκδώσει τουριστικό οδηγό σε πέντε ξένες γλώσσες, μεταξύ των οποίων και τα ρώσικα, ειδικό έντυπο για το θηρσκευτικό τουρισμό, ενώ κατά καιρούς έχει διοργανώσει press trips ειδικά για ρώσους δημοσιογράφους⁷².

Στις 25 Ιουλίου 2016 τέθηκε σε διαβούλευση⁷³ το Προσχέδιο για το Μάρκετινγκ Τουριστικού Προϊόντος & Ανταγωνιστικής Ταυτότητας Δυτικής Ελλάδας, σε συνεργασία με τον ΣΕΤΕ προκειμένου δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς, επιχειρήσεις, απλοί πολίτες να καταθέσουν τις προτάσεις τους για την ανάδειξη των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της Περιφέρειας και τη δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος που θα την καταστήσει αναγνωρίσιμο τουριστικό προορισμό.

Ο Δήμος Πατρέων και η παρούσα Δημοτική Αρχή αναγνωρίζει και σέβεται τον διακριτό ρόλο της Εκκλησίας και είναι αρωγός στις προσπάθειες της Ι.Μ.Πατρών για την ανάδειξη και αξιοποίηση του Ι.Ν. Αγίου Ανδρέου για την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού επισκεπτών, γεγονός που θα επιφέρει πολλαπλασιαστικά οφέλη στην τοπική κοινωνία και οικονομία.

Ο Δήμος θεωρεί ότι η ενίσχυση του θηρσκευτικού τουρισμού θα λειτουργήσει ως επιταχυντής για την ενίσχυση άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού για την πόλη της

⁷⁰ Από την εισήγηση του Αντιπεριφερειάρχη Ανάπτυξης & Επιχειρηματικότητας Δυτικής Ελλάδας, στην Ελληνο-Ρωσική Διάσκεψη για τον Προσκυνηματικό & θηρσκευτικό τουρισμό στα πλαίσια του Αφιερωματικού Έτους Ελλάδας-Ρωσίας, Αθήνα, 20/05/2016

⁷¹ Διενεργήθηκε διαγωνισμός και το βραβείο ήταν δωρεάν διαμονή μιας εβδομάδας για δύο άτομα στην Πάτρα, με περιήγηση σε βασικά τουριστικά αξιοθέατα της Π.Δ.Ε.

⁷² Τα αναφερόμενα στις θέσεις της Π.Δ.Ε. είναι αποτέλεσμα πρωτογενούς έρευνας και κατόπιν συνάντησης με τον αρμόδιο Αντιπεριφερειάρχη Ανάπτυξης & Επιχειρηματικότητας, κ. Γεωργίου Αγγελόπουλου(15/07/2016)

⁷³ Θα διαρκέσει μέχρι τις 11/09/2016 (www.pde.gov.gr)

Πάτρας. Όμως η έλλειψη κεντρικού σχεδιασμού για την επίλυση χρόνιων προβλημάτων υποδομής της πόλης και η ελλιπής χρηματοδότηση αποτελούν τροχοπέδη για την ανάδειξη της πόλης σε πόλο έλξης σε εθνικό και διεθνές επίπεδο⁷⁴.

Η Ιερά Μητρόπολη Πατρών τιμά τον Προστάτη και Πολιούχο της Πόλης Απόστολο Ανδρέα και καταβάλλει προσπάθειες για την ανάδειξή της ως θρησκευτικό κέντρο παγκόσμιας εμβέλειας. Στα πλαίσια αυτά, ολοκληρώθηκε το έργο της αποπεράτωσης του νέου Ιερού Ναού και ξεκίνησε ξανά η αγιογράφηση του. Παράλληλα ολοκληρώθηκε η αναπαλαίωση του Παλαιού Ναού⁷⁵, όπου βρίσκεται ο Αποστολικός Τάφος. Ενέργειες που αποσκοπούν στην ανάδειξη των ιερών ναών και την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού επισκεπτών.

Εμπλουτίστηκε ο θεσμός των «Πρωτοκλητείων» με δράσεις πιο εξωστρεφείς (συναυλίες, ομιλίες, θεατρικά δρώμενα), ενώ την ημέρα της Ιεράς Πανήγυρις (30/11) την Πάτρα επισκέπτεται μεγάλος αριθμός ατόμων αλλά και εκπροσώπων των Εκκλησιών τόσο από τη χώρα μας όσο και από το εξωτερικό.

Η Πάτρα αποτελεί ιδιαίτερα δημοφιλή προορισμό για τους Κύπριους, Ρώσους και Ρουμάνους τα τελευταία χρόνια. Ειδικότερα, μετά το 2013⁷⁶ ο αριθμός των Ρώσων επισκεπτών είναι διαρκώς αυξανόμενος ενώ έχει καλλιεργηθεί κλίμα συνεργασίας μεταξύ των δύο Εκκλησιών με σκοπό την ανταλλαγή επισκέψεων και περαιτέρω σύσφιξης των σχέσεων⁷⁷.

Η Ι.Μ. Πατρών συνεργάζεται στενά τόσο με την Π.Δ.Ε. όσο και με το Δήμο Πατρέων προκειμένου να εξευρεθεί τρόπος χρηματοδότησης για την ανέγερση Συνεδριακού–Πνευματικού Κέντρου πλησίον των Ιερών Ναών, εφόσον επιτρέπεται από τις προβλεπόμενες χρήσεις γης και εντάσσεται στον ευρύτερο χωροταξικό & αναπτυξιακό σχεδιασμό της περιοχής. Είναι σε εξέλιξη συνεργασία με το Επιμελητήριο Αχαΐας για προβολή των Ιερών Ναών μέσω ψηφιακής πλατφόρμας, ενώ διαθέτει ξενόγλωσσο υλικό σε όσους τοπικούς φορείς συμμετέχουν σε εκθέσεις τουριστικής προβολής. Επιπλέον,

⁷⁴ Τα αναφερόμενα στις θέσεις της Δημοτικής Αρχής είναι αποτέλεσμα πρωτογενούς έρευνας και κατόπιν συνάντησης με τον Δήμαρχο Πατρέων κ.Κώστα Πελετίδη (26/07/2016)

⁷⁵ Με την αφορμή συμπλήρωσης εκατό χρόνων από την κατασκευή του , στα Θυρανοίξια παρέστη ο Οικουμενικός Πατριάρχης κ.κ. Βαρθολομαίος

⁷⁶ Έτος μεταφοράς του Σταυρού του Αποστόλου στη Ρωσία ,Ουκρανία και Λευκορωσία

⁷⁷ Στα πλαίσια αυτά , πραγματοποιήθηκε το 2016 η έλευση των ιερών λειψάνων του Αγίου Λουκά εκ Ρωσίας, ενώ τον Αύγουστο του τρέχοντος έτους έχει προγραμματιστεί προσκυνηματική επίσκεψη από την Ι.Μ.Πατρών στη Ρωσία , για ενίσχυση και ανταλλαγή τουριστικών ροών.

αναζητεί τρόπους αξιοποίησης των νέων ΤΠΕ για την ενημέρωση και πληροφόρηση των αλλοδαπών επισκεπτών με την τοποθέτηση κέντρων πληροφόρησης (info points) έξωθεν των Ιερών Ναών. Η Ι.Μ. Πατρών επεξεργάζεται προτάσεις για την ανάδειξη της Πάτρας ως θρησκευτικό κέντρο, με τρόπον ώστε να μην γίνει εμπορευματοποίηση της πίστης, αλλά η έλλειψη οικονομικών πόρων λειτουργεί ανασταλτικά⁷⁸.

Η Εκκλησία της Ελλάδος από το 2001 με τη σύσταση Ειδικής Συνοδικής Επιτροπής, Συνοδικό Γραφείο Προσκυνηματικών Περιηγήσεων (Θρησκευτικού Τουρισμού), αναδεικνύει τη βαρύνουσα σημασία του θρησκευτικού τουρισμού. Τα χριστιανικά προσκυνήματα αποτελούν παγκόσμια κληρονομιά και καταδεικνύουν την προσφορά του χριστιανισμού στην ανθρωπότητα, την ιστορία, τη τέχνη και τον πολιτισμό⁷⁹.

Η Εκκλησία της Ελλάδος με συντονισμένες και στοχευμένες δράσεις και ενέργειες προσπαθεί να ενισχύσει τον Προσκυνηματικό–Θρησκευτικό τουρισμό. Στόχος είναι η δημιουργία κατάλληλων προϋποθέσεων για γνωριμία των ανθρώπων με ιερούς τόπους και μνημεία. Στα πλαίσια αυτά, γίνονται συντονισμένες ενέργειες και προσπάθειες με τις κατά τόπους Ιερές Μητροπόλεις για ανάδειξη, συντήρηση και προβολή ιερών τόπων ,αξιοποιώντας τις ευκαιρίες των νέων ΤΠΕ.

Υπάρχει αγαστή συνεργασία της Εκκλησίας της Ελλάδος με το Υπουργείο Τουρισμού και τον ΕΟΤ⁸⁰, τον Σύνδεσμο των Εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων (ΗΑΤΤΑ) και η Εκκλησία της Ελλάδος συμμετέχει ενεργά σε Διεθνείς Εκθέσεις Τουριστικής Προβολής. Η Ρωσία αποτελεί στρατηγική αγορά–στόχο προσέλκυσης θρησκευτικών τουριστών και στα πλαίσια του Αφιερωματικού Έτους Ελλάδας-Ρωσίας 2016, εντείνονται οι προσπάθειες δικτύωσης και συνεργασίας δημόσιων ,ιδιωτικών φορέων και των Εκκλησιών με στόχο την αύξηση και αμοιβαία ανταλλαγή τουριστικών ροών και την προσέλκυση επενδύσεων και περαιτέρω συνεργασίας σε άλλους τομείς της οικονομίας.

⁷⁸ Τα αναφερόμενα αποτελούν προϊόν πρωτογενούς έρευνας κατόπιν συναντήσεως τόσο με τον Προϊστάμενο του Ι.Ν. Αγίου Ανδρέα , Πρωτοπρεσβύτερο π.Νικόλαο Σιαδαρέση (07/07/2016) όσο και με τον Πρωτοσύγκελο της Ι.Μ. Πατρών Πανοσιολογιότατο Αρχιμανδρίτη π.Αρτέμιο Αργυρόπουλο (29/07/2016)

⁷⁹ Σεβασμιότατος Μητροπολίτης Δωδώνης κ.κ. Χρυσόστομος, Πρόεδρος της Ειδικής Συνοδικής Επιτροπής, Συνοδικό Γραφείο Προσκυνηματικών Περιηγήσεων (Θρησκευτικού τουρισμού) , Εισήγηση στην Ελληνο-Ρωσική Διάσκεψη για τον Προσκυνηματικό και Θρησκευτικό Τουρισμό, Αθήνα , 20-05-2016.

⁸⁰ Έχει συσταθεί Κοινή Επιτροπή Εκκλησίας της Ελλάδος και του Υπουργείου Τουρισμού για θέματα ανάπτυξης & προβολής του προσκυνηματικού τουρισμού.

Επομένως, οι προσπάθειες ενίσχυσης και ανάδειξης της Πάτρας ως κέντρο θρησκευτικού τουρισμού με εστίαση στην αγορά της Ρωσίας συμπλέει με τους στρατηγικούς στόχους και της Εκκλησίας της Ελλάδος και του Υπουργείου Τουρισμού.

3.5 Στρατηγικό σχέδιο ανάδειξης της Πάτρας σε προορισμό θρησκευτικού ενδιαφέροντος εθνικής και παγκόσμιας εμβέλειας

Προκειμένου η Πάτρα να επανατοποθετηθεί στον εθνικό και παγκόσμιο χάρτη ως τουριστικός προορισμός απαιτείται να υπάρξει ένα στρατηγικό σχέδιο προβολής και ανάδειξης της πόλης. Έχοντας υπόψη το ρευστό διεθνές κλίμα λόγω των συνεχιζόμενων τρομοκρατικών επιθέσεων στην Ευρώπη, την αστάθεια που επικρατεί στην Τουρκία και τη συνεχιζόμενη προσφυγική-μεταναστευτική κρίση, η προβολή του ασφαλούς, σταθερού και φιλόξενου περιβάλλοντος της χώρας μας, έχει ως αποτέλεσμα τη διεκδίκηση απορρόφησης μεγαλύτερου μέρους τουριστικού ρεύματος από χώρες προέλευσης επισκεπτών. «Το στρατηγικό μάνατζμεντ είναι μια συνεχής διαδικασία λήψεως σημαντικών αποφάσεων σήμερα, που προετοιμάζουν την επιχείρηση να διαχειρισθεί μελλοντικά γεγονότα που αναπόφευκτα θα την επηρεάσουν» (Γεωργόπουλος, 2013).

Το στρατηγικό μάνατζμεντ ασχολείται τόσο με τη διαμόρφωση όσο και με την υλοποίηση της στρατηγικής ενώ περιλαμβάνει και το στάδιο της αξιολόγησης και του ελέγχου. Συγκεκριμένα περιλαμβάνει το Όραμα, την Αποστολή, τη Στρατηγική και τα Σχέδια Δράσης. Η διατύπωση του οράματος αναφέρεται στο «τι θέλουμε να γίνουμε» ενώ η αποστολή στο «ποιοι είμαστε και τι κάνουμε». Στη συνέχεια ορίζουμε τους στόχους και τους σκοπούς που θέλουμε να επιτύχουμε: οι σκοποί θα πρέπει να είναι μετρήσιμοι, σαφείς, συγκεκριμένοι και να έχουν επικοινωνηθεί στο σύνολο των μελών του οργανισμού. Η επιλογή της στρατηγικής που θα ακολουθήσουμε για την επίτευξη των συμφωνηθέντων σκοπών εξαρτάται κάθε φορά από τις ισχύουσες συνθήκες. Η στρατηγική εξειδικεύεται σε επιμέρους πολιτικές που ουσιαστικά συνδέουν το στάδιο διαμόρφωσης της στρατηγικής με το στάδιο υλοποίησής της. Οι πολιτικές εξειδικεύονται σε επιμέρους προγράμματα (δράσεις), προϋπολογισμούς και διαδικασίες. Τέλος, πραγματοποιείται έλεγχος της επίδοσης και εφόσον διαπιστωθούν προβλήματα-αδυναμίες ως προς τη διαδικασία επίτευξης των σκοπών, γίνεται αναμόρφωση του στρατηγικού σχεδιασμού.

Βασικό στοιχείο του στρατηγικού μάνατζμεντ είναι ο εντοπισμός και η ανάδειξη ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και πώς αυτό θα είναι διατηρήσιμο. Για να είναι ένα

ανταγωνιστικό πλεονέκτημα διατηρήσιμο (VRIO) πρέπει να συγκεντρώνει τα εξής τέσσερα χαρακτηριστικά (Μυλωνάς, 2011):

- Value (Αξία): Προσδίδει στον πελάτη αξία και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα;
- Rare (Σπανιότητα) : Το έχουν οι ανταγωνιστές;
- Imitability (Μίμηση): Κοστίζει στους άλλους να το μιμηθούν;
- Organization (Οργάνωση) : Είναι η εταιρεία οργανωμένη να εκμεταλλευτεί τον πόρο;

Όσον αφορά την Πάτρα διαθέτει έναν τουριστικό πόρο που συγκεντρώνει το σύνολο των χαρακτηριστικών ενός διατηρήσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και με την κατάλληλη προετοιμασία μπορεί να αναδείξει την πόλη σε θρησκευτικό προορισμό εθνικής και παγκόσμιας εμβέλειας: τους Ιερούς Ναούς του Αγίου Ανδρέα που υπάρχει ο Αποστολικός Τάφος, ο Σταυρός του μαρτυρίου, η Τιμία Κάρα και το αγίασμα.

Στα πλαίσια αυτά απαιτείται συνεργασία και συνέργεια όλων των εμπλεκόμενων μερών: Δήμος Πατρέων, Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, Ι.Μ. Πατρών, Εκκλησία της Ελλάδος, Υπουργείο Τουρισμού, ΕΟΤ, ΣΕΤΕ, ΞΕΕ, Επιμελητήρια, Πανεπιστήμια, Ιδιωτικές Επιχειρήσεις, Σύλλογοι Επαγγελματιών, ΜΚΟ, ενώσεις πολιτών και απλοί πολίτες –δημότες της πόλης. Για την επίτευξη του παραπάνω οράματος και για το σχεδιασμό και υλοποίηση της στρατηγικής εκείνης που θα μετουσιώσει το κοινό όραμα σε μετρήσιμους σκοπούς μέσω πολιτικών και σχεδίων δράσης, απαιτείται ένας φορέας που θα οργανώσει και θα συντονίσει το συνολικό εγχείρημα.

Ο Δήμος Πατρέων δύναται υπό προϋποθέσεις να αναλάβει τον ρόλο του κεντρικού διαχειριστή –συντονιστή στα πλαίσια ανάδειξης της πόλης σε τόπο θρησκευτικού προορισμού εθνικής και παγκόσμιας εμβέλειας. Παρόλο που στον υφιστάμενο Οργανισμό Εσωτερικής Υπηρεσίας του Δήμου⁸¹ προβλέπεται λειτουργία Γραφείου Τουρισμού, μέχρι σήμερα δεν έχει στελεχωθεί με συνέπεια την έλλειψη ανάληψης πρωτοβουλιών–δράσεων τουριστικής προβολής. Η στελέχωση του Γραφείου με επιστημονικά εξειδικευμένο προσωπικό θα έδινε τη δυνατότητα συντονισμού των δράσεων για τη διαμόρφωση και υλοποίηση στρατηγικού σχεδίου τουριστικής προβολής και ανάδειξης της πόλης, με έμφαση μεταξύ των άλλων και στο θρησκευτικό τουρισμό. Η διενέργεια δημόσιας διαβούλευσης επί συγκεκριμένου, προτεινόμενου σχεδίου προβολής του τουριστικού

⁸¹ ΦΕΚ 3492/Β/31-12-2012 , Έγκριση Οργανισμού Εσωτερικής Υπηρεσίας Δήμου Πατρέων

προϊόντος με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς –εταίρους (stakeholders) θα συνέβαλε στην επικοινωνία του οράματος και της αποστολής του στο σύνολο της κοινωνίας με στόχο την απόκτηση συνείδησης και κουλτούρας των δημοτών ότι η πόλη τους αποτελεί τουριστικό προορισμό.

Για την επίτευξη των στόχων, ήτοι προβολή και ανάδειξη της Πάτρας ως θρησκευτικός προορισμός, τη βελτίωση της ελκυστικότητας της περιοχής, την αύξηση του αριθμού των επισκεπτών, με εστίαση (focus) στην αγορά της Ρωσίας, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, την αύξηση του μέσου όρου της διάρκειας παραμονής των επισκεπτών στην πόλη, το συνδυασμό και την προώθηση επιπλέον εναλλακτικών μορφών τουρισμού, απαιτείται η υιοθέτηση συγκεκριμένων δράσεων από τους εμπλεκόμενους φορείς.

Συγκεκριμένα:

Ο Δήμος Πατρέων πρωταρχικό μέλημα του οποίου πρέπει να είναι η επαρκής στελέχωση του Γραφείου Τουρισμού και η ανάληψη πρωτοβουλιών και δράσεων με στόχο την προβολή και ανάδειξη της πόλης, ειδικότερα ως θρησκευτικός προορισμός.

Στα πλαίσια αυτά και λαμβάνοντας υπόψη τις διατάξεις του Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό και τη Στρατηγική Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων του για το διάστημα 2009-2024, δεδομένου ότι η Πάτρα διαθέτει αναγνωρίσιμη τουριστική ταυτότητα η οποία όμως χρήζει περαιτέρω ενίσχυσης και προβολής, θα πρέπει να προβεί σε παρεμβάσεις που θα συμβάλλουν στην επίτευξη ενός αποδεκτού επιπέδου υποδομών (επάρκεια τεχνικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών υποδομών για την εξυπηρέτηση κατοίκων και επισκεπτών).

Πιο συγκεκριμένα:

- επιλογή λογότυπου (banner) για τη τουριστική προβολή –αναγνώριση της πόλης
- μέτρα βελτίωσης των σημείων εισόδου της πόλης (αυτοκινητόδρομοι, λιμάνι, αεροδρόμιο Αράξου, προαστιακός σιδηρόδρομος),
- σήμανση-πινακίδες πληροφόρησης του συνόλου των τουριστικών πόρων και σημείων ενδιαφέροντος,
- επέκταση πεζοδρόμησης κεντρικών οδών που καταλήγουν στους Ιερούς Ναούς του Αγίου Ανδρέα και πλήρη πεζοδρόμηση των παράπλευρων οδών των ναών

προκειμένου να δημιουργηθεί μεσημβρινά αυτών, ένα πάρκο συνολικής εκτάσεως 6.500τ.μ., όπου με τις κατάλληλες παρεμβάσεις (δενδροφύτευση, διαμόρφωση χώρων , πεζοδρόμηση, ποδηλατόδρομος, χώροι ξεκούρασης και αναψυχής) θα συμβάλει στην αισθητική αναβάθμιση της περιοχής και θα προσδώσει μεγαλύτερη αξία τόσο για τους κατοίκους όσο και για τους επισκέπτες,

- μέσω της επέκτασης των πεζοδρομήσεων, οι επισκέπτες θα μπορούν γρήγορα και άνετα να επισκεφθούν και άλλα σημεία ενδιαφέροντος της πόλης
- απαγόρευση στάθμευσης έμπροσθεν των ναών και στον προαύλιο χώρο τους θα βελτιώσει την αισθητική του περιβάλλοντος χώρου
- επιμελής και καθημερινή καθαριότητα της ευρύτερης περιοχής των ναών και τοποθέτηση καλαίσθητων υπόγειων κάδων απορριμμάτων και ανακύκλωσης
- αξιοποίηση του θαλασσίου μετώπου, μήκους 3,5χλμ.που συμπεριλαμβάνει την προβολή των ναών στη θάλασσα και προβλέπει τη γενικότερη διαμόρφωση της παραλιακής ζώνης⁸² και τη ταυτόχρονη αξιοποίηση των παλαιών λιμενικών εγκαταστάσεων⁸³
- δημιουργία ιστοσελίδας και διαδικτυακής πλατφόρμας ενημέρωσης, προβολής και προώθησης της Πάτρας, παρέχοντας χρήσιμες πληροφορίες για τους επισκέπτες, (Οδηγός Πόλης). Διανύουμε μια εποχή που χαρακτηρίζεται ως “social travel” (Bordas 2016)⁸⁴ (mobile and social) γεγονός που αναδεικνύει τη σημαντικότητα της ορθής χρήσης και διαχείρισης εφαρμογών των νέων ΤΠΕ στην υπηρεσία προβολής και προώθησης του ελληνικού τουριστικού χαρτοφυλακίου.
- προβολή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε μηχανές αναζήτησης ή blogs ειδικού ενδιαφέροντος,
- δημιουργία, τήρηση και προώθηση ηλεκτρονικού ημερολογίου εκδηλώσεων-γεγονότων (e-Calendar)
- δημιουργία έντυπου , ξενόγλωσσου διαφημιστικού υλικού,
- αδελφοποίηση με πόλεις του εξωτερικού που αποτελούν τόπους θρησκευτικού προορισμού ή έχουν κάποια ιδιαίτερη σχέση με τον Άγιο Ανδρέα,

⁸² Απομάκρυνση μανδρότοιχου που αποκόπτει την πόλη από το φυσικό της χώρο ,το νερό. Δημιουργία χώρων πρασίνου, θεματικών πάρκων : πολιτισμού-αναψυχής-περιπάτου, ποδηλατόδρομος.

⁸³ Δημιουργία χώρων ελλιμενισμού μικρών σκαφών αναψυχής-τουρισμού .

⁸⁴ Το 68% των τουριστών αναζητούν πληροφορίες στο διαδίκτυο, 78% χρησιμοποιούν εφαρμογές (apps) που σχετίζονται με ταξίδια και 42% χρησιμοποιεί πληροφορίες μέσω εφαρμογών κινητών κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.

- διαδημοτική συνεργασία ή συνεργασία μέσω προγραμματικών συμβάσεων με Δήμους της χώρας μας σε θέματα τουρισμού (Δήμος Αρχαίας Ολυμπίας, Δήμος Δελφών, Δήμος Αθηναίων κ.α.)
- αξιοποίηση κοινοτικών πόρων και χρηματοδοτικών εργαλείων μέσω της ΕΕ
- συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις τουρισμού σε συνεργασία με την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας,
- τοποθέτηση info points-info kiosk σε κεντρικά σημεία της πόλης και στα σημεία πρώτης επαφής των επισκεπτών,
- συνεργασία με τον Δήμο Αθηναίων και συμμετοχή στο Travel Trade Athens. Διερεύνηση δυνατότητας υλοποίησης του θεσμού και στην Πάτρα για την προβολή της περιοχής και την επίτευξη συνεργασίας με ιδιωτικούς φορείς που δραστηριοποιούνται στο τουριστικό κλάδο

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην προσπάθεια ανάδειξης της Πάτρας σε θρησκευτικό προορισμό μέσω δράσεων που συμβάλλουν στην εξωστρέφεια και την ενίσχυση της προβολής της περιοχής. Συγκεκριμένα:

- Διαρκής συμμετοχή και παρουσία σε διεθνείς εκθέσεις, συνέδρια του τουριστικού κλάδου θα δημιουργηθούν προϋποθέσεις δικτύωσης και συνεργασίας με στρατηγικούς τουριστικούς εταίρους παγκόσμιας εμβέλειας (τουριστικά πρακτορεία, ξενοδοχεία), γεγονός που θα ενισχύσει την εξωστρέφεια του τοπικού τουριστικού προϊόντος
- οργάνωση ταξιδιών ενημέρωσης-εξοικείωσης για δημοσιογράφους του τουριστικού κλάδου, με παροχή δωρεάν φιλοξενίας. Κάθε χρόνο να επιλέγεται μια χώρα-στόχο σε συνεργασία με το Υπουργείο Τουρισμού, το ΥΠΕΞ και τη Γ.Γ.Α.Ε.
- συμμετοχή μελών της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στις αποστολές της Γ.Γ.Α.Ε. με στόχο την δημιουργία επαφών για προσέλκυση επισκεπτών και επενδύσεων
- αξιοποίηση ευκαιριών δικτύωσης ,συνεργασίας και ανταλλαγής καλών πρακτικών στα πλαίσια της Μακροπεριφέρειας Αδριατικής και Ιονίου και της Διαμεσογειακής Επιτροπής της Διάσκεψης των Παράκτιων Περιφερειών της Ευρώπης, την προεδρία της οποίας έχει η Π.Δ.Ε. για τα επόμενα δύο χρόνια (2016-2018)

- Εξασφάλιση χορηγιών εξωστρεφών πατρινών επιχειρήσεων για την προβολή της πόλης σε σημεία όπως ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών, το μετρό στην Αθήνα, τα λεωφορεία, τραμ , σε αεροπλάνα, σε περιοδικά IN Flight Magazines
- Συνεργασία ΠΔΕ με Συλλόγους Ομογενών που έλκουν την καταγωγή τους από την περιοχή για ενίσχυση δράσεων προβολής σε διεθνείς εκθέσεις
- Αξιοποίηση κοινοτικών πόρων σε θέματα τουριστικής ανάπτυξης και προβολής
- Συνεργασία με το ΥΠΕΞ για την προβολή της Πάτρας μέσω της ιστοσελίδας των Εκπαιδευτικών και Πολιτιστικών Διαδρομών στην Ελλάδα (www.grect.com) σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Πατρών και το Νέο Αρχαιολογικό Μουσείο .

Η Ιερά Μητρόπολη Πατρών, από την πλευρά της θα μπορούσε να προβεί στις παρακάτω ενέργειες:

- αξιοποίηση του υπόγειου χώρου του Νέου Ιερού Ναού, επιφανείας 2.500τ.μ., όπου μέσω κατάλληλων διαμορφώσεων και παρεμβάσεων θα παρέχεται η δυνατότητα ανάπτυξης δραστηριοτήτων⁸⁵ ενισχύουν την ελκυστικότητα του χώρου ενώ παράλληλα υποστηρίζουν το θρησκευτικό αίσθημα
- βελτίωση των υποδομών των Ιερών Ναών του Αποστόλου Ανδρέα, γεγονός που συνάδει με το Τουριστικό Στρατηγικό Σχεδιασμό 2021 του ΣΕΤΕ (Οδικός Χάρτης Υλοποίησης), σύμφωνα με τον οποίο ο θρησκευτικός/πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μια από τις έξι κύριες κατηγορίες του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Θρησκευτικοί χώροι και τοποθεσίες θα αναβαθμιστούν και θα αποκτήσουν ένα ελάχιστο επίπεδο βασικών υποδομών (παρκινγκ, WC, πρόσβαση ΑμΕΑ, ενημερωτικό υλικό, πληροφορίες σε τουλάχιστον δύο ξένες γλώσσες, ξενάγηση, καταστήματα πώλησης αναμνηστικών). Επίσης η αξιοποίηση των σύγχρονων τεχνολογιών θα συμβάλλει στην ελκυστικότητα των τόπων υποδοχής τουριστών
- εικονική περιήγηση στους ναούς με τη χρήση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας και δημιουργία ειδικών εφαρμογών για smartphones, tablets, ηλεκτρονικός οδηγός ,οπτικοακουστικό υλικό ξενάγησης
- συνεργασία με τα Πανεπιστημιακά Ιδρύματα της πόλης για την αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού (φοιτητές) μέσω συγκεκριμένων δράσεων και ενεργειών να προσφέρουν δωρεάν υπηρεσίες, π.χ. ξενάγησης ξένων τουριστών, εκπόνηση

⁸⁵ Λειτουργία καταστήματος πώλησης αναμνηστικών , βιβλίων , εικόνων. Εκθετήριο τοπικών προϊόντων που συνδέουν την τοπική παραγωγή με τους επισκέπτες

μελετών προσέλευσης μεγαλύτερου αριθμού επισκεπτών, συλλογή και επεξεργασία στατιστικών στοιχείων σχετικά με τις τουριστικές ροές, αξιοποίηση μέσων κοινωνικής δικτύωσης, στα πλαίσια ευρωπαϊκών προγραμμάτων ανταλλαγής φοιτητών να συμπεριλαμβάνεται επίσκεψη στους Ιερούς Ναούς και η δυνατότητα εκπαιδευτικών δράσεων.

- ύπαρξη ηλεκτρονικών κέντρων πληροφόρησης στο προαύλιο χώρο των ναών, με ξενόγλωσσο περιεχόμενο όπου θα παρέχει πληροφορίες όχι μόνον για την ζωή και το έργο του Αποστόλου Ανδρέα αλλά θα κατευθύνει τους επισκέπτες και σε άλλες εκκλησίες ή τόπους ενδιαφέροντος που βρίσκονται σε κοντινή απόσταση, θα συνέβαλε σημαντικά στην επιμήκυνση του χρόνου παραμονής των επισκεπτών στην πόλη και στην αύξηση του ποσού των χρημάτων που δαπανούν,
- δωρεάν φιλοξενία μαθητών και φοιτητών στις κατασκηνώσεις της Ι.Μ. Πατρών και σε χώρους της εκκλησιαστικής εστίας Πατρών,
- διοργάνωση συνεδρίου κληρικών παγκόσμιας εμβέλειας , σε συνεργασία με την Εκκλησία της Ελλάδας, το Δήμο Πατρέων, την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, τον ΕΟΤ, το Υπουργείο Εξωτερικών, τη Γενική Γραμματεία Απόδημου Ελληνισμού, με στόχο την ανάδειξη των Ιερών Ναών ως σημεία παγκόσμιου θρησκευτικού ενδιαφέροντος.

Η Εκκλησία της Ελλάδος θα μπορούσε να συμβάλει στην ανάδειξη της Πάτρας ως θρησκευτικού προορισμού με συγκεκριμένες και στοχευμένες ενέργειες , όπως :

- Συνεργασία με το Οικουμενικό Πατριαρχείο, τα Πατριαρχεία και τις Ορθόδοξες Εκκλησίες ανά την υφήλιο, προκειμένου να προβληθεί και να γίνει γνωστός ο τόπος μαρτυρίου του Αγίου Ανδρέα. Επιπλέον να υποστηριχθούν ανταλλαγές και επισκέψεις μεταξύ των Εκκλησιών.
- Μέσω διαφόρων εξωστρεφών δράσεων και της συνεργασίας με άλλες Εκκλησίες (πχ Βατικανό, Προτεστάντες, Διαμαρτυρόμενοι) θα επιτυγχάναμε την προσέλκυση μεγάλου αριθμού επισκεπτών άλλων θρησκειών-δογμάτων.
- Η διοργάνωση Συνόδου Εκκλησιών στην Πάτρα με στόχο την ανάδειξη των ιερών ναών ως Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς UNESCO,σε συνεργασία με το σύνολο των τοπικών, εθνικών φορέων και ιδρυμάτων

Το Υπουργείο Τουρισμού, έχοντας επιτελικό-συντονιστικό ρόλο και μέσω της ανάπτυξης ευέλικτων ρυθμιστικών πλαισίων και κατευθυντήριων οδηγιών για τον συντονισμό

εξειδικευμένων δράσεων και έλεγχο των αποτελεσμάτων τους, μετουσιώνεται στις εξής δράσεις:

- Συνεργασία με το Υπουργείο Εξωτερικών για την απλούστευση των διαδικασιών χορήγησης visa για τουριστικούς σκοπούς και μείωση του χρόνου έκδοσής της. Σημαντικό ρόλο στην προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού Ρώσων τουριστών είναι η απλούστευση της διαδικασίας χορήγησης visa για τουριστικούς λόγους. Στα πλαίσια αυτά και λόγω της Συνθήκης Schengen, η προσπάθεια επίτευξης διμερών συμφωνιών μεταξύ Ελλάδας και διαφόρων άλλων χωρών-στόχων όπως πχ Ρωσίας (Κάτσος, 2005) θα διευκόλυνε και θα οδηγούσε στην αύξηση τουριστικών ροών από τις χώρες αυτές. Σύμφωνα άλλωστε με το ενημερωτικό σημείωμα του ΕΟΤ (27/07/2016) σχετικά με την τουριστική κίνηση του 1^{ου} εξαμήνου 2016, σημειώνεται ανοδική πορεία του ελληνικού τουρισμού, με τις διεθνείς αεροπορικές αφίξεις να σημειώνουν άνοδο 4.4% σε σχέση με πέρσι ενώ όσον αφορά τις χώρες προέλευσης η μεγαλύτερη αύξηση παρατηρείται στις αφίξεις από Ρωσία (22,7%).
- Συνεργασία με τη Γενική Γραμματεία Απόδημου Ελληνισμού για την ενεργοποίηση του Απόδημου Ελληνισμού που αποτελεί πολύτιμο εθνικό κεφάλαιο. Μέσω της υλοποίησης προγραμμάτων δωρεάν φιλοξενίας μαθητών, σπουδαστών, νέων ομογενών σε εγκαταστάσεις των εκκλησιών κατά τη θερινή περίοδο .
- Επέκταση της συνεργασίας με την Πύλη Οικονομικής Διπλωματίας του ΥΠΕΞ (www.agora.mfa.gr) και το ΞΕΕ, για προβολή και ανάδειξη της Πάτρας
- Το 2016 έχει ανακηρυχθεί σε «Αφιερωματικό Έτος Ελλάδας-Ρωσίας» με στόχο τη σύσφιξη των σχέσεων και την προσέλκυση επενδύσεων σε πολλούς τομείς της οικονομίας , προεξέχοντος του τουρισμού. Η καθιέρωση του «Αφιερωματικού Έτους» σε νέες ή αναδυόμενες αγορές –στόχους θα συνέβαλλε, όχι μόνον στην αύξηση του αριθμού των επισκεπτών αλλά θα είχε πολλαπλασιαστικά οφέλη για το σύνολο της οικονομίας.

3.6 Ανακεφαλαίωση

Η Πάτρα συγκεντρώνει όλα τα απαραίτητα στοιχεία προκειμένου να αποκτήσει μια ιδιαίτερα ανταγωνιστική εικόνα-αντίληψη (brand name) στο παγκόσμιο τουριστικό γίγνεσθαι, με προμετωπίδα της το θρησκευτικό τουρισμό. Η ύπαρξη ενός στρατηγικού

σχεδίου προβολής και ενίσχυσης της μοναδικότητας του τουριστικού προϊόντος της Πάτρας, το οποίο θα είναι προϊόν συνεργασίας, συνέργειας και συντονισμού δράσεων όλων των τοπικών παραγωγικών δυνάμεων, θεωρείται προϋπόθεση εκ των ων ουκ άνευ.

Στα πλαίσια επαναπροσδιορισμού της εθνικής τουριστικής πολιτικής, μέσω της αλλαγής του προτύπου μαζικού τουρισμού με στροφή προς τις εναλλακτικές μορφές, στόχος είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και η διασπορά του τουριστικού προϊόντος στο χώρο και στο χρόνο⁸⁶. Η εποχικότητα της τουριστικής κίνησης, αποτελεί δομικό πρόβλημα του ελληνικού τουρισμού που δεν αντιμετωπίζεται με μονοδιάστατη αύξηση της τουριστικής κίνησης (Πανούση *et al* 2016). Για την επίτευξη ισόρροπης, βιώσιμης ανάπτυξης σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο απαιτείται συλλογική προσπάθεια και στοχευμένες δράσεις.

Οι διεθνείς συγκυρίες μπορεί να αποτελέσουν ευκαιρία για αύξηση του μεριδίου τουριστικών ροών από χώρες που παραδοσιακά επισκέπτονταν τη χώρα μας ενώ διανοίγονται προοπτικές για προσέλκυση και απορρόφηση τουριστικού ρεύματος νέων ή αναδυόμενων αγορών-στόχων (πχ ΗΠΑ, Καναδάς, Αυστραλία, Κίνα, Βραζιλία). Η αγορά της Ρωσίας αποτελεί αγορά-στόχο για την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος προεξέχοντος του θρησκευτικού τουρισμού ενώ παράλληλα γίνεται προσπάθεια διείσδυσης και σε άλλους τομείς της ρωσικής οικονομίας. Η χώρα μας διαθέτει μοναδικούς θρησκευτικούς θησαυρούς, γεγονός που την αναδεικνύει σε κοιτίδα παγκόσμιας κληρονομιάς και οι επισκέπτες μπορούν να συνδυάσουν παράλληλα με τα «μονοπάτια αναψυχής⁹¹» και «μονοπάτια της ψυχής» .

⁸⁶ Σύμφωνα με δηλώσεις της Αν. Υπουργού Τουρισμού κας Έλενας Κουντουρά , σχετικά με την εθνική τουριστική πολιτική (05/07/2016)

⁹¹ Πανοσιολογιώτατος Αρχιμανδρίτης κ. Σπυρίδων Κατραμάδος, Ελληνο-Ρωσική Διάσκεψη για τον Προσκυνηματικό και Θρησκευτικό Τουρισμό , Αθήνα 20-05-2016

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Εικόνες

- **Εικόνα 1 (2.1)**

Στην παρακάτω εικόνα παρουσιάζονται σχηματικά & συγκεντρωτικά οι δεκαεπτά στόχοι για μια Βιώσιμη Ανάπτυξη, που θα μεταμορφώσουν τον κόσμο μας σύμφωνα με τον ΠΟΤ. Συγκεκριμένα, οι στόχοι αυτοί αφορούν:

1. Καταπολέμηση της φτώχειας
2. Καταπολέμηση της πείνας
3. Δημιουργία συνθηκών «ευ ζειν» & καλής υγείας
4. Επένδυση στην ποιότητα της εκπαίδευσης
5. Ισότητα των φύλων
6. Δικαίωμα στο καθαρό πόσιμο νερό και συνθήκες υγιεινής
7. Ενέργεια
8. Αξιοπρεπή εργασία και οικονομική ανάπτυξη
9. Βιομηχανία, Καινοτομία & Υποδομές
10. Μείωση ανισοτήτων
11. Βιώσιμες πόλεις και κοινότητες
12. Υπεύθυνη παραγωγή και κατανάλωση
13. Δράσεις ενάντια στην κλιματική αλλαγή
14. Ωκεανοί (Η ζωή στο νερό)
15. Βιοποικιλότητα, Δάση, Ερημοποίηση (Η ζωή στο έδαφος)
16. Ειρήνη, Δικαιοσύνη & ισχυροί θεσμοί
17. Συνεργασία, σύμπραξη για την επίτευξη των στόχων



Developed in collaboration with **TROLLBÄCK & COMPANY** | TheGlobalGoals@trollback.com | +1.212.529.1010
For queries on usage, contact: dpicampaign@un.org

Η συμβολή του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία παρουσιάζεται σχηματικά όπως παρακάτω:

- αντιστοιχεί στο 10% του ΑΕΠ
- Απασχόληση: μια στις 11 θέσεις εργασίας αφορά τον τουριστικό κλάδο
- οι εξαγωγές που σχετίζονται με τη τουριστική βιομηχανία αγγίζουν το ποσό του 1.5 τρις δολαρίων Αμερικής (USD \$)
- το 7% των διεθνών αερομεταφορών αφορούν το τουρισμό &
- το 30% των εξαγωγίμων υπηρεσιών αντιστοιχούν στον τουριστικό κλάδο .



Πηγή: www2.unwto.org

Υποσημείωση υπ.αριθμ.61 (3.2)

Ο παλιός Ιερός Ναός του Αποστόλου Ανδρέα (1836-1843) χτίστηκε στον τόπο μαρτυρίου του Αγίου , ενώ κατά την αρχαιότητα εκεί βρισκόταν η πηγή της Θεάς Δήμητρας και λειτουργούσε ως μαντείο για ασθενείς. Στον παλαιό Ναό , μπροστά και δεξιά κοντά στο Άγιο Βήμα , βρίσκεται ο μαρμάρινος Αποστολικός Τάφος ,όπου κάθε Παρασκευή βράδυ γίνεται αγρυπνία .

Ο νέος Ιερός Ναός , θεμελιώθηκε το 1908 και εγκαινιάστηκε το 1974 . Είναι βυζαντινού ρυθμού με διαστάσεις 60μ μήκος, 52μ πλάτος και 46μ ύψος. Στην κορυφή του τρούλου είναι τοποθετημένος επίχρυσος σταυρός συνολικού ύψους 5μ και γύρω του είναι άλλοι δώδεκα μικρότεροι σταυροί που συμβολίζουν τον Χριστό και τους Δώδεκα μαθητές Του.

Το εσωτερικό εμβαδόν του ανέρχεται στα 2.500τμ και αθροίζοντάς το με το εμβαδόν του γυναικωνίτη υπάρχει δυνατότητα εκκλησιασμού άνω των 7.500 ατόμων. Είναι η μεγαλύτερη εκκλησία στην Ελλάδα και η δεύτερη μεγαλύτερη στα Βαλκάνια .

Χαρακτηριστική είναι η αγιογραφία που βρίσκεται στην Ανατολική κεντρική κόγχη όπου απεικονίζει την Παναγία έχοντας μαζί της τον Χριστό να αγκαλιάζει και να προστατεύει την πόλη της Πάτρας.

Για την ανέγερσή του το κόστος το ανέλαβαν «υποχρεωτικώς» όλοι οι κάτοικοι αφού κατέβαλαν εισφορά ύψους 40δρχ(ή 0,12€) μέσω της ΔΕΗ, η οποία καταργήθηκε το 2005.

Το 66μΧ ο Απόστολος Ανδρέας βρήκε σταυρικό θάνατο σε ηλικία ογδόντα ετών. Ο Σταυρός έχει σχήμα Χ και αποτελείται από ξύλο ελιάς και μέρος του φυλάσσεται σε ειδική θήκη στον Νέο Ιερό Ναό. Επιπλέον φυλάσσεται η Αγία Κάρα (η οποία επέστρεψε στην Πάτρα στις 26/09/1964 από την Ρώμη).

Η μνήμη του εορτάζεται πανηγυρικά την 30^η Νοεμβρίου κάθε έτους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αναγνωστοπούλου Ε., (2010) *Η Συμβολή του Π.Ο.Τ. στην ανάπτυξη του παγκόσμιου τουρισμού*, Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης, ΚΑ' Εκπαιδευτική Σειρά, Τμήμα Τουριστικής Οικονομίας και Ανάπτυξης, Τελική Εργασία, Αθήνα

Απόφαση Ευρωπαϊκού Συμβουλίου (1986) 86/664/ Για την καθιέρωση διαδικασίας διαβουλευσεων και συνεργασίας στον τουριστικό τομέα, ΕΕC, Βρυξέλλες

Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2007), *Ατζέντα για έναν Αειφόρο και Ανταγωνιστικό Ευρωπαϊκό Τουρισμό*, Οκτώβριος

Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής *Η Ευρώπη, ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο – ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό»*, της 30ής Ιουνίου 2010 (COM 2010 352/3).

Ατζέντα Ριο Ντε Τζανέιρο (Agenda 21 Rio de Janeiro) (1992) *Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη*, Βραζιλία

Βαρβαρέσος Στ., (1998) *Τουρισμός: Έννοιες, μεγέθη, δομές: η ελληνική πραγματικότητα*, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα

Βενετσανοπούλου Μ, (2006) *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό-εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ιστορική εξέλιξη-θεσμικό πλαίσιο*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

Γεωργόπουλος Ν., (2013) *Στρατηγικό Μάνατζμεντ*, Γ' Έκδοση, Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα

Γουρνιανάκη Γ.(2008) *Η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η περίπτωση του θαλάσσιου τουρισμού και των κέντρων θαλασσοθεραπείας-SPA στο Νομό Ηρακλείου*, Πτυχιακή Εργασία ΑΤΕΙ Κρήτης, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, Κρήτη 2008

Εισήγηση του Αντιπεριφερειάρχη Ανάπτυξης & Επιχειρηματικότητας Δυτικής Ελλάδας, στην Ελληνο-Ρωσική Διάσκεψη για τον Προσκυνηματικό & θρησκευτικό τουρισμό στα πλαίσια του Αφιερωματικού Έτους Ελλάδας-Ρωσίας, Αθήνα, 20/05/2016

Εισήγηση Σεβασμιότατου Μητροπολίτη Δωδώνης κ.κ. Χρυσόστομου, Προέδρου της Ειδικής Συνοδικής Επιτροπής, Συνοδικό Γραφείο Προσκυνηματικών Περιηγήσεων (Θρησκευτικού τουρισμού), στην Ελληνο-Ρωσική Διάσκεψη για τον Προσκυνηματικό και Θρησκευτικό Τουρισμό, Αθήνα, 20-05-2016.

Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία, (2011) *Ανακοίνωση δημογραφικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών του Μόνιμου Πληθυσμού της Χώρας σύμφωνα με την Απογραφή Πληθυσμού -Κατοικιών 2011*, Αθήνα

ΕΟΤ, (2016) *Ενημερωτικό Σημείωμα για τη τουριστική κίνηση του 1^{ου} εξαμήνου 2016*, Αθήνα

Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, (2010) *Ενοποιημένη Απόδοση της Συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση και της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης* (2010/C 83/01), C 83, Βρυξέλλες

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2010) *Ανακοίνωση της Επιτροπής, ΕΥΡΩΠΗ 2020, Στρατηγική για έξυπνη, διατηρήσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη*, COM(2010) 2020, Βρυξέλλες

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2010) *Ανακοίνωση της Επιτροπής Η Ευρώπη, ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο – ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό*», Βρυξέλλες

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2007) *Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Ατζέντα για έναν Αειφόρο και Ανταγωνιστικό Ευρωπαϊκό Τουρισμό*, Βρυξέλλες

Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., (1999) *Πολιτική και Κοινωνιολογία της τουριστικής ανάπτυξης*, τόμος Γ' Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα

Ηγουμενάκης Ν., (1997) *Τουριστική Οικονομία, Τόμος Α'*, Έκδοση Β, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Ν., Λύτρας (1999) Π., *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

Ηγουμενάκης Ν., (2007) *Τουριστική οικονομία* Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

Θεοδωρόπουλος Η (2010) *Επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας*, Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα: Διοίκησης Επιχειρήσεων, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών (MBA), «Νέες Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων», (Διπλωματική εργασία) Πάτρα

Δρ Ίγκος Α., (2015) *Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014-συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών*, ΣΕΤΕ Intelligence, Αθήνα

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, (2012) *Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία*, Αθήνα

Ιερά Μητρόπολη Πατρών (2012) *Ιστορικοί Ναοί των Πατρών, Πρωτοκλήτεια* Έκδοση Ι.Μ.Πατρών –ΕΛΤΑ, Πάτρα

Καραβασίλη Μ., (1999) *Κτίρια για έναν πράσινο κόσμο*, Systems International A.E.,

Κάτσος Γ., (2005) *Ρωσικός Εξερχόμενος Τουρισμός*, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), Μελέτες: 20, Αθήνα.

Κομίλης Π., (2001) *Οικοτουρισμός. Η εναλλακτική προοπτική αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης*, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα

Κωτσάκη Κ., (2016) *Ευρωπαϊκή Αγορά Τουριστικών Υπηρεσιών .Τρόποι και μέθοδοι προσέλκυσης τουριστών στην Ελλάδα*, Πτυχιακή Εργασία, ΑΤΕΙ Πειραιά, Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής, Πειραιάς

Λακιώτη Ε., (2008) *Η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η περίπτωση του θρησκευτικού τουρισμού στο νομό Ηρακλείου*, Πτυχιακή Εργασία ΑΤΕΙ Κρήτης, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, Κρήτη

Λιβέρη Α., Παρκοσίδης Ι., Καϊλα Μ., {26-28/11/2010, Εισήγηση στα πλαίσια του 5^{ου} Συνεδρίου της Πανελληνίας Ένωσης Εκπαιδευτικών για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση (ΠΕΕΚΠΕ) } *Διαδικτυακή προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού ως εκπαιδευτικό εργαλείο για την επίτευξη πολιτισμικής αειφορικής ανάπτυξης: Η περίπτωση της Ζακύνθου*

Λύτρας Π. (2001) , *Θρησκευτικός Τουρισμός .Μια κοινωνικο-ψυχολογική προσέγγιση*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

Μελέτη IOBE, (2012) *Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία*

Μοίρα Π., (2011), *Πολιτικές Τουριστικής Ανάπτυξης, Σύγχρονες μορφές εναλλακτικού τουρισμού*, Υπουργείο Εσωτερικών, Αποκέντρωσης και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, Αθήνα

Μοίρα Π.,(2009) *Θρησκευτικός Τουρισμός*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

Μοίρα-Μυλωνοπούλου Π., (2000) *Τουριστική Γεωγραφία*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα

Μυλωνάς Δ, (2011) Διπλωματική Εργασία με θέμα: «Στρατηγική και Διοίκηση Ολικής Ποιότητας στο Δημόσιο Τομέα» ,Πανεπιστήμιο Πειραιά, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Ευρωπαϊκό Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων-Ολική Ποιότητα (MBA-TQM), Πειραιάς

Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (1999) *Γενική Συνέλευση ΠΟΤ στο Σαντιάγκο της Χιλής* , Χιλή

Πανούση Σ., Δρ Σώκλης Γ., Δρ Χριστίδου Αγνή, (2016) *Εξελίξεις στον Τουρισμό και στην Ελληνική Ξενοδοχία 2015*, ΙΤΕΠ-ΞΕΕ, Επιμέλεια Έκδοσης Δοξιάδης Απόστολος, Αθήνα

Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, (2016) *Προσχέδιο Διαβούλευσης για Μάρκετινγκ Τουριστικού Προϊόντος & Ανταγωνιστικής Ταυτότητας Δυτικής Ελλάδας*, Πάτρα

Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, (2013) *1^ο Περιφερειακό Συμβούλιο για τη Νέα Προγραμματική Περίοδο 2014-2020, Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης για την Π.Δ.Ε.*, Πάτρα

Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, (2015) *Πενταετές Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2014-2020*, Πάτρα

Πολύζος Σ. (2010) , *Θρησκευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα: Χωρική ανάλυση και συμβολή στην ανάπτυξη μειονεκτικών περιοχών*, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τμήμα Μηχανικών, Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Βόλος

Πρακτικά Ελληνο-Ρωσικού Τουριστικού Φόρουμ (2016) *Πραγματικότητα, προοπτικές συνεργασίας στον τομέα του τουρισμού* , Υπουργείο Τουρισμού, Αθήνα ,

Περρές Κυριάκος, Καφέζα Ελεάνα, (2009) *Ο Τουρισμός στην Ψηφιακή Οικονομία*, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων , Αθήνα

Ροδοσθένους Ν, (2012) Διδακτορική Διατριβή, *Θρησκευτικός και Προσκυνηματικός Τουρισμός στην Κύπρο. Ποιμαντική Προσέγγιση*, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Θεολογική Σχολή-Τμήμα Θεολογίας, Θεσσαλονίκη

ΣΕΤΕ, (2013) *Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός 2021, Οδικός Χάρτης Υλοποίησης* , Αθήνα

Στατήρη Η, Διπλωματική Εργασία, (2011) *Διερεύνηση των επιπτώσεων του τουρισμού σε μια χώρα υποδοχής επί επιλεγμένων προϊόντων που συνθέτουν την τουριστική κατανάλωση. Σχέση εγχώριας παραγωγής και εξαγωγών*,. Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα: Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Νέες Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων» (MBA), Πάτρα

Συνθήκη για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Συνθήκη της Λισαβόνας (13/12/2007)

Τσάρτας Π, (1996) *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό* , Εκδόσεις Εξάντας , Αθήνα

Τσερώτα Γ., (2008) (Πτυχιακή Εργασία) *Ο Θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα*, ΑΤΕΙ Κρήτης, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων , Κρήτη

Υπουργείο Τουρισμού (2016) *Οι στρατηγικές κατεύθυνσης ανάπτυξης & προώθησης του ελληνικού τουρισμού*, Ομιλίες Αναπληρώτριας Υπουργού Τουρισμού, Αν. Γενικού Γραμματέα Τουρισμού & Γενικού Γραμματέα Τουριστικής Πολιτικής & Ανάπτυξης, Αθήνα

Υπουργείο Τουρισμού , (2016) *Ελληνο-Ρωσικού Τουριστικού Φόρουμ : Πραγματικότητα, προοπτικές συνεργασίας στον τομέα του τουρισμού*, Αθήνα

Υπουργείο Τουρισμού (2016) *Ελληνο-Ρωσική Διάσκεψη για τον Προσκυνηματικό & Θρησκευτικό Τουρισμό*, στα πλαίσια του Αφιερωματικού Έτους Ελλάδας-Ρωσίας , Αθήνα

Υπουργείο Τουρισμού, ΕΟΤ (2016), *Ηλεκτρονικός Τουριστικός Οδηγός για τον Θρησκευτικό Τουρισμό*, (αγγλόφωνη έκδοση), Αθήνα

Φαρσάρη Ι., (2009) *Εναλλακτικές και Ειδικές μορφές τουρισμού. Σχεδιασμός Management και Marketing*, Επιμέλεια Σωτηριάδης Μάριος, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

Φύλλο Εφημερίδας της Κυβερνήσεως (2004) Ν.3270/2004 ΦΕΚ 187/Α/11-10-2004, *Αρμοδιότητες Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και θέματα Τουρισμού*, Αθήνα

Φύλλο Εφημερίδας της Κυβερνήσεως, (2009) Απόφαση 24208, ΦΕΚ 1138/Β/11-06-2009, *Εγκριση Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό και της Στρατηγικής Μελέτης Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων αυτού*, Αθήνα

Φύλλο Εφημερίδας της Κυβερνήσεως, (2010) Ν.3270/2010 , ΦΕΚ Α/187/11-10-2004 , *Αρμοδιότητες του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και θέματα τουρισμού*, Αθήνα

Φύλλο Εφημερίδας της Κυβερνήσεως, (2012) ΦΕΚ 3492/Β/31-12-2012 , *Εγκριση Οργανισμού Εσωτερικής Υπηρεσίας Δήμου Πατρέων*, Αθήνα

2. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Bordas E., (2016) *UNWTO, THR, Destination Branding. Key trends, challenges and opportunities* , Moscow
- Gillian M. MacDonald E. (2004) *Unpacking Cultural Tourism* , Thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in the School of Communication, Simon Fraser University, Canada
- Herget, J., Petrů, Z., Abrahám, J. (2015), *City branding and its economic impacts on tourism, Economics and Sociology*, Vol. 8, No 1, 119-126.
- Nieminen K. (2012) *Religious Tourism –a Finnish Perspective*, HAGGA-HELLIA, University of Applied Sciences, Thesis –Masters of Hospitality Management , Helsinki,
- Raj R. and Morpeth D., (2007) *Religious Tourism and Pilgrimage Management. An International Perspective*
- Rinschede G. (1992)–*Forms of Religious Tourism*, *Annals of Tourism Research* , Vol.19 ,Universitat Regensburg,51-67
- United Nation World Tourism Organization (UNWTO), (2015) *Annual Report 2015*
Madrid

3. Διαδικτυακοί Τόποι / Ιστοσελίδες

1. <http://www.mintour.gov.gr/el/PressRoom/PressReleases/?EntityID=f0ee8200-dba2-474e-8f80-2dd7968c0cf7> (Ιούλιος 2016)
2. www.gefyra.gr (Ιούλιος 2016)
3. www.pde.gov.gr (Ιούλιος 2016)
4. www.espa.gr (Ιούλιος 2016)
5. www.mintour.gov.gr (Ιούλιος 2016)
6. www.eot.gr (Ιούλιος 2016)
7. www2.unwto.org (Ιούλιος 2016)
8. <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism> (Ιούλιος 2016)
9. http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism_en (Ιούλιος 2016)
10. <http://www.ecclesia.gr/greek/holysynod/commitees/tourism/tourism.htm> (Ιούλιος 2016)
11. <http://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/> (Ιούλιος 2016)
12. <http://www.mintour.gov.gr/el/PressRoom/PressReleases/?EntityID=f0ee8200-dba2-474e-8f80-2dd7968c0cf7> (Ιούλιος 2016)
13. <http://www.mintour.gov.gr/el/PressRoom/PressReleases/?EntityID=7d0ccc0a-19c3-40d2-bc0c-75f64c91b03e> (Ιούλιος 2016)
14. <http://www.gnto.gov.gr/el/27072016> (Ιούλιος 2016)
15. www.ecclesia.gr (Ιούλιος 2016)
16. <http://www.elru2016.gr> (Ιούλιος 2016)
17. www.sete.gr (Ιούλιος 2016)
18. <http://www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP> (Ιούλιος 2016)
19. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=URISERV:et0004> (Ιούλιος 2016)
20. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=URISERV%3A10132> (Ιούλιος 2016)
21. <http://www.grect.com/el> (Αύγουστος 2016)
22. <http://www.agora.mfa> (Αύγουστος 2016)