



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

Διπλωματική Εργασία

**ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΙΕΡΙΑΣ**

του

ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΚΟΣΜΑΔΑΚΗΣ

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια
Χρυσούλα Χατζηγεωργίου

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του μεταπτυχιακού διπλώματος
ειδίκευσης στη διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων & οργανισμών

Θεσσαλονίκη, Νοέμβριος 2018



Η παρούσα Διπλωματική Εργασία καλύπτεται στο σύνολό της νομικά από δημόσια άδεια πνευματικών δικαιωμάτων Creative Commons:

Αναφορά Δημιουργού - Μη Εμπορική Χρήση - Παρόμοια Διανομή



Μπορείτε να:

- Μοιραστείτε: αντιγράψετε και αναδιανέμετε το παρόν υλικό με κάθε μέσο και τρόπο
- Προσαρμόστε: αναμείξτε, τροποποιήστε και δημιουργήστε πάνω στο παρόν υλικό

Υπό τους ακόλουθους όρους:

- Αναφορά Δημιουργού: Θα πρέπει να καταχωρίσετε αναφορά στο δημιουργό, με σύνδεσμο της άδειας, και με αναφορά αν έχουν γίνει αλλαγές. Μπορείτε να το κάνετε αυτό με οποιονδήποτε εύλογο τρόπο, αλλά όχι με τρόπο που να υπονοεί ότι ο δημιουργός αποδέχεται το έργο σας ή τη χρήση που εσείς κάνετε.
- Μη Εμπορική Χρήση: Δε μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το υλικό για εμπορικούς σκοπούς.
- Παρόμοια Διανομή: Αν αναμείξετε, τροποποιήσετε, ή δημιουργήσετε πάνω στο παρόν υλικό, πρέπει να διανείμετε τις δικές σας συνεισφορές υπό την ίδια άδεια Creative Commons όπως και το πρωτότυπο.

Αναλυτικές πληροφορίες νομικού κώδικα στην ηλεκτρονική διεύθυνση:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode>

Υπεύθυνη Δήλωση

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τον Κανονισμό Σπουδών του Μεταπτυχιακού Προγράμματος στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών του Αλεξάνδρειου ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

- Η παρούσα Διπλωματική Εργασία αποτελεί έργο αποκλειστικά δικής μου δημιουργίας, έρευνας, μελέτης και συγγραφής.
- Για τη συγγραφή της Διπλωματικής μου Εργασίας δεν χρησιμοποίησα ολόκληρο ή μέρος έργου άλλου δημιουργού ή τις ιδέες και αντιλήψεις άλλου δημιουργού χωρίς να γίνεται σαφής αναφορά στην πηγή προέλευσης (βιβλίο, άρθρο από επιστημονικό περιοδικό, ιστοσελίδα κλπ.).

Θεσσαλονίκη, Τρίτη 27, Νοέμβριος, 2018

Ο Δηλών: Εμμανουήλ Κοσμαδάκης

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία περιέχει τον Στρατηγικό Σχεδιασμό Ανάπτυξης Ειδικών Μορφών Τουρισμού της Περιφερειακής Ενότητας Πιερίας.

Στόχος της είναι κατ' αρχήν η ανάλυση του θεωρητικού πλαισίου του στρατηγικού σχεδιασμού, στη συνέχεια η ανάλυση του θεωρητικού πλαισίου των ειδικών μορφών τουρισμού, η διερεύνηση και ανάλυση του Πιερικού τουρισμού και η SWOT ανάλυση του και ειδικά των EMT, και στη συνέχεια η σχεδίαση του στρατηγικού σχεδίου ανάπτυξης για να καταλήξει σε χρήσιμα συμπεράσματα και προτάσεις.

Το πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζει τις βασικές έννοιες που αφορούν τον στρατηγικό σχεδιασμό, τις έννοιες και ορισμούς ανατρέχοντας στη σχετική βιβλιογραφία.

Στο δεύτερο κεφάλαιο ακολουθεί η παρουσίαση των θεωρητικών προσεγγίσεων που αφορούν τον τουρισμό, την ανάπτυξή του τις μορφές και τα είδη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Το τρίτο κεφάλαιο περιέχει μια αναλυτική προσέγγιση της υφιστάμενης ανάπτυξης του τουριστικού προορισμού Πιερία, παραθέτοντας αναλυτικά τα γεωγραφικά, κοινωνικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά στοιχεία κατ' αρχήν και στη συνέχεια αναλύονται διεξοδικά τα στατιστικά δεδομένα της τουριστικής δραστηριότητας αναδεικνύοντας κυρίως το μεγάλο αριθμό επισκεπτών και την εποχικότητα των αφίξεων, το πλήθος των καταλυμάτων κυρίως στην παράλια ζώνη. Ακολουθεί η παράθεση των σημαντικότερων τουριστικών πόρων της ΠΕ που δημιουργούν την εντύπωση δυνατοτήτων ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού αλλά κυρίως δείχνουν την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού. Ακολουθεί η SWOT ανάλυση των ειδικών μορφών τουρισμού της περιοχής για να εμφανιστούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της περιοχής.

Στο επόμενο κεφάλαιο διαμορφώνεται η Πρόταση για Ανάπτυξη του Στρατηγικού Σχεδίου Ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού με συγκεκριμένες προτάσεις και δράσεις τουριστικής ανάπτυξης.

Βασική στρατηγική είναι η προστασία και ανάδειξη των τουριστικών πόρων της Πιερίας, η αξιοποίηση των πόρων και η διαφύλαξη του περιβάλλοντος, και η ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού στην ενδοχώρα ώστε να αναδειχθεί αυτή σε ελκυστικό τουριστικό προορισμό. Η Πιερία είναι τόπος μαζικού τουρισμού, κάνει

δειλά βήματα για εναλλακτικό τουρισμό, έχει όμως μεγάλες δυνατότητες και προοπτικές και μέσα από το προτεινόμενο σχέδιο δίνεται έμφαση στην ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού που μπορούν να αναζωογονήσουν τον προορισμό και να τον κάνουν ελκυστικό.

Τέλος τα συμπεράσματα δείχνουν την μακροπρόθεσμη προοπτική και την αναγκαιότητα εφαρμογής των προτάσεων του στρατηγικού σχεδίου.

ABSTRACT

This diploma thesis contains the strategic planning of development of specific forms of tourism on the Regional Unity of Pieria.

First of all, its aim is to examine the theoretical framework of strategic planning, then the specific forms of tourism. As well as to explore and analyze the tourism of Pieria and its SWOT analysis, especially in the SIT. Also to design a strategic development plan and come up to useful conclusions and recommendations.

The first chapter presents the basic concepts of strategic planning, notions and definitions, with reference to the literature and documentation.

The second chapter continues with the presentation of the theoretical approaches regarding tourism and its development, the forms and types of special and alternative forms of tourism.

The third chapter contains an analytical approach to the existing development of tourist destination in Pieria, detailing geographic, social, economic and environmental data. In addition to analyze the statistical data of the tourist activity, highlighting the large number of visitors and the measurements of seasonality within the arrivals and in tourism accommodation mainly in the coastal zone.

Here is the citation of the crucial tourism resources of the IP creating the impression of possibilities in developing specific forms of tourism, which mainly shows the development of mass tourism. To continue with the SWOT analysis of the specific forms of tourism in the area, so as to show the comparative advantages of Pieria.

The next chapter presents the Proposal for Development of the Strategic Plan for the development of specific forms of tourism with concrete proposals and actions for tourism development.

The key strategy is to protect and enhance the tourist resources of Pieria, to exploit them and preserve the environment. Also to develop specific forms of tourism in the rural areas making it an attractive tourist destination. Pieria is a mass tourism destination, making baby steps in alternative tourism, but has great potential and prospects, and through the proposed project emphasis is placed on the development of special forms of tourism that can revitalize the destination and make it attractive.

Finally, the results of this thesis shows the long-term perspective and necessity of implementing proposals of the strategic plan.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Περίληψη	4
Abstract	6
Πίνακας Περιεχομένων	7
Πίνακας Διαγραμμάτων-Σχημάτων-Πινάκων -Χαρτών-Εικόνων, Φωτογραφιών.....	13
i Εισαγωγή	15
ii Κεφάλαιο 1	
Θεωρητικό πλαίσιο Στρατηγικού Σχεδιασμού Ανάπτυξης	16
1.1. Εισαγωγή	16
1.2. Διοίκηση	16
1.3. Ορισμός του Μάνατζμεντ (Διοίκηση)	18
1.3.1. Διαδικασία της Διοίκησης	18
1.4. Στρατηγικό σχέδιο	18
1.5. Στρατηγικός σχεδιασμός	19
1.6. Ορισμός Στρατηγικού Τουριστικού Σχεδιασμού	20
1.6.1. Στόχοι Στρατηγικού Σχεδιασμού	22
1.6.2. Συμβολή στην μείωση των προβλημάτων	25
1.7. Προσεγγίσεις σχεδιασμού	28
1.7.1. Αλληλοεπιδρόμενος, Συνεργατικός, Συμμετοχικός Στρατηγικός Σχεδιασμός	29
1.7.2. Στρατηγικός σχεδιασμός «Από κάτω προς τα πάνω (bottom-up)»	29
1.7.3. Ολοκληρωμένος Στρατηγικός Σχεδιασμός	30
1.8. Στάδια κατάρτισης Στρατηγικού Σχεδίου Τουριστικής Ανάπτυξης	30
1.8.1. Η διαδικασία σχεδιασμού	31
1.8.2. Στάδια σχεδιασμού	31
1.8.3. Διάγραμμα ροής	32

1.8.4. Επεξήγηση σταδίων κατάρτισης Στρατηγικού Σχεδίου Τουριστικής	
Ανάπτυξης	34
1.8.4.1. Επιλογή και συγκρότηση ομάδας εργασίας	34
1.8.4.2. Καθορισμός στόχων	34
1.8.4.3. Έρευνα υφιστάμενης κατάστασης	34
1.8.4.4. Ανάλυση στοιχείων	35
1.8.4.4.1. Ανάλυση εξωτερικού Περιβάλλοντος PESTEL	35
α. Πολιτικό - Νομικό Περιβάλλον	35
β. Οικονομικό Περιβάλλον	35
γ. Κοινωνικό - Πολιτιστικό Περιβάλλον	36
δ. Τεχνολογικό Περιβάλλον	37
ε. Περιβαλλοντικό Περιβάλλον	37
στ) Νομικό Περιβάλλον	38
Ευκαιρίες και Απειλές	38
α. Δυνητικές Ευκαιρίες	38
β. Δυνητικές Απειλές	38
γ. Επίπεδα Προσφορών	39
δ. Αύξηση Ζήτησης	39
ε. Προοπτικές του Κλάδου	39
1.8.4.4.2. Ανάλυση SWOT	40
1.8.4.5. Διατύπωση πολιτικών και Σχεδίου	41
1.8.4.6. Καταγραφή προτάσεων	41
1.8.4.7. Υλοποίηση και παρακολούθηση έργου	42

iii Κεφάλαιο 2

Θεωρητικό πλαίσιο Ειδικών Μορφών Τουρισμού	44
2.1. Ο Τουρισμός	44
2.2. Διαχρονική εξέλιξη του τουρισμού	45
2.3. Το Τουριστικό προϊόν	46
2.4. Κύκλος ζωής	47
2.5. Έννοια και περιεχόμενο των ειδικών και εναλλακτικών μορφών	

τουρισμού	48
2.5.1. Ειδικές Μορφές Τουρισμού (Special Interest Tourism)	53
2.5.1.1. Οικοτουρισμός (Ecotourism)	53
2.5.1.2. Τουρισμός Υγείας (health tourism)	54
2.5.1.2.1. Ιατρικός Τουρισμός (medical tourism)	54
2.5.1.2.2. Ιαματικός – Θερμαλιστικός Τουρισμός (thermal spring tourism)	55
2.5.1.2.3. Τουρισμός Ευεξίας (wellness tourism)	55
2.5.1.3. Θαλάσσιος Τουρισμός (see tourism)	55
2.5.1.3.1. Καταδυτικός Τουρισμός (scuba diving)	56
2.5.1.3.2. Αλιευτικός Τουρισμός (fishing tourism)	57
2.5.1.4. Επαγγελματικός Τουρισμός (business travel)	58
2.5.1.4.1. Εκθεσιακός Τουρισμός (exhibition tourism)	58
2.5.1.4.2. Τουρισμός Κινήτρων (incentive tourism)	59
2.5.1.4.3. Επιχειρηματικός Τουρισμός (business tourism)	59
2.5.1.4.4. Συνεδριακός Τουρισμός (congress and convention tourism)	59
2.5.1.5. Εκπαιδευτικός Τουρισμός (educational tourism)	60
2.5.1.6. Θρησκευτικός Τουρισμός (religious tourism)	60
2.5.1.7. Βιομηχανικός Τουρισμός (industrial tourism)	60
2.5.1.8. Αστικός Τουρισμός ή Τουρισμός Πόλεων (urban or city tourism)	62
2.5.1.9. Κοινωνικός Τουρισμός (social tourism)	62
2.5.1.10. Αθλητικός Τουρισμός (sport tourism)	63
2.5.1.10.1. Ποδηλατικός Τουρισμός (cycling tourism)	63
2.5.1.10.2. Χιονοδρομικός Τουρισμός (ski tourism)	64
2.5.1.10.3. Παραλίμνιος & Παραποτάμιος Τουρισμός (lakeside & riverside tourism)	65
2.5.1.11. Σπηλαιοτουρισμός (cave tourism)	65
2.5.1.12. Οινοτουρισμός (wine tourism)	65
2.5.1.13. Γαστρονομικός (gastronomic tourism)	67
2.5.1.14. Θεματικός Τουρισμός (theme tourism)	69
2.5.2. Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού (alternative forms of tourism)	69
2.5.2.1. Αγροτουρισμός/ Αγροτικός Τουρισμός (agrotourism/rural tourism) ...	70
2.5.2.2. Τουρισμός Υπαίθρου (rural tourism)	70

2.5.2.3. Γεωτουρισμός (geotourism)	71
2.5.2.4. Δασοτουρισμός (forest tourism)	71
2.5.2.5. Ορεινός Τουρισμός (mountain tourism)	71
2.5.2.6. Χειμερινός Τουρισμός (winter tourism)	71
2.5.2.7. Πολιτιστικός Τουρισμός (cultural tourism)	71
2.5.2.8. Περιηγητικός (walking tourism)	72
2.5.2.9. Τουρισμός Περιπέτειας (adventure tourism)	73
2.5.2.10. Ορειβατικός - Διάσχιση φαραγγιών (mountain – canyon crossing)	73

iv Κεφάλαιο 3

Περιφερειακή Ενότητα Πιερίας και Τουρισμός	74
3.1. Ιστορική οριοθέτηση της Πιερίας	74
3.2. Γεωγραφική οριοθέτηση της Πιερίας	75
3.3. Γενικά χαρακτηριστικά	76
3.4. Υποδομές	77
3.5. Τουριστικό προϊόν	79
3.5.1. Καταλύματα και κύκλος εργασιών	79
3.5.2. Αφίξεις και διανυκτερεύσεις	80
3.5.3. Πληρότητα καταλυμάτων και εποχικότητα	82
3.5.4. Παραθεριστικές περιοχές και Παραλίες	83
3.5.5. Το πολιτιστικό απόθεμα της περιοχής	83
3.5.5.1. Περιοχές πόλοι έλξης – Μνημεία – Αρχαιολογικοί χώροι	83
3.5.5.2. Το Κάστρο του Πλαταμώνα	86
3.5.5.3. Η επισκεψιμότητα του Κάστρου	86
3.5.5.4. Άλλοι χώροι Πολιτισμού	87
3.5.5.5. Διεθνές Φεστιβάλ Ολύμπου	88
3.5.5.6. Πολιτιστικά δρώμενα	89
3.6. Ανάλυση SWOT	89
3.6.1. Δυνατά σημεία (Strengths)	90
3.6.2. Αδυναμίες (Weaknesses)	91
3.6.3. Ευκαιρίες (Opportunities)	93

3.6.4. Απειλές (Threats)	96
3.6.5. Συγκριτικά πλεονεκτήματα και δυνατότητες ανάπτυξης εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού στην ΠΕ Πιερίας.....	97

ν Κεφάλαιο 4

Πρόταση Στρατηγικού Σχεδίου Ανάπτυξης ΕΜΤ	102
4.1. Η Εξειδίκευση των Αναπτυξιακών Πολιτικών	104
4.1.1. Οι διαδικασίες εφαρμογής του στρατηγικού σχεδίου	105
4.2. Το Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης	105
4.2.1. Διασύνδεση θεωρίας και πρακτικής εφαρμογής	105
4.2.1.1. Το σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης της Πιερίας	107
4.2.1.2. Κύκλος Ζωής Περιοχής	109
4.2.2. Στοχοθεσία - Άξονες προτεραιότητας	111
4.2.2.1. Στόχοι	112
4.2.2.2. Χάραξη Στρατηγικών Αξόνων	114
4.3. Σχέδιο ανάπτυξης	116
4.3.1. Σχέδιο Αξόνων	117
4.4. Ανάλυση Στρατηγικού Σχεδίου Ανάπτυξης	118
4.4.1. ΑΞΟΝΑΣ 1: Ενίσχυση και ποιοτική αναβάθμιση των υποδομών τουρισμού και του τουριστικού προϊόντος της Πιερίας	118
ΜΕΤΡΟ 1.1. Ενίσχυση των βασικών και τουριστικών υποδομών	118
ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.1. Βελτίωση οδικού δικτύου	118
ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.2. Βελτίωση αστικού χώρου	119
ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.3. Αναβάθμιση πολιτιστικών υποδομών	120
ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.4. Ανάδειξη αρχιτεκτονικών στοιχείων υπαίθρου	121
ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.5. Ανάπτυξη αθλητικών και εναλλακτικών δραστηριοτήτων..	121
ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.6. Ανάπτυξη υποδομών Χιονοδρομικού	122
ΜΕΤΡΟ 1.2. Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας	122
ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.2.1. Ανάπτυξη ιδιωτικών επενδύσεων Χιονοδρομικού	122
ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.2.2. Ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων	123

4.4.2. ΑΞΟΝΑΣ 2: Αναβάθμιση και υποστήριξη δομών στήριξης EMT	124
ΜΕΤΡΟ 2.1. Ενίσχυση ανθρώπινου δυναμικού	124
ΕΝΕΡΓΕΙΑ 2.1.1. Ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού	124
ΕΝΕΡΓΕΙΑ 2.1.2. Στήριξη απασχόλησης	125
ΜΕΤΡΟ 2.2. Δράσεις προβολής και προώθησης	126
ΕΝΕΡΓΕΙΑ 2.2.1. Δημιουργία δομών	126
ΕΝΕΡΓΕΙΑ 2.2.2. Δράσεις προβολής και προώθησης	127
4.5. Χρηματοοικονομική προοπτική	128
4.5.1. Το Χρηματοδοτικό πλαίσιο του ΕΣΠΑ (2014- 2020)	128
4.5.2. Ο Αναπτυξιακός νόμος	129
4.6. Συνάφεια με πολιτικές	129
4.6.1. Βαθμός εναρμόνισης με στόχους-προτεραιότητες του ΕΣΠΑ	130
4.6.2. Βαθμός εναρμόνισης με το ΠΕΠ Κεντρικής Μακεδονίας	131
νι Συμπεράσματα & Προτάσεις	133
Βιβλιογραφία	137
Γλωσσάριο	157
Παραρτήματα	160

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ - ΣΧΗΜΑΤΩΝ - ΠΙΝΑΚΩΝ ΧΑΡΤΩΝ - ΕΙΚΟΝΩΝ, ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ

Διαγράμματα

Διάγραμμα 1: Στάδια στρατηγικού σχεδιασμού.

Διάγραμμα 2: Ο κύκλος ζωής του Butler

Σχήματα

Σχήμα 1: Σημαντικότερα χαρακτηριστικά των ειδικών μορφών τουρισμού

Πίνακες

Πίνακας 1: Πληθυσμιακή διαίρεση της Περίας

Πίνακας 2: Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά κατηγορία στην ΠΕ Περίας, 2017

Πίνακας 3: Αφίξεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου (πλην κάμπινγκ), κατά Δήμο, 2016

Πίνακας 4: Διανυκτερεύσεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου (πλην κάμπινγκ) κατά δήμο, 2016

Πίνακας 5: Επισκέπτες αρχαιολογικών χώρων Πιερίας, 2010-2018

Πίνακας 6: Οι φορείς τουρισμού της Πιερίας

Πίνακας 7: Προστατευόμενες περιοχές Natura 2000 στην Πιερία

Χάρτες

Χάρτης 1: Η Περιφερειακή Ενότητα Πιερίας

Χάρτης 2: Πιερία Ακτές Ολύμπου

Χάρτης 3: Ο Όλυμπος

Χάρτης 4: Πεζοπορικός χάρτης του Ολύμπου

Χάρτης 5: Οι διαδρομές του Ολύμπου

Χάρτης 6: Χάρτης Πολεοδομικής Ενότητας Ολυμπιακής Ακτής

Χάρτης 7: Χάρτης οδικής πρόσβασης στο Ελατοχώρι

Χάρτης 8: Αλυκές Κίτρους

Χάρτης 9: Εθνικός Δρυμός Ολύμπου

Χάρτης 10: Βοτανικοί περίπατοι στον Όλυμπο

Εικόνες

Εικόνα 1: Το αρχαίο Δίον

Εικόνα 2: Το χιονοδρομικό Κέντρο Ελατοχωρίου

Εικόνα 3: Παλαιός Παντελεήμονας

Εικόνα 4: Παλαιοί Πόροι

Εικόνα 5: Κάστρο Πλαταμώνα

Εικόνα 6: Δρόμοι του κρασιού του Αμπελώνα της Μακεδονίας

Εικόνα 7: Χάρτης προσκυνημάτων Πιερίας

Εικόνα 8: Παλιά Σκοτίνια

Φωτογραφίες

Φωτογραφία 1: Όλυμπος- δυτική όψη

Φωτογραφία 2: Κορυφή του Ολύμπου

Φωτογραφία 3: Παλαιός Παντελεήμονας-Πλατεία

Φωτογραφία 4: Παλιά Σκοτίνα

Φωτογραφία 5: Μαζικός Τουρισμός στη Πιερία - Σκοτίνα

Φωτογραφία 6: Μαζικός Τουρισμός στη Πιερία - Σκοτίνα Ακρογυάλι

Φωτογραφία 7: Ειδική μορφή τουρισμού – Θαλάσσιος Τουρισμός

Φωτογραφία 8: Ειδική μορφή τουρισμού – Αθλητικός Τουρισμός

Φωτογραφία 9: Ειδική μορφή τουρισμού - Αλιευτικός Τουρισμός Μακρύγιαλος

Φωτογραφία 10: Ειδική μορφή τουρισμού - Χιονοδρομικός τουρισμός

Φωτογραφία 11: Ειδική μορφή τουρισμού - Περιπατητικός Τουρισμός **Φωτογραφία**

12: Ειδική μορφή τουρισμού -Γαστρονομικός Τουρισμός,

Παραδοσιακός ξυλόφουρνος στον Άγιο Δημήτριο Πιερίας

Φωτογραφία 13: Ειδική μορφή τουρισμού - Οινοτουρισμός, Άγιος Δημήτριος Πιερίας

Φωτογραφία 14: Ειδική μορφή τουρισμού - Ορεινός Τουρισμός, Ελατοχώρι

Φωτογραφία 15: Ειδική μορφή τουρισμού - Δασικός-Περιπατητικός Τουρισμός

Φωτογραφία 16: Τσάι Ολύμπου, χαρακτηριστικό προϊόν της Πιερίας

Φωτογραφία 17: Παραδοσιακά τοπικά προϊόντα Ολύμπου

Φωτογραφία 18: Όλυμπος – όψη από την Κατερίνη

Φωτογραφία 19: Όλυμπος – όψη από ανατολικά (θάλασσα)

Φωτογραφία 20: Όλυμπος – όψη από Πιέρια όρη

i Εισαγωγή

Ο σύγχρονος τουρισμός με τη μαζικότητα που παρουσιάζει επιφέρει πλέον πολλές αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον και την κοινωνία. Έτσι αναπτυγμένοι τουριστικοί προορισμοί αναζητούν νέα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης με ολοκληρωμένο σχεδιασμό ώστε να διατηρηθούν οι φυσικοί πόροι και να προκύψουν κοινωνικο-οικονομικά οφέλη για το παρόν και το μέλλον. Η εναλλακτική είναι η ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού.

Οι ειδικές μορφές τουρισμού απαιτούν σχεδιασμένες επενδύσεις σε υποδομές και τεχνολογία με έμφαση στην ποιότητα ώστε να είναι δυνατή η ποιοτική εξυπηρέτηση των επισκεπτών και παράλληλα να γίνεται η καλύτερη επιστροφή οφέλους στην τοπική κοινωνία με όσο το δυνατό πιο υγιείς συνέργειες.

Η Πιερία πατρίδα και γενέθλιος τόπος του Ορφέα και των Μουσών, μπορεί να γίνει ένας σημαντικός 12μηνος προορισμός σε ένα δίκτυο αξιοθέατων που περιλαμβάνει τον Όλυμπο, το Κάστρο του Πλαταμώνα, το Χιονοδρομικό Κέντρο Ελατοχωρίου, τον παραδοσιακό οικισμό του Παλιού Παντελεήμονα, τα Λείβηθρα και βέβαια το Δίον με τους αρχαιολογικούς χώρους του και το Μουσείο, την Πύδνα με αρχαίους και βυζαντινούς θησαυρούς, το Μουσείο της Ένωσης Ποντίων και το Ναυτικό Μουσείο Λιτοχώρου.

Στη παρούσα εργασία θα εξετασθεί η δυνατότητα σχεδιασμού ενός Στρατηγικού Σχεδίου Ανάπτυξης Ειδικών Μορφών Τουρισμού ώστε να συνεχίσει η Πιερία να είναι ελκυστικός προορισμός αλλά με αλλαγή κατεύθυνσης ανάπτυξης στις εναλλακτικές - ήπιες μορφές τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων, ώστε να αναδειχθεί το φυσικό, πολιτιστικό, ιστορικό, αρχαιολογικό και θρησκευτικό απόθεμα πλούτου της περιοχής με στόχο τις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας και των μελλοντικών γενεών.

ii Κεφάλαιο 1

Θεωρητικό πλαίσιο Στρατηγικού Σχεδιασμού Ανάπτυξης

1.1. Εισαγωγή

Γενικά υποστηρίζεται από τους επιστήμονες ότι ο τουριστικός σχεδιασμός μιας συγκεκριμένης περιοχής / τόπου προορισμού πρέπει να αποτελεί μια συνεχή και αναπροσαρμοζόμενη διαδικασία με ελαστικότητα ανάλογα με τις μεταβαλλόμενες συνθήκες στη διεθνή τουριστική αγορά ώστε να επιλύονται ζητήματα αναπτυξιακού

σχεδιασμού που θα διασφαλίζουν την διαρκή προσαρμογή στις ανάγκες των ταξιδιωτών, με αποτέλεσμα τα πολλαπλά οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες.

Στις διάφορες προσεγγίσεις στη διεθνή και εγχώρια βιβλιογραφία υπάρχουν αναλύσεις που εστιάζουν σε κάποια πρότυπα μοντέλα που περιγράφουν πως διαμορφώνονται τα τουριστικά αναπτυξιακά σχέδια, χωρίς όμως να εστιάζουν στη διαδικασία σχεδιασμού ή στην ανάλυση και αξιολόγηση αυτών.

Σε ότι αφορά τα μοντέλα διαμόρφωσης τουριστικών σχεδίων είναι σημαντική η συγκεντρωτική παρουσίαση τους από τον Getz (1986) ο οποίος συνόπισε τα διάφορα μοντέλα που είχαν αναπτυχθεί έως τότε, και στη συνέχεια ο Gunn το 1988 παρουσίασε περισσότερο διεξοδικά τις αρχές, τις τεχνικές, τα μοντέλα και τη διαδικασία σχεδιασμού.

1.2. Διοίκηση

Η Διοίκηση ως επιστημονική προσέγγιση έχει αναπτυχθεί ουσιαστικά μετά το 1900 και εμφανίζει τέσσερα βασικά ρεύματα (σχολές) που διαμόρφωσαν την επιστήμη της Διοίκησης. Οι τέσσερις σχολές είναι:

- α) η κλασική προσέγγιση,
- β) η προσέγγιση της συμπεριφοράς,
- γ) η προσέγγιση της επιχειρησιακής έρευνας,
- δ) η συστημική προσέγγιση.

Ο Taylor (1911) διατύπωσε τη θεώρηση ότι η εξειδίκευση και η κατάτμηση της εργασίας, σε συνδυασμό με την σύνδεση της αμοιβής με την αύξηση της παραγωγικότητας θα έδιναν θετικά αποτελέσματα στην παραγωγική διαδικασία. Μάλιστα το χρησιμοποίησε ο ίδιος στις βιομηχανίες που εργαζόταν και είχε πραγματικά αξιόλογα αποτελέσματα. Στην ίδια σχολή ανήκει και ο Fayol (1987) που ανέλυσε τα βασικά στοιχεία της Διοίκησης ως διαδικασία. Τα στοιχεία αυτά είναι ο Σχεδιασμός, η Οργάνωση, η Καθοδήγηση/Διεύθυνση και ο Έλεγχος.

Ο Mayo (2003) θεώρησε ότι κάθε οργανισμός μπορεί να λειτουργεί με επιτυχία αν δώσει προσοχή και καταλάβει τις ανάγκες των ανθρώπων και προσαρμόσει σε αυτές τις ανάγκες τη λειτουργία του οργανισμού. Τα κίνητρα της συμπεριφοράς των ανθρώπων καθορίζονται από τις ανάγκες τους και είναι κοινωνικά και όχι υλικά (Drucker, 1946).

Μετά το 1940 με αφορμή την απόβαση στη Νορμανδία χρησιμοποιήθηκε η επιχειρησιακή έρευνα (Operations Research) με ανάπτυξη μαθηματικών μοντέλων για να αναπτυχθούν αποτελεσματικές εναλλακτικές λύσεις για την επίλυση επιχειρησιακών προβλημάτων στην αντιμετώπιση των Γερμανών. Στη συνέχεια οι επιστήμονες μετέφεραν την προβληματική στο πεδίο των επιχειρήσεων εφαρμόζοντάς την σε οργανισμούς με εντυπωσιακά αποτελέσματα.

Μετά το 1960 αναπτύχθηκε η συστημική προσέγγιση με τη θεώρηση ότι η Διοίκηση είναι περισσότερο αποτελεσματική αν κατανοήσει και αναλύσει τα επιμέρους κομμάτια μιας ολότητας προς όφελος της δραστηριότητάς της. Οι αλληλεπιδράσεις των επιμέρους μερών οδηγούν στην αποτελεσματικότερη Διοίκηση.

Η εξέλιξη συνεχίζεται πλέον ταχύτερα με τις νέες τάσεις διοικητικής πρακτικής που εμφανίζονται.

Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, Total Quality Management (ΔΟΠ, TQM) (Ιωάννου, 2005) και η Διοίκηση με στόχους, Management by Objectives (MbO) (Drucker, 1954) είναι δύο από αυτές.

Τέλος διατυπώθηκε η άποψη ότι *υπάρχουν τρεις βασικές κατευθυντήριες γραμμές για την αποτελεσματική χρήση της διαδικασίας του μάνατζμεντ στους σύγχρονους οργανισμούς:*

- *Ευελιξία μέσα από την κινητοποίηση (και εμπιστοσύνη) των συνεργατών.*
- *Προσαρμοστικότητα μέσα σε συνθήκες συνεχούς αλλαγής.*
- *Ανάπτυξη, μέσα στον οργανισμό, δομών ικανών να ανταποκριθούν σε τόσο ευμετάβλητο περιβάλλον (Κουτούζης, 1999, σελ. 28-29).*

1.3. Ορισμός του Μάνατζμεντ (Διοίκηση)

Ως Διοίκηση ορίζεται ο συντονισμός και η εναρμόνιση-ενοποίηση όλων των παραγωγικών πόρων για να επιτευχθούν συγκεκριμένα αποτελέσματα (Κανελλόπουλος, 1990, σελ. 23), ενώ σύμφωνα με τον Βελισσαρίου (2000b, σελ. 28) το μάνατζμεντ είναι η διαδικασία αποτελεσματικής διοίκησης των διαθέσιμων πόρων της επιχείρησης με σκοπό την επίτευξη των βραχυχρόνιων και μακροχρόνιων στόχων της.

1.3.1. Διαδικασία της Διοίκησης

Η Διοίκηση είναι μια σειρά από λειτουργίες που έχουν ως αποτέλεσμα τη σχεδιασμένη επιθυμία αποτελεσμάτων ενός οργανισμού. Οι λειτουργίες αυτές είναι:

- Σχεδιασμός - Προγραμματισμός,
- Οργάνωση,
- Καθοδήγηση- Διεύθυνση,
- Έλεγχος,
- Ανατροφοδότηση.

Όμως τα τελευταία χρόνια επικρατούν νέες τάσεις με την ανάπτυξη του στρατηγικού σχεδιασμού.

1.4. Στρατηγικό Σχέδιο

Σύμφωνα με τον Kotler (1999) το στρατηγικό σχέδιο είναι το *σχέδιο το οποίο περιγράφει πώς μια επιχείρηση θα προσαρμόζεται για να εκμεταλλεύεται ευκαιρίες μέσα στο συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, διατηρώντας έτσι μια στρατηγική συμβατότητα ανάμεσα στους στόχους και τις δυνατότητές της αφενός και τις μεταβαλλόμενες ευκαιρίες της αγοράς αφετέρου* (Kotler et al., 1999, σελ. 94). Εδώ το στρατηγικό σχέδιο εξετάζει τους τρόπους αντιμετώπισης του διαρκώς μεταβαλλόμενου περιβάλλοντος.

Στη συνέχεια ένας άλλος ορισμός από τους Wheelen και Hunger (2004) προσδιορίζει τη μορφή που θα λάβει η διοικητική διαδικασία για να φτάσει στην τελική της μορφή καθώς η *ανάπτυξη μακροπρόθεσμων σχεδίων για το αποτελεσματικό μάνατζμεντ των ευκαιριών και των απειλών που παρουσιάζονται στο περιβάλλον, κάτω από το φως των*

δυνατών και αδύνατων σημείων. Περιλαμβάνει τον ορισμό της αποστολής της εταιρίας, την υιοθέτηση επιτεύξιμων στόχων, την ανάπτυξη στρατηγικών και τον καθορισμό κατευθυντήριων γραμμών πολιτικής (Wheelen & Hunger, 2004, σελ. 22). Η διοικητική διαδικασία περιλαμβάνει την αποστολή, τους στόχους, τις στρατηγικές αλλά και τις κατευθύνσεις που θα δοθούν και θα διαμορφώσουν το τελικό πρόγραμμα το οποίο θα περιλαμβάνει και ελεγκτικές διαδικασίες με συγκεκριμένο μηχανισμό.

1.5. Στρατηγικός Σχεδιασμός

Οι τουριστικές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε ένα περιβάλλον που κυριαρχείται από μεγάλες αλλαγές στις συνθήκες του κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντος, της τεχνολογίας, των μεταφορών και του ανταγωνισμού, με παράλληλη αλλαγή στην αγοραστική συμπεριφορά. Οι επιχειρήσεις είναι πλέον υποχρεωμένες να χρησιμοποιήσουν μια συστημική διαδικασία για να μπορέσουν να αντιμετωπίσουν τις νέες συνθήκες.

Η διαδικασία αυτή αναφέρεται ως στρατηγικός σχεδιασμός με τον οποίο οι επιχειρήσεις/ φορείς/ οργανισμοί σχεδιάζουν για να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις και να αποκτήσουν συγκριτικά και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα τα οποία θα είναι αποτέλεσμα της υλοποίησης της καταλληλότερης στρατηγικής επιλογής (Σιώμοκος, 2004).

Σύμφωνα με την προσέγγιση των επιστημόνων (Ανδριώτης, 2005; Hall, 2000) υπάρχουν τέσσερα βασικά μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης:

- το προαγωγικό (boosterism) (Hall, 2000)
- το οικονομικό (economic)
- το χωροταξικό (physical-spatial)
- και το κοινοτικό (community) (Baidal, 2004).

Τα μοντέλα αυτά συμπληρώνονται με δύο ακόμα που συναντώνται στη βιβλιογραφία, το στρατηγικό μοντέλο και το μοντέλο βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Ο στρατηγικός σχεδιασμός ανάπτυξης καθαρό δημιούργημα της επιχειρηματικής κοινότητας προσαρμόστηκε στον αστικό σχεδιασμό ανάκαμψης υποβαθμισμένων περιοχών όπως η Βαρκελώνη τη δεκαετία του 1980 (Va'zquez, 1993) και σταδιακά ενσωματώθηκε στον τουριστικό σχεδιασμό στοχεύοντας α) στην ανταγωνιστικότητα, και β) στο διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον επιχειρήσεων και τουριστικών προορισμών. Μάλιστα ο Brownlie, (1994) έχει αναπτύξει μια συγκεκριμένη μεθοδολογία στρατηγικού σχεδιασμού η οποία χρησιμοποιείται στην εκπόνηση ολοκληρωμένων προγραμμάτων τουριστικής δραστηριότητας τόσο διεθνώς όσο και στη χώρα μας (Βαρβαρέσος, Σωτηριάδης, 2002).

Ο σχεδιασμός αυτός ενισχύει διάφορα στάδια των διαδικασιών σχεδίασης όπως:

- Την Ανάλυση ανταγωνιστικού περιβάλλοντος.
- Τις Τεχνικές πρόβλεψης.
- Την Κοινωνική συμμετοχή.
- Την Δημιουργία καναλιών επικοινωνίας και συντονισμού των εμπλεκόμενων φορέων.
- Τον Ευέλικτο προγραμματισμό σε μόνιμη βάση (Hall 2000;Ivars 2001;Porter 1982).

Στο μοντέλο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στοχεύεται η επίτευξη ισορροπίας μεταξύ της οικονομικής ανάπτυξης, της διατήρησης του φυσικού περιβάλλοντος και της κοινωνικής δικαιοσύνης (Butler 1993;Hall 2000;Coccosis 1996).

1.6. Ορισμός Στρατηγικού Τουριστικού Σχεδιασμού

Στρατηγικός τουριστικός σχεδιασμός είναι η διαμόρφωση και η εκπλήρωση των στόχων για την ανάπτυξη μιας τουριστικής περιοχής.

Κατά τη γνώμη πολλών επιστημόνων ο στρατηγικός σχεδιασμός των τουριστικών δραστηριοτήτων είναι μια συνεχής διαδικασία με στόχο την επίτευξη μιας βιώσιμης

ανάπτυξης και η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας σ' αυτήν. Ο σχεδιασμός ακολουθεί μια σειρά από αναλυτικά βήματα.

Ο στρατηγικός τουριστικός σχεδιασμός είναι ένα συλλογικό εργαλείο καταγραφής των υφιστάμενων προβλημάτων που αντιμετωπίζει ένας τουριστικός προορισμός και των προτάσεων αλλαγών που πρέπει να επιδιωχθούν ώστε να προωθηθούν και να δημιουργηθούν συγκεκριμένα οφέλη όπως ανάπτυξης, οικονομικά, κοινωνικά, περιβαλλοντικά, προσαρμοσμένα όμως στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τουριστικού προορισμού και λαμβάνοντας υπόψη τις τάσεις και τους παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική αγορά. Κατά συνέπεια ο στρατηγικός σχεδιασμός διαμορφώνει το τουριστικό προϊόν που θα προσφέρεται σε ένα τουριστικό προορισμό.

Οι λόγοι για τους οποίους επιβάλλεται ο στρατηγικός τουριστικός σχεδιασμός είναι οι εξής:

- Τα αποτελέσματα της απρογραμμάτιστης τουριστικής ανάπτυξης.
- Η συστηματική μελέτη και έρευνα των επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης.
- Η ιδιαίτερη σημασία που απέκτησε η τουριστική ανάπτυξη για την περιοχή.
- Η αλλαγή της πολιτικής των touroperators σε θέματα σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη.
- Τα νέα δεδομένα και χαρακτηριστικά της ζήτησης.

Πιο συγκεκριμένα:

Η ταχύτατη ανάπτυξη του τουρισμού προκάλεσε έντονο προβληματισμό για τις δυσκολίες διαχείρισης αυτού του τομέα. Το εγγενές χαρακτηριστικό της τουριστικής ανάπτυξης και η επέκταση στο χώρο, ανάδειξε τα πρώτα προβλήματα στην περιβαλλοντική, χωροταξική και πολεοδομική διαχείριση αυτού του νέου τύπου ανάπτυξης.

Ο μεγάλος αριθμός των τουριστών σε συνδυασμό με την εποχικότητα οδήγησαν σε έντονες πιέσεις στις παραγωγικές και κοινωνικές λειτουργίες των πόλεων και των κοινοτήτων της περιοχής που αναπτύσσονταν τουριστικά. Το αποτέλεσμα, υπήρξε υποβάθμιση της ποιότητας ζωής στο κοινωνικό πεδίο αλλά και του τοπικού περιβάλλοντος (φυσικού και δομημένου). Έγινε επομένως κατανοητό σε τοπικό, εθνικό και σε διεθνές επίπεδο (φορείς και οργανισμοί σχετικοί με τον τουρισμό ή την

ανάπτυξη) ότι απαιτείται ένας ειδικός σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης αλλά και ένα κοινώς αποδεκτό πλαίσιο θεσμών που να ενισχύει τις διαδικασίες της ανάπτυξης.

Τα προβλήματα έχουν προκύψει καθώς δεν υπήρξε κάποιο πλάνο ανάπτυξης αλλά ο καθένας έκανε ότι ήθελε χωρίς σχέδιο οδηγώντας τον προορισμό σε προβληματική κατάσταση. Η περιοχή προορισμός δεν έχει αναπτυχθεί αρμονικά με τους άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας, αλλά υπάρχουν συγκρούσεις συμφερόντων και προτεραιοτήτων που οδήγησαν σε πολλές αρνητικές επιπτώσεις και προβλήματα τα οποία τελικά επηρέασαν αρνητικά την εξέλιξη της τουριστικής δραστηριότητας.

Ο σχεδιασμός στην ουσία είναι μια διατύπωση ενός οράματος και μια δήλωση προσήλωσης σε στόχους που θα επιφέρουν θετικές επιθυμητές επιπτώσεις στην τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής. Με τον σχεδιασμό θα διαμορφωθούν οι στόχοι τουριστικής ανάπτυξης, αλλά και οι διαδικασίες εκπλήρωσης των στόχων με μετρήσιμα αποτελέσματα. Έτσι θα εξασφαλιστεί η επιθυμητή κατεύθυνση αλλά και η πορεία της τουριστικής ανάπτυξης ώστε όλοι οι συμμετέχοντες να έχουν οφέλη. Στο σχεδιασμό συμμετέχουν όλοι οι συντελεστές, όλοι οι επηρεαζόμενοι, η τοπική κοινωνία, δηλαδή όλοι οι βασικοί stakeholder (Bushell, 1998) καταθέτουν τις προτάσεις τους και ως αποτέλεσμα έχουν ένα διαμορφωμένο σχέδιο που μπορεί να οδηγήσει στην τουριστική ανάπτυξη ενός τουριστικού προορισμού.

Για να είναι αποτελεσματικός ο τουριστικός σχεδιασμός πρέπει να τηρηθούν όμως τρεις προϋποθέσεις: α) οικονομική βιωσιμότητα β) κοινωνική και οικονομική αποδοχή και γ) περιβαλλοντική βιωσιμότητα.

1.6.1. Στόχοι Στρατηγικού Σχεδιασμού

Ο κύριος στόχος είναι η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα μιας περιοχής μέσω της διενέργειας επενδύσεων για την παραγωγή τουριστικών αγαθών, όπως με την κατασκευή της απαραίτητης υποδομής (δρόμοι, λιμάνια, αεροδρόμια), την ίδρυση επιχειρήσεων μεταφοράς (διαφόρων ειδών), διαμονής (καταλύματα), σίτισης και ψυχαγωγίας (για την παροχή υπηρεσιών) αλλά και ανάπτυξη άλλων υπηρεσιών [επισκέψεις σε αξιοθέατα (μουσεία, μνημεία, φυσικούς πόρους, ανάληψη αθλητικών

και άλλων δραστηριοτήτων, και εκπαίδευσης των εμπλεκομένων)] σε συνθήκες αιμοφορίας, ώστε να αρθούν οι αρνητικές επιπτώσεις που αντιμετωπίζει μια τουριστική περιοχή. Τέτοιες αρνητικές επιπτώσεις είναι η υποβάθμιση και αλλοίωση του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος, ο κορεσμός τουριστικών ζωνών, η ρύπανση, ο θόρυβος, η υπερκατανάλωση νερού και ενέργειας, η φθορά μνημείων, η αλλαγή της κοινωνικής και πολιτιστικής ταυτότητας.

Όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς μαζί μπορούν να συμβάλλουν στην κατάρτιση ενός σχεδίου με στόχους που μπορούν να οδηγήσουν στη βελτίωση της κατάστασης και να αμβλύνουν τα προβλήματα που έχουν δημιουργηθεί έως τώρα.

Άλλοι στόχοι του στρατηγικού τουριστικού σχεδιασμού θα είναι:

- Η ικανοποίηση του επισκέπτη με εξειδικευμένες υπηρεσίες.
- Η ανάπτυξη χωρίς σοβαρές αρνητικές επιπτώσεις.
- Η αναζωογόνηση του τουριστικού τομέα.
- Η διατήρηση της βιωσιμότητας των τουριστικών προορισμών.
- Η διατήρηση των διαθέσιμων πόρων.
- Η αύξηση των εισοδημάτων και των θέσεων εργασίας.

Αυτούς τους στόχους με βάση τη στόχευση μπορούμε να τους κατηγοριοποιήσουμε σε ποσοτικούς και ποιοτικούς όπως:

Ποσοτικοί:

- Η επίτευξη οικονομικών οφελών μέσω της αύξησης των εισοδημάτων, της καταναλωτικής δαπάνης, της αύξησης του αριθμού εργαζομένων κλπ.
- Διατήρηση και διεύρυνση του τμήματος της αγοράς που κατέχει ο προορισμός.
- Μείωση της εξάρτησης από μεσάζοντες (οργανωτές ταξιδιών και τουριστικά γραφεία).
- Επέκταση της τουριστικής περιόδου, κλπ.

Ποιοτικοί:

- Δημιουργία καλής φήμης και μεταβολή τυχόν αρνητικής εικόνας.
- Ποιοτική αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών.
- Εκπαίδευση και εξειδίκευση των εργαζομένων στον τουρισμό.

Ο στρατηγικός τουριστικός σχεδιασμός για τη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος θα λαμβάνει υπόψη του τους ήδη υπάρχοντες διαθέσιμους πόρους υλικούς και άυλους (φυσικούς, πολιτισμικούς, ιστορικούς) και τι μπορεί να δημιουργηθεί καινούργιο ή να αναδειχθεί και να εμπλουτισθεί για να βελτιωθεί το ήδη προσφερόμενο, αλλά και να δημιουργηθούν νέες μορφές προϊόντος.

Στην περίπτωση της φάσης **αναζωογόνησης** του κύκλου ζωής ενός προορισμού όπου ήδη έχουν σωρευτεί πολλά προβλήματα, οι τοπικοί εμπλεκόμενοι φορείς πρέπει να σχεδιάσουν να αναβαθμίσουν (αναζωογονήσουν) τον τουριστικό προορισμό με νέες υποδομές, στοχεύοντας σε νέες αγορές και επενδύοντας σε νέες μορφές τουρισμού ώστε να εξασφαλιστεί και να διατηρηθεί η μελλοντική του βιωσιμότητα.

Ένα άλλο σημείο που πρέπει να προσεχθεί ιδιαίτερα είναι η αποτελεσματικότητα των στόχων που θα έχουν τεθεί.

- Να είναι σαφείς, συγκεκριμένοι και καταγεγραμμένοι σε απλή γλώσσα ώστε να γίνονται εύκολα κατανοητοί.
- Να είναι αποτέλεσμα συλλογικής προσπάθειας ώστε να είναι κοινά αποδεκτοί από όλους τους εμπλεκόμενους και να μην οδηγούν σε συγκρούσεις.
- Να είναι ρεαλιστικοί. Οι προσδοκίες πρέπει να είναι υψηλές, αλλά πάντοτε μέσα σε ρεαλιστικά πλαίσια, ώστε οι στόχοι να μπορούν να επιτευχθούν, κινώντας παράλληλα και το ενδιαφέρον των εμπλεκομένων. Σε αντίθετη περίπτωση, όταν δηλαδή οι στόχοι δεν είναι επιτεύξιμοι, μπορεί να θεωρηθεί ως ματαιότητα η επίτευξή τους και να μην καταβληθούν οι απαραίτητες προσπάθειες.
- Να βρίσκονται σε σειρά προτεραιότητας, δηλαδή σε ιεραρχική ταξινόμηση ανάλογα με τη σημαντικότητά τους.
- Να καθορίζουν τη χρονική περίοδο επίτευξής τους, όπως βραχυπρόθεσμοι, μεσοπρόθεσμοι και μακροπρόθεσμοι.
- Να είναι μετρήσιμοι.

Προϋπόθεση η χάραξη τουριστικής πολιτικής από τους εμπλεκόμενους φορείς και την τοπική κοινωνία σε συνέργεια μεταξύ τους και η κατάρτιση ενός στρατηγικού σχεδίου ανάπτυξης.

Η τοπική κοινωνία πρέπει να έχει άμεση εμπλοκή ώστε μέσα από τη συμμετοχική διαδικασία να ενσωματωθούν οι επιθυμίες και οι απόψεις της στο τουριστικό σχέδιο

που θα εκπονηθεί. Ο σχεδιασμός πρέπει να ακολουθήσει τη διαδικασία από τα κάτω προς τα επάνω (bottom-up) και να είναι ολοκληρωμένος, δηλαδή να προσεγγίζει και να ενσωματώνει όλες τις δυνατότητες που θα προσφέρει μια PESTEL ανάλυση (Johnson, Scholes και Whittington, 2009).

Βέβαια η ανάπτυξη του τουρισμού μέσα από ένα σχεδιασμό δεν αφορά μόνο τους επισκέπτες και τούς ασχολούμενους με τον τουρισμό, αλλά επηρεάζει και πολλούς οικονομικούς τομείς καθώς επίσης και το ευρύτερο περιβάλλον. Όταν ο τουρισμός δεν αναπτύσσεται ισόρροπα με άλλους τομείς ή υπάρχουν συγκρούσεις συμφερόντων και προτεραιοτήτων -που είναι συχνό φαινόμενο- εμφανίζονται ποικίλα προβλήματα που μπορούν να επηρεάσουν την ίδια την εξέλιξη της τουριστικής δραστηριότητας σε μια περιοχή. Για το λόγο αυτό απαιτείται να εξασφαλίζονται κατά το δυνατόν οι κατάλληλες προϋποθέσεις για τη σωστή ανάπτυξη του τουρισμού σύμφωνα πάντα με τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης. Ο στόχος αυτός μπορεί να επιτευχθεί με τη θέσπιση κανόνων και ρυθμίσεων για τον τρόπο ανάπτυξης του τουρισμού. Η εκ των προτέρων εξασφάλιση της τουριστικής ανάπτυξης επιτυγχάνεται μέσω του σχεδιασμού.

Ο σχεδιασμός κατ' αντιδιαστολή προς το σχέδιο (το προϊόν) αποτελεί μια σοβαρή προσπάθεια παρέμβασης της κοινωνίας με βάση ρυθμίσεις, κανόνες, κίνητρα ή και έργα για να κατευθύνει την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας μιας περιοχής προς μια επιθυμητή κατεύθυνση (τύπο ή τρόπο τουριστικής ανάπτυξης).

Η αποτελεσματικότητα της παρέμβασης εξαρτάται από πολλούς παράγοντες όπως η ύπαρξη στρατηγικής, η ύπαρξη σχεδίου και προγράμματος, η διαθεσιμότητα των αναγκαίων μέσων και πόρων, η εφαρμογή τόσο του σχεδίου όσο και του προγράμματος, αλλά κυρίως η "ισχυρή θέληση" της τοπικής κοινωνίας να παρέμβει.

Στο πλαίσιο αυτό πρέπει να γίνει μια διάκριση στο "σχεδιασμό τουριστικής πολιτικής" που αφορά στη στρατηγική ανάπτυξης του τουρισμού και περιλαμβάνει μια συνολική θεώρηση της τουριστικής δραστηριότητας (π.χ. οικονομική ανάπτυξη, προώθηση τουριστικού προϊόντος κλπ.) και στο "σχεδιασμό για την τουριστική ανάπτυξη", που αποτελεί μέρος του σχεδιασμού τουριστικής πολιτικής και αναφέρεται στη χωρική κατανομή του τουρισμού σε διάφορες χωρικές ενότητες και στον τρόπο χωρικής οργάνωσης του τουρισμού σε μια περιοχή. (Κοκκώσης, Τσάρτας, 2001).

1.6.2. Συμβολή στην μείωση των προβλημάτων

Ο στρατηγικός σχεδιασμός για να συμβάλει στη μείωση των προβλημάτων που αντιμετωπίζει ένας τουριστικός προορισμός πρέπει να έχει μια σύγχρονη προσέγγιση και:

- Να γίνεται σε συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων (φορείς, τοπική αυτοδιοίκηση, σύνδεσμοι, επιμελητήριο, ενώσεις, οργανισμοί, τοπική κοινωνία).
- Να λαμβάνει υπόψη του την ευρεία γνώση της κατάστασης της αγοράς μέσα από PESTEL και SWOT αναλύσεις (Doswell, 1997).
- Να λαμβάνει υπόψη του τον κύκλο ζωής της τουριστικής περιοχής και σε ποια φάση βρίσκεται αυτή. Στην περίπτωση της φάσης αναζωογόνησης οι τοπικοί εμπλεκόμενοι πρέπει να σχεδιάσουν να αναβαθμίσουν τον τουριστικό προορισμό με νέες υποδομές, στοχεύοντας νέες αγορές και επενδύοντας σε νέες μορφές τουρισμού.
- Να μην απαιτεί υψηλές επενδύσεις κεφαλαίου για να κινητοποιεί και να αυξάνει την επιχειρηματικότητα των κατοίκων της περιοχής, και να μην απαιτεί υψηλή εξειδίκευση προσωπικού, αλλά να προβλέπει ντόπιο εργατικό δυναμικό κατάλληλα εκπαιδευμένο.
- Να στοχεύει στην χρήση ντόπιων πρώτων υλών για την αποφυγή εισαγωγών προϊόντων και υπηρεσιών.
- Να βασίζεται στην υιοθέτηση και εκτεταμένη χρήση νέων τεχνολογιών για τη διαχείριση δεδομένων και πληροφοριών.
- Να υιοθετεί πρακτικές σχεδίασης που θα οδηγήσουν στο πάντρεμα της παράδοσης του πολιτισμού και της προστασίας του περιβάλλοντος με τις νέες τάσεις, τις επιθυμίες και το lifestyle των επισκεπτών σε συνθήκες αειφορίας.

- Να προβλέπει την αειφορική διαχείριση και προσφορά προϊόντων σε αρμονία με το φυσικό περιβάλλον, την κοινωνία και τον πολιτισμό (ωφελιμότητα για όλους).
- Να μεριμνά για τη μη υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας (από χρήση φυσικών και άλλων πόρων, χρήση μνημείων, φθορές, κλπ) και τη μη ανατροπή της οικολογικής ισορροπίας (χρήση νέων τεχνολογιών διαχείρισης νερού, ενέργειας, λυμάτων, διαχείρισης απορριμμάτων, κλπ).
- Να αναπτύσσει συνεργατικές πολιτικές με ομαδοποιήσεις (cluster) για οικονομίες κλίμακας σε διάφορα επίπεδα (ηλεκτρονικές κρατήσεις, καθαριότητα, λινά, προμήθειες κλπ).
- Να διαμορφώνει τις προϋποθέσεις διαθεσιμότητας ποικιλίας προϊόντων και υπηρεσιών, δηλαδή την δημιουργία σύνθετου τουριστικού πακέτου προσφοράς και ζήτησης.
- Να μεριμνά για την εξασφάλιση επάρκειας και διαθεσιμότητας προϊόντων και υπηρεσιών για αγορά από τους επισκέπτες κυρίως τοπικής παραγωγής, για να ενισχύεται η τοπική κατανάλωση και στη συνέχεια η τοπική οικονομία.
- Να δημιουργεί καλές σχέσεις με τους ενδιαμέσους/μεσάζοντες (tour operator, τουριστικά γραφεία και μεταφορικές επιχειρήσεις), να αξιοποιεί τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας και τη χρήση των κοινωνικών δικτύων, να δημιουργεί σχέσεις συνεργασίας με επιχειρήσεις παροχής ψυχαγωγίας και άλλων υπηρεσιών (ευεξίας, αναψυχής, ξεναγών, κλπ).
- Να υιοθετεί πολιτικές διαφοροποίησης του προϊόντος και τμηματοποίησης της αγοράς.
- Να επεκταθεί σε νέα τμήματα τουριστικής ζήτησης ειδικών μορφών τουρισμού.
- Να διευρύνει την τουριστική σεζόν με στόχο τις 365 ημέρες ώστε να μειωθεί η εποχική διακύμανση της ζήτησης και να ενισχυθεί η ζήτηση τις περιόδους εκτός αιχμής (χειμώνας, άνοιξη, φθινόπωρο) με το σχεδιασμό ειδικών και

εναλλακτικών μορφών τουρισμού, με την παραγωγή και προσφορά εξειδικευμένων προϊόντων/προορισμών.

- Να εξασφαλίζει χρηστικότητα τουριστικού προϊόντος και υπηρεσιών και για τον ντόπιο πληθυσμό (ακτές, καταλύματα, κλπ).
- Να εξασφαλίζει παροχή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας με την εκπαίδευση και κατάρτιση των εμπλεκομένων στο τουριστικό κύκλωμα ώστε να διασφαλίζεται η τουριστική συνείδηση.
- Να προβλέπει την αναβάθμιση σε αστέρια και κλειδιά των υπαρχόντων καταλυμάτων.
- Να προβλέπει ειδικό σχέδιο προβολής, δημοσιότητας και προώθησης της περιοχής
- Να προωθεί την ανάπτυξη τεχνών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων για τους επισκέπτες (φεστιβάλ, τέχνες, συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, ανάδειξη μνημείων και μουσείων, κλπ).

1.7. Προσεγγίσεις Σχεδιασμού

Οι προσεγγίσεις τουριστικού σχεδιασμού που έχουν αναπτυχθεί στο θεωρητικό πλαίσιο όπως αποτυπώνονται παρακάτω, έχουν συμβάλει στην πολύ πρισματική διαδικασία σχεδιασμού και βοηθούν να κατανοήσουμε πως μπορεί να έχουμε βέλτιστες ωφέλειες σε ένα τουριστικό προορισμό.

- Προώθηση (boosterism)
- Αλληλοεπιδρώμενος, Συνεργατικός, Συμμετοχικός Σχεδιασμός
- Συμβατικός Σχεδιασμός
- Από τα πάνω προς τα κάτω (top-down)
- Από κάτω προς τα πάνω (bottom-up)
- Έμφαση στην Αγορά

- Έμφαση στο Προϊόν
- Ολοκληρωμένος Σχεδιασμός

Από τις παραπάνω προσεγγίσεις τρεις είναι αυτές που μπορούν να ωφελήσουν περισσότερο την ανάπτυξη ενός τουριστικού προορισμού.

- Αλληλοεπιδρώμενος, Συνεργατικός, Συμμετοχικός Σχεδιασμός
- Από κάτω προς τα πάνω (bottom-up)
- Ολοκληρωμένος Σχεδιασμός

1.7.1. Αλληλοεπιδρώμενος, Συνεργατικός, Συμμετοχικός Στρατηγικός Σχεδιασμός

Η τοπική κοινωνία συμμετέχει άμεσα και αλληλοεπιδρά στο σχεδιασμό, συνεργάζεται με όλους τους φορείς στη διαδικασία σχεδιασμού, και συμμετέχει συναποφασίζοντας.

Σε αυτή την προσέγγιση σχεδιασμού οι απόψεις και οι επιθυμίες της τοπικής κοινωνίας ενσωματώνονται στη διαδικασία τουριστικού σχεδιασμού. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τόσο την λήψη καλύτερων αποφάσεων όσο και αυξημένη πιθανότητα να υλοποιηθούν οι αποφάσεις σχεδιασμού. Άλλωστε η λεγόμενη «δημοκρατική διαδικασία» σχεδιασμού προσφέρει τόσο ικανοποίηση σε όλα τα μέρη που σχεδιάζουν και συναποφασίζουν, όσο και τη δυνατότητα να συνεισφέρουν τη γνώση τους πέρα από τους ειδήμονες/επιστήμονες και οι ντόπιοι φορείς/συλλογικότητες με την εμπειρία που έχουν αποκτήσει ασχολούμενοι με τον τουριστικό προορισμό (είναι γνώστες της περιοχής).

Παρόλα τα προβλήματα που μπορεί να ανακύπτουν από τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στο σχεδιασμό, όπως συγκρουόμενα προσωπικά συμφέροντα και επιδιώξεις, πιθανή έλλειψη γνώσης αλλά και αδυναμία συσχετισμού διασύνδεσης των παραμέτρων που συνθέτουν το σχέδιο ανάπτυξης (μη ικανότητα σφαιρικής αντίληψης), η συμμετοχή μπορεί να κάνει χρονοβόρα τη διαδικασία, και κυρίως η εμπλοκή κομματικών συμφερόντων, παρόλα αυτά η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας δίδει πλεονεκτήματα σε αυτή την προσέγγιση.

1.7.2. Στρατηγικός σχεδιασμός «Από κάτω προς τα πάνω (bottom-up)»

Κυρίαρχο στοιχείο της διαδικασίας σχεδιασμού είναι η συμμετοχή των τοπικών κατοίκων. Στον τουριστικό σχεδιασμό συμμετέχουν άμεσα οι πολίτες της περιοχής και οι γνώμες που διατυπώνουν λαμβάνονται υπόψη κατά τη λήψη των αποφάσεων.

Τα πλεονεκτήματα αυτής της προσέγγισης είναι ότι οι πολίτες έχουν φωνή. Είναι ενήμεροι για το σχεδιασμό, εμπλέκονται στη διαδικασία και εισακούονται οι γνώμες τους.

Βέβαια και εδώ ανακύπτουν τα ίδια προβλήματα όπως στον Αλληλοεπιδρώμενο, Συνεργατικό, Συμμετοχικό σχεδιασμό.

1.7.3. Ολοκληρωμένος Στρατηγικός Σχεδιασμός

Στον ολοκληρωμένο σχεδιασμό τουριστικής ανάπτυξης ενσωματώνονται όλες οι παράμετροι που αφορούν κοινωνικές και οικονομικές πολιτικές (εθνικές, περιφερειακές, τοπικές), λαμβάνεται υπόψη το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον της περιοχής, οι κοινωνικές και πολιτιστικές παραδόσεις της περιοχής, και συσχετίζεται άμεσα με όλους τους τομείς της οικονομίας (γεωργία, πολιτισμός, υγεία, παιδεία, περιβάλλον, κλπ) και λαμβάνονται υπόψη όλες οι συσχετίσεις με τη διεθνή τουριστική αγορά (τάσεις, ζήτηση, οικονομική κατάσταση, αλλαγή στα δημογραφικά κοινωνικά και άλλα χαρακτηριστικά των επισκεπτών, lifestyle, κλπ).

Εδώ ο συγκερασμός της επιστημονικής γνώσης, η γνώση της αγοράς και η εμπειρική γνώση των τοπικών φορέων και της τοπικής κοινωνίας συνολικά σε συνδυασμό με την ολιστική προσέγγιση βοηθούν να υπάρξει μια σύγχρονη ματιά και προσέγγιση που βοηθά στην σωστή τουριστική ανάπτυξη που λαμβάνει υπόψη όλες τις παραμέτρους ώστε να προκύπτει βιώσιμη τοπική τουριστική ανάπτυξη.

Το πιο πιθανό είναι η μακροχρόνια θετική ανάπτυξη, με πολλαπλά οικονομικά και κοινωνικά οφέλη με όσο γίνεται λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις.

Οι θετικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, η ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών προβλημάτων, η σιγουριά, η θετική εικόνα και η ταυτοποίηση με την προσπάθεια τουριστικής ανάπτυξης στα μάτια της τοπικής κοινωνίας, συνηγορούν υπέρ αυτής της προσέγγισης, καθώς έχουμε στην ουσία μια ολιστική προσέγγιση.

Ένα άλλο θετικό στοιχείο είναι ότι στην περίπτωση αυτή, ο συμμετέχων στο σχεδιασμό αναλαμβάνει έναν πιο υπεύθυνο και δεσμευτικό ρόλο αναγνωρίζοντας τη συμβολή όλων των εμπλεκόμενων φορέων, επιδιώκοντας την ορθή διαχείριση συγκρουόμενων συμφερόντων και την επίτευξη κοινωνικής συνοχής.

Το παραπάνω ισχύει και στην περίπτωση των δύο άλλων προσεγγίσεων.

1.8. Στάδια κατάρτισης Στρατηγικού Σχεδίου Τουριστικής Ανάπτυξης

1.8.1. Η διαδικασία Σχεδιασμού

Η διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού όπως αναλύθηκε και παραπάνω κατά τον Ανδριώτη (2005) εμπεριέχει συγκεκριμένα βήματα/στάδια τα οποία εμπεριέχουν ορισμένες διαφοροποιήσεις ανάλογα με τον συγγραφέα. Κατά τον Inskeep όπως αναφέρεται από τους Κομίλη και Βαγιωνή (1999, σελ. 51) διακρίνονται επτά φάσεις τουριστικού σχεδιασμού. Κατά τον Gartner (2001) ο σχεδιασμός γίνεται σε οκτώ στάδια, ενώ ο Βαρβαρέσος (1999 σελ.99) μνημονεύει δέκα στάδια σχεδιασμού. Κατά τους (Wheelen & Hunger, 2004) τα στάδια σχεδιασμού είναι τα παρακάτω:

1.8.2. Στάδια Σχεδιασμού

α) Η ανάλυση και αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης μέσα από την ανίχνευση του περιβάλλοντος.

β) Η διαμόρφωση της στρατηγικής με την ανάπτυξη μεσομακροπρόθεσμων σχεδίων δράσης με συστηματική τεκμηρίωση των παρεμβάσεων αυτών και τον λεπτομερή σχεδιασμό τους σε ένα πλαίσιο στρατηγικών στόχων και προτεραιοτήτων που θα τεθούν.

γ) Η υλοποίηση της διαμορφωμένης στρατηγικής μετά τον προσδιορισμό των απαιτούμενων παρεμβάσεων.

δ) Ο έλεγχος και η αξιολόγηση του συνολικού σχεδιασμού και οι απαραίτητες διορθωτικές κινήσεις όπου αυτές είναι απαραίτητες.

Στη διαδικασία ανάλυσης και εφαρμογής του στρατηγικού σχεδιασμού ακολουθείται μια διαδικασία κατά την οποία:

- Γίνεται αναλυτική καταγραφή των μεταβλητών του εσωτερικού περιβάλλοντος (δυνατά και αδύνατα σημεία) και η αξιολόγηση των ευρημάτων.
- Περιγράφονται οι βασικές παράμετροι του εξωτερικού περιβάλλοντος (ευκαιρίες και απειλές) και η επίδρασή τους.
- Εντοπίζονται τα προβλήματα που προκύπτουν από την επεξεργασία των μεταβλητών του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος (ή τον συνδυασμό τους) και γίνεται η διαμόρφωση της στρατηγικής που θα καθορίσει τους στόχους οι οποίοι θα πρέπει να είναι απολύτως ακριβείς και ποσοτικοποιημένοι.
- Με την καταγραφή των στόχων δίνεται η δυνατότητα για την διαμόρφωση της στρατηγικής δηλαδή ο τρόπος με τον οποίο θα υλοποιηθούν οι στόχοι που έχουν τεθεί στο αμέσως προηγούμενο στάδιο.
- Υλοποίηση της στρατηγικής (επιχειρείται μέσα από την παρουσίαση αποτελεσματικών λύσεων με τη μορφή δομημένων παρεμβάσεων που παίρνει την μορφή ενός σχεδίου -προγράμματος- καθώς και την ένταξη των παρεμβάσεων αυτών σε στρατηγικούς άξονες δράσης συμβατούς με τις αρχές του ευρύτερου προγραμματικού πλαισίου εθνικού και περιφερειακού σχεδιασμού).
- Ο αναλυτικός σχεδιασμός των προτεινόμενων παρεμβάσεων, γίνεται με τέτοιο τρόπο, ώστε να είναι δυνατή η υλοποίησή τους με συγχρηματοδότηση από διάφορες πηγές χρηματοδότησης (ΕΣΠΑ, ΠΕΠ, ΠΑΑ, ΕΠΑΝΕΚ, κλπ).
- Το επόμενο βήμα είναι η παρουσίαση της συνάφειας του προτεινόμενου σχεδίου με τις εθνικές πολιτικές και την ταυτόχρονη εσωτερική συνάφειά του.
- Η διαδικασία ολοκληρώνεται με τον έλεγχο όλων των διαδικασιών συγκρίνοντας την επιθυμητή με την πραγματική απόδοση του σχεδίου. Όπου

δεν υπάρχει ταύτιση με τις αρχικές προβλέψεις τότε γίνεται η απαραίτητη ανατροφοδότηση για να επιτευχθεί η προσαρμογή στις νέες συνθήκες (Σιώμκος, 2004).

Προϋπόθεση υλοποίησης του σχεδίου η ύπαρξη ενός αξιόπιστου και ορθολογικού προϋπολογισμού ο οποίος να μπορεί να υλοποιηθεί από τις διάφορες πηγές χρηματοδότησης, και η δημιουργία ενός ευέλικτου ελεγκτικού μηχανισμού που, θα εντοπίζει και θα διορθώνει αδυναμίες, απειλές και αστοχίες ώστε να επιτυγχάνεται ο ανασχεδιασμός και η συμβάδιση στις μεταβαλλόμενες καταστάσεις (Atach-Rosch, 1984) καθώς ο τουριστικός σχεδιασμός δεν είναι στατικός αλλά συνεχής (Gunn, 1994;Hall, 2000).

1.8.3. Διάγραμμα ροής

Παρακάτω παρουσιάζουμε μια απλοποιημένη διαδικασία αναπτυξιακού σχεδιασμού.

Διάγραμμα1: Στάδια στρατηγικού σχεδιασμού.



Στη διαδικασία κατάρτισης ενός Στρατηγικού Σχεδίου Τουριστικής Ανάπτυξης σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η διαδοχική ακολουθία ορισμένων σταδίων που κατά τον Ανδριώτη (2005) είναι τα παρακάτω:

- Επιλογή και συγκρότηση ομάδας εργασίας
- Καθορισμός στόχων
- Έρευνα υφιστάμενης κατάστασης
- Ανάλυση στοιχείων
- Διατύπωση πολιτικών και Σχεδίου
- Καταγραφή προτάσεων
- Υλοποίηση και παρακολούθηση έργου

1.8.4. Επεξήγηση σταδίων κατάρτισης Στρατηγικού Σχεδίου Τουριστικής Ανάπτυξης

1.8.4.1. Επιλογή και συγκρότηση ομάδας εργασίας:

Για να καταρτισθεί ένα σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης πρέπει πρώτα να δημιουργηθεί μια ομάδα εργασίας με κατάλληλη στελέχωση, να είναι διαστρωματική και αντιπροσωπευτική της τοπικής κοινωνίας και να εμπλακούν οι καθ' ύλην αρμόδιοι τοπικοί φορείς. Η ομάδα εργασίας θα αναλάβει να εκπονήσει το σχέδιο και θα επιλέξει το μοντέλο σχεδιασμού και το σχετικό χρονοδιάγραμμα.

1.8.4.2. Καθορισμός στόχων:

Στο στάδιο αυτό προσδιορίζονται οι κύριοι σκοποί του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης και καθορίζονται οι στόχοι. Οι στόχοι επιλέγονται με γνώμονα οικονομικά, κοινωνικά, πολιτιστικά, περιβαλλοντικά και πολιτικά κριτήρια. Η οργάνωση των στόχων είναι μια αποτύπωση με απώτερο σκοπό τη διερεύνηση της δυνατότητας ανάπτυξης (π.χ. τι στόχους θα έχουμε για την προστασία του περιβάλλοντος, την ανάπτυξη παραγωγής αγροτικού τομέα για κατανάλωση στα ξενοδοχεία, τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, την αύξηση των καταλυμάτων, την ποιότητα των δομών και υπηρεσιών, την εκπαίδευση κλπ).

1.8.4.3. Έρευνα υφιστάμενης κατάστασης:

Γίνεται ερευνητική εργασία για τη συλλογή στοιχείων τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού περιβάλλοντος. Το στάδιο αυτό περιλαμβάνει τεκμηριωμένα και συνδυασμένα έρευνα και ανάλυση των εσωτερικών πλεονεκτημάτων τόσο της τοπικής όσο και της περιφερειακής οικονομίας και κοινωνίας όσο και των παραγόντων που θα επιδράσουν τεχνολογικά, νομικά και περιβαλλοντικά στην

τοπική τουριστική αγορά. Ερευνώνται στοιχεία π.χ. για την υπάρχουσα υποδομή, τουριστικές αφίξεις, νομοθεσία, δημογραφικά στοιχεία κλπ.

1.8.4.4. Ανάλυση στοιχείων:

Γίνεται επεξεργασία των πληροφοριών και εκτίμηση του τουρισμού σε σχέση με τις οικονομικές και κοινωνικές προτεραιότητες της περιοχής, εξετάζονται τα επίπεδα υποστήριξης του τουρισμού και ο ρόλος του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα. Θα εξετασθεί η ελληνική και εξωτερική τουριστική αγορά και οι διεθνείς τάσεις που διαμορφώνονται (π.χ. κύκλος ζωής των επισκεπτών, τρόπος ζωής, συνήθειες, κλπ). Εδώ γίνεται ποιοτική και ποσοτική ανάλυση των δεδομένων, συγκριτική μελέτη και επεξεργασία ώστε να καθορίσουμε τους παράγοντες που συμβάλουν στην τοπική ανάπτυξη.

Συνεπώς αναλύουμε με λεπτομέρειες την προσφορά και τη ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών.

Εδώ χρησιμοποιούνται δύο εργαλεία κλειδιά η ανάλυση PESTEL (Johnson, Scholes και Whittington, 2009) και η ανάλυση SWOT.

1.8.4.4.1. Ανάλυση εξωτερικού Περιβάλλοντος PESTEL

α. Πολιτικό - Νομικό Περιβάλλον

Το πολιτικό περιβάλλον περιλαμβάνει τη γενική πολιτική κατάσταση της χώρας στην οποία δραστηριοποιείται και η περιοχή ενδιαφέροντος, και τη συγκεκριμένη στάση που η εκλεγμένη κυβέρνηση έχει έναντι των τουριστικών περιοχών και των επιχειρήσεων. Είναι φυσικό οι περιοχές και οι επιχειρήσεις κάθε χώρας να επηρεάζονται από την υφιστάμενη πολιτική κατάσταση. Οι πολιτικές συνθήκες, δηλαδή, που επικρατούν σε ένα συγκεκριμένο χώρο επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τις ενέργειες των φορέων και των επιχειρήσεων. Είναι φανερό, λοιπόν, ότι οι κανονισμοί και οι νόμοι που θεσπίζονται θέτουν περιορισμούς στη λήψη αποφάσεων σε τοπικό επίπεδο και σε επίπεδο επιχειρήσεων.

Το πολιτικό περιβάλλον αποτελεί ένα παράγοντα διαμόρφωσης του μακροοικονομικού περιβάλλοντος μιας περιοχής. Γενικότερα όμως θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο κλάδος του τουρισμού δέχεται άμεσες επιδράσεις από τις πολιτικές αλλαγές.

β. Οικονομικό Περιβάλλον

Το γενικότερο οικονομικό περιβάλλον αποτελεί μια από τις σημαντικότερες μεταβλητές, καθώς επηρεάζει με τον ίδιο τρόπο τουριστικές περιοχές, μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις. Έτσι, οι μακροχρόνιες εξελίξεις συνιστούν μια κρίσιμη εξωτερική δύναμη σε μια τουριστική περιοχή και σε όλες τις επιχειρήσεις του κλάδου και οι οποίες είναι πολύ δύσκολο να προβλεφθούν σε μακροπρόθεσμο επίπεδο. Επιτόκια, πληθωρισμός, φορολόγηση, μεταβολές στο διαθέσιμο εισόδημα, δείκτες χρηματιστηρίου και το στάδιο του γενικού επιχειρηματικού κύκλου είναι ορισμένοι από τους οικονομικούς παράγοντες στο μακρο-περιβάλλον που μπορούν να επηρεάσουν τις τουριστικές επιχειρηματικές πρακτικές σε μια περιοχή.

Όταν εξετάζουμε το οικονομικό περιβάλλον, θα πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη τόσο το επιχειρησιακό οικονομικό περιβάλλον και το βιομηχανικό οικονομικό περιβάλλον, όσο και το εθνικό και το παγκόσμιο.

Η αύξηση του πληθωρισμού, σε συνδυασμό με τη δυσανάλογη με αυτήν αύξηση του εισοδήματος των καταναλωτών, περιορίζει την αγοραστική τους ικανότητα. Οι καταναλωτές περιορίζουν τις ελαστικές τους δαπάνες. Ενδεχομένως, δηλαδή, θα εξακολουθήσουν να πηγαίνουν διακοπές και να τρώνε σε εστιατόρια, αλλά θα περιορίσουν τη διάρκεια των διακοπών τους και τα έξοδά τους στον τόπο προορισμού, ή θα επιλέξουν πιο φθηνό προορισμό και κοντινούς προορισμούς.

Οι tour operators πιέζουν συνεχώς τα ξενοδοχεία για χαμηλότερες τιμές. Από την άλλη οι προμηθευτές αυξάνουν τις τιμές των προϊόντων τους. Ως αποτέλεσμα όλων αυτών, τα έξοδα των ξενοδοχειακών μονάδων αυξάνονται με μεγαλύτερο ρυθμό από ότι τα έσοδα, και αυτό μεσοπρόθεσμα δημιουργεί μεγάλα προβλήματα στις επιχειρήσεις.

γ. Κοινωνικό - Πολιτιστικό Περιβάλλον

Το κοινωνικό-πολιτιστικό περιβάλλον αντιπροσωπεύει το σύνολο των αξιών, πεποιθήσεων, ιδανικών και άλλων χαρακτηριστικών που διακρίνουν τα μέλη μιας κοινωνίας από μιας άλλης. Η διάσταση αυτή έχει μεγάλη σημασία για το τουριστικό κύκλωμα και τον τρόπο με τον οποίο αυτό οργανώνεται και δραστηριοποιείται, διότι μια μικρή απόκλιση από το κοινωνικά και πολιτιστικά αποδεκτό μπορεί να δημιουργήσει σημαντικά προβλήματα. Οι φορείς και οι επιχειρήσεις θα πρέπει να είναι ενήμερες για τον τρόπο που οι κοινωνικοί και πολιτιστικοί παράγοντες μπορούν άμεσα να επηρεάσουν τις επιχειρηματικές δραστηριότητες, ιδιαίτερα τους ανθρώπινους πόρους και το marketing.

Μερικά από τα στοιχεία που θα πρέπει να αναφερθούν όσον αφορά το κοινωνικό-πολιτιστικό περιβάλλον είναι:

- Οι αλλαγές στον τρόπο ζωής.
- Η σημασία της καριέρας σε κάθε επιχείρηση.
- Η στάση των καταναλωτών σε συγκεκριμένες ενέργειες marketing.
- Οι ηθικοί κανόνες και η κοινωνική υπευθυνότητα των επιχειρήσεων.

δ. Τεχνολογικό Περιβάλλον

Η διάσταση αυτή της ανάλυσης αφορά τις τεχνολογικές τάσεις ή τεχνολογικά επιτεύγματα που λαμβάνουν χώρα έξω από την αγορά και είναι δυνατό να έχουν σημαντική επίδραση σε ένα τουριστικό τόπο και στις επιχειρήσεις και τη στρατηγική τους. Οι τάσεις αυτές μπορεί να αποτελούν ευκαιρίες για εκείνες τις επιχειρήσεις που έχουν τη δυνατότητα να τις εκμεταλλευτούν και να τις εισάγουν αποτελεσματικά στις δραστηριότητές τους. Ωστόσο, μια τεχνολογία είναι δυνατό να αποτελεί και σημαντική απειλή για μια επιχείρηση, εάν η επιχείρηση δεν προσαρμοστεί αρμονικά σε αυτήν. Συνεπώς πρέπει να εξετάζεται και αυτός ο παράγοντας.

Οι τεχνολογικές αλλαγές επηρεάζουν την λειτουργία ειδικά του ξενοδοχειακού τουρισμού σχετικά σε μεγάλο πλέον βαθμό. Γενικά, ο τουριστικός κλάδος υπόκειται σε έντονες τεχνολογικές εξελίξεις. Αυτό όμως σημαίνει ότι η ανάπτυξη της τεχνολογίας μεγαλώνει την αξία της στον τομέα αυτό. Η χρήση των Η/Υ (hardware & Software) για μηχανογράφηση των λειτουργιών της επιχείρησης, της επιτρέπει τον καλύτερο έλεγχο και συντονισμό των όσων συμβαίνουν μέσα σε αυτή.

Η τεχνολογία του διαδικτύου δίνει τη δυνατότητα σε μια τουριστική περιοχή και στις επιχειρήσεις να προωθήσουν παγκόσμια το προϊόν τους με ένα πολύ φθηνό μέσο. Συγχρόνως, η παροχή υπηρεσιών διαδικτύου στους πελάτες αυξάνει την αξία του προσφερόμενου από ένα ξενοδοχείο προϊόντος.

ε. Περιβαλλοντικό Περιβάλλον

Εδώ ερευνώνται θέματα οικολογικά και περιβάλλοντος όπως ο καιρός, το κλίμα και οι αλλαγές του που επηρεάζουν τον κλάδο του τουρισμού, τις καλλιέργειες, τις ασφάλειες. Επιπλέον, η αυξανόμενη ενημέρωση του πληθυσμού στις πιθανές επιπτώσεις από τις κλιματολογικές συνθήκες έχουν αντίκτυπο στο τρόπο που οι τουριστικές επιχειρήσεις λειτουργούν, στα προϊόντα που προσφέρουν και στην δημιουργία νέων αγορών ή υποβαθμίζοντας και καταργώντας ήδη υπάρχουσες.

στ) Νομικό περιβάλλον

Εδώ αναλύονται θέματα σχετιζόμενα με το νομικό-νομοθετικό πλαίσιο αλλά και το Εμπορικό Δίκαιο, την Προστασία των Καταναλωτών, τις Αντιμονοπωλιακές Ρυθμίσεις, την Επιτροπή Ανταγωνισμού, τους νόμους για την υγεία και την ασφάλεια, τους εργασιακούς νόμους, τους νόμους για την μετανάστευση ή τους κοινωνικούς διαχωρισμούς, το δίκαιο των καταναλωτών, και τις άδειες που οφείλουν να έχουν οι τουριστικές επιχειρήσεις.

Ευκαιρίες και Απειλές

Μέσα από τη μελέτη του εξωτερικού περιβάλλοντος προσδιορίζονται οι ευκαιρίες και οι απειλές που εμφανίζονται.

α. Δυνητικές Ευκαιρίες

Προσέλκυση νέων πελατών Ελλήνων και αλλοδαπών ακόμη και από τους ανταγωνιστές άλλων περιοχών. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί π.χ. με την ανακαίνιση των δωματίων των καταλυμάτων, με τις στοχευόμενες ενέργειες marketing, με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως ιατρικός, ιαματικός, χειμερινός, κοινωνικός τουρισμός, αγροτουριστικός, οινοτουρισμός, περιπατητικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός (επισκέψεις βυζαντινών μοναστηριών), ορεινός τουρισμός.

β. Δυνητικές Απειλές

- Είσοδος στην αγορά νέων ισχυρών ανταγωνιστών, που δραστηριοποιούνται στο ίδιο τμήμα αγοράς.
- Οι tour operators του εξωτερικού που πιέζουν για χαμηλότερες τιμές, συρρικνώνοντας έτσι τα περιθώρια κέρδους του ξενοδοχειακών καταλυμάτων.
- Αλλαγή στις προτιμήσεις των καταναλωτών.
- Δημογραφικές αλλαγές.
- Η παρατεταμένη οικονομική ύφεση και η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των ιδιωτών.
- Ο έντονος ανταγωνισμός από γειτονικές χώρες (Τουρκία, Βουλγαρία, ΠΓΔΜ, Ρουμανία, Κροατία κλπ.) με χαμηλότερο κόστος υπηρεσιών.

γ. Επίπεδα Προσφορών

- Διατήρηση του προϊόντος «ήλιος και θάλασσα» με αναβάθμιση της ποιότητάς του και συνεχή βελτίωση της σχέσης τιμής/ποιότητας σε επίπεδο Νομού.
- Ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού που θα προκύπτουν μέσα από αναλυτική τμηματοποίηση της ζήτησης (έντονα αναπτυσσόμενη τάση).
- Δημιουργία δομών και κουλτούρας marketing, καθώς επίσης οι αλλαγές τόσο σε νοοτροπία, όσο και σε οργάνωση.
- Συνεχής έρευνα και μελέτη των αγορών.

δ. Αύξηση Ζήτησης

- Η δημιουργία συνεργειών και οικονομίες κλίμακας στους τομείς/κλάδους όπως ο πολιτισμός, ο αθλητισμός, η εκπαίδευση, οι ιατρικές υπηρεσίες και η γαστρονομία.
- Η διαχείριση (τουριστική κατοικία-holiday home) είναι ανάμεσα στους πέντε (5) σημαντικότερους λόγους για τους οποίους ταξιδεύουν οι Ευρωπαίοι και πρέπει να αποτελέσει αναπτυξιακή-επενδυτική προτεραιότητα για τον ελληνικό τουρισμό.

- Οι επενδύσεις στην τεχνολογία και κυρίως στο ανθρώπινο δυναμικό έχουν ακόμη μεγαλύτερη βαρύτητα.
- Η εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού, τόσο η αρχική, όσο και η συνεχής σε επίπεδο κατάρτισης και εξειδίκευσης, είναι η σημαντικότερη παράμετρος στην προσπάθεια παροχής ποιοτικών υπηρεσιών και βελτίωσης της παραγωγικότητας.

ε. Προοπτικές του Κλάδου

Οι βασικοί άξονες στους οποίους εκτιμάται ότι μπορεί να στηριχθεί η περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού είναι ενδεικτικά:

- η ανάπτυξη εναλλακτικών - ειδικών μορφών τουρισμού
- η τόνωση του εσωτερικού και κοινωνικού τουρισμού
- η ανάπτυξη του τουρισμού των πόλεων (city brakes)
- η στόχευση σε νέες αναδυόμενες τουριστικές αγορές (Ρωσία, Κίνα, κλπ)
- η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου
- η συστηματικότερη προβολή και διαφήμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος
- η ραγδαία διεύρυνση και χρήση του διαδικτύου

1.8.4.4.2. Ανάλυση SWOT

Η SWOT ανάλυση ή ανάλυση ΔΑΕΑ (Δυνάμεις, Αδυναμίες, Ευκαιρίες, Απειλές) όπως την ονομάζει ο Κότλερ (2001, σελ. 57) θα δώσει μια συνολική εικόνα της σημερινής κατάστασης του τουρισμού στη περιοχή.

Αναλύονται οι δυνατότητες οι ευκαιρίες οι απειλές και οι κίνδυνοι, τα δυνατά και αδύνατα σημεία, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα αλλά και οι προτεραιότητες.

Ως δυνατά σημεία – πλεονεκτήματα σε μια περιοχή θα εξετασθούν το άριστο κλίμα, η γεωγραφική θέση του νομού, το υψηλό επίπεδο και η επάρκεια φυσικών και ανθρωπογενών πόρων, η θετική δημογραφική εξέλιξη και η κοινωνική διαστρωμάτωση, η ώριμη κοινωνική δομή, οι επαρκείς τουριστικές υποδομές και υπηρεσίες, το ισχυρό αναπτυξιακό περιβάλλον, η συγκροτημένη διαφημιστική

εικόνα, η κατοχυρωμένη θέση στην παγκόσμια τουριστική αγορά, αλλά και η υψηλή τουριστική ζήτηση.

Ως αδυναμίες θα εξετασθούν η χωρητική συγκέντρωση υποδομών περιβάλλοντος και τουρισμού, η εποχικότητα, η εξάρτηση από αποφάσεις επιλογές και πολιτικές μεγάλων τουριστικών πρακτορείων του εξωτερικού, οι αναπτυξιακές πρωτοβουλίες τουριστικής ανάπτυξης, η έλλειψη ή όχι ενιαίου στρατηγικού σχεδιασμού τουριστικής ανάπτυξης, η διόγκωση ή όχι της ιδιωτικής επενδυτικής δραστηριότητας, η έλλειψη ή όχι θεσμικού πλαισίου ρύθμισης των χρήσεων γης, αλλά και η έλλειψη θεσμικού πλαισίου προστασίας και καθορισμού χρήσεων προστατευμένων περιοχών φυσικού κάλλους, η ανεπάρκεια τεχνικών υποδομών καθώς και η καθυστέρηση στην αξιοποίηση - απορρόφηση χρηματοδοτικών πόρων.

Ως ευκαιρίες και δυνατότητες θα εξετασθούν το χρηματοδοτικό περιβάλλον, το υπό διαμόρφωση θεσμικό πλαίσιο διαχείρισης προστατευμένων περιοχών, οι τάσεις ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού και ειδικών μορφών τουρισμού, η προώθηση της Πιερίκης διατροφής και γαστρονομίας ως τουριστικού πόρου, οι τάσεις αύξησης του εγχώριου τουρισμού, η ολοκλήρωση βασικών έργων τεχνικών υποδομών, αυξημένη σημασία και διεξόδωση των νέων τεχνολογιών στον τουρισμό, η τάση διασύνδεσης και αλληλεξάρτησης των τομέων παραγωγής.

Από την άλλη πλευρά **ως απειλές** θα εξετασθούν: ο ανταγωνισμός σε διεθνές επίπεδο, η εγκατάλειψη της υπαίθρου και συγκέντρωση της μεταποίησης και του αγροτικού τομέα (τριτογενοποίηση της οικονομίας), η χαλάρωση του κοινωνικού ιστού, των ηθών και των παραδοσιακών προτύπων, η εποχικότητα της απασχόλησης και συνεπώς της ανεργίας, η συγκέντρωση χρήσεων σε περιοχές θύλακες, η υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας “carrying capacity” (McCool and Lime, 2000), και η απώλεια ή όχι της ελκυστικότητας και της ανταγωνιστικότητας τους και τέλος η μαζικοποίηση του οικοτουρισμού.

1.8.4.5. Διατύπωση πολιτικών και Σχεδίου

Στη διατύπωση πολιτικών και σχεδίου μας βοηθά στην ουσία η SWOT ανάλυση. Στα πλαίσια των προηγηθέντων αναλύσεων οροθετούνται οι κεντρικοί άξονες που

εμφανίζουν και μπορούν να απεικονίσουν την ανταγωνιστική θέση της περιοχής. Οι άξονες αυτοί θα λαμβάνουν υπόψη τους παράγοντες όπως :

- Αποτελεσματικότητα και βιωσιμότητα των σχεδιασμένων παρεμβάσεων
- Στοχευμένες παρεμβάσεις με συγκεκριμένα κονδύλια (περιορισμός διαθέσιμων κεφαλαίων)
- Ενεργοποίηση φυσικών και ανθρώπινων πόρων
- Διαμόρφωση ολοκληρωμένων ομάδων (πακέτων) πλεγμάτων - δραστηριοτήτων αναψυχής και τουρισμού (χωροταξική διάρθρωση)
- Δημιουργία πιλοτικών εφαρμογών που θα έχουν πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα.
- Εναρμόνιση με σχεδιασμό χρηματοδοτήσεων (ΕΣΠΑ, Leader, ΠΑΑ, Interreg, κλπ).

Διατυπώνουμε τις πολιτικές και τα συστατικά στοιχεία του τουριστικού προϊόντος βλέποντάς το ως ενιαίο σύνολο.

1.8.4.6. Καταγραφή προτάσεων:

Με βάση τους άξονες στους οποίους θα κινηθεί ο σχεδιασμός, καταγράφονται οι προτάσεις και εξειδικεύονται τα κριτήρια επιλογής της τουριστικής αναπτυξιακής στρατηγικής. Έτσι καταλήγουν σε ένα σύνολο προτάσεων με τις οποίες θα επιχειρηθεί να διαμορφωθεί ένα τελικό σχέδιο με άξονες και μέτρα ανά άξονα από το οποίο προκύπτουν οι πολιτικές που θα ακολουθηθούν.

Η διαμόρφωση του σχεδίου γίνεται με βάση την εκτίμηση των εναλλακτικών σχεδίων και πολιτικών που αξιολογούνται, καθορίζονται οι στόχοι και θέτονται οι υποθέσεις εφαρμογής των πολιτικών και προτείνονται οι τελικές εναλλακτικές στρατηγικές δράσεων.

Οι άξονες δράσης θα μπορούσαν να είναι της μορφής:

- Άξονας 1: Ανάπτυξη θεματικών μορφών τουρισμού.
- Άξονας 2: Παροχή ποιοτικών υπηρεσιών εξυπηρέτησης.
- Άξονας 3: Βελτίωση της σύνδεσης του τουρισμού με τους τομείς παραγωγής παραδοσιακών και πολιτιστικών προϊόντων και την πολιτιστική παραγωγή.

- Άξονας 4: Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της προβολής του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.
- Άξονας 5: Ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού.
- Άξονας 6: Βελτίωση αειφορίας και προστασίας περιβάλλοντος.

Εξετάζονται οι εναλλακτικές προτάσεις για την τουριστική ανάπτυξη και επιλέγεται το τελικό σχέδιο σύμφωνα με τους στόχους που έχουν καθοριστεί.

Κατά την αξιολόγηση των εναλλακτικών λαμβάνονται υπόψη η ποιότητα των επεξεργασμένων στοιχείων και προτείνεται μια στρατηγική ή και συνδυασμός αυτών.

1.8.4.7. Υλοποίηση και παρακολούθηση έργου

Εξειδικεύονται οι μέθοδοι και πολιτικές εφαρμογής του σχεδίου και τίθεται σε εφαρμογή με χρονικό ορίζοντα πέντε (5) έτη τουλάχιστον. Το ολοκληρωμένο σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης θέτει τις βάσεις αναπροσδιορισμού της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής και υλοποιείται σταδιακά ώστε να έχει μεγάλο βαθμό διείσδυσης στη διάρθρωση και στη λειτουργία ενός μεγάλου αριθμού παραγωγικών κλάδων, να διαμορφώσει έναν ευρύτερα αποδεκτό ρόλο από τις τοπικές κοινωνίες υποδοχής των τουριστών, ώστε η αποδοχή των τελικών προτάσεων να καταστήσουν ευκολότερη την επιλογή των πιο κατάλληλων εναλλακτικών σεναρίων τουριστικής ανάπτυξης για να μπορεί να συνεισφέρει τα μέγιστα στην υλοποίηση των καθορισθέντων αναπτυξιακών στόχων.

Η υλοποίηση εκτιμάται ότι θα έχει τις παρακάτω θετικές επιπτώσεις στη περιοχή:

- Αναβάθμιση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών και εμπλουτισμός της σύνθεσης τους.
- Βελτίωση της οργάνωσης των τουριστικών επιχειρήσεων.
- Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.
- Διαφοροποίηση του τουρισμού μέσα από την ανάπτυξη συμπλεγμάτων δραστηριοτήτων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που αρμόζουν ιδιαίτερα στους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους της περιοχής.
- Ανάδειξη άγνωστων (παρατημένων) φυσικών και πολιτιστικών πόρων της περιοχής.

- Προσέλκυση ειδικευμένης ζήτησης ειδικών ενδιαφερόντων και εμπειριών.
- Αναβάθμιση του περιβάλλοντος.
- Διατήρηση και αύξηση των εισοδημάτων και της απασχόλησης.

Όμως για να έχει πιθανότητες να προκύψουν οι θετικές επιπτώσεις θα πρέπει να υπάρξει παρακολούθηση του έργου. Θα πρέπει να παρακολουθείται και να εκτιμάται ο βαθμός συνεργίας των προτεινομένων δράσεων και των αναμενόμενων επιπτώσεων (προσδοκώμενα αποτελέσματα) έτσι ώστε να καθίσταται εφικτή η αξιολόγηση / αποτίμηση των παρεμβάσεων και ενεργειών, μετά την παρέλευση ενός εύλογου χρονικού διαστήματος.

Θα μπορούσε να δημιουργηθεί μια επιτροπή ελέγχου εφαρμογής του σχεδίου που θα παρακολουθεί την ποιοτική και ποσοτική εφαρμογή του.

Η ποιότητα της ανάλυσης της απόδοσης των ενεργειών που έχουν υλοποιηθεί, σχετίζεται με τον τρόπο αξιολόγησης που έχει προεπιλεγεί.

Στο στάδιο αυτό αξιολογούνται αριθμητικά τα δεδομένα που είχαν τεθεί ως στόχοι επίτευξης εντός του χρονικού διαστήματος που είχε τεθεί.

Τα αποτελέσματα που εξάγονται αφορούν και τις θετικές και τις αρνητικές επιπτώσεις (καλές πρακτικές, παραλείψεις, λάθη κλπ).

iii Κεφάλαιο 2

Θεωρητικό πλαίσιο Ειδικών Μορφών Τουρισμού

2.1. Ο Τουρισμός

Είναι δύσκολος ο ακριβής ορισμός του τουρισμού αφού πρόκειται για ένα αρκετά σύνθετο φαινόμενο με οικονομικές, περιβαλλοντικές, κοινωνικές και πολιτικές διαστάσεις. Πολλές φορές στο πέρασμα των χρόνων επιχειρήθηκε η διατύπωση ενός ακριβούς ορισμού της έννοιάς του χωρίς να αποτυπώνονται με ακρίβεια όλες οι διαστάσεις του.

Ο ΠΟΤ (<http://www2.unwto.org/>) διατύπωσε ένα ορισμό ως εξής: «ο τουρισμός αποτελείται από δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε μέρη διαφορετικά από το σύννητες περιβάλλον τους, για λόγους αναψυχής, αποφυγής των προβλημάτων της καθημερινότητας, για άσκηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων κ.α., και για χρονικό διάστημα όχι μεγαλύτερο του ενός έτους».

Σύμφωνα με τον ΠΟΤ είναι ένας συνδυασμός δραστηριοτήτων, υπηρεσιών, και βιομηχανιών (μεταφορικά μέσα, χώροι διαμονής, εστιατόρια, χώροι ψυχαγωγίας, χώροι αθλητισμού, εμπορικών καταστημάτων, κ.α.) που παρέχουν ταξιδιωτικές εμπειρίες και συμβάλλουν παράλληλα στην αύξηση του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού, στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, στην αύξηση των επενδύσεων αλλά και στην συνολικότερη μεγέθυνση της οικονομικής δραστηριότητας (Κομίλης και Βαγιονής, 1999).

Ως τουρισμός θεωρείται η ανθρώπινη δραστηριότητα, η οποία συνιστάται στο ταξίδι, δηλαδή την μετάβαση και την προσωρινή παραμονή, σε έναν ή περισσότερους τόπους διαφορετικούς από την μόνιμη κατοικία του, και στους λόγους οι οποίοι είναι κυρίως ψυχαγωγικοί και χωρίς κανέναν σκοπό κέρδους.

Ο τουρισμός είναι ένας τύπος που πηγαίνουν επισκέπτες για να μείνουν και μπορεί να είναι μια χώρα, μια γεωγραφική περιοχή, μια πόλη (Pawlikowska, Ostrowska, Piechotks, Sawicka, 2017), ενώ ο ειδικός τουρισμός είναι ένα σύνολο επιμέρους μορφών τουρισμού με ειδικά χαρακτηριστικά (Λαγός, 2005). Η διαφορά μεταξύ μαζικού και ειδικών μορφών τουρισμού είναι ότι οι επισκέπτες που επιλέγουν ειδικές μορφές όπως για παράδειγμα ο οινοτουρισμός, είναι ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένοι σε σχέση με το περιβάλλον (Dodds, Butler, 2010).

Σύμφωνα με τον Λαγό (2005) ο τουρισμός έχει τις τρεις βασικές μορφές, οι οποίες κατηγοριοποιούνται σε πολλές άλλες επιμέρους μορφές:

- Μαζικός τουρισμός (mass tourism). Είναι η παραδοσιακή αγορά διακοπών, με το μεγαλύτερο μερίδιο τουριστών. Οι τουρίστες αναζητούν στο ταξίδι τους κυρίως την ξεκούραση και την αναψυχή.
- Τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων ή αναγκών (special interest tourism). Σχετίζεται με ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού, που χαρακτηρίζονται από τα κοινά, ειδικά ενδιαφέροντα των ανθρώπων που τις προτιμούν (π.χ.

ενδιαφέρον των σπορ, πολιτιστικά ενδιαφέροντα, φυσιολάτρες, γαστρονομικά ενδιαφέροντα κ.ά.).

- Εναλλακτικός τουρισμός (alternative tourism). Σχετίζεται με ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού. Εδώ οι άνθρωποι αναζητούν διαφορετικό τρόπο διακοπών, από τα συνηθισμένα. Συχνά συνδέεται και στοχεύει έμμεσα στη προστασία της τοπικής κουλτούρας, τη προστασία του περιβάλλοντος και στην αναζήτηση νέων αξιών και τρόπων ζωής.

2.2. Διαχρονική εξέλιξη του τουρισμού

Ο τουρισμός από τότε που εμφανίζεται ως οικονομική δραστηριότητα παρουσιάζει χαρακτηριστικά δυναμισμού και εξελίσσεται με συνεχόμενη ανοδική πορεία. Η συνεχόμενη πορεία οφείλεται στη διαρκή αναζήτηση από τους ανθρώπους νέων τόπων, νέων εμπορικών δρόμων, στην προσπάθεια εξασφάλιση τροφής ή και της ανάγκης να αποφύγουν εχθρούς.

Στην πορεία των χρόνων διαπιστώνουμε ότι ενώ ήταν προνόμιο των πολύ ευκατάστατων κοινωνικών στρωμάτων της βόρειας Ευρώπης (κυρίως Άγγλων) οι τεχνολογικές εξελίξεις του 19^{ου} αιώνα αλλά και οι οικονομικές και κοινωνικές ανακατατάξεις στην Ευρώπη δίνουν ώθηση στις μετακινήσεις τουριστικής κατεύθυνσης και παύει αυτό το προνόμιο των ευκατάστατων και ξεκινά η μαζικοποίηση με συμμετοχή πολλών κοινωνικών στρωμάτων. Για πάνω από εξήντα χρόνια ο τουρισμός αναπτύσσεται με ραγδαίους ρυθμούς και μπορεί να θεωρηθεί ο πλέον αναπτυσσόμενος κλάδος της παγκόσμιας οικονομίας.

Σήμερα αποτελεί την κυρίαρχη οικονομική δραστηριότητα σε αρκετές χώρες και έχει μεγάλη επίδραση στους άλλους τομείς της οικονομίας.

Από το 1950 έως σήμερα οι διεθνείς αφίξεις τουριστών πολλαπλασιάζονται και από 25 εκατομμύρια αυξάνονται ραγδαία στα 1,13 δισεκατομμύρια, και σύμφωνα με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ) έως το 2030 θα φτάσουν τα 1,8 δισεκατομμύρια (UNWTO, 2015). Ο τουρισμός αποκτά μια ιδιαίτερη δυναμική συμβάλει στην αύξηση των εισοδημάτων και ανατροφοδοτείται και συμβάλλει επίσης στην απασχόληση και την διεύρυνση της παραγωγικής βάσης σε διάφορους τομείς.

Στην περίπτωση της Ελλάδας αρχές της δεκαετίας του 1950 οι εισερχόμενοι τουρίστες ήταν περίπου 33 χιλιάδες. Το έτος 1970 αυξάνεται ο αριθμός τους σε 1,6 εκατομμύρια και το 2015 φτάνουν τα 23,599 εκατομμύρια (ΕΛΣΤΑΤ, 2016). Μάλιστα σύμφωνα με στοιχεία του ΣΕΤΕ (2018) κατά το 2017 σημειώθηκε ρεκόρ επισκεπτών αφού κατά το πρώτο δεκάμηνο του έτους 25,9 εκατομμύρια τουρίστες ταξίδεψαν στην Ελλάδα για να ανέλθει σε επίπεδο έτους στον αριθμό των 27,2 εκατομμυρίων.

2.3. Το Τουριστικό προϊόν

Το τουριστικό προϊόν διακρίνεται για τη συνθετότητα και την ετερογένειά του καθώς περιλαμβάνεται σε αυτό ένας συνδυασμός αγαθών, υπηρεσιών και προορισμών. Το τουριστικό προϊόν διακρίνεται σε δύο επίπεδα σύμφωνα με τον Middleton (2009, σελ. 120) Το «συνολικό» και τα «ειδικά» προϊόντα τα οποία είναι συστατικά στοιχεία του συνολικού προϊόντος. Ταυτόχρονα ορίζει το τουριστικό προϊόν ως ένα «αμάγαμα από πολλές συνιστώσες δηλαδή ένα... πακέτο».

Ο Middleton ανέλυσε το συνολικό τουριστικό προϊόν, και προσδιόρισε τα βασικά συστατικά του ταξινομώντας τα ως εξής:

- Τουριστικά αξιοθέατα και περιβάλλον στον προορισμό.
- Εγκαταστάσεις και υπηρεσίες του προορισμού.
- Προσβασιμότητα προορισμού.
- Εικόνες του προορισμού.
- Τιμή για τον καταναλωτή.

Αναλύοντας το «ειδικό» τουριστικό προϊόν, προσδιόρισε τρία επίπεδα. Το βασικό προϊόν, το επίσημο ή απτό προϊόν και το επαυξημένο προϊόν (Middleton et al., 2009 σελ. 128).

Το τουριστικό προϊόν όπως όλα τα προϊόντα έχει και αυτό τον κύκλο ζωής του παρά τις ιδιαιτερότητές του. Σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη (1999, σελ. 195) «κανείς δεν μπορεί να προβλέψει με ακρίβεια την διάρκεια ζωής ενός τουριστικού προϊόντος. Παρ' όλα αυτά είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε την τροχιά που θα διαγράψει στη ζωή

του». Επίσης ο Butler αναφέρει τον κύκλο ζωής της τουριστικής περιοχής (2006, σελ. 281).

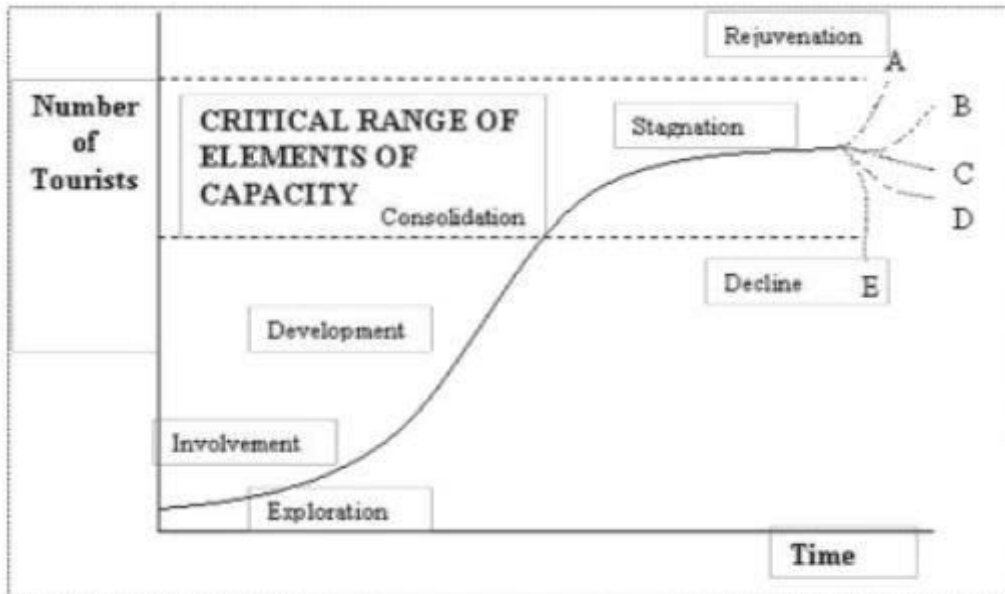
Πάντως σύμφωνα με την πλειονότητα των ερευνητών προσδιορίζονται πέντε στάδια ζωής των τουριστικών προϊόντων. Το στάδιο εισαγωγής στην αγορά, το στάδιο ανάπτυξης, το στάδιο της ωριμότητας, το στάδιο του κορεσμού και το στάδιο της παρακμής.

Ο τουρισμός στο σύνολό του είναι μια «βιομηχανία» που αναπτύχθηκε με πολλή μεγάλη ταχύτητα και επιδρά άμεσα και έμμεσα τόσο στους προορισμούς υποδοχής προκαλώντας μεγάλες αλλαγές στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον, όσο και στις τοπικές κοινωνίες αλλά και τις κοινωνικές συμπεριφορές, αλλά και στην οικονομία σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο (Coccossis, 1996 σελ. 3). Το μέγεθος επίδρασης του τουρισμού είναι πολύπαραγοντικό και εξαρτάται από το επίπεδο ανάπτυξης και το πολιτιστικό επίπεδο των χωρών υποδοχής, από το είδος τουρισμού που αναπτύσσεται, το βαθμό ανάπτυξης και τη χώρα προέλευσης των τουριστών, αλλά και από τα χαρακτηριστικά των τουριστών.

2.4. Κύκλος ζωής

Το πρότυπο κύκλων ζωής (Butler, 1980; Butler, 2006) προορισμού έχει περιγραφεί και έχει συζητηθεί εκτενώς στην τουριστική βιβλιογραφία. Κατά το χρόνο που προτάθηκε, θεωρήθηκε ως εννοιολογικό πλαίσιο για να εξηγήσει και να περιγράψει τη διαδικασία που ακολουθούν οι τόποι τουριστικού προορισμού. Περιλαμβάνει επτά στάδια (εξερεύνηση, συμμετοχή, ανάπτυξη, σταθεροποίηση, στασιμότητα, παρακμή και αναζωογόνηση), που διευκρινίζουν την εξελεγκτική φύση της ανάπτυξης και των σχετικών αλλαγών σε ποικίλα στοιχεία που εμφανίστηκαν με αυτή την ανάπτυξη. Το πρότυπο αυτό πρέπει να εξεταστεί σοβαρά σε ένα στρατηγικό σχέδιο.

Διάγραμμα2: Ο κύκλος ζωής του Butler



Πηγή: Butler, 1980

2.5. Έννοια και περιεχόμενο των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Βασικοί συντελεστές στη μορφή τουριστικής ανάπτυξης αλλά και στη κατεύθυνση που αυτή λαμβάνει σε μικρό- και μακροεπίπεδο είναι η προσφορά και η ζήτηση τουρισμού. Στην προσφορά συγκαταλέγονται οι φυσικοί, πολιτιστικοί και ανθρωπογενείς πόροι και οι υποδομές. Στη ζήτηση έχουμε τα κίνητρα για το ταξίδι, τον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού και τον προορισμό ως γεωγραφική επιλογή. Η αλληλεπίδραση μεταξύ προσφοράς και ζήτησης έχει ως αποτέλεσμα να δημιουργούνται μέσα από μια εξελικτική διαδικασία ιδιαίτερες μορφές ή ακόμα και πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης. Αυτές οι ιδιαίτερες μορφές (ειδικές κατά τους επιστήμονες) τουρισμού μπορούν να αναπτύσσονται ταυτόχρονα σε μια γεωγραφική περιοχή.

Οι πιο σημαντικές μορφές είναι:

- Ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός.
- Ο ενταγμένος στο τοπικό αναπτυξιακό πλαίσιο.
- Ο βιώσιμος τουρισμός μέσω εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού.
- Ο τουρισμός ανάπτυξης σε θύλακες.

- Ο παραθεριστικός τουρισμός.
- Ο εναλλακτικός τουρισμός (Κοκκώσης, Τσάρτας, 1999 σελ. 75).

Ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός είναι το κυρίαρχο μοντέλο ανάπτυξης, ξεκίνησε από το 1950 και μετά με τεράστια συμβολή στην ανάπτυξη και εξέλιξη και χαρακτηρίζεται από τη μαζική μετακίνηση τουριστών που αναζητούν ξεκούραση και διασκέδαση κυρίως σε παραθαλάσσιους προορισμούς.

Ο ενταγμένος στο τοπικό αναπτυξιακό πλαίσιο τουρισμός είναι ένα μοντέλο στο οποίο η τουριστική ανάπτυξη συνυπάρχει στο πλαίσιο της συνολικής οικονομικής δραστηριότητας ενός τόπου και λειτουργεί συμπληρωματικά και παράλληλα με αυτήν.

Ο βιώσιμος τουρισμός μέσω εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού είναι το αναπτυσσόμενο μοντέλο των τελευταίων δεκαετιών που δίνει τη λύση στα προβλήματα που δημιούργησε ο μαζικός τουρισμός και κυριαρχεί στην επιστημονική κοινότητα σε επίπεδο αναζητήσεων/συζητήσεων για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Οι εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού στοχεύουν την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Ο τουρισμός ανάπτυξης σε θύλακες εμφανίζεται σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές με αυτόνομη λειτουργία ως προς το ευρύτερο κοινωνικο-οικονομικό πλαίσιο.

Ο παραθεριστικός τουρισμός βασίζεται στην εξάπλωση δομημένων παραθεριστικών κατοικιών κυρίως σε τουριστικές περιοχές, σε παράκτιες περιοχές και στα προάστια πόλεων.

Ο εναλλακτικός τουρισμός βασίζεται σε ήπιες και εναλλακτικές μορφές τουρισμού και αναπτύσσεται σε περιοχές με πλούσιους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους.

Μετά το 1970 ξεκινά μια αμφισβήτηση των θετικών επιπτώσεων της μαζικής τουριστικής ανάπτυξης κυρίως στην επιστημονική κοινότητα και ακολουθεί μια ευρύτερη αμφισβήτηση και προβληματισμός για τις πολλαπλές αλλαγές και τις αρνητικές επιπτώσεις που επιφέρει η μαζικότητα στους τουριστικούς προορισμούς. Οι αμφισβητήσεις εστιάζουν στις αρνητικές επιπτώσεις στον πολιτισμό, στο περιβάλλον, την κοινωνία και την οικονομία. Από τις μελέτες που δημοσιεύτηκαν αναδείχθηκε ο κίνδυνος αναπτυσσόμενες περιοχές να υποβαθμιστούν καθώς ο κίνδυνος συνδέθηκε με τον κύκλο ζωής των προϊόντων.

Η έρευνα εστίασε επίσης στις κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές που συντελέστηκαν στις χώρες προέλευσης των τουριστών και οι οποίες επηρέασαν τις αναζητήσεις και επιλογές όσων ταξιδεύουν. Οι συντελούμενες αλλαγές στην αύξηση των εισοδημάτων των τουριστών, στα διαμορφούμενα κοινωνικά πρότυπα στην αύξηση του ελεύθερου χρόνου οδήγησαν στην ανάγκη προστασίας του περιβάλλοντος και το κατέστησαν κυρίαρχο θέμα ακαδημαϊκής συζήτησης.

Μια άλλη παράμετρος αναζήτησης ήταν ότι η τεχνολογική επανάσταση ιδίως στις επικοινωνίες δεν μπορούσε να αφήσει χωρίς επηρεασμό την τουριστική βιομηχανία. Η διάχυση των πληροφοριών για προϊόντα, υπηρεσίες και προορισμούς είναι πλέον ραγδαία.

Με δεδομένο πλέον τον προβληματισμό ξεκίνησε η αναζήτηση για την «βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη» και την «αιεφορία» (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011 σελ. 92).

Όπως αναφέρουν οι Middleton και Hawkins (2004, σελ. 240), ο Murphy όρισε την βιωσιμότητα, «ως την συμβιωτική σχέση μεταξύ ευημερίας και υγιούς περιβάλλοντος».

Η παγκόσμια επιτροπή για το περιβάλλον και την ανάπτυξη, στην έκθεση για “το κοινό μας μέλλον” όρισε ότι *«βιώσιμη είναι η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος, χωρίς να παρεμποδίζει την δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες»* (W.C.E.D., 1987).

Το 1992 στην διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το περιβάλλον στο Ρίο, υιοθετήθηκε η AGENDA 21 (www.agenda21.gr), ως σχέδιο δράσης για την αιεφόρο ανάπτυξη.

Ο επιστημονικός διάλογος συνεχίζεται με την εμφάνιση νέων προϊόντων για «ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού» τα οποία έχουν ως κύριο χαρακτηριστικό την «ύπαρξη ειδικών χαρακτηριστικών στην ζήτηση και στην προσφορά» (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011 σελ. 71).

Ένας από τους ορισμούς για τον εναλλακτικό τουρισμό αναφέρει ότι ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια «μορφή τουρισμού που είναι συμβατή με τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές αξίες μιας περιοχής οι οποίες επιτρέπουν τόσο στην κοινωνία υποδοχής όσο και στους επισκέπτες, να απολαύσουν μια θετική και αξιόλογη αλληλεπίδραση και κοινές εμπειρίες» (Φαρσάρη, 2009 σελ. 42).

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι τμήμα των ειδικών μορφών τουρισμού που χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού κινήτρου (Σφακιανάκης, 2012) και είναι φιλικές προς το περιβάλλον με κοινωνικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ των τουριστών και των τοπικών κοινωνιών (Ανδριώτης, 2003 σελ. 141).

Οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού αποτελούν ένα υποσύνολο των ειδικών μορφών τουρισμού ενώ οι ειδικές μορφές δεν στοχεύουν πάντα στην εναλλακτική και αειφορική τουριστική ανάπτυξη μιας γεωγραφικής περιοχής. Σύμφωνα με τους Κοκκώση και Τσάρτα (1999) ειδικές είναι οι μορφές τουρισμού που χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού και κυριάρχου κινήτρου στη ζήτηση, αλλά και από την ύπαρξη αντίστοιχης ειδικής υποδομής στις τουριστικές περιοχές που σκοπό έχει την εξυπηρέτηση των τουριστών κάθε ειδικής μορφής.

Στο παρακάτω σχήμα εμφανίζονται τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά των ειδικών μορφών τουρισμού όπως έχουν καταγραφεί από τους Τσάρτα, Μοίρα, Λαγός, Σταμπουλή, και Μπάρλα (2014, σελ. 14).

Σχήμα1: Σημαντικότερα χαρακτηριστικά των ειδικών μορφών τουρισμού

Πηγή: Τσάρτας, Μοίρα, Λαγός, Σταμπουλής, Μπάρλας, (2014).

Οι ειδικές μορφές τουρισμού δεν είναι απαραίτητα μαζικές, απευθύνονται σε ορισμένες κατηγορίες τουριστών και είναι κυρίως παθητικές μορφές τουρισμού. Μάλιστα η ονομασία κάθε μιας μορφής προκύπτει από το ιδιαίτερο κίνητρο που τις χαρακτηρίζει (Βελισσαρίου, 2000).

Εναλλακτικές είναι οι μορφές τουρισμού που χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ισχυρού ειδικού κινήτρου στη ζήτηση (Τσάρτας, Μανώλογλου, Μάρκου, 2001) το οποίο είναι συνδεδεμένο με εξειδικευμένες δραστηριότητες που αφορούν το περιβάλλον, τη φύση, τη γνωριμία με τους κατοίκους, και τις τοπικές παραδόσεις, τον πολιτισμό και τον αθλητισμό. Σε αυτές τις μορφές τουρισμού οι τουρίστες επιλέγουν συχνά τον τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού, έχουν αυτονομία στις επιλογές τους και την περιήγηση που θα κάνουν, και αποφεύγουν τη χρήση των υπηρεσιών του οργανωμένου τουρισμού (Κοκκώσης, Τσάρτας, 1999).

Στις ειδικές μορφές τουρισμού κυρίαρχο χαρακτηριστικό είναι το κίνητρο που έχει ο τουρίστας για κάποια δραστηριότητα ή προορισμό και αυτό είναι που καθορίζει το ταξίδι. Μάλιστα ο Λαγός (2005, σελ. 69) αναφέρει πως «ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων περιλαμβάνει τα ταξίδια που κάνουν οι άνθρωποι με συγκεκριμένα ενδιαφέροντα (κίνητρα) τα οποία μπορούν να ικανοποιηθούν σε συγκεκριμένη περιοχή ή σε συγκεκριμένο προορισμό».

Σύμφωνα με τον Κιλιπίρη (2006, σελ. 45) ως εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται οποιαδήποτε τουριστική δραστηριότητα μικρής κλίμακας η οποία αναπτύσσεται από τα μέλη μιας τοπικής κοινωνίας και βασίζεται στην ιδιαίτερη ευαισθησία της για το τοπικό περιβάλλον και την φέρουσα ικανότητά του. Έχει ως σημείο εκκίνησης την ανάγκη προστασίας του περιβάλλοντος, τη φυσική ζωή και τη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2007) οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι μικρής κλίμακας και μη μαζικής μορφής ανάπτυξη τουριστικών προορισμών που προωθεί την ενεργητική μορφή διακοπών, φιλική προς το περιβάλλον τις κοινωνικές και πολιτιστικές αξίες και επιτυγχάνει την αλληλεπίδραση και την κοινή συμβίωση των μελών διαφορετικών κοινωνικών ομάδων, των τουριστών και των κατοίκων των κοινωνιών υποδοχής τους. Μάλιστα αναπτύσσεται με τη σύμφωνη γνώμη και τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας (με τη διαδικασία της αλληλεπίδρασης, συνεργασίας και συμμετοχής).

Η διαφορά μεταξύ μαζικού και ειδικών μορφών τουρισμού είναι ότι οι επισκέπτες που επιλέγουν ειδικές μορφές όπως ο οινoturισμός είναι ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένοι σε σχέση με το περιβάλλον (Dodds, Butler, 2010).

Οι ειδικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από ένα πρωταρχικό κίνητρο, που προσδιορίζει μια ομάδα προϊόντων αλλά και συνδυασμό αυτών, όπως τουρισμός στη φύση και την ύπαιθρο, οινοτουρισμός, πολιτιστικός και εκπαιδευτικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός, επαγγελματικός τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, ιατρικός και υγείας, παραθεριστικός τουρισμός, σε αντιδιαστολή με τον μαζικό τουρισμό. Ειδικό χαρακτηριστικό στις ειδικές μορφές τουρισμού είναι ότι το προϊόν καταναλώνεται επιτόπου και δεν μπορεί να προαγοραστεί για μελλοντική κατανάλωση (Σιγάλα, 2014).

Από τα παραπάνω συνάγεται ότι είναι δύσκολο να αποδοθεί ένας ακριβής ορισμός για την έννοια των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που να περιλαμβάνει όλα τα χαρακτηριστικά γνωρίσματά του.

Τα βασικά γνωρίσματα του εναλλακτικού τουρισμού μπορούν να συνοψίζονται ως εξής σύμφωνα με τον Τσάρτα (1999):

- Η μικρή, και συνεπώς διαχειρίσιμη κλίμακα ανάπτυξης
- Η ευημερία των τοπικών κοινωνιών
- Η ήπια παρέμβαση στο φυσικό περιβάλλον
- Η ποικιλότητα των δραστηριοτήτων με ενεργή συμμετοχή των τουριστών
- Το αειφόρο πρότυπο ανάπτυξης
- Ο σεβασμός στον πολιτισμό
- Η θετική αλληλεπίδραση “οικοδεσποτών” και “φιλοξενούμενων”
- Το ειδικό, κυρίαρχο κίνητρο
- Η ελευθερία επιλογής από την πλευρά του τουρίστα.

2.5.1. Ειδικές Μορφές Τουρισμού (Special Interest Tourism)

Στις ειδικές μορφές τουρισμού ανήκουν οι παρακάτω κατηγορίες τουρισμού:

2.5.1.1. Οικοτουρισμός (Ecotourism)

Ο Οικοτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού όπου επιδιώκεται η προαγωγή και διατήρηση της φύσης, ως δραστηριότητα είναι περιβαλλοντικά υπεύθυνος τουρισμός,

έχει χαμηλή επίδραση στο περιβάλλον και προάγει την ενεργή κοινωνική και οικονομική συμμετοχή του τοπικού πληθυσμού στις τουριστικές δραστηριότητες (Μανωλαράκη, 2005). Ο οικοτουρισμός αφορά την επίσκεψη σε τοπικές κοινωνίες σε συνδυασμό με την απόλαυση της φύσης και να γνωρίσει, να παρατηρήσει την πανίδα και τη χλωρίδα και την πολιτιστική περιήγηση σε τωρινά και παλαιά στοιχεία πολιτισμού (φυσικά τοπία, λίμνες, φαράγγια, βιοτόπους, ποτάμια, αρχαιολογικοί χώροι, μνημεία πολιτισμού, κλπ). Την μορφή αυτή προτιμούν όσοι τουρίστες είναι στραμμένοι στην οικολογία και στη φύση. Στην Πιερία για παράδειγμα μέρη για οικοτουρισμό είναι ο Όλυμπος, τα Πιέρια, το δέλτα του Αξιού, η Αλυκή Κίτρους, ο βιότοπος των Πόρων κ.α.

2.5.1.2. Τουρισμός Υγείας (health tourism)

Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που αποσκοπεί στην βελτίωση της ανθρώπινης υγείας. Χωρίζεται στον ιαματικό-θερμαλιστικό τουρισμό, στον ιατρικό τουρισμό και στον τουρισμό ευεξίας (Λαγός, 2005).

Σύμφωνα με το άρθρο 17 του πρόσφατου σχεδίου Νόμου του [Υπουργείο Τουρισμού \(http://www.opengov.gr/tourism/?p=1450\)](http://www.opengov.gr/tourism/?p=1450), ο Τουρισμός Υγείας είναι ειδική μορφή παροχής τουριστικών υπηρεσιών η οποία συνδυάζει διακοπές με πρόληψη και θεραπεία σωματικών και ψυχικών-πνευματικών ασθενειών. Αφορά όλες τις σχέσεις και τα φαινόμενα που είναι αποτέλεσμα μιας αλλαγής τοποθεσίας και διαμονής ατόμων, που στόχο έχουν την προαγωγή, τη σταθεροποίηση και την αποκατάσταση, όταν απαιτείται, της φυσικής, πνευματικής και ψυχικής υγείας και ευεξίας, με τη χρήση υπηρεσιών σε ένα μέρος το οποίο δεν αποτελεί τον μόνιμο τόπο κατοικίας τους ή εργασίας τους.

2.5.1.2.1. Ιατρικός Τουρισμός (medical tourism)

Ο Ιατρικός Τουρισμός αναφέρεται στην μετακίνηση εντός – εκτός συνόρων ατόμων με διάφορα είδη προβλημάτων υγείας και στην παροχή ιατρικής παρακολούθησης και φροντίδας, που έχει σκοπό την πρόληψη, τη διάγνωση και τη διατήρηση της

προσωπικής τους υγείας. Οι ασθενείς συνήθως συνοδεύονται από φιλικά ή συγγενικά πρόσωπα (υγιά) τα οποία διαμένουν κοντά στον ασθενή καθ' όλη τη διάρκεια της θεραπείας του. Ο ιατρικός τουρισμός περιλαμβάνει, όπως και τα άλλα τουριστικά προϊόντα, πέραν της ιατρικής περίθαλψης, υπηρεσίες μεταφοράς, ενημέρωσης, ξενάγησης, εστίασης και διαμονής σε ξενοδοχεία.

Στα πλαίσια του ιατρικού τουρισμού δίνεται επίσης η δυνατότητα στα άτομα που έχουν ανάγκη διαχρονικής ιατρικής φροντίδας, όπως είναι οι άνθρωποι που πάσχουν από νεφρική και καρδιακή ανεπάρκεια, καθώς και άλλες χρόνιες ασθένειες, να κάνουν απρόσκοπτα τα ταξίδια τους σε τουριστικούς προορισμούς που επιθυμούν.

2.5.1.2.2. Ιαματικός – Θερμαλιστικός Τουρισμός (thermal spring tourism)

Ο Ιαματικός – Θερμαλιστικός Τουρισμός είναι μία ειδική μορφή παροχής τουριστικών υπηρεσιών, σε περιοχές των οποίων κύριο χαρακτηριστικό αποτελεί η χρήση αναγνωρισμένων ιαματικών φυσικών πόρων για θεραπευτικούς σκοπούς σε ειδικές εγκαταστάσεις (Εθνικό Τυπογραφείο, 2006). Συνίσταται ακόμη σε ένα σύνολο οργανωμένων και αλληλοσυμπληρούμενων δράσεων με κυρίαρχο στοιχείο την χρήση των ιαματικών νερών, και με στόχο την πρόληψη, τη διατήρηση ή την αποκατάσταση της σωματικής και ψυχικής υγείας και ευεξίας του ατόμου.

Ανήκει στην κατηγορία του τουρισμού ευεξίας, που απευθύνεται σε τουρίστες που επιθυμούν να εμπλουτίσουν τις διακοπές τους με υπηρεσίες βελτίωσης ή διατήρησης της υγείας τους. Σε αυτήν την κατηγορία εντάσσονται, επίσης, δραστηριότητες όπως το SPA, η θαλασσοθεραπεία, η υδροθεραπεία, η αξιοποίηση των διαφόρων ιαματικών πηγών κλπ. Οι τουρίστες παίρνουν μέρος σε προγράμματα διατήρησης, πρόληψης, θεραπείας, ανάρρωσης και αποκατάστασης της υγείας με σύγχρονα μέσα ή φυσικές μεθόδους (Thelen & Travers, 2007).

2.5.1.2.3. Τουρισμός Ευεξίας (wellness tourism)

Ο Τουρισμός Ευεξίας είναι το άθροισμα όλων των σχέσεων και των φαινομένων ως αποτέλεσμα ενός ταξιδιού και διαμονής ατόμων, των οποίων το κύριο κίνητρο είναι να αποκαταστήσουν, να διατηρήσουν και να προάγουν την σωματική και πνευματική τους υγεία, αλλά και την κοινωνική τους ευημερία. Η ευεξία αφορά την προληπτική πλευρά και συνδυάζει στάσεις και δραστηριότητες για την πρόληψη ασθενειών, βελτίωση της υγείας και ενίσχυση της ποιότητας ζωής. Συμπεριλαμβάνει τις κατηγορίες πρωτογενών τουριστών που αποκλειστικά ταξιδεύουν για λόγους ευεξίας και δευτερογενών τουριστών που επιδιώκουν να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες ευεξίας ως μέρος οποιουδήποτε είδους ταξιδιού..

2.5.1.3. Θαλάσσιος Τουρισμός (see tourism)

Ο **θαλάσσιος τουρισμός** αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στο θαλάσσιο χώρο και στις ακτές μιας περιοχής υποδοχής τουριστών (Papadimitriou, 2009), με σκοπό την ψυχαγωγία/αναψυχή και την πολιτισμική επικοινωνία.

Ο τουρίστας που επιλέγει αυτή τη μορφή τουρισμού ή θα διαμένει και θα ακολουθεί το πρόγραμμα περιήγησης ενός κρουαζιερόπλοιου ή θα περιηγηθεί με ένα μισθωμένο ή ιδιόκτητο σκάφος αναψυχής (ιστιοφόρο, θαλαμηγό, ταχύπλοο σκάφος) (Miller, 1993).

Στην τυπολογία του θαλάσσιου τουρισμού περιλαμβάνονται οι παρακάτω κατηγορίες:

- Παράκτιος τουρισμός.
- Τουρισμός παραλίας (περπάτημα στην παραλία, ηλιοθεραπεία, παιχνίδια στην παραλία, ψάρεμα από την ακτή, παρατήρηση από την ξηρά θαλάσσιων πτηνών, του φαινομένου παλίρροιας, του θαλάσσιου περιβάλλοντος).
- Τουρισμός όρμου (κολύμβηση, surfing, windsurfing, θαλάσσιο σκι (jet ski), αλεξίπτωτο θαλάσσης, κανό-καγιάκ, μηχανοκίνητα μέσα αναψυχής).
- Υποβρύχιος τουρισμός (κατάδυση, υποβρύχιο ψάρεμα).
- Θαλάσσιος τουρισμός φύσης (ενυδρεία, παρατήρηση θαλάσσιων θηλαστικών, προστατευόμενες περιοχές).
- Θαλάσσιος αλιευτικός τουρισμός (ψάρεμα).

- Θαλάσσιος πολιτιστικός τουρισμός (ναυτικά μουσεία, πλοία-μουσεία, λιμάνια-μουσεία, μουσεία ναυπηγικής τέχνης, αναπαράσταση ναυτικών γεγονότων, θαλάσσιες πολιτιστικές διαδρομές).
- Θαλάσσιος αθλητικός τουρισμός (ιστιοπλοΐα).
- Περιηγήσεις με σκάφη αναψυχής.
- Κρουαζιέρες.

(Μυλωνόπουλος, Μοΐρα, 2005;Μοΐρα 1998;Papadimitriou, 2009;Kizielewich, Lukovic, 2013).

2.5.1.3.1. Καταδυτικός Τουρισμός (scuba diving)

Ο καταδυτικός τουρισμός είναι μέρος του ευρύτερου τομέα του αθλητικού τουρισμού και πρόκειται για τον τουρισμό εκείνο που ο τουρίστας επισκέπτεται ένα μέρος με σκοπό την ενασχόληση του με το άθλημα των υποβρύχιων καταδύσεων, ενώ αναπτύσσεται ταχύτατα σε παγκόσμιο επίπεδο. Ο καταδυτικός τουρισμός στη χώρα μας έκανε τα πρώτα βήματά του, μόλις στις αρχές της δεκαετίας του 1990 και έως σήμερα δεν έχει αναπτυχθεί αρκετά. Σύμφωνα με το Νόμο 3409/2005 (ΦΕΚ 273/Α/4-11-2005) έχουν πλέον ρυθμιστεί αρκετά θέματα των καταδύσεων αναψυχής και έκτοτε αναπτύσσεται αλλά με αργά βήματα ακόμα (Εθνικό Τυπογραφείο, 2005). Επίσης σύμφωνα με το νεότερο Νόμο 4296/2014 προσδιορίστηκαν νέες ρυθμίσεις για τη δημιουργία καταδυτικών πάρκων (marine protective areas) (Εθνικό Τυπογραφείο, 2014). Νεότερα στοιχεία αναφέρουν πως στη χώρα μας υπάρχουν σήμερα πάνω από 500 καταδυτικά κέντρα (Σκούφας, 2018).

Στην Περία υπάρχει ένα καταδυτικό κέντρο στον Πλαταμόνα το Enalios Diving Center (2018) που προσφέρει εκπαίδευση και πιστοποιήσεις για όλα τα επίπεδα αυτοδυτών, ενώ έχουν κατασκευαστεί τεχνικοί ύφαλοι στην θαλάσσια περιοχή των Αλυκών Κίτρους και γίνονται προσπάθειες κατασκευής τεχνικών υφάλων στην Πλάκα Λιτοχώρου πέρα από τον υπάρχοντα στην Παραλία Κατερίνης και τη νότια Περία.

Σύμφωνα με τον Σκούφα (2018) οι βασικές μορφές του τουρισμού υποβρύχιων δραστηριοτήτων είναι οι παρακάτω:

- Περιήγηση επιφάνειας (snorkeling)

- Ελεύθερη κατάδυση (free diving)
- Υποβρύχια αλιεία (sperafishig)
- Αυτόνομη κατάδυση (scuba diving).

2.5.1.3.2. Αλιευτικός Τουρισμός (fishing tourism)

Αλιευτικός τουρισμός είναι η ειδική μορφή τουρισμού, η οποία συνίσταται στην παροχή τουριστικών υπηρεσιών συνδεδεμένων με την αλιεία, τη σπογγαλιεία, την υδατοκαλλιέργεια και τις σχετικές με αυτές πρακτικές και τεχνικές, παραδόσεις και τοπικά έθιμα, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και τοπική γαστρονομία (άρθρα 174-185 του Ν. 4070/2012 «Ρυθμίσεις Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, Μεταφορών, Δημοσίων Έργων, και άλλες διατάξεις» & τροποποίηση αυτού άρθρο 40 Ν. 4179/2013).

Εδώ εννοείται τη φιλοξενία ατόμων σε επαγγελματικά αλιευτικά σκάφη με σκοπό την αναψυχή, την επίδειξη αλιευτικών μεθόδων, τη σίτιση και γενικά την παροχή τουριστικών υπηρεσιών που συνδέονται με την αλιεία. Βασικά στοιχεία που πλαισιώνουν τον αλιευτικό τουρισμό αποτελούν η εκτίμηση και η απόλαυση του παράκτιου θαλάσσιου και χερσαίου φυσικού περιβάλλοντος και των πολιτιστικών αξιών μιας περιοχής. Ο αλιευτικός τουρισμός αποτελεί μια προσπάθεια αρμονικής συνύπαρξης των αλιέων και του φυσικού περιβάλλοντος μέσα από την ανάδειξη και προστασία των φυσικών, ιστορικών, πολιτιστικών και παραδοσιακών αξιών μιας περιοχής. Σύμφωνα με το άρθρο 20 του πρόσφατου σχεδίου Νόμου του [Υπουργείου Τουρισμού \(http://www.opengov.gr/tourism/?p=1450\)](http://www.opengov.gr/tourism/?p=1450) ο αλιευτικός τουρισμός αποτελεί μορφή εναλλακτικού τουρισμού και προσδιορίζεται με την ανάδειξη και αξιοποίηση της αλιείας και υδατοκαλλιέργειας, δραστηριοτήτων με πλούσια στοιχεία παραδοσιακού χαρακτήρα, όσον αφορά τη απασχόληση και τα χρησιμοποιούμενα μέσα, αλλά και στοιχεία του υδάτινου περιβάλλοντος και της υδρόβιας ζωής.

2.5.1.4. Επαγγελματικός Τουρισμός (business travel)

Ο επαγγελματικός τουρισμός είναι μια ακόμα μορφή εναλλακτικού τουρισμού που έχει μεγάλη ανάπτυξη και περιλαμβάνει τις μετακινήσεις για επαγγελματικούς λόγους. Ανάλογα με το στόχο του επισκέπτη διακρίνεται σε διάφορες επιμέρους κατηγορίες:

- Εκθεσιακός,
- Κινήτρων,
- Επιχειρηματικός,
- Συνεδριακός (Καραβίτης, Παπαγεωργίου, 2007).

2.5.1.4.1. Εκθεσιακός Τουρισμός (exhibition tourism)

Περιλαμβάνει τις μετακινήσεις και την παραμονή ατόμων που ταξιδεύουν σε τόπο εκτός της μόνιμης κατοικίας τους, εξαιτίας της πραγματοποίησης μιας έκθεσης που οργανώνεται σε μεγάλα αστικά κέντρα και προσελκύει εσωτερικό και εξωτερικό τουρισμό. Οι μετακινούμενοι μπορεί να είναι εκθέτες, επισκέπτες ή απλοί εργαζόμενοι της έκθεσης. Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που πραγματοποιείται για επαγγελματικούς λόγους (Βελισσαρίου, 2000; Getz, 2008).

Στην ειδική αυτή μορφή υπάγονται διάφορα είδη εκθέσεων που οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα ώστε οι επισκέπτες να μπορούν να συνδυάσουν το επαγγελματικό ταξίδι τους με άλλες μορφές (τουρισμός πόλης, πολιτιστικός κ.α.) (Φαρσάρη, Σωτηριάδης, 2009) όπως για παράδειγμα η Hellepro στη Θεσσαλονίκη ή η Εμποροβιοτεχνική Έκθεση στη Κατερίνη. Ο εκθεσιακός τουρισμός τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει μια δυναμικότητα και απαιτεί σύγχρονες εγκαταστάσεις (εκθεσιακούς χώρους) με παροχή υπηρεσιών εστίασης, μπαρ, χώρων στάθμευσης κλπ (Φαρσάρη, Σωτηριάδης, 2009).

2.5.1.4.2. Τουρισμός Κινήτρων (incentive tourism)

Είναι σχετικά νέα μορφή τουριστικής δραστηριότητας. Τα ταξίδια κινήτρων παρέχονται από τις επιχειρήσεις στους εργαζομένους τους ως επιβράβευση και ανταμοιβή μιας εξαιρετικής ενέργειας, μιας επίτευξης των αποτελεσμάτων που είχαν

στοχευθεί. Πρόκειται για την πραγματοποίηση διακοπών με καλυμμένα τα έξοδα από την επιχείρηση. Για την επιχείρηση αποτελεί ένα μέσο υποκίνησης των εργαζομένων για βελτίωση της παραγωγικότητας και της απόδοσής τους (Βελισσαρίου,2000;Σφακιανάκης, 2000).

2.5.1.4.3. Επιχειρηματικός Τουρισμός (business tourism)

Ο επιχειρηματικός τουρισμός αφορά επιχειρηματικά ταξίδια για επαγγελματικούς λόγους. Με την ανάπτυξη των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε παγκόσμιο επίπεδο τα ταξίδια για επιχειρηματικούς λόγους διαρκώς αναπτύσσονται. Τα επιχειρηματικά ταξίδια όπως η επίσκεψη ενός στελέχους επιχείρησης σε θυγατρική ή σε έναν αντιπρόσωπο ή σε υποκατάστημα σε άλλη περιοχή είναι ένα λόγος επιχειρηματικού τουρισμού (Καραβίτης, Παπαγεωργίου, 2007).

2.5.1.4.4. Συνεδριακός Τουρισμός (congress and convention tourism)

Περιλαμβάνει τα ταξίδια και την παραμονή ατόμων που πραγματοποιούν συνάντηση για λόγους επιστημονικούς, επαγγελματικούς ή άλλους και ανταλλάζουν απόψεις και γνώσεις στα πλαίσια μιας προγραμματισμένης διοργάνωσης. Οι συμμετέχοντες προέρχονται από τον εθνικό και διεθνή χώρο, υψηλού μορφωτικού επιπέδου με εξειδικευμένες και ειδικές γνώσεις. Είναι μια μορφή τουρισμού που το ταξίδι γίνεται για επαγγελματικούς λόγους (Βελισσαρίου, 2000;Hoyer & Naess, 2001).

2.5.1.5. Εκπαιδευτικός Τουρισμός (educational tourism)

Περιλαμβάνει προγράμματα εκπαιδευτικού χαρακτήρα. Ο εκπαιδευτικός τουρισμός προτιμάται από τουρίστες κυρίως νέους που ενδιαφέρονται να μορφωθούν και να εκπαιδευτούν σε ορισμένα ειδικά θέματα. Για την επίτευξη του στόχου τους επιλέγουν μέρη με πολιτισμικό ή επιστημονικό πλούτο και ενδιαφέρον (Λαγός, 2005;Quezada, 2005).

2.5.1.6. Θρησκευτικός Τουρισμός (religious tourism)

Αφορά τη μετακίνηση τουριστών από τον τόπο κατοικίας τους σε έναν άλλο τόπο προκειμένου να ασκήσουν τα θρησκευτικά τους καθήκοντα, συνήθως σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους (Λαγός, 2005).

Οργανώνονται επισκέψεις σε θρησκευτικούς τόπους και μνημεία συνήθως με αφορμή κάποια θρησκευτική εορτή, εκδήλωση ή τελετή. Ο θρησκευτικός χαρακτήρας των επισκέψεων αλλά και η μεγάλη ηλικία των συμμετεχόντων έχει ως αποτέλεσμα οι επισκέψεις αυτές να είναι μονοήμερες ή ολιγοήμερες (Καρυπίδης, 2001). Βασικά μέσα υλοποίησης αυτής της μορφής είναι τα μοναστήρια, οι εκκλησίες και τα εξωκλήσια. Εδώ δεν απαιτείται κάποια νέα τουριστική υποδομή και κατά συνέπεια είναι ιδανική για τη χώρα μας στη σημερινή οικονομική κρίση (Ιερά σύνοδος της εκκλησίας της Ελλάδος, 2017).

2.5.1.7. Βιομηχανικός Τουρισμός (industrial tourism)

Με την τάση που διαπιστώνεται πανευρωπαϊκά της επαναχρησιμοποίησης εγκαταλειμμένων βιομηχανικών τόπων και κτηρίων πολλά από τα οποία έχουν χαρακτηριστεί μνημεία πολιτισμού αναπτύχθηκε περισσότερο ο πολιτιστικός τουρισμός καθώς έδωσε κίνητρα και ευκαιρίες ανάπτυξης σε τοπικές κοινωνίες για μια διαφορετική ανάπτυξη. Αυτή η τάση παρατηρείται και στην Ελλάδα και μάλιστα πρόσφατα προκηρύχθηκε ένα ειδικό πρόγραμμα για την αστική αναζωογόνηση πόλεων και περιοχών. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της πόλης της Κατερίνης (Δήμος Κατερίνης, 2017) και της Έδεσσας όπου υλοποιούνται αυτή τη χρονική περίοδο αντίστοιχα προγράμματα βιώσιμης αστικής ανάπτυξης (Δήμος Κατερίνης, 2017b).

Τη δεκαετία του 1980 εφαρμόστηκαν σε πολλές ευρωπαϊκές πόλεις πολιτιστικές και τουριστικές πολιτικές για τον εκσυγχρονισμό και την οικονομική αναζωογόνησή τους, ανάμεσα στις οποίες ήταν και το Μπιλμπάο, η Γλασκώβη, το Παρίσι, το Εδιμβούργο (Robertson and Wardrop, 2004, p. 118/124), η Βαρκελώνη με το στρατηγικό σχέδιο της “intelligent city” (Institute of Culture, 2006; Pla Estrategic Economic I Social Barcelona 2000, 2018), το Βερολίνο (Holm and Kuhn, 2011, p. 655), η Φρανκφούρτη, το Μπέλφαστ (McManus and Carruthers, 2014, p. 80), το Λονδίνο, καταφέροντας να αλλάξουν ριζικά την εικόνα τους αξιοποιώντας την μάρκα τους (brand name), το Λονδίνο με το (The London Plan, 2015, p. 163) και το (London (England) Mayor 2016, p. 134), ή το Έσσεν με τη δημιουργία ψηφιακής απεικόνισης των πολιτιστικών υποδομών της πόλης (Die Essener Kultureinrichtungen im Überblick, 2018).

Η διαμόρφωση και υλικοτεχνική υποστήριξη του πρώην κτιρίου της πυροσβεστικής υπηρεσίας σε χώρο πολιτισμού και η μετατροπή χρήσης παλιών εργοστασίων, κτισμάτων, αποθηκών κλπ σε χώρους φιλοξενίας πολιτιστικών εκδηλώσεων κατά το πρότυπο της πόλης της Βαρκελώνης 22@Barcelona (22@Barcelona, 2018) ως μέρος ενός συνολικού σχεδιασμού για την προώθηση του πολιτισμού της πόλης (El Born Centre de Cultura I, 2018) μπορούν να οδηγήσουν στην ανάπτυξη του πολιτιστικού/βιομηχανικού τουρισμού στη Πιερία.

Η επιτυχία αυτή οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην αποκέντρωση των εξουσιών από την κεντρική κυβέρνηση, δίνοντας περισσότερες πρωτοβουλίες στην περιφερειακή και την τοπική αυτοδιοίκηση, αυξάνοντας τα κονδύλια για τον πολιτισμό και χαράσσοντας ειδική πολιτιστική πολιτική, με την προώθηση της συμμετοχής των νέων και των ευπαθών κοινωνικών ομάδων στις πολιτιστικές δραστηριότητες (Bianchini, 1993, σελ. 30).

Ο βιομηχανικός τουρισμός αποτελεί μια ειδική μορφή πολιτιστικού τουρισμού και απευθύνεται σε συγκεκριμένο κοινό, όπως φοιτητές και εργαζόμενοι σε φορείς του πολιτισμού και σε ένα καλλιεργημένο κοινό με στόχο τη γνωριμία και την επίσκεψη βιομηχανικών χώρων για την κατανόηση της σημασίας της βιομηχανικής κληρονομιάς ως μέρος της σύγχρονης ιστορίας μας (Καραβασίλη, 2005, σελ. 4).

2.5.1.8. Αστικός Τουρισμός ή Τουρισμός Πόλεων (urban or city tourism)

Ο αστικός τουρισμός ή τουρισμός πόλεων αφορά την επίσκεψη των τουριστών τόσο σε μεγάλα αστικά κέντρα όσο και σε μικρότερου μεγέθους πόλεις με οικονομική, ιστορική και πολιτιστική ιδιαιτερότητα (Καραμανίδης 2008; Paskaleva-Shapira 2007). Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην αξιοποίηση αξιοθέατων, μουσείων, αιθουσών τέχνης, θεματικών πάρκων και δραστηριοποιείται σε θέματα που αφορούν συνέδρια, συναυλίες, όπερες, τυχερά παιχνίδια, εξόδους για φαγητό και ποτό καθώς και ειδικά γεγονότα (καλλιτεχνικά, αθλητικά, φεστιβάλ) και αγορές αναψυχής (Σαμαράς, 2001).

2.5.1.9. Κοινωνικός Τουρισμός (social tourism)

Ο κοινωνικός τουρισμός στοχεύει τόσο στην ενίσχυση των διακοπών για τις χαμηλότερες εισοδηματικές τάξεις, με περιορισμένη αγοραστική δύναμη όσο και στην επιδότηση των τουριστικών επιχειρήσεων περιορίζοντας τα προβλήματα πληρότητας που έχουν σε περιόδους μη αιχμής (Ηγουμενάκης, 1991).

Ο κοινωνικός ή επιδοτούμενος τουρισμός ή αλλιώς οι πληρωμένες διακοπές διευκολύνουν τη συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικά τάξεων. Δικαιούχοι κοινωνικού τουρισμού είναι τα κοινωνικά στρώματα με χαμηλά εισοδήματα ή ομάδες ατόμων που για διάφορους λόγους (κυρίως για κοινωνικούς λόγους και για λόγους υγείας), δυσκολεύονται να πραγματοποιήσουν διακοπές. Το σύγχρονο κοινωνικό κράτος έχει υποχρέωση πέρα από υγεία, εργασία, παιδεία, καλά γηρατειά, κλπ. να εξασφαλίσει, σε άτομα με χαμηλά εισοδηματικά κριτήρια, τη δυνατότητα να κάνουν διακοπές και με αυτόν τον τρόπο να ισορροπήσουν τόσο ψυχικά όσο και σωματικά (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1999).

2.5.1.10. Αθλητικός Τουρισμός (sport tourism)

Μετά το 1970 άρχισε να γίνεται χρήση του όρου «αθλητικός τουρισμός» με σκοπό να περιγραφεί η ειδική μορφή τουρισμού που συνδυάζει και την αθλητική

δραστηριότητα. Ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται σύγχρονο φαινόμενο, παρά το γεγονός ότι υπήρχε στενή σχέση μεταξύ αθλητισμού και τουρισμού από την αρχαιότητα. Ο λόγος είναι ότι μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισε να αντιμετωπίζεται ως αυτόφωτο κομμάτι της τουριστικής και της αθλητικής βιομηχανίας και να αποκτά ακαδημαϊκή οντότητα (Σφακιανάκης, 2000; Αλεξανδρής, 2018). Η μορφή αυτή τουρισμού έχει βασικό της κίνητρο την άθληση των επισκεπτών και συνδυάζεται με αθλητικά γεγονότα και την επίσκεψη με αφορμή την τέλεσή τους (Ολυμπιακοί αγώνες, αγώνες ράλι, Παγκόσμιο Πρωτάθλημα ποδοσφαίρου κ.α.) ή με τη συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες (καγιάκ, ράφτινγκ, τρέκινγκ, παραπέντε, ορειβασία, ποδηλασία, κτλ) οι οποίες μπορεί να ορισθούν και σαν τουρισμός περιπέτειας.

Σε αυτή τη μορφή τουρισμού ο επισκέπτης συνδυάζει τα αθλήματα με διάφορες επισκέψεις και περιηγήσεις στον τόπο διακοπών του (Γκιόσος, Παπαδημητρίου, Συναδινός, 2000). Τέτοια αθλήματα μπορεί να είναι η ιππασία, το γκολφ, το τένις, η ποδηλασία και άλλα αθλήματα γυμναστικής (Σφακιανάκης, 2012).

Ο περιπατητικός τουρισμός είναι στενά συνδεδεμένος με την ύπαρξη των καταλλήλων διαδρομών, μονοπατιών, οργανωμένων ή μη, εύκολης ή δύσκολης πρόσβασης. Πραγματοποιείται κυρίως σε ημιορεινές ή ορεινές περιοχές (λαγκάδια, πλαγιές, κλπ), και θα μπορούσε να θεωρηθεί ως ένα είδος αθλητικού τουρισμού. Στην περίπτωση που ο περιπατητικός τουρισμός πραγματοποιείται σε ορεινές περιοχές εντάσσεται στην κατηγορία του ορεινού τουρισμού (Κοκκώσης, 2001).

2.5.1.10.1. Ποδηλατικός Τουρισμός (cycling tourism)

Ο ποδηλατικός τουρισμός ανήκει στον τουρισμό περιπέτειας και έχει άμεση σχέση με τις υπαίθριες δραστηριότητες είναι μια οικονομική δραστηριότητα που διαρκώς αυξάνεται (Hall & Weiler, 1992; Loverseed, 1997; Shepard & Evans, 2008) και αναφέρεται συγκεκριμένα σε ταξίδια μεταξύ τοποθεσιών με το ποδήλατο για σκοπούς αναψυχής και εκδρομές στον ελεύθερο χρόνο ή ψυχαγωγικές εκδρομές από τον τόπο διαμονής ή από τον τόπο διαμονής των διακοπών.

Η ποδηλασία είναι αναπόσπαστο κομμάτι της τουριστική εμπειρίας και οι τουρίστες ενθαρρύνονται να περνούν περισσότερο χρόνο για να γνωρίσουν την γαστρονομία,

τον πολιτισμό και την κληρονομιά της περιοχής που ταξιδεύουν, κατά προτίμηση με το ποδήλατο. Είναι μια μορφή τουρισμού, που παρέχει μια πλουσιότερη εμπειρία για τους τουρίστες και μικρότερες περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Τα βασικά γνωρίσματα του ποδηλατικού τουρισμού είναι τα εξής:

- Συμμετέχει συνοδός/αρχηγός εκδρομής.
- Ποικιλία διαδρομών και μονοπατιών.
- Μορφή τουρισμού που απευθύνεται σε άτομα καλής φυσικής κατάστασης.
- Πλούσιο φυσικό περιβάλλον (χλωρίδα και πανίδα).
- Χαμηλής κυκλοφορίας δρόμοι και ποδηλατοδρόμοι.
- Χρήση κλασικού ποδηλάτου και ποδηλάτου βουνού.

2.5.1.10.2. Χιονοδρομικός Τουρισμός (ski tourism)

Είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας, η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι οι χιονοδρομίες. Αναφέρεται όμως και ως χειμερινά αθλήματα (Παυλόπουλος, 2001) αλλά και ως χειμερινός ή ορεινός τουρισμός. Η αθλητικο-αναψυχική δραστηριότητα της χιονοδρομίας υιοθετήθηκε και πραγματοποιήθηκε από δύο τύπους τουριστών (Βαρβαρέσος, 1998).

- Από εκείνους που ανήκαν σε υψηλές εισοδηματικές κατηγορίες, οι οποίοι χαρακτηρίζονταν για: τον υψηλό βαθμό προτίμησής τους για επιλεκτικούς και ελκυστικούς παραθεριστικούς προορισμούς, καθώς και για την έλξη τους από τα χειμερινά αθλήματα και τις δραστηριότητες αναψυχής στους ορεινούς όγκους .
- Από τους κατοίκους των αστικών κέντρων, οι οποίοι έβλεπαν τη χιονοδρομία ως μια αθλητικο-αναψυχικού τύπου δραστηριότητα, πραγματοποιούμενη τη χειμερινή περίοδο και κυρίως κατά τη διάρκεια του Σαββατοκύριακου.

Ο ορεινός τουρισμός δεν έχει χρονικό περιορισμό όπως άλλες μορφές τουρισμού και αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων της υπαίθριας αναψυχής. Μπορεί να δημιουργηθεί αποκλειστικά σε ορεινές περιοχές (Αποστολόπουλος, Σδράλη, 2009).

2.5.1.10.3. Παραλίμνιος & Παραποτάμιος Τουρισμός (lakeside & riverside tourism)

- **Ο παραλίμνιος τουρισμός:** Περίπτωση εναλλακτικής μορφής τουρισμού που στηρίζεται στο συνδυασμό πόρων της φύσης, ήλιος, νερό, το ψάρεμα, στα όρια της χέρσου με τις λίμνες (Miller, 1993).
- **Ο παραποτάμιος τουρισμός:** Όπως και στη προηγούμενη περίπτωση εναλλακτικής μορφής τουρισμού. Εδώ αναφερόμαστε στις δυνατότητες και δραστηριότητες που προσφέρουν οι ποταμοί και οι περιοχές περιφερειακά αυτών (Miller, 1993).

2.5.1.11. Σπηλαιοτουρισμός (cave tourism)

Είναι μια ακόμα μορφή εναλλακτικού τουρισμού και περιλαμβάνει διάφορες δραστηριότητες που ασκούνται σε ορεινό περιβάλλον. Τέτοιες δραστηριότητες είναι η σπηλαιολογία, η πεζοπορία, η αναρρίχηση, ο αθλητικός προσανατολισμός, η διάσχιση φαραγγιών, αλλά και η ποδηλασία, η τοξοβολία, η ιππασία και η παρατήρηση της μορφολογίας πετρωμάτων όσο και η γεωλογία. Επίσης συνδυάζονται με διάφορες άλλες εναλλακτικές μορφές όπως ο ορεινός τουρισμός, ο οικοτουρισμός και ο αγροτουρισμός (Μανωλαράκη, 2005).

2.5.1.12. Οινοτουρισμός (wine tourism)

Ο οινοτουρισμός συνιστά μορφή τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων, η οποία σχετίζεται με «την επίσκεψη σε οινοποιεία, αμπελώνες, εκθέσεις οίνου, οινικά φεστιβάλ και συναφείς εκδηλώσεις, με τη γευστιγνωσία και την αγορά οίνου ή αμπελοοινικών προϊόντων στον τόπο παραγωγής, καθώς και με το σχεδιασμό και την

παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας και εμπειριών αναψυχής, επιμόρφωσης ή πολιτισμού με κεντρικό άξονα τον οίνο» (Αλεμπάκη, 2016). Αναπτύσσεται στο πλέγμα ετερογενών παραγωγικών δραστηριοτήτων (γεωργικών, μεταποιητικών και παροχής υπηρεσιών), οι οποίες συνήθως, αλλά όχι αποκλειστικά, εντοπίζονται στον αγροτικό χώρο. Εκθέσεις οίνου, σχετικές εκδηλώσεις, ακόμα και οινοποιεία, μπορούν κάλλιστα να υπάρξουν και σε αστικό περιβάλλον (Αλεμπάκη, 2017, σελ. 6). Ως εκ τούτου, πέραν της κατηγοριοποίησής του ως μορφής αγροτικού τουρισμού ή αγροτουρισμού, ο οινοτουρισμός έχει συνδεθεί και με τον τουρισμό πόλεων, τον πολιτιστικό, τον εκθεσιακό ή το βιομηχανικό τουρισμό (Hall et Mitchell, 2000, σελ 4).

Σύμφωνα με την εξέλιξη της βιβλιογραφίας ο οινοτουρισμός ορίζεται ως επίσκεψη σε αμπελώνες, οινοποιεία, φεστιβάλ οίνου και εκδηλώσεις οίνου και συμπεριλαμβάνει μεταξύ άλλων δοκιμή κρασιού, και εμπειρίες σε οινοπαραγωγές περιοχές ως κίνητρα για τους επισκέπτες (Hall, Longo, Mitchell, Johnson, 2000; Carlsen, 2004).

Ο οινικός τουρισμός αναδεικνύεται ως ένα ισχυρό τμήμα ειδικού ενδιαφέροντος και το πλέον σημαντικό συστατικό του τουρισμού στις περισσότερες οινοπαραγωγές χώρες και φέρνει πολλά πλεονεκτήματα τόσο στους οινικούς προορισμούς όσο και στην τοπική και περιφερειακή οικονομία (Bruoni and Rossi, 2000).

Παράλληλα με την παγκόσμια ανάπτυξη του οινικού τουρισμού γίνονται και μελέτες για την ανάπτυξή του κυρίως εκτός Ελλάδος. Οι πιο πρόσφατες στην Ισπανία (Gomez, Lopez, Molina, 2015), και στις ΗΠΑ (Lee, 2016; Thach, 2016). Στη χώρα μας η πρώτη έρευνα γίνεται το έτος 2007 (Karafolas, 2007) και ακολουθούν δύο σημαντικές έρευνες τα επόμενα χρόνια των Νέλλα (2012) και Αλεμπάκη (2012). Υπάρχουν ακόμα δύο σημαντικές έρευνες από τον Faessler (2010) στην Αυστρία και τον Stoeckl (2014) στη Γερμανία.

Το 2010 ο οινοτουρισμός ή οινικός τουρισμός αποτελεί κατά τη βιβλιογραφία είτε μια ξεχωριστή ειδική μορφή τουρισμού, είτε υποκατηγορία του αγροτουρισμού (Κοκκώσης & Βαλάσση, 2017).

Ενώ σύμφωνα με το άρθρο 25 του Ν. 4276/2014 (ΦΕΚ 155/Α/2014) Οινοτουρισμός είναι η ειδική μορφή τουρισμού η οποία αφορά την παροχή υπηρεσιών υποδοχής, φιλοξενίας και εστίασης σε χώρους λειτουργικά ενοποιημένους με οινοποιητικές ή και οινοπαραγωγικές (αμπελώνες) εγκαταστάσεις. Οι υπηρεσίες αυτές προσφέρονται

συνδυαστικά με δραστηριότητες σχετικές με την αμπελοκαλλιέργεια και την οινική παραγωγή (Εθνικό Τυπογραφείο, 2014).

Στον ίδιο νόμο θεσπίζεται και σήμα επισκέψιμου οινοποιείου. Μια οινοποιητική/οινοπαραγωγική εγκατάσταση χαρακτηρίζεται ως οινοτουριστική και εφοδιάζεται με σήμα επισκέψιμου οινοποιείου, εφόσον: α) μέσα στα όρια της εγκατάστασης παρέχονται υπηρεσίες, είτε ξενάγησης, είτε υποδοχής και φιλοξενίας σε μη κύρια τουριστικά καταλύματα, είτε εστίασης, είτε το σύνολο των ως άνω υπηρεσιών και β) διαθέτει χώρους και εγκαταστάσεις ειδικών προδιαγραφών που διασφαλίζουν την επισκεψιμότητα (Εθνικό Τυπογραφείο, 2014).

Με την απόφαση Υπουργού Γεωργίας 385951/2000 (Εθνικό Τυπογραφείο, 2000) καθορίστηκαν συμπληρωματικά μέτρα για τη διαφήμιση των αμπελοοινικών προϊόντων με τη θέσπιση όρων και προϋποθέσεων για την επισκεψιμότητα των παραδοσιακών οινοποιείων στην Ελλάδα.

Με την Υπουργική Απόφαση με αριθ. 300444/5.6.2008 (ΦΕΚ 1086/Β/11-6-2008) θεσπίστηκε η οριοθετημένη ζώνη παραγωγής οίνων ΠΓΕ Πιερία (Εθνικό Τυπογραφείο, 2008).

Με το Ν. 4276/2014 (ΦΕΚ 155/Α/30-7-2014) απλουστεύονται οι διαδικασίες λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων και υποδομών, και των ειδικών μορφών τουρισμού. Εδώ προσδιορίζεται και ρυθμίζεται και ο οινοτουρισμός (Εθνικό Τυπογραφείο, 2014).

Με το Ν. 4442/2016 (ΦΕΚ 230/Α/7-12-2016) δημιουργήθηκε νέο θεσμικό πλαίσιο για την άσκηση οικονομικής δραστηριότητας μεταξύ άλλων και η απλούστευση του πλαισίου λειτουργίας των καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος εντός των τουριστικών καταλυμάτων, και η απλούστευση του πλαισίου λειτουργίας των τουριστικών καταλυμάτων (Εθνικό Τυπογραφείο, 2016), όπως είναι οι χώροι εστίασης και γευσιγνωσίας των οινοποιείων.

Με το άρθρο 28 της Υπουργικής Απόφασης 13214/2017 όπως δημοσιεύτηκε στο ΦΕΚ 4268/Β/6-12-2017) στο πλαίσιο υλοποίησης του μέτρου 19, ΤΑΠΤοΚ του ΠΑΑ 2014-2020 δίνεται η δυνατότητα επέκτασης/αναβάθμισης των οινοποιείων με διάφορες επιλέξιμες δράσεις επενδυτικών προτάσεων για ιδρύσεις, επεκτάσεις, εκσυγχρονισμούς επισκέψιμων αγροκτημάτων (Εθνικό Τυπογραφείο, 2017).

2.5.1.13. Γαστρονομικός (gastronomic tourism)

Με τον όρο γαστρονομικός τουρισμός, ορίζεται η νέα μορφή ενός εναλλακτικού τρόπου διακοπών, στον οποίο κυριαρχεί η κουλτούρα της τοπικής κουζίνας και μέσω της μαγειρικής τέχνης και της γαστρονομίας γίνεται ένα σύνθετο ταξίδι μνήμης (Παλησίδης, Μπόσκου, 2014). Ο εναλλακτικός τουρισμός όπως αναφέρεται παραπάνω αποτελεί τμήμα των ειδικών μορφών τουρισμού, οι οποίες χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού κινήτρου στη ζήτηση και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής (προσφοράς).

Με τον εναλλακτικό τουρισμό (alternative tourism), οι άνθρωποι αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών, ο οποίος συνδέεται με την προστασία σεβασμό της τοπικής κουλτούρας, την προστασία και σεβασμό του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος αλλά και με την αποφυγή της χρήσης υπηρεσιών οργανωμένου μαζικού τουρισμού (Τσάρτας, 1996; Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011). Με τον γαστρονομικό τουρισμό ο επισκέπτης ενδιαφέρεται και για την ιδιαιτερότητα του τόπου και εμπλέκεται σε διάφορες δραστηριότητες, όπως η ενασχόληση με τα χαρακτηριστικά τοπικά προϊόντα, η αναζήτηση πληροφοριών γύρω από τον πολιτισμό και την τοπική παράδοση. Επίσης σχετίζεται με τη συμμετοχή σε μαθήματα / σεμινάρια μαγειρικής αναφορικά με την τοπική κουζίνα, περιποιήσεις σε spa ευεξίας με τη χρήση τοπικών χαρακτηριστικών προϊόντων, και την πραγματοποίηση διαδρομών / περιηγήσεων (π.χ. σε οινοποιεία, αμπελώνες, ελαιώνες, τυροκομεία, κ.α).

Ο πλέον επίσημος ορισμός για τον γαστρονομικό τουρισμό δόθηκε το 2012 από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού και για τον οποίο ο γαστρονομικός τουρισμός αφορά στους ταξιδιώτες και επισκέπτες που σχεδιάζουν το ταξίδι τους ,πρωτίστως ή δευτερεύοντος, με στόχο να γευτούν την κουζίνα του προορισμού ή να εμπλακούν σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τη γαστρονομία (UNWTO, 2012).

Ένας γαστρονομικός προορισμός θα πρέπει σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ (2009):

- Να ενισχύει την πολιτιστική ταυτότητα μιας περιοχής, μέσω της ανάδειξης τοπικών στοιχείων όπως είναι η τοπική κουζίνα αλλά και τα τοπικά προϊόντα.
- Να διαθέτει ένα μεγάλο φάσμα γαστρονομικών προϊόντων και υπηρεσιών.

- Να συνδέει αποτελεσματικά την κουζίνα του με την παράδοση και την πολιτιστική κληρονομιά.
- Να φέρνει σε επαφή τον τουρισμό με την παραγωγική βάση.
- Να έχει ισχυρή παρουσία στο διαδίκτυο.
- Να ενδιαφέρεται για το πώς θα γίνει πιο φιλικός και ελκυστικός στους επισκέπτες.
- Να ευνοεί τις συνεργασίες.
- Να διαθέτει εκπαιδευμένα στελέχη.

2.5.1.14. Θεματικός Τουρισμός (theme tourism)

Ο θεματικός τουρισμός αφορά την επίσκεψη σε πάρκα ή ειδικού τύπου μουσεία για την ψυχαγωγία ομάδων επισκεπτών με ομοειδή χαρακτηριστικά. Τα θεματικά αυτά πάρκα προσφέρουν πολλαπλές υπηρεσίες όπως ξεναγήσεις σε αξιοθέατα, καταστήματα διαφόρων ειδών, ψυχαγωγία, και έχουν ένα κεντρικό θέμα πάνω στο οποίο στηρίζεται η θεματική ανάπτυξη (πεδία ψυχαγωγίας, θεάματος, ιστορίας, λογοτεχνίας, κινηματογράφου, τεχνών, πολιτισμού, παράδοσης, μυθολογίας, τεχνολογίας, οικολογίας κλπ.

Τα θεματικά αυτά πάρκα ψυχαγωγίας μπορούν να διακριθούν σε είδη όπως:

- Πάρκα διασκέδασης,
- Ιστορικά πάρκα,
- Πάρκα σαφάρι,
- Άλλες μορφές πάρκων.

Υπάρχουν βέβαια και άλλες ειδικές μορφές τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί για τις οποίες τουλάχιστον στο ελληνικό νομοθετικό πλαίσιο δεν υπάρχει καμία απολύτως ρύθμιση (Τσάρτας, Μοίρα, Λαγός, Σταμπουλής, Μπάρλας, 2014, σελ. 27) όπως οι δραστηριότητες που αφορούν τον προσκυνηματικό και θρησκευτικό τουρισμό, τον οικοτουρισμό, τον τουρισμό γαστρονομίας, τον βιομηχανικό τουρισμό, τον σπηλαιοτουρισμό κ.α.

2.5.2. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού (alternative forms of tourism)

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούνται σύμφωνα με αυτά που παρουσιάστηκαν παραπάνω από πολλά είδη τα οποία αυξάνονται με το πέρασμα του χρόνου. Γενικά μπορεί να υποστηριχθεί ότι παρουσιάζουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Προστασία του φυσικού περιβάλλοντος
- Αποφυγή των κλασσικών τουριστικών προσφορών
- Διατήρηση των οικοσυστημάτων
- Αλληλεπίδραση του ανθρώπου με τα πολιτιστικά μνημεία
- Στήριξη αγροτικών περιοχών
- Επίλυση του προβλήματος εποχικότητας στον τουρισμό.

(Λιναρδάτου, 2011).

2.5.2.1. Αγροτουρισμός/ Αγροτικός Τουρισμός (agrotourism/rural tourism)

Μορφή τουρισμού που βασίζεται στη φύση. Πρόκειται για τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε αγροτικές περιοχές, υλοποιούνται από κατοίκους των περιοχών και αφορούν κυρίως την ενοικίαση καταλυμάτων και την πώληση παραδοσιακών προϊόντων και προϊόντων λαϊκής τέχνης (Μανώλογλου, 1993). Στα πλαίσια του αγροτουρισμού δίνεται η δυνατότητα στους τουρίστες να συμμετέχουν και να βιώσουν τον καθημερινό τρόπο ζωής των κατοίκων. Ουσιαστικές για την ενίσχυση του αγροτουρισμού είναι οι κρατικές και Ευρωπαϊκές χρηματοδοτήσεις των σχετικών πρωτοβουλιών των κατοίκων (Leader I-II, Leader Plus, ΠΑΑ) ενισχύοντας έτσι το αγροτικό τους εισόδημα. Μέσω του αγροτουρισμού επιτυγχάνεται η δημιουργία συμπληρωματικού εισοδήματος στον τοπικό πληθυσμό, η παραμονή στις αγροτικές περιοχές και η επίτευξη τοπικής ανάπτυξης.

Καθώς οι επισκέπτες σε όλο τον κόσμο εκδηλώνουν ενδιαφέρον για την αειφόρο ανάπτυξη και τις οικολογικές πρακτικές, ο αγροτουρισμός σήμερα εξελίσσεται σε έναν από τους πιο δυναμικούς τομείς της αγοράς του εναλλακτικού τουρισμού περισσότερο στην Ευρώπη και σχετικά καλά στη χώρα μας.

2.5.2.2. Τουρισμός Υπαίθρου (rural tourism)

Χαρακτηρίζει τις τουριστικές εκείνες δραστηριότητες που πραγματοποιούνται σε ορεινές ή παράκτιες περιοχές από μεμονωμένους ή πολύ μικρές ομάδες τουριστών που διαμένουν σε κάμπινγκ, τροχόσπιτα ή άλλες σταθερές εγκαταστάσεις μέσα στη φύση. Τη μορφή αυτή επιλέγουν τουρίστες φυσιολάτρες που επιθυμούν να απολαύσουν την ύπαιθρο. Πρόκειται για μια ανερχόμενη μορφή τουρισμού.

2.5.2.3. Γεωτουρισμός (geotourism)

Πρόκειται για μία μορφή εναλλακτικού τουρισμού που συνδυάζει πολιτιστικά και περιβαλλοντικά στοιχεία. Οι τουρίστες επιλέγουν προορισμούς με γεωλογική ιστορία, πολιτισμικά μνημεία και παραδοσιακά χαρακτηριστικά. Στη χώρα μας λειτουργούν γεωτουριστικά πάρκα όπως το απολιθωμένο δάσος Λέσβου, το φαράγγι της Σαμαριάς Κρήτης, τα Μετέωρα και το ηφαίστειο της Σαντορίνης (Hose, 1997), αλλά και ο Όλυμπος με το μουσείο γεωλογικής ιστορίας (Μουσείο Γεωλογικής Ιστορίας Ολύμπου, 2018) καθώς ο Όλυμπος έχει μεγάλο γεωλογικό ενδιαφέρον.

2.5.2.4. Δασοτουρισμός (forest tourism)

Βασίζεται κυρίως στη διάθεση για εξερεύνηση του δασικού περιβάλλοντος, και αποτελεί μία μορφή εναλλακτικού τουρισμού που προσφέρει παράλληλα την απαραίτητη προστασία του φυσικού περιβάλλοντος (Tribe, 2000).

2.5.2.5. Ορεινός Τουρισμός (mountain tourism)

Σε αυτή την μορφή τουρισμού υπάγεται ο τουρισμός που έχει σκοπό την ορειβασία, το καγιάκ, την πεζοπορία (trekking), τις κατασκηνώσεις, το ποδήλατο βουνού κ.α. Ο ορεινός τουρισμός πραγματοποιείται σε λοφώδεις και ορεινές περιοχές (Scott, 2005) αλλά και σε μέσες ορεινές ή ημιορεινές περιοχές.

2.5.2.6. Χειμερινός Τουρισμός (winter tourism)

Περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που διεξάγονται κατά την χειμερινή περίοδο (Holden, 2000) (χειμερινά σπορ, σκι, χιονοδρομίες). Σε αυτή τη μορφή τουρισμού ανήκουν ο χιονοδρομικός τουρισμός, ο τουρισμός παραχείμασης, τα χειμερινά αθλήματα και οι χειμερινοί Ολυμπιακοί αγώνες. Πρόκειται για μια πολύ σημαντική μορφή τουρισμού για την Ελλάδα, καθώς συμβάλλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την προσέλκυση τουριστών τη χειμερινή περίοδο.

2.5.2.7. Πολιτιστικός Τουρισμός (cultural tourism)

Αφορά την εναλλακτική μορφή τουρισμού με βασικό κίνητρο την πολιτιστική κληρονομιά. Περιλαμβάνει δραστηριότητες που σχετίζονται με την γνωριμία του πολιτισμού μιας περιοχής και μπορεί να είναι η επίσκεψη σε αρχαιολογικά, ιστορικά και αρχιτεκτονικά Μνημεία και περιλαμβάνει και τα κάστρα, η επαφή με τα ήθη και έθιμα μιας περιοχής όπως παρακολούθηση τελετών, η δοκιμή της παραδοσιακής κουζίνας (φαγητών-ποτών) κ.α. Σύμφωνα με τον Σφακιανάκη (2000), πολιτιστικός είναι ο τουρισμός που γίνεται για πολιτιστικούς λόγους. Ο τουρισμός που έχει ως κύριο προσφερόμενο τουριστικό προϊόν την επαφή, τη γνωριμία, τη γνώση και την απόλαυση του πολιτισμού των τουριστικών προορισμών καθώς και τις διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις και φεστιβάλ (Silberberg, 1995; Kalogeropoulou & Richards, 1996; Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011).

Τα στοιχεία του πολιτισμού που αποτελούν παράλληλα και τουριστικούς πόρους σύμφωνα με τους Κοκκώση, Τσάρτα & Γκρίμπα (2011) είναι τα εξής:

- Αρχαιολογικά μνημεία και μουσεία
- Μουσική και χορός
- Καλλιτεχνικές εκδηλώσεις (θέατρο, κινηματογράφος, μουσική, χορός)
- Μελέτη του προφορικού και γραπτού λόγου
- Γκαλερί και χώροι τέχνης
- Εκπαιδευτικές και επιστημονικές εκδηλώσεις (σεμινάρια, επιστημονικές ανταλλαγές, ερευνητικά προγράμματα, κ.ά.)

- Θρησκευτικές εκδηλώσεις, μνημεία θρησκευτικού χαρακτήρα και επίσκεψη σε ναούς και μονές
- Έθιμα και παραδόσεις της περιοχής
- Δομημένο περιβάλλον (αρχιτεκτονική, παραδοσιακοί οικισμοί, ιστορικά κέντρα, κ.ά.)
- Σύνολα φυσικού περιβάλλοντος ή μικτού φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος (τοπία)
- Πολιτιστικές εκδηλώσεις και φεστιβάλ

2.5.2.8. Περιηγητικός (walking tourism)

Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που εμφανίζεται σε περιοχές με πολιτιστικές και φυσικές ομορφιές από μεμονωμένα άτομα ή παρέες ατόμων και η χρήση ιδιωτικού μεταφορικού μέσου είναι απαραίτητη εκτός αν πρόκειται για περίπατο (περιπατητικός τουρισμός) σε κάποιο μονοπάτι ή παρθένα διαδρομή.

2.5.2.9. Τουρισμός Περιπέτειας (adventure tourism)

Σε αυτή τη μορφή εντάσσεται ένα πλήθος δραστηριοτήτων με κύρια χαρακτηριστικά τη δράση, την εξερεύνηση και τον υψηλό κίνδυνο. Λαμβάνουν χώρα σε δύσβατες και απρόσιτες περιοχές-διαδρομές όπως δάση, ζούγκλες, παγετώνες κ.α. διαχωρίζεται σε τουρισμό ήπιας και ακραίας περιπέτειας, όπου και απαιτούνται ειδικές γνώσεις.

2.5.2.10. Ορειβατικός - Διάσχιση φαραγγιών (mountain – canyon crossing)

Αφορά τη διάσχιση-πεζοπορία ορεινών περιοχών, την ανάβαση και κατάβαση βουνών καθώς και την πεζοπορία, αναρρίχηση και καταρρίχηση φαραγγιών. Ο τουρίστας πρέπει να διαθέτει ειδικές γνώσεις και σύνεργα για την ασφαλή ολοκλήρωση της διαδρομής.

iv Κεφάλαιο 3

Περιφερειακή Ενότητα Πιερίας και Τουρισμός

3.1. Ιστορική οριοθέτηση της Πιερίας

Η ΠΕ Πιερίας κατέχει έντονο αρχαιολογικό και ιστορικό ενδιαφέρον, καθώς συγκεντρώνει ευρήματα που προέρχονται από το Νεολιθικό οικισμό του Μακρυγιάλου, και την Αρχαία Πύδνα έως το Αρχαίο Δίον. Ήδη από την εποχή του Ομήρου, του Ησιόδου, του Ηρόδοτου, του Θουκυδίδη, του Ευριπίδη, του Δημοσθένη, του Ξενοφώντα, του Τίτου του Λίβιου, του Πτολεμαίου και του Στράβωνα, ο Όλυμπος παίρνει εντελώς ξεχωριστή θέση στην ελληνική μυθολογία.

Τα παλιότερα ίχνη ζωής στην Πιερία ανάγονται στην παλαιολιθική εποχή, όπως μαρτυρούν λίθινα μαχαιρίδια που βρέθηκαν στις θέσεις «Κομπολόι» Σκοτίνας και «Πηγή Αθηνάς» Πλαταμώνα.

Σημαντικές αρχαίες πόλεις της Πιερίας είναι το Δίον (ιερή πόλη των Μακεδόνων), η Μεθώνη (αποικία των Ερετριέων), η Πύδνα (το μόνο και σημαντικό λιμάνι του 5ου αι. π.Χ. στη Μακεδονία) και το Ηράκλειον, τα Λείβηθρα, η Πέτρα κα.

Σύμφωνα με κάποιες ιστορικές πηγές, η Κατερίνη ήταν τα αρχαία Άτηρα, που μαζί με την Πύδνα, το Δίον και τη Μεθώνη αποτελούσαν τα σημαντικότερα κέντρα στην περιοχή γύρω από τον Όλυμπο. Στα βυζαντινά και μεσαιωνικά χρόνια η Πιερία έγινε αντικείμενο κατάκτησης κυρίως λόγω της γεωγραφικής της θέσης-κοντά στη Θεσσαλονίκη και τη Θεσσαλία. Κατά τη Φραγκοκρατία, η Πιερία ανήκε στο φραγκικό βασίλειο της Θεσσαλονίκης. Αν και οι Ενετοί δεν κατόρθωσαν να κυριαρχήσουν, το ενετικής προέλευσης Κάστρο του Πλαταμώνα, δεσπόζει ως αξιοθέατο του νομού (Καζταρίδης, 2002).

Στις αρχές του 19ου αιώνα η Πιερία πέρασε στην επικράτεια του Αλή Πασά. Στην Πιερία, και ιδιαίτερα στην πόλη της Κατερίνης, όπου ζούσαν 22.000 περίπου Έλληνες και 3.500 Τούρκοι, παρουσιάστηκε έντονη εκπαιδευτική δραστηριότητα. Γύρω στο 1877 λειτουργούσαν και τα πρώτα ελληνικά σχολεία, ενώ ακολούθησαν εκπαιδευτικοί και φιλόμουσοι σύλλογοι.

Στις 16 Οκτωβρίου 1912, ο ελληνικός στρατός απελευθέρωσε την Κατερίνη, με την τελευταία μάχη να λαμβάνει χώρα στο σημερινό Σβορώνο.

Το τελευταίο ιστορικό γεγονός είναι η υπεράσπιση των Νεοζηλανδών στρατιωτών τον Απρίλιο του 1941 στο Κάστρο του Πλαταμώνα (Battle of Platamon, 2018).

3.2. Γεωγραφική οριοθέτηση της Πιερίας

Η Πιερία βρίσκεται στο νότιο τμήμα της Κεντρικής Μακεδονίας και σε απόσταση 68 km από τη Θεσσαλονίκη. Γειτνιάζει νότια με την Περιφερειακή Ενότητα της Λάρισας, δυτικά της Κοζάνης, βορειοδυτικά της Ημαθίας, ενώ ανατολικά βρέχεται από τον Θερμαϊκό κόλπο.

Αποτελεί μια μικρογραφία της Ελλάδας, με πλούσιες εναλλαγές θάλασσας και βουνού. Διαθέτει 80 km ακτές, παραδοσιακούς οικισμούς, σπουδαίους αρχαιολογικούς χώρους (Δίον, Λείβηθρα, Μακρύγιαλος), και τα βουνά Όλυμπο και Πιέρια.

Αποτελεί κομβικό συγκοινωνιακό σημείο από το οποίο διέρχεται η ΠΑΘΕ, και η σιδηροδρομική γραμμή που συνδέουν την Αθήνα με τη Θεσσαλονίκη, τα Βαλκάνια και την Ευρώπη.

Η Κατερίνη είναι η πρωτεύουσα της ΠΕ Πιερίας. Άλλες σημαντικές κομποπόλεις είναι το Λιτόχωρο, ο Πλαταμώνας και η Λεπτοκαρυά στην νότια Πιέρια. Το Αιγίνιο, ο Κολινδρός, και ο Μακρύγιαλος στην βόρεια Πιέρια.

Πίνακας 1: Πληθυσμιακή διαίρεση της Πιερίας

	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	ΠΥΚΝΟΤΗΤΑ ΑΝΑ km²
<u>Π.Ε. ΠΙΕΡΙΑΣ</u>	127.400	84,00
<u>ΔΗΜΟΣ ΚΑΤΕΡΙΝΗΣ</u>	86.170	126,37
<u>ΔΗΜΟΣ ΔΙΟΥ-ΟΛΥΜΠΙΟΥ</u>	25.870	52,22
<u>ΔΗΜΟΣ ΠΥΔΝΑΣ-ΚΟΛΙΝΔΡΟΥ</u>	15.360	45,24

Πηγή: ΕΣΥΕ ΑΠΟΓΡΑΦΗ (2011)

Ο πληθυσμός του Δήμου Κατερίνης σύμφωνα με την απογραφή του 2011 είναι 86.170 κάτοικοι. Στην πόλη της Κατερίνης κατοικούν 55.584 άτομα με έντονη την παρουσία των Ρομά και χιλιάδων παλινοστούτων ομογενών από την πρώην ΕΣΣΔ. Περίπου το 10% του πληθυσμού είναι άτομα με αναπηρία (ΑΜΕΑ) αλλά και αρκετοί οικονομικοί μετανάστες (Σέρβοι και Αλβανοί κυρίως). Επίσης υπάρχει ένας καταυλισμός (340 άτομα) και περίπου 100 οικογένειες προσφύγων μέσα στον αστικό ιστό.

3.3. Γενικά χαρακτηριστικά

Η ΠΕ Πιερίας (Χάρτης 1 στο Παράρτημα) είναι μια από τις επτά Ενότητες της Περιφέρειας της Κεντρικής Μακεδονίας, βρίσκεται στο Νοτιοδυτικό άκρο του διαμερίσματος αυτού. Διασχίζεται με κατεύθυνση Νότου - Βορρά, από τον κύριο οδικό και σιδηροδρομικό άξονα Αθήνας - Λάρισας - Θεσσαλονίκης που αποτελεί το φυσικό συνδετικό κρίκο μεταξύ της Κεντρικής Ελλάδας και της Μακεδονίας καθώς και τη φυσική διέξοδο στη θάλασσα όλου του κεντρικού ηπειρωτικού κορμού της Βόρειας Ελλάδας, από το Βόρειο τμήμα της Θεσσαλονίκης μέχρι και τις παραμεθόριες περιοχές της Δυτικής Μακεδονίας. Στη περιοχή δεσπόζει ο Όλυμπος και οι αρχαιολογικοί χώροι του Δίου.

Η έκτασή της είναι 1.516.000 στρέμματα και αποτελεί το 6,1% της συνολικής έκτασης της Περιφέρειας της Κεντρικής και Δυτικής Μακεδονίας. Διαιρείται μορφολογικά σε τρεις ζώνες παράλληλες, με κατεύθυνση Βορρά - Νότου, την ορεινή, την ημιορεινή και την πεδινή ζώνη που ξεκινάει από τις ορεινές σειρές του Κάτω Ολύμπου - Πιερίων στα δυτικά και καταλήγουν ανατολικά στη θάλασσα του Θερμαϊκού Κόλπου (Χάρτης 2 στο Παράρτημα).

Κύριο κέντρο της ΠΕ είναι η πρωτεύουσά της Κατερίνη, που βρίσκεται επάνω στον κεντρικό οδικό και σιδηροδρομικό άξονα Αθήνας - Θεσσαλονίκης και πάνω στον παλιό Εθνικό δρόμο Λάρισας - Ελασσόνας - Κατερίνης.

Η θέση της ΠΕ με τα πλεονεκτήματα ή τα μειονεκτήματά της επηρέασε καθοριστικά τον τύπο και το επίπεδο ανάπτυξής της. Έτσι, έχουμε μεγάλη ανάπτυξη στον τουρισμό (σε εθνικό επίπεδο), το εμπόριο και τις διεθνείς οδικές μεταφορές (σε εθνικό επίπεδο), ενώ η γειτνίαση και σύνδεση με τα μεγάλα πολεοδομικά συγκροτήματα της Λάρισας και κυρίως της Θεσσαλονίκης, ανέστειλαν μια μεγαλύτερη ανάπτυξη στο δευτερογενή τομέα, επειδή και τα δύο αυτά κέντρα δρουν σαν πόλοι συγκέντρωσης των δραστηριοτήτων του δευτερογενή τομέα.

Ο Δήμος Κατερίνης παρουσιάζει σημαντική δραστηριότητα και στους τρεις τομείς της οικονομίας και ιδιαίτερα στον τουριστικό τομέα. Με αστικό τουρισμό στη πόλη και τουρισμό ήλιου-θάλασσας (μαζικό) στις ακτές και κάποιες θεματικές μορφές στην ενδοχώρα. Ο Δήμος αποτελεί πόλο προσέλκυσης επισκεπτών από την Θεσσαλονίκη, την Κοζάνη και την Ημαθία λόγω των ακτών και έχει στρατηγική θέση στον γεωγραφικό χώρο της Μακεδονίας τόσο τουριστικά όσο και πολιτιστικά.

Ο Δήμος Δίου Ολύμπου με έδρα το Λιτόχωρο είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος δήμος της ΠΕ και παρουσιάζει σημαντική δραστηριότητα κυρίως στον τουρισμό, καθώς θεωρείται αφετηρία για την ανάβαση στον Όλυμπο, διαθέτει παραδοσιακά χωριά (Παντελεήμονας, Πόροι, Σκοτίνα, Λεπτοκαρυά), τον αρχαιολογικό χώρο και το μουσείο του Δίου, αλλά και το κάστρο του Πλαταμώνα, σημεία έλξης τουρισμού όλων των μορφών.

Ομοίως ο Δήμος Πύδνας Κολινδρού διαθέτει τουριστικούς πόρους όπως αρχαιολογικούς πολιτιστικούς και παράκτιους (αρχαία Μεθώνη, Λουλουδιές, Αλυκές κίτρους κλπ).

Η περιοχή έχει εξαιρετικές δυνατότητες για γεωργική και κτηνοτροφική παραγωγή. Τα αντίστοιχα παραγόμενα προϊόντα μπορούν να διατεθούν άμεσα σε μία αγορά 5.000.000 ανθρώπων.

3.4. Υποδομές

Η ΠΕ Πιερίας εξυπηρετείται αεροπορικώς από τον αερολιμένα Θεσσαλονίκης (Αεροδρόμιο Μακεδονίας), σε απόσταση περίπου 100χλμ. Η βελτίωση της οδικής σύνδεσης του νομού με το αεροδρόμιο Μακεδονίας μείωσε σημαντικά τις χρονοαποστάσεις. Παρόλα αυτά διάφοροι λόγοι (π.χ. γεινίαση αεροδρομίου Μακεδονίας με μεγάλες αστικές συναθροίσεις, περιβαλλοντικά προβλήματα, προβλήματα επέκτασης, τιμής γης, καιρικές συνθήκες) γέννησαν την ιδέα για τη δημιουργία ενός νέου αεροδρομίου (μακροπρόθεσμα) στην τομή μεταξύ Πιερίας και Ημαθίας.

Λόγω της φύσης των ακτογραμμών της αλλά και λόγω της ύπαρξης του λιμένα της Θεσσαλονίκης, η Πιερία δεν διαθέτει μεταφορικούς λιμένες. Οι υφιστάμενοι μικροί λιμένες λειτουργούν κυρίως ως αλιευτικά καταφύγια και ως χώροι υποδοχής μικρών σχετικά σκαφών. Η αναβάθμιση των αλιευτικών καταφυγίων θα μπορούσε να συμβάλλει στην ένταξη τους στο περιφερειακό λιμενικό σύστημα (δίκτυο) για την υποστήριξη της τουριστικής ανάπτυξης.

Την ΠΕ Πιερίας διασχίζει ο αυτοκινητόδρομος ΠΑΘΕ, ο οποίος έχει μειώσει σημαντικά τις χρονοαποστάσεις με άλλους αναπτυξιακούς πόλους της χώρας (πχ Αθήνα, Λάρισα, Βόλος), αλλά και με τις χώρες της Βαλκανικής.

Επίσης με την ολοκλήρωση της Εγνατίας Οδού και των κάθετων αξόνων της η ΠΕ συνδέεται με την Δυτική Ελλάδα αλλά και με ένα πυκνό δίκτυο αστικών κέντρων στη Δυτική Μακεδονία και την Ήπειρο.

Η σύνδεση των δημοτικών διαμερισμάτων με την Κατερίνη γίνεται σε ικανοποιητικό βαθμό, ενώ οι δημοτικές και τοπικές ενότητες επικοινωνούν οδικά μέσω επαρχιακών οδών με μέτριους κυκλοφοριακούς φόρτους.

Στα προβλεπόμενα για το Δήμο έργα περιλαμβάνεται και η κατασκευή της Περιφερειακής οδού της πόλης και της Ε.Ο. Κατερίνης - Ελασσόνας σύμφωνα με μελέτες που έχουν εκπονηθεί και βρίσκεται σε εξέλιξη η κατασκευή της. Με την ολοκλήρωση των δυο αυτών οδικών έργων το έτος 2019 επιλύονται σε μεγάλο βαθμό τα βασικά συγκοινωνιακά προβλήματα της περιοχής.

Όσον αφορά στις σιδηροδρομικές υποδομές, το υφιστάμενο δίκτυο ΟΣΕ που εξυπηρετεί την Πιερία περιλαμβάνει τις γραμμές από νότια Ελλάδα προς Θεσσαλονίκη, ΠΓΔΜ, και προς Βουλγαρία και Τουρκία, καθώς και την γραμμή από νότια Ελλάδα προς Δυτική Μακεδονία. Με τον τρόπο αυτό η Πιερία συνδέεται άμεσα με το σύνολο του ανατολικού αναπτυξιακού άξονα της χώρας, με τη Δυτική Μακεδονία αλλά και με το εξωτερικό.

Ιδιαίτερη σημασία για την σιδηροδρομική εξυπηρέτηση έχει η λειτουργία προαστιακού σιδηροδρόμου με τη Θεσσαλονίκη και τη Λάρισα και η δημιουργία προαστιακού με άλλες πόλεις της κεντρικής και δυτικής Μακεδονίας.

Στη Κατερίνη λειτουργεί με την επιστημονική και διοικητική υποστήριξη του ΤΕΙ Κεντρικής Μακεδονίας, το Τμήμα Τυποποίησης και Διακίνησης Προϊόντων (Logistics). Παράλληλα το Τμήμα προσφέρει μεταπτυχιακές σπουδές στα Logistics και τη Δημόσια Διοίκηση. Βρίσκεται σε εγκαταστάσεις που παραχώρησε ο Δήμος Κατερίνης, σε απόσταση 500μ. από το κέντρο της πόλης.

Με βάση το διαχωρισμό της εδαφικής περιφέρειας του Δήμου και των πληθυσμιακών δεδομένων ο Δήμος Κατερίνης οργανώνεται σε 14 Π.Ε. ανάμεσα στις οποίες μια πολεοδομική ενότητα για το δευτερογενή τομέα και για μη οχλούσα Βιομηχανία-Βιοτεχνία (ΦΕΚ 414/2010). Επιπλέον προβλέπονται ΠΕΠΔ στην εκτός

σχεδίου περιοχή, όπου οργανωμένα εκτός των άλλων επιτρέπονται βιομηχανικές και βιοτεχνικές εγκαταστάσεις χαμηλής όχλησης.

3.5. Τουριστικό προϊόν

Το ΑΕΠ της Περίας σύμφωνα με το Επιμελητήριο Περίας, για το έτος 2016 ανήλθε στα 1,759 δις ευρώ. Περίπου το 65% από αυτό οφείλεται στην ανάπτυξη του τριτογενούς τομέα (Επιμελητήριο, 2016). Ο τουρισμός αναπτύχθηκε τόσο γρήγορα χάριν στην γεωγραφική της θέση που την μετέτρεψε σε κύρια έξοδο προς την θάλασσα, από το εσωτερικό της χώρας για κατοίκους της ηπειρωτικής χώρας και από το εξωτερικό για τους κατοίκους περιοχών της Ουγγαρίας, Ρουμανίας, Τσεχίας, Πολωνίας, Σερβίας, Βουλγαρίας κ.α.

3.5.1. Καταλύματα και κύκλος εργασιών

Σύμφωνα με το Επιμελητήριο Περίας και το ΞΕΕ όπως φαίνεται στον πίνακα 2, η Περία διαθέτει:

- 387 ξενοδοχεία με 20.230 κλίνες,
- 1.034 επιχειρήσεις με ενοικιαζόμενα δωμάτια / διαμερίσματα με 19.361 κλίνες,
- Και 29 camping με 8.082 θέσεις.

Πίνακας 2: Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά κατηγορία στην ΠΕ Πιερίας, 2017

Αστέρια	Ξενοδοχεία	Δωμάτια	Κλίνες
5*****	4	599	1.234
4****	15	955	1.967
3***	53	1.568	3.241
2**	135	3.515	6.816
1*	180	3.587	6.972
Σύνολο	387	10.224	20.230

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2018)

Βέβαια το θετικό σε αυτό είναι ότι τα ξενοδοχεία 1* έως 3* έχουν εξαιρετικές βαθμολογίες, υψηλότερες και αυτών των 5* της Χαλκιδικής. Αποτελέσματα ερευνών του ΙΝΣΕΤΕ δείχνουν ότι το 2005 υπήρχαν 365 ξενοδοχειακές μονάδες που αυξήθηκαν σε 388 έως το 2013. Αξίζει να σημειωθεί ότι έως το 2006 δεν υπήρχαν 5* ξενοδοχεία, ενώ έως το 2013 δημιουργήθηκαν 3 μονάδες (ΙΝΣΕΤΕ, 2018). Σε σχέση με προηγούμενα χρόνια οι κλίνες και ο αριθμός των ενοικιαζόμενων δωματίων/διαμερισμάτων παρουσίασε σημαντική αύξηση. Ο κύκλος εργασιών ήταν 29.930.598,81 ευρώ το 2015 (ΙΝΣΕΤΕ, 2015) και 60.186.257,60 ευρώ το 2016.

Παρόλο που δεν είναι εύκολο να διαχωρίσουμε τα οικονομικά στοιχεία για τον πολιτιστικό τουρισμό διότι το μέρος της τουριστικής δαπάνης, το οποίο γεννάται από τις πολιτιστικές δραστηριότητες των επισκεπτών της Πιερίας, δεν μπορεί να απομονωθεί εύκολα από τη γενικότερη τουριστική δαπάνη. μπορούν να αναφερθούν μια σειρά από **πολλαπλασιαστικά οφέλη** για την τοπική οικονομία όπως:

- Εισροή χρηματικών πόρων από το εξωτερικό.
- Γενικότερη διεθνής προβολή της περιοχής.
- Δημιουργία επενδύσεων σε έργα και υπηρεσίες υποδομής στην περιοχή των πολιτιστικών χώρων.
- Οικονομική και κοινωνική αναζωογόνηση ολόκληρων περιοχών της Πιερίας (ορεινές, ημιορεινές περιοχές, περιοχή Ολύμπου και Κάστρου Πλαταμόνα, Παλαιός Παντελεήμονας).

- Ανάπτυξη της βιοτεχνίας και της βιομηχανίας ειδών λαϊκής τέχνης, αναμνηστικών και όλων των προϊόντων που σχετίζονται με αυτό το είδος τουρισμού.
- Προώθηση των τοπικών προϊόντων και κατά συνέπεια ανάπτυξη της τοπικής παραγωγής.
- Διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου (Καφούρος, 2015).

3.5.2. Αφίξεις και διανυκτερεύσεις

Το 2009 οι διανυκτερεύσεις στα τουριστικά καταλύματα ήταν 991.083, το επόμενο έτος αυξηθήκαν στις 1.044.249 όπως και το 2011. Το 2012 παρουσιάστηκε μείωση (860.630) ενώ το 2013 και 2014 ξανανέβηκαν οι διανυκτερεύσεις στις 1.053.903 και 1.027.748 αντίστοιχα. Σε σύγκριση με προηγούμενα έτη ενδεικτικά το 2000 οι αφίξεις ήταν στις 661.093 και το 2005 στις 698.364.

Σύμφωνα με τον INSETE τα έτη 2005-2008 η τουριστική ζήτηση του νομού Πιερίας παρουσίασε μεγάλη αύξηση που αργότερα σταθεροποιήθηκε. Ενώ το 2011 και 2012 παρουσιάστηκε σημαντική μείωση, αποδίδοντάς την στην οικονομική κρίση.

Οι κύριες διεθνείς αγορές του νομού Πιερίας σε αφίξεις είναι η Σερβία/Μαυροβούνιο και η Ρουμανία. Ακολουθούν οι Γερμανία, Πολωνία, Ουγγαρία, Ρωσία, Βουλγαρία, ΠΓΔΜ, Τσεχία και Σλοβακία. Στις διανυκτερεύσεις κορυφαίες αγορές είναι η Σερβία/Μαυροβούνιο, η Ρουμανία και με πολύ μικρή διαφορά η Γερμανία, και στην συνέχεια οι υπόλοιπες χώρες. Το 54% των αφίξεων και το 70% των διανυκτερεύσεων έγινε από αλλοδαπούς. Δηλαδή, αντίστοιχα το 46% και το 30% πραγματοποιήθηκε από Έλληνες (2016).

Ο συνολικός αριθμός τουριστών που κατέφθασαν στην Πιερία το 2016 ήταν 214.425 από τους οποίους το 63% ήταν αλλοδαποί, ενώ το 2006 οι αφίξεις ήταν 201.772.

Πίνακας 3: Αφίξεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου (πλην κάμπινγκ), κατά Δήμο, 2016

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ / ΔΗΜΟΣ	Αφίξεις ημεδαπών	Αφίξεις αλλοδαπών	Αφίξεις Σύνολο	Ποσοστό (%) συνολικών διαθέσιμων κλινών όπου αναφέρονται τα στοιχεία
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΙΕΡΙΑΣ	79.488	134.937	214.425	64,2
ΔΗΜΟΣ ΚΑΤΕΡΙΝΗΣ	35.411	73.731	109.172	66
ΔΗΜΟΣ ΔΙΟΥ - ΟΛΥΜΠΟΥ	43.300	60.638	103.938	60
ΔΗΜΟΣ ΠΥΔΝΑΣ - ΚΟΛΙΝΔΡΟΥ	747	568	1.315	88,2

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία (2016)

Η Πιερία βρίσκεται στην 25η θέση ανάμεσα στις Π.Ε. της χώρας με τις περισσότερες τουριστικές αφίξεις, ταυτόχρονα βρίσκεται στην 13η θέση ως προς τον αριθμό των διανυκτερεύσεων (Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία, 2016). Τα δεδομένα που αφορούν τις δημοτικές ενότητες ακολουθούν το ίδιο μοτίβο με τα δεδομένα των αφίξεων. Μια σημαντική διαφοροποίηση (συγκριτική αύξηση σε σχέση με την αναλογία τουριστών) εμφανίζεται ως προς τον αριθμό των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών που αποτελούν το 79% του συνόλου των διανυκτερεύσεων.

Πίνακας 4: Διανυκτερεύσεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου (πλην κάμπινγκ) κατά Δήμο, 2016

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ / ΔΗΜΟΣ	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	Διανυκτερεύσεις Σύνολο	Ποσοστό (%) συνολικών διαθέσιμων κλινών όπου αναφέρονται τα στοιχεία
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΙΕΡΙΑΣ	210.091	778.190	988.281	64,2
ΔΗΜΟΣ ΚΑΤΕΡΙΝΗΣ	90.785	412.802	503.587	66,0
ΔΗΜΟΣ ΔΙΟΥ - ΟΛΥΜΠΟΥ	117.187	362.540	479.927	60,0
ΔΗΜΟΣ ΠΥΔΝΑΣ - ΚΟΛΙΝΔΡΟΥ	2.119	2.848	4.967	88,2

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία (2016)

3.5.3. Πληρότητα καταλυμάτων και εποχικότητα

Κάθε περιοχή ανάλογα με τα χαρακτηριστικά της έχει κάποιους συγκεκριμένους μήνες που η τουριστική ζήτηση είναι σε υψηλή επίπεδα. Η τουριστική κίνηση λαμβάνει χώρα κυρίως μεταξύ Μαΐου και Σεπτεμβρίου. Στη διάρκεια αυτής της χρονικής περιόδου καταγράφεται σχεδόν το 80% των αφίξεων και το 87% των διανυκτερεύσεων, γεγονός που οφείλεται κυρίως στην έλλειψη σε άλλα είδη τουρισμού εκτός από τον καλοκαιρινό παραθεριστικό τουρισμό (INSETE, 2015). Τα προβλήματα που δημιουργεί η εν λόγω εποχικότητα αφορούν κυρίως στην επιβάρυνση των παραθαλάσσιων τουριστικών πόρων αλλά και στη σημαντική ύφεση των εσόδων του τουρισμού την «νεκρή» (τουριστικά) περίοδο.

Βέβαια όσον αφορά την πληρότητα των καταλυμάτων δεν υπάρχουν σημαντικές μεταβολές λόγω την μικρής διάρκειας της εποχικότητας. Ειδικά η σοβαρή ζήτηση είναι τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο. Το 2008 η πληρότητα ήταν στο 53,2%, το 2009 στο 42,6% και μειώνεται σταδιακά.

Όσον αφορά την πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων τις τελευταίες τρεις χρονιές (2014-2016), αυξήθηκε από 30% σε 33%. Οι επιμέρους δήμοι, με στοιχεία του 2016 φαίνεται να παρουσιάζουν πληρότητα κοντά στο μέσο όρο της Πεiriάς εκτός από τον δήμο Πύδνας-Κολινδρού που το αντίστοιχο ποσοστό είναι μόλις 5% (Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία, 2016). Βέβαια τα ποσοστά πληρότητας αυξάνονται ραγδαία τους καλοκαιρινούς μήνες και ιδίως τον μήνα Αύγουστο.

3.5.4. Παραθεριστικές περιοχές και Παραλίες

Η Πεiriά διαθέτει πολλές παραθεριστικές περιοχές με όλες τις απαραίτητες τουριστικές υποδομές. Ξεκινώντας από τα Βόρεια είναι οι παραλίες της Μεθώνης, του Μακρύγιαλου, της Πύδνας και η Αλυκή Κίτρους. Νοτιότερα βρίσκεται ο Κορινός, η ακτή Καλλιθέας, η Παραλία και η Ολυμπιακή Ακτή. Στη συνέχεια ο Βαρικός, η Γρίτσα, η Πλάκα Λιτοχώρου, η Λεπτοκαρυά, η Παραλία Σκοτίνας, η Παραλία Παντελεήμονα, ο Πλαταμώνας και οι Νέοι Πόροι. Συνολικά 16 παραλίες (**Χάρτης 1 στο Παράρτημα**), από τις οποίες το 2018 κατακτούν την Γαλάζια σημαία οι 12, όπως γίνεται κάθε χρόνο (Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης, 2018). Το Κίτρος, η Παραλία, η Γρίτσα διαθέτουν μικρά λιμάνια και ο Πλαταμώνας τουριστικό

λιμάνι για σκάφη ιδανικά για αυτούς που ασχολούνται με την ναυσιπλοΐα και μετακινούνται μέσω αυτής.

3.5.5. Το πολιτιστικό απόθεμα της περιοχής

Η πολιτιστική διάσταση σε τοπικό επίπεδο θεωρείται απαραίτητη συνισταμένη της ανάπτυξης (Ψύλλα, 1998, σ. 208), γεγονός που αναγνωρίζουν πολλές πόλεις της Ευρώπης και συμπεριλαμβάνουν τον πολιτισμό στα στρατηγικά σχέδια ανάπτυξής τους όπως η Βαρκελώνη (2018), το Λονδίνο (The London Plan, 2016, σελ. 163; London (England) Mayor, 2016, σελ. 134). κ.α. αλλά και το Τορόντο του Καναδά (2018).

3.5.5.1. Περιοχές πόλοι έλξης – Μνημεία – Αρχαιολογικοί χώροι

Η Πιερία έχει πολλές περιοχές και οι περισσότερες από αυτές είναι αρκετά γνωστές στους τουρίστες που κάθε χρόνο ανάλογα με την εποχή έρχονται για αποδράσεις. Περιοχές με πολιτιστικούς πόρους στους οποίους συγκαταλέγονται οι αρχαιολογικοί και ιστορικοί χώροι και τα μνημεία, τα κάθε είδους μουσεία, το δομημένο περιβάλλον και τα στοιχεία του σύγχρονου πολιτισμού. Έτσι έχουμε διάφορους πολιτιστικούς πόρους, γραφικά χωριά με παραδοσιακούς οικισμούς και μνημεία πολιτισμού, χωριά που τραβούν το ενδιαφέρον τα οποία είναι εύκολα προσβάσιμα και πολύ κοντά στην πρωτεύουσα Κατερίνη. Μέσα από αυτά διακρίνεται η ιστορικότητα, η μακεδονική αρχιτεκτονική με πρωταγωνιστή την πέτρα, την ιστορία τους και το πλούσιο εντυπωσιακό φυσικό τοπίο. Περιοχές όπως η Αρχαία Πύδνα, τα Αρχαία Λείβηθρα, η Παλαιά Σκοτίνα, η Πέτρα, η Παλαιά Βροντού, η Παλαιά Λεπτοκαρυά, τα Σκοτεινά, το Παλαιό Ελατοχώρι, ο Κολινδρός, η Ρητίνη, ο Μακρύγιαλος, και ο Άγιος Δημήτριος (Σπάθες) είναι πλούσιες σε πολιτιστικούς πόρους.

Η Πιερία περιλαμβάνει 122 αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία. Οι αρχαιολογικοί χώροι παρουσιάζουν ωστόσο μεγαλύτερη συγκέντρωση στα νότια αυτής και συγκεκριμένα, στις δημοτικές ενότητες Λιτόχωρου, Δίου και Ανατολικού Ολύμπου. Σημαντικότερος αρχαιολογικός χώρος στην περιοχή είναι ο προϊστορικός οικισμός

Δίον, που αποτελεί προορισμό διεθνούς σημασίας, σημαντικότερο μνημείο είναι το Κάστρο του Πλαταμώνα, και σημαντικότερο φυσικό τοπίο ο Όλυμπος.

Αναλυτικά, οι γνωστότερες τουριστικές περιοχές με πολιτιστικά μνημεία είναι:

Δίον: Από τους μεγαλύτερους οικισμούς της Πιερίας. Διαθέτει Αρχαιολογικό πάρκο 1.500 στρεμμάτων και το Αρχαιολογικό Μουσείο. Εκεί βρίσκεται και το Αρχαίο θέατρο (**Εικόνα 1 στο Παράρτημα**) όπου διεξάγονται παραστάσεις και συναυλίες για το Φεστιβάλ Ολύμπου το καλοκαίρι.

Ελατοχώρι: Ορεινός οικισμός σε υψόμετρο 780μ. όπου σε απόσταση 8 χλμ από το χωριό βρίσκεται το χιονοδρομικό κέντρο (**Εικόνα 2 και Χάρτης 7 στο Παράρτημα**), ιδανικό για τους λάτρεις του χιονιού και των χειμερινών σπορ.

Λειβήθρα: Εκεί βρίσκεται το βιωματικό αρχαιολογικό πάρκο των Λειβήθρων που επιτρέπει στον επισκέπτη γνωστικά και βιωματικά να γνωρίσει για την μυθολογία στον Όλυμπο και για την καθημερινότητα των κατοίκων της αρχαιότητας (Πουλάκη Παντερμαλή, 2018). Σε αυτή την περιοχή, το 2017 για την διευκόλυνση των τυφλών, τοποθετήθηκε ο πρώτος απτικός χάρτης του αρχαιολογικού χώρου.

Όλυμπος: Ο Όλυμπος (**Χάρτης 3 στο Παράρτημα**) υπήρξε η πρώτη φυσική περιοχή της Ελλάδας που ανακηρύχθηκε Εθνικός Δρυμός (**Χάρτης 9 στο Παράρτημα**), το 1938 (Εθνικό Τυπογραφείο, 1938) και το 1985 απέκτησε Κανονισμό Λειτουργίας (Εθνικό Τυπογραφείο, 1985) με το ΦΕΚ 467/Β/25-7-1985. Επιπλέον, η UNESCO τον συμπεριέλαβε, το 1981, στο διεθνές δίκτυο των περιοχών που χαρακτηρίζονται ως «Αποθέματα της Βιόσφαιρας», ενώ το 1987 χαρακτηρίστηκε από το ΥΠΠΟ Αρχαιολογικός και Ιστορικός Χώρος (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Πιερίας, 2006). Το βουνό Όλυμπος, διαθέτει αρκετές διαδρομές και οι πιο γνωστές από αυτές είναι τα Πριόνια Λιτοχώρου που οδηγεί στο φαράγγι του Ενιπέα. Τα Πριόνια είναι οι πηγές του ποταμού Ενιπέα (όπου υπάρχει και εστιατόριο) και στο τέλος της διαδρομής βρίσκονται οι καταρράκτες του ποταμού. Εκεί είναι και το γνωστό καταφύγιο *Σπήλιος Αγαπητός*. Στον Όλυμπο ο επισκέπτης μπορεί να συναντήσει 1.700

διαφορετικά είδη γλωρίδας, σπάνια είδη πτηνών και απίστευτα τοπία (Φορέας Διαχείρισης Εθνικού Δρυμού Ολύμπου, 2018).

Πιέρια όρη: Τα Πιέρια δεύτερο σε ύψος βουνό μετά τον Όλυμπο (κορυφή Τίταρος με 1.839μ. ύψος) εκτείνονται σε όλο το μήκος του δυτικού τμήματος του νομού με ιδιαίτερη ομορφιά, και γεωμορφολογική ηπιότητα. Τα Πιέρια είναι γνωστά για την πλούσια γλωρίδα τους και κυρίως για τα φυλλοβόλα δάση, καθώς και για ορισμένα σπάνια είδη αγριολούλουδων. Η πανίδα τους αποτελείται από συνηθισμένα θηλαστικά, πτηνά, ερπετά και ποικιλία εντόμων. Εδώ βρίσκονται η αρχαία Πέτρα, το χιονοδρομικό κέντρο Ελατοχωρίου, και η αρχαιολογική περιοχή Σπάθες του Αγίου Δημητρίου με σημαντικά ευρήματα. Τέλος αξίζει να αναφερθεί ότι τα Πιέρια έχουν ενταχθεί στο Οικολογικό Δίκτυο «ΦΥΣΗ 2000», με κωδικό GR 1250002 όπως αποτυπώνεται στον **Πίνακα 7** (Διανέοσις, 2017).

Πίνακας 7: Προστατευόμενες περιοχές Natura 2000 στην Πιέρια

α/α	Κωδικός	Κατηγορία	Όνομασία τόπου	Έκταση σε (ha)
1	GR1250001	ΕΖΔ-ΖΕΠ	OROS OLYMOS	19.139,59
2	GR1250002	ΕΖΔ-ΤΚΣ	PIERIA ORI	16.640,29
3	GR1250003	ΕΖΔ-ΤΚΣ	OROS TITAROS	5.325,05
4	GR1250004	ΕΖΔ-ΤΚΣ	ALYKI KITROUS – EVRITERI PERIOCHI	1.440,56
5	GR1220010	ΖΕΠ	Δέλτα Αξιού- Λουδία- Αλιάκμονα- Αλυκή κίτρους	Σύνολο της περιοχής

ΖΕΠ: Ζώνες Ειδικής Προστασίας, ΕΖΔ: Ειδική Ζώνη Δόμησης, ΤΚΣ: Τόποι Κοινοτικής Σημασίας

Πηγή: Διανέοσις (2017). Προστατευόμενες Περιοχές NATURA 2000. Ένα ολοκληρωμένο σχέδιο για την προστασία και τη βιώσιμη ανάπτυξη τους, Νοέμβριος 2017. <https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2017/11/natura-2000-parartimata.-pdf.pdf>. Ανακτήθηκε την 16^η Νοεμβρίου 2018.

Παλιός Παντελεήμονας: Γραφικό χωριό με παραδοσιακά και διατηρητέα οικήματα μακεδονικής αρχιτεκτονικής (**Εικόνα 3 στο Παράρτημα**). Ερήμωσε περίπου στην δεκαετία του 1950, όταν οι κάτοικοι μετοίκησαν στον Νέο Παντελεήμονα. Την δεκαετία του 1980 ξεκίνησε η αναπαλαίωση του χωριού και η τουριστική του

ανάπτυξη. Εκεί βρίσκεται η παλιά εκκλησία του Αγίου Παντελεήμονα, το παλιό αλλά αναπαλαιωμένο σχολείο, ξενώνες, παραδοσιακές ταβέρνες και καταστήματα με παραδοσιακά προϊόντα. Εκεί βρίσκεται και το Κέντρο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης.

Παλαιοί Πόροι-Σκοτίνα: Κύριο χαρακτηριστικό του οικισμού (**Εικόνα 4 και 8 στο Παράρτημα**) είναι τα σπίτια 17^{ου}-18^{ου} αιώνα χτισμένα από πέτρα και η βυζαντινή εκκλησία του Αγίου Γεωργίου. Εκκλησιάκια του 19^{ου} αιώνα, πυκνή βλάστηση, μονοπάτια και τρεχούμενα νερά συνθέτουν τον ιδανικό προορισμό. Κοντά βρίσκεται και ο υδροβιότοπος των Νέων Πόρων. Η συγκεκριμένη περιοχή περιλήφθηκε στον επιστημονικό κατάλογο Natura 2000, χαρακτηρίζοντάς την σημαντική περιοχή για τα πουλιά στην Ελλάδα.

Πλαταμώνας: Πέρα από τις μαγευτικές παραλίες και το λιμάνι που φιλοξενεί μικρά σκάφη, εκεί βρίσκεται το **Κάστρο του Πλαταμώνα** ένα από τα καλοδιατηρημένα κάστρα της βορειοκεντρικής Ελλάδας (Καζταρίδης, 2002), ένας επισκέψιμος αρχαιολογικός χώρος μνημείο που φιλοξενεί παραστάσεις και συναυλίες για το Φεστιβάλ Ολύμπου.

3.5.5.2. Το Κάστρο του Πλαταμώνα

Από τη θέση του επί της Εθνικής οδού Αθήνας-Θεσσαλονίκης το Βυζαντινό Κάστρο του Πλαταμώνα (**Εικόνα 5 στο Παράρτημα**) περιτοιχίζει και οχυρώνει μια μεταβυζαντινή πόλη του 10^{ου}-11^{ου} αιώνα και δεσπόζει της περιοχής του Παντελεήμονα και του Πλαταμώνα στη νότια Πιερία. Αποτελεί σύμβολο της Πιερίας και είναι ένα από τα πλέον σημαντικά μνημεία.

Το Κάστρο του Πλαταμώνα (Βακαλόπουλος, 1972), το μεγαλόπρεπο Κάστρο του Πλαταμώνα (Βακαλόπουλος, 1940) και ένα από τα ωραιότερα και καλύτερα διατηρημένα στον ελληνικό χώρο (Καζταρίδης, 2002), βρίσκεται στις νοτιοανατολικές υπώρειες του Ολύμπου, σ' ένα λόφο δίπλα στη θάλασσα που

δεσπόζει και ελέγχει τον συντομότερο δρόμο από τη Θεσσαλία στη Μακεδονία. (Λοβέρδου-Τσιγαρίδα, 2006).

Το Κάστρο στο οποίο έχουν πραγματοποιηθεί από το 1968 έως σήμερα συστηματικές ανασκαφές (Υπουργείο Πολιτισμού, 2006) είναι επισκέψιμο όλο το χρόνο. Οι ώρες λειτουργίας του είναι καθημερινά από 8.00-15.00 το χειμώνα και από 8.30-19.00 το καλοκαίρι σύμφωνα με την Εφορία Βυζαντινών αρχαιοτήτων και το ΤΑΠ (Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων, 2018 Α)

Ένας επιπλέον παράγοντας επισκεψιμότητας του Κάστρου, είναι οι πολιτιστικές εκδηλώσεις που από το 1972 λαμβάνουν χώρα σε αυτό κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού και οργανώνονται από το Διεθνές Φεστιβάλ Ολύμπου.

3.5.5.2. Η επισκεψιμότητα του Κάστρου

Όπως φαίνεται από την έως τώρα ανάλυση του τουριστικού προϊόντος της Πιερίας το Κάστρο του Πλαταμώνα έχει πολλά μέρη που πρέπει να ανταγωνιστεί. Το τουριστικό ρεύμα προς την Πιερία είναι σημαντικό ως σύνολο αλλά και ταυτόχρονα αδιευκρίνιστο ως αριθμός σε ότι αφορά το σημείο επίσκεψης Κάστρο Πλαταμώνα.

Από τους περίπου 214.000 επισκέπτες του νομού και τους 104.000 επισκέπτες του τοπικού Δήμου εκ των οποίων το 70% είναι αλλοδαποί επισκέπτονται το Κάστρο πάνω από 36.000 το 2016 (ΕΛΣΤΑΤ, 2018) όπως φαίνεται στο πίνακα 5. Γεγονός όμως είναι ότι στην περιοχή του Πλαταμώνα παραθερίζουν κυρίως επισκέπτες από το Νομό Λάρισας αφού είναι γι' αυτούς η πλέον προσβάσιμη οδικά περιοχή (μόλις μισή ώρα απόσταση από τη Λάρισα). Από την άλλη πλευρά γεγονός είναι ότι απέναντι ακριβώς από το Κάστρο βρίσκεται ο οικισμός του Νέου Παντελεήμονα με πλήθος καταλυμάτων και άλλων τουριστικών επιχειρήσεων. Αλλά και κάτω από το Κάστρο έχει αναπτυχθεί το παραλιακό μέτωπο του Νέου Παντελεήμονα με μεγάλο αριθμό τουριστικών επιχειρήσεων και καταλυμάτων όλων των μορφών. Από τα δύο γεγονότα συνάγεται ότι η πολύ κοντινή περιοχή έχει μεγάλη επισκεψιμότητα και κατά συνέπεια μπορεί να αντανakλά και στο Κάστρο.

Πίνακας 5 : Επισκέπτες αρχαιολογικών χώρων Πιερίας, 2010-2018

Έτος/χώρος	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
Δίον	26.420	33.047	32.991	42.883	40.709	34.692	34.732	40.255	15.470
Κάστρο Πλαταμώνα	21.384	21.426	18.130	22.108	30.040	22.747	36.488	32.642	4.106
Μουσείο Δίου	15.629	13.726	12.840	13.942	16.344	14.547	14.222	16.915	8.015
Σύνολο	63.433	68.199	63.961	78.933	87.093	71.986	85.442	89.812	27.591

*Σημείωση: Πρώτο τετράμηνο έτους.

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2018)

3.5.5.4. Άλλοι χώροι Πολιτισμού

Άλλα μνημεία πολιτιστικού και θρησκευτικού χαρακτήρα είναι η Κοίμηση της Θεοτόκου στην Κονταριώτισσα, εκκλησία του 11^{ου} αιώνα, η Παλαιά Μονή Αγίου Διονυσίου Ολύμπου μοναστήρι του 16^{ου} αιώνα (NETΠ, 2007) και η Αγία Τριάδα Παλαιάς Βροντούς εκκλησία 14^{ου} αιώνα.

Διάφορα αρχαιολογικά μνημεία και χώροι εκτός από τα προαναφερθέντα είναι η Αρχαία Πύδνα, το επισκοπικό συγκρότημα στις Λουλουδιές Κίτρους με τα ψηφιδωτά δάπεδα του 4ου αιώνα, ο νεολιθικός οικισμός που βρέθηκε στο Μακρύγαλο, τα νέα ευρήματα στη Μεθώνη από τον αρχαιολόγο Μπέσιο (2013) και οι Σπάθες στον Άγιο Δημήτριο.

☐ Ο αρχαιολογικός χώρος στις Σπάθες του οικισμού Αγίου Δημητρίου, η παλαιά Εκκλησία Παλιοζιάζιακου του οικισμού Λόφου και οι παλαιές Εκκλησίες Αγίου Γεωργίου του οικισμού Μεσαίας και της Ρητίνης.

☐ Στη Πέτρα βρίσκεται η εκκλησία του πρώην μοναστηριού από τον 11ο αιώνα.

☐ Η Αστική Σχολή. Κτίστηκε το 1905.

☐ Το 5ο Γυμνάσιο έχει κηρυχθεί διατηρητέο με απόφαση του Υπουργείου Πολιτισμού το 1991.

☐ Τσαλοπούλειο. Είναι χαρακτηρισμένο από το Υπουργείο Πολιτισμού ως έργο τέχνης (1979). Κτίστηκε το 1908.

☐ Το τζαμί του Οθωμανικού Οικισμού της Κατερίνης στην οδό 7ης Μεραρχίας. πιθανότατα του 19ου αιώνα.

Επίσης, άλλοι χώροι πολιτισμού είναι οι παρακάτω μουσειακοί χώροι:

- *Λαογραφικό Μουσείο Ένωσης Ποντίων Κατερίνης*: εκτίθενται παραπάνω από 600 εκθέματα (ιστορικά – κοινωνικά - λαογραφικά) δίνοντας στον επισκέπτη μια εικόνα των καθημερινών συνηθειών των Ποντίων.
- *Μουσείο Γεωλογικής Ιστορίας Ολύμπου*: στην περιοχή Λιτοχώρου στο μουσείο εκθέτονται ορυκτά και πετρώματα από το βουνό του Ολύμπου και απολιθώματα γενικότερα από την περιοχή.
- *Ναυτικό Μουσείο Λιτοχώρου*: φορέας της σύγχρονης Ναυτικής Πολιτιστικής κληρονομιάς, με ποικίλα εκθέματα, από πίνακες ζωγραφικής, λιθογραφίες, αγιογραφίες, έως ναυτικό εξοπλισμό.
- *Ιστορικό - Λαογραφικό Μουσείο: (Μακεδονικό Μουσείο)* στον Κολινδρό με εκθέματα χειρόγραφων βιβλίων, και σπάνιων αντικειμένων από την οικογενειακή, επαγγελματική και αγροτική ζωή των προηγούμενων αιώνων.

3.5.5.5. Διεθνές Φεστιβάλ Ολύμπου

Το Φεστιβάλ Ολύμπου είναι ένας σύγχρονος πολιτιστικός θεσμός που ξεκίνησε το 1972 με χιλιάδες φίλους και χαίρει εκτίμησης για την αισθητική πληρότητα των καλλιτεχνικών γεγονότων που παρουσιάζει κάθε καλοκαίρι τα οποία αναφέρονται σε όλες τις μορφές της τέχνης, αρχαίο και σύγχρονο θέατρο, κλασσική, βυζαντινή, παραδοσιακή και σύγχρονη μουσική, αρχαιολογικές ημερίδες, εικαστικές εκθέσεις, λογοτεχνικές εκδηλώσεις, παιδικό θέατρο, και επιστημονικές διαλέξεις (Πασχαλούδης, 2014). Την περίοδο Ιούλιο με Σεπτέμβριο πραγματοποιούνται δρώμενα κυρίως στο αρχαίο θέατρο Δίον, στο Κάστρο του Πλαταμώνα και στο κάστρο της Μεθώνης στην Αρχαία Πύδνα (Φεστιβάλ Ολύμπου, 2018).

3.5.5.6. Πολιτιστικά δρώμενα

Τα **πολιτιστικά δρώμενα** είναι αρκετά στη περιοχή.

- Φεστιβάλ Ολύμπου.
- «Αικατερίνεια».
- Φεστιβάλ CIOFF.
- Εορτασμός απελευθέρωσης Κατερίνης (16 Οκτωβρίου).

- «Πάρκο των χρωμάτων» τα Χριστούγεννα.
- Εμποροπανήγυρη Κατερίνης (Σεπτέμβριος)
- River party Λαγόραχης.
- Ποντιακά πολιτιστικά δρώμενα Ιουλίου.
- «Τα Πάτρια» Ράχης.
- Φεστιβάλ Κρασιού (Ελατοχώρι).
- Φεστιβάλ Μουσών (Ελατοχώρι).
- Διεθνές Φεστιβάλ – Διαγωνισμού Παιδικής - Νεανικής Δημιουργικότητας.
- «Τρέχω για την Κατερίνη».
- Πολιτιστικά δρώμενα Καπνικού Σταθμού Κατερίνης (Εθελοντική Ομάδα Δράσης).
- Olympus Marathon.

3.6. Ανάλυση SWOT

Μετά την παράθεση των δεδομένων του τουριστικού προϊόντος της περιοχής σύμφωνα με τις δευτερογενείς πηγές που χρησιμοποιήθηκαν έχει ωριμάσει πλέον η δυνατότητα ανάλυσης κατά τη διαδικασία SWOT.

Η ανάλυση αυτή είναι άκρως χρήσιμη για την αποτύπωση των προτάσεων στρατηγικού σχεδιασμού καθώς μέσω αυτών διαμορφώνονται πρότυπα ανάπτυξης.

Η Πιερία έχει εξαιρετικό φυσικό περιβάλλον και πλούτο, χώρους και μνημεία αρχαιολογικής και πολιτιστικής σημασίας, αρκετούς παραδοσιακούς οικισμούς, ένα χιονοδρομικό κέντρο, και μια ακτογραμμή 80χλμ, με πολύ καλό οδικό δίκτυο και εγγύτητα με μεγάλα αστικά κέντρα, και διαθέτει σημαντικές δυνατότητες μελλοντικής τουριστικής ανάπτυξης στη κατεύθυνση των ειδικών μορφών τουρισμού που θα την οδηγήσουν να διαφοροποιηθεί από το μοντέλο του μαζικού τουρισμού που διαμορφώθηκε τα προηγούμενα 50 χρόνια. Για να προκύψει αυτό απαιτούνται μια σειρά μέτρων και παρεμβάσεων τα οποία θα οδηγήσουν στην ανάδειξη των συγκριτικών και ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων που θα δώσουν πνοή στην επιχειρηματικότητα.

Παρακάτω γίνεται μια περιγραφή των δυνάμεων και αδυναμιών της Πιερίας, και μια αποτίμηση των ευκαιριών και απειλών που προέρχονται από το εξωτερικό περιβάλλον.

Στην ΠΕ Πιερίας με βάση την υφιστάμενη κατάσταση που καταγράφηκε προηγούμενα και συμπεριλαμβάνοντας τις επιρροές και μεταβλητές του εξωτερικού περιβάλλοντος μέσω της ανάλυσης SWOT εντοπίζονται τα παρακάτω θετικά και αρνητικά δεδομένα:

3.6.1. Δυνατά σημεία (strengths)

- Η προσβασιμότητα και εγγύτητα σε μεγάλα αστικά κέντρα και η ευνοϊκή γεωγραφική θέση σε σχέση με το μητροπολιτικό κέντρο της Θεσσαλονίκης.
- Η πλεονεκτική θέση της Πιερίας σε σχέση με τα διεθνή και εθνικά δίκτυα μεταφορών & ενέργειας.
- Θαλάσσιος τουρισμός με τα ογδόντα χιλιόμετρα ακτών.
- Η αφθονία φυσικών (περιοχές εξαιρετικής οικολογικής σημασίας και φυσικού κάλους οι οποίες είναι ενταγμένες στο δίκτυο Natura 2000 και έχουν σημαντική δυναμική ανάπτυξης) και πολιτιστικών πόρων με μοναδικά αρχαιολογικά και βυζαντινά μνημεία (αρχαίο Δίον, αρχαία Πύδνα, Κάστρο Πλαταμόνα, Κλασικοί και Ρωμαϊκοί οικισμοί).
- Οι πλούσιοι σε ιστορία και φύση, ορεινοί όγκοι Ολύμπου και Πιερίων με μεγάλο δασικό πλούτο.
- Η εύφορη και γόνιμη γεωργική γη (εξ ου και η ονομασία «Πιερία») χώρος παραγωγής εξαιρετικών προϊόντων όπως τα κρασιά ΠΓΕ, και προϊόντα ΠΟΠ (κεράσια Ράχης, Κολινδρού, ακτινίδια).
- Η ύπαρξη του Χιονοδρομικού Κέντρου Ελατοχωρίου που προσελκύει επισκέπτες από όλη τη βόρεια Ελλάδα.
- Η επάρκεια ξενοδοχειακών υποδομών και άλλων μορφών καταλυμάτων.
- Η αλληλεπίδραση με πολιτισμικά δίκτυα εθνικής σημασίας (Δίον- Βεργίνα- Πέλλα), και η παρουσία σημαντικών βυζαντινών μνημείων (εκκλησίες και μοναστήρια).

- Η τουριστική κουλτούρα των κατοίκων η οποία αναπτύχθηκε λόγω πολυετούς επαφής με τουρίστες.
- Το ανθρώπινο δυναμικό της Πιερίας που πρωτοπορεί σε επιχειρηματικές και καινοτόμες δραστηριότητες.
- Η ασφαλής και θετική “εικόνα” (χαμηλή εγκληματικότητα η οποία εκτός από την κοινωνική της σημασία, αποτελεί και καταλυτικό παράγοντα έλξης).

3.6.2. Αδυναμίες (Weaknesses)

- Η εποχικότητα στην ζήτηση (εξαιρετικά περιορισμένη χρονικά τουριστική περίοδος).
- Η μονοσήμαντη ανάπτυξη του Μαζικού Τουρισμού.
- Το μικρό ποσοστό ξενοδοχειακών καταλυμάτων υψηλής κατηγορίας και το μικρό μέγεθος τουριστικών επιχειρήσεων.
- Οι ανεπαρκείς λιμενικές υποδομές (Έλλειψη σημαντικών τουριστικών υποδομών, όπως μαρίνα ελλιμενισμού ιδιωτικών σκαφών, οργανωμένο λιμάνι, χώροι υποδοχής τουριστών, ξενοδοχεία υψηλής ποιότητας, οργανωμένο σχέδιο μάρκετινγκ, στρατηγικό τουριστικό σχέδιο). Άμεσο αποτέλεσμα είναι η περιορισμένη αξιοποίηση τουριστικών αναπτυξιακών προοπτικών και πολιτισμικού δυναμικού.
- Υψηλή τουριστική εξάρτηση ζήτησης υπηρεσιών (τουριστική κίνηση) ιδίως των αλλοδαπών, διέρχεται από τη Θεσσαλονίκη, καθώς εξαρτάται από βασικές συγκοινωνιακές υποδομές όπως το αεροδρόμιο «Μακεδονία» και από το γεγονός ότι το διοικητικό κέντρο των αξιόλογων τουριστικών επιχειρήσεων βρίσκεται στη Θεσσαλονίκη.
- Σημαντικό μέρος του χώρου που διατίθεται για τον τουρισμό καλύπτεται από την εγκατάσταση παραθεριστικής κατοικίας για τον πληθυσμό Θεσσαλονίκης και Λάρισας.
- Έλλειψη υποδομών υποστήριξης οικολογικών δραστηριοτήτων.

- Η έλλειψη ολοκληρωμένου σχεδιασμού για την προστασία των ακτών από ρυπάνσεις ενδογενείς της Περίας και μεταφερόμενες ρυπάνσεις από τους νομούς Ημαθίας, Πέλλας, Θεσσαλονίκης.
- Η ανυπαρξία σύγχρονων υποδομών για την υποδοχή στερεών βιομηχανικών και οικιακών απορριμμάτων.
- Έντονα υποβαθμισμένο τοπικό οικιστικό περιβάλλον σε περιοχές μεγάλης ζήτησης κοντά στη θάλασσα (Ολυμπιακή Ακτή, Πλάκα). Η έλλειψη αντιπλημμυρικών έργων στην παρολύμπια περιοχή και στην παραλιακή ζώνη καθώς και στον αρχαιολογικό χώρο του Δίου.
- Η μη ορθολογική διαχείριση του υδάτινου πλούτου.
- Η έλλειψη χωροταξικής οργάνωσης της περιοχής.
- Η μη ένταξη και συμμετοχή της Περίας στον εθνικό σχεδιασμό τουριστικής προβολής του ΕΟΤ και η περιορισμένη προβολή των ιδιαίτερων ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της ενδοχώρας (σημείων ειδικών μορφών τουρισμού).
- Η αδυναμία του πρωτογενούς τομέα ως προς την τεχνολογία, τις υποδομές και τη σύγχρονη οργάνωση στην μεταποίηση, την εμπορία και τη διακίνηση προϊόντων.
- Η κατάρρευση των παραδοσιακών παραγωγικών δομών και η απουσία βιοτεχνικής και βιομηχανικής δραστηριότητας.
- Το προβληματικό οδικό δίκτυο σε χώρους και προορισμούς τουριστικού ενδιαφέροντος (Πιέρια, χιονοδρομικό κέντρο).
- Ο περιορισμένος αριθμός τουριστικών καταλυμάτων και χώρων εστίασης και αναψυχής στην ενδοχώρα που δεν επαρκούν για την κάλυψη της τουριστικής ζήτησης ειδικών μορφών τουρισμού.
- Η έλλειψη επαρκών οργανωμένων χώρων συμπληρωματικών δραστηριοτήτων (εκθεσιακά κέντρα, μουσεία, χώρων τέχνης).
- Η έλλειψη ολοκληρωμένου σχεδιασμού για την βιώσιμη και ήπια αξιοποίηση του Ολύμπου.

- Η Απουσία ισχυρής φυσιογνωμίας. Η Πιερία δεν έχει ένα όραμα και ένα συγκεκριμένο πεδίο αναφοράς στην αναπτυξιακή επίσης δραστηριότητα, ενώ παράλληλα απουσιάζει ο ρυθμιστικός και μακροπρόθεσμος σχεδιασμός. Υλοποιούνται προσπάθειες ανάπτυξης δίχως την αξιοποίηση συγκριτικών πλεονεκτημάτων και την αξιοποίηση οικονομιών εντάσεως γνώσης. Άμεση συνέπεια είναι η αποσπασματικότητα των ενεργειών, η αδυναμία δικτύωσης, η περιορισμένη συνοχή δράσεων και συνεργιών, η περιορισμένη προστιθέμενη αξία και ο μικρός βαθμός πολλαπλασιαστικού συντελεστή με αποτέλεσμα την έλλειψη ταυτότητας και brand name.
- Η έλλειψη δικτύωσης και επαρκούς συνεργασίας μεταξύ φορέων, αυτοδιοίκησης και επαγγελματιών που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό.
- Η συνεχιζόμενη οικονομική ύφεση στην χώρα (αποβιοτέχνηση, χρόνια ανεργία, μείωση διαθέσιμου εισοδήματος).
- Υψηλό ποσοστό ανεργίας το οποίο αφήνει ένα σημαντικό συντελεστή παραγωγής εκτός της παραγωγικής διαδικασίας. Μεγάλο μερίδιο ευθύνης για την κατάσταση αυτή έχει η αδυναμία προσδιορισμού των πραγματικών αναγκών σε ανθρώπινο δυναμικό σε κάθε τομέα επιχειρηματικότητας και η έλλειψη κατάλληλου προγραμματισμού εκπαίδευσης και κατάρτισης.
- Αδυναμία κατοχύρωσης και υποστήριξης τοπικών προϊόντων και τουριστικών υπηρεσιών (πιστοποίηση) καθώς και προβολής τους στο εξωτερικό περιβάλλον.

3.6.3. Ευκαιρίες (Opportunities)

- Η ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, ως ζητούμενο προϊόν στη σύγχρονη τουριστική αγορά (οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός, οινοτουρισμός, αθλητικός τουρισμός, κλπ).
- Στόχευση η μεγάλη πολιτισμική κληρονομιά, οι φυσικοί πόροι, η ιστορική σημασία, η γεωγραφική θέση και η γειτνίαση με τη θάλασσα για την απόκτηση πλήρους και ολοκληρωμένου τουριστικού προσανατολισμού της

Πιερίας και η μεταμόρφωσή της σε ολοκληρωμένο τουριστικό πόλο δωδεκάμηνης διάρκειας.

- Διαμόρφωση της φυσιογνωμίας της Κατερίνης ως πόλης του τουρισμού και του πολιτισμού με κεντρικό όραμα τη βιώσιμη ανάπτυξη, η οποία θα εδράζεται σε ένα κεντρικό πυλώνα ο οποίος θα αφορά τον τουρισμό και θα υποστηρίζεται από ένα σύνολο αξόνων που θα ειδικεύονται στην αναβάθμιση της ποιότητας ζωής και την αναδιοργάνωση της οικονομίας μέσω νέων αναπτυξιακών οδών, με την απόκτηση ενός ισχυρού brand name.
- Ισόρροπη ανάπτυξη και διάχυση των αποτελεσμάτων. Η ολοκληρωμένη τουριστική ανάπτυξη θα αποτελέσει εφαλτήριο για την ισόρροπη ανάπτυξη της Πιερίας μειώνοντας τις ανισότητες και συμβάλλοντας στην κοινωνική συνοχή.
- Έλξη νέων ομάδων τουριστών ή επισκεπτών στην Πιερία. Οι υφιστάμενες υποδομές έχουν μετατρέψει ιδιαίτερα εύκολη την πρόσβαση στην περιοχή, όπως η λειτουργία του Προαστιακού Σιδηροδρόμου και οι βελτιώσεις στον οδικό άξονα Τεμπών κ.α). Η ισχυρή φυσιογνωμία της περιοχής και της πόλης της Κατερίνης που θα διαμορφωθεί με τη βοήθεια των σύγχρονων υποδομών και τη χάραξη οικολογικού προσανατολισμού μπορεί να αυξήσει σημαντικά τόσο τον αριθμό των επισκεπτών όσο και τον αριθμό των τουριστών σε μακροχρόνιο ορίζοντα.
- Τα Προγράμματα της ΕΕ για ανάπτυξη της ορεινών και μειονεκτικών περιοχών μέσω χρηματοδοτήσεων που ενισχύουν την ολοκληρωμένη και ήπια ισόρροπη τουριστική ανάπτυξη.
- Η άμεση επαφή με τους καταναλωτές μέσω του διαδικτύου και τις νέες τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνίας (social media, online booking). Είναι σαφές ότι η προώθηση της ψηφιακής σύγκλισης σε συνδυασμό με την εφαρμογή των διεθνών δεικτών παρακολούθησης, θα θέσουν νέες βάσεις για την ταχύτερη τεχνοκρατική ανάπτυξη της Πιερίας, ικανοποιώντας τις σύγχρονες ανάγκες των πολιτών και τις προϋποθέσεις που τίθενται από την συμμετοχή στην Ευρωπαϊκή Ένωση.
- Η προσέλκυση επενδυτών σε υψηλού βαθμού ποιότητας τουριστικών υποδομών ειδικών μορφών.

- Καταγραφή των εκτάσεων δημοσίου και δυνατότητα αξιοποίησής τους (παραλιακές εκτάσεις Ολυμπιακής ακτής, δάσος ΨΝΠΟ, ΞΕΝΙΑ, εργοστάσιο ξυλείας Λιτοχώρου, κάμπινγκ ΕΟΤ, στρατόπεδα, παραδοσιακά σπίτια κ.ά.).
- Η αναβάθμιση του ΤΕΙ ως διεθνούς ξενόγλωσσου εκπαιδευτικού ιδρύματος με τομείς Logistics, Διοίκησης τουριστικών σπουδών, και Μηχανικών ανανεώσιμων μορφών ενέργειας.
- Η ανάπτυξη προϊόντων νέων τεχνολογιών (γρήγορο Ιντερνετ με χρήση της ευρυζωνικότητας, τηλεδιασκέψεις, τηλεπαρουσιάσεις, wifi, κλπ) και η χρήση του διαδικτύου για προβολή, δικτύωση και επικοινωνία με την δυνητική πελατεία.
- Εξασφάλιση μακροπρόθεσμης βιωσιμότητας με τη βοήθεια στρατηγικού σχεδιασμού τουριστικής ανάπτυξης και μακροπρόθεσμων επιχειρησιακών στόχων. Σημαντικό στοιχείο είναι η εξωστρέφεια που μπορεί να επιδείξει η Πιερία τόσο στην ελληνική αγορά όσο και σε διεθνές επίπεδο. Καταλυτικό ρόλο μπορεί να διαδραματίσει η ένταξη της Πιερίας και των τοπικών φορέων και επιχειρήσεων σε εθνικά και ευρωπαϊκά δίκτυα ανταλλαγής τεχνολογίας, τεχνογνωσίας και εμπειριών.
- Συνεργασία τοπικών φορέων. Ολοκληρωμένα τουριστικά σχέδια με συνολικές παρεμβάσεις ευνοούν τη συνεργασία και τη δικτύωση μεταξύ φορέων και τοπικών οργανώσεων. Μία στρατηγική προοπτική διαμόρφωσης φυσιογνωμίας και ολιστικής θεώρησης της περιοχής θα διαμορφώσει το πεδίο για τη συνεργασία φορέων δημιουργώντας οικονομίες συγκέντρωσης, αλληλεξάρτησης και συμμετοχικότητας, μετεξελίσσοντας την οικονομία καθιστώντας την ισχυρότερη, ελκυστικότερη και λιγότερη επικίνδυνη για επενδυτές.
- Βελτίωση περιβάλλοντος. Η διεθνής εμπειρία έχει δείξει ότι η βελτίωση του περιβάλλοντος επέρχεται όταν αποτελεί προϋπόθεση του ευρύτερου σχεδιασμού και ενός γενικότερου στόχου. Αστικά κέντρα προσπαθούν να βελτιώσουν το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον τους, αποσκοπώντας σε περαιτέρω οφέλη, δίχως να είναι η αναβάθμιση του περιβάλλοντος αυτοσκοπός, όπως η διεκδίκηση mega events (Ολυμπιακοί Αγώνες, Expo, Μουντιάλ, κ.α.), η αύξηση επίσης ελκυστικότητας για τουριστικές

επιχειρήσεις, η οικονομική ενίσχυση κ.α. Έτσι στο πλαίσιο αυτό του στρατηγικού προσανατολισμού και της δημιουργίας της φυσιογνωμίας της Πιερίας είναι τεράστια ευκαιρία τόσο για μία συνολική και ολοκληρωμένη βελτίωση του περιβάλλοντος της περιοχής, όσο και για εμφύσηση οικολογικής συνείδησης σε όλους τους πολίτες.

- Αξιοποίηση του ΕΣΠΑ και ένταξη έργων βιολογικών καθαρισμών για την προστασία και την καθαρότητα των ακτών.
- Στον αγροτικό τομέα, η προβολή και η προώθηση των ποιοτικών αγροτικών προϊόντων που παράγει η εύφορη Πιερική Γη θα συμβάλει στη συνέργεια με τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών εστίασης (Πιερικό πρωινό, ντόπιες ύλες αντί για εισαγόμενες).

3.6.4. Απειλές (Threats)

- Η μεταφερόμενη ρύπανση, η οποία υποβαθμίζει τις ακτές, το βασικό τουριστικό προϊόν της Πιερίας.
- Ο κίνδυνος αλλοίωσης της φυσιογνωμίας της παράκτιας περιοχής από τις μεγάλες πληθυσμιακές συγκεντρώσεις.
- Η μείωση του πληθυσμού της υπαίθρου και ιδιαίτερα των ημιορεινών και ορεινών περιοχών.
- Η εμφάνιση νέων ανταγωνιστών στις Βαλκανικές χώρες.
- Περαιτέρω απώλεια τουρισμού μέσω της ισχυροποίησης της Χαλκιδικής με την ανάπτυξη των πολιτιστικών της υποδομών και των φυσικών πόρων ιδιαίτερα των χερσονήσων του Άθω και της Σιθωνίας, αλλά και η ύπαρξη άλλων ορεινών περιοχών που στοχεύουν σε αντίστοιχη τουριστική ανάπτυξη (Πήλιο, Νάουσα).
- Η έλλειψη ασφαλούς οδικού δικτύου με κατεύθυνση το Χιονοδρομικό κέντρο Ελατοχωρίου και το Γενικό Νοσοκομείο Κατερίνης..
- Αδυναμία έλξης ανταγωνιστικών τουριστικών επιχειρήσεων και υψηλής κλίμακας ανθρώπινου δυναμικού. Οι επιχειρήσεις χωροθετούν τα διοικητικά τους κέντρα με συγκεκριμένα κριτήρια. Σε κάθε περίπτωση αποφεύγουν

περιοχές με μειωμένο βαθμό ανταγωνιστικότητας, υποβαθμισμένο περιβάλλον, έντονη εσωστρέφεια, έλλειψη φυσιογνωμίας και περιορισμένες σύγχρονες υποδομές. Ακολούθως, ανθρώπινο δυναμικό υψηλού επιπέδου έλκεται από τα σημεία χωροθέτησης των μεγάλων επιχειρήσεων. Συνεπώς, η αδράνεια από πλευράς της Πιερίας στο συγκεκριμένο χρονικό σημείο θα οδηγήσει στη συνολική μείωση της ανταγωνιστικότητάς της, ως γεωγραφική ενότητα και θα παραμείνει εγκλωβισμένη σε παραδοσιακές οικονομίες, μεθόδους και επίπεδα.

- Η μη ανανέωση του αγροτικού ανθρώπινου δυναμικού στον αγροτικό τομέα και η απομάκρυνση από τον παραδοσιακό χαρακτήρα της περιοχής.
- Η συνεχής μεγέθυνση του υδροκέφαλου κέντρου Κατερίνης σε βάρος της Περιφέρειας.
- Η υποβάθμιση και εξάντληση του υπόγειου υδροφόρου ορίζοντα από κακή διαχείριση και επιβάρυνση από οικιακά και βιομηχανικά λύματα καθώς και φυτοφάρμακα.
- Η έλλειψη σταθερού και σύγχρονου μηχανισμού για την προστασία του Ολύμπου και του φυσικού περιβάλλοντος.
- Ο κίνδυνος να καταστεί “ακριβός” τουριστικός προορισμός λόγω μεταβολών ισοτιμίας του ευρώ.
- Οικονομικός μαρασμός. Η Πιερία προσανατολίστηκε σε ένα μεγάλο βαθμό στη γεωργία και ιδιαίτερα στην καλλιέργεια καπνού. Η πρωτογενής παραγωγή της έπαψε να είναι αποδοτική με ιδιαίτερα αρνητικές συνέπειες για την οικονομία της περιοχής. Είναι φανερό ότι η αδυναμία εισαγωγής, σε νέους τομείς και ιδιαίτερα στον τομέα της παροχής υπηρεσιών, θα οδηγήσει σε συνεχή μείωση της ανταγωνιστικότητας και τον οικονομικό της μαρασμό και την προσκόλλησή της, σε ένα συγκεκριμένο παραγωγικό τομέα. Η συνεχής εμμονή σε μία συγκεκριμένη παραγωγική διαδικασία αυξάνει σημαντικά το ρίσκο σε περίπτωσης έντονων αλλαγών.
- Η αδυναμία κατοχύρωσης και υποστήριξης τοπικών προϊόντων (εκτός ελαχίστων εξαιρέσεων όπως το ακτινίδιο και το κρασί) και τουριστικών υπηρεσιών καθώς και προβολής τους στο εξωτερικό περιβάλλον.

3.6.5. Συγκριτικά πλεονεκτήματα και δυνατότητες ανάπτυξης εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού στην ΠΕ Πιερίας

Τα πλεονεκτήματα σε σχέση με τους πόρους που διαθέτει η περιοχή της Πιερίας είναι πολύ συνοπτικά τα παρακάτω:

- Ορεινός όγκος παγκόσμιας φήμης (Όλυμπος) από τον οποίο διέρχεται το παγκοσμίου φήμης ορειβατικό μονοπάτι E4.
- Εγγύτητα σε χώρους τεράστιου αρχαιολογικού ενδιαφέροντος (Δίον, Βεργίνα, Μακεδονικοί τάφοι, Λουλουδιές, Σπάθες, κλπ.) γεγονός που επιτρέπει την προσφορά ολοκληρωμένου τουριστικού- πολιτιστικού προϊόντος.
- Περιοχή ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (περιοχές Natura 2000, Δέλτα Αξιού, Αλυκές, Όλυμπος, Πιέρια).
- Εγγύτητα σε σημαντικά αστικά κέντρα (Θεσσαλονίκη, Λάρισα, Βέροια, Κοζάνη).
- Ύπαρξη πλήθους ξενοδοχειακών μονάδων και άλλων καταλυμάτων.
- Πλούσια και χαρακτηριστική πολιτιστική, παράδοση και αρχιτεκτονική κληρονομιά (παραδοσιακοί οικισμοί).
- Ύπαρξη του χιονοδρομικού κέντρου Ελατοχωρίου με τεχνική χιόνωση και του μεγάλης φήμης άλσους φυσικού κάλλους των Λειβήθρων.
- Πληθώρα αθλητικών εγκαταστάσεων προετοιμασίας αθλητικών ομάδων (κλειστό ανοικτό στάδιο/γυμναστήριο, ναυτικός όμιλος).
- Ύπαρξη της Οινικής ζώνης ΠΓΕ.
- Το πλήθος των θρησκευτικών χώρων (εκκλησιών, μοναστηριών).
- Ύπαρξη μιας σταθερής βάσεως τουριστικής πελατείας που έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια.

Είναι προφανές ότι η εκτίμηση της τουριστικής προοπτικής για την περιοχή είναι θετική, με προσπάθειες όμως που θα αναληφθούν από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς ώστε η αναμενόμενη τουριστική ανάπτυξη να μη διαβρώσει τον παραδοσιακό χαρακτήρα και το περιβάλλον, αλλά θα δώσει τα εχέγγυα για την αειφόρο ανάπτυξη

μέσα από την προστασία του περιβάλλοντος και την εμμονή σε ποιοτικότερες διαδικασίες που τόσο μεγάλη ανάγκη έχει ο Πιερικός τουρισμός.

Με βάση την καταγραφή των πόρων και των υποδομών που προηγήθηκε, η ΠΕ Πιερίας παρουσιάζει συγκριτικά πλεονεκτήματα και τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη των παρακάτω εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού:

- **Μορφωτικός - Πολιτιστικός τουρισμός.** Περιλαμβάνει ταξίδια που έχουν ως κίνητρο την επιθυμία των ανθρώπων να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους για έναν προορισμό, μέσω της επαφής με τον πολιτισμό, τα έθιμα και τις μορφές τέχνης. Η Πιερία διαθέτει τα θέλγητρα για την ανάπτυξη μορφωτικού και πολιτιστικού τουρισμού και συγκεκριμένα: Πλούσιο ιστορικό και πολιτιστικό υπόβαθρο, αρχαιολογικά μνημεία, μουσεία, ήθη και έθιμα, μουσική παράδοση, ιδιαίτερη αρχιτεκτονική, πολιτιστικές εκδηλώσεις.

- **Ορεινός τουρισμός (περιηγητικός, άθλησης, περιπέτειας).** Περιλαμβάνει κάθε τουριστική δραστηριότητα που πραγματοποιείται σε ορεινές περιοχές. Οι δραστηριότητες μπορούν να αναφέρονται στον χειμερινό τουρισμό, που πραγματοποιείται μόνο την χειμερινή περίοδο. Στον τουρισμό περιπέτειας, που εμπεριέχει ένα βαθμό κινδύνου. Στον περιηγητικό, που εκδηλώνεται σε περιοχές με πολιτιστική παράδοση και με ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον. Στην Πιερία και στους ορεινούς όγκους του Ολύμπου και των Πιερίων με το πλούσιο φυσικό περιβάλλον και τις ιδιαίτερες κλιματολογικές συνθήκες, προσφέρονται οι φυσικοί πόροι και οι υποδομές για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού. Ορειβατικές διαδρομές (**Χάρτης 4, 5 και 10 στο Παράρτημα**), καταφύγια, χιονοδρομικό κέντρο, σχολές και πίστες εκμάθησης για τα αθλήματα περιπέτειας.

- **Οικοτουρισμός.** Είναι μορφή ήπιου τουρισμού, που βασικό κίνητρο των επισκεπτών είναι η γνωριμία και επαφή με την φύση και αναπτύσσεται χωρίς να υπερβαίνει τα όρια της φέρουσας ικανότητας ενός τόπου. Το φυσικό τοπίο της Πιερίας προσφέρει τους πόρους για την αξιοποίηση του οικολογικού τουρισμού. Ειδικότερα με την ξεχωριστή γεωμορφολογία που εναλλάσσονται, βουνά, ποτάμια,

δέλτα ποταμών, πλούσια χλωρίδα και πανίδα, υδροβιότοποι (Χάρτης 8 στο Παράρτημα) και μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς.

- **Αγροτουρισμός.** Αναπτύσσεται σε αγροτικές περιοχές και φέρνει σε επαφή τους κατοίκους των αστικών κέντρων με τον τρόπο ζωής της υπαίθρου. Πραγματοποιείται με την μορφή διακοπών σε αγροκτήματα ή σε αγροτουριστικά καταλύματα. Τα θέλητρα της Πιερίας που μπορούν να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, εντοπίζονται στις αγροτικές περιοχές που διαθέτουν παραγωγική δραστηριότητα, τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλους (δάση, φαράγγια, ποτάμια), παραδοσιακούς οικισμούς και γραφικά χωριά, με ιστορία και πολιτισμό.

- **Οινοτουρισμός.** Στη Πιερία έχει διαμορφωθεί μια καλή εικόνα αμπελουργίας και οινοπαραγωγής τα τελευταία χρόνια με σημαντικές διακρίσεις ποιότητας στον παραγόμενο οίνο. Οι συνεχείς βραβεύσεις των κρασιών της Πιερίας καταδεικνύουν το υψηλό δυναμικό της αμπελοκαλλιέργειας στην περιοχή.

Η ένταξη στους δρόμους του κρασιού της Μακεδονίας (Εικόνα 6 στο Παράρτημα), η διαδρομή των κρασιών των θεών του Ολύμπου (www.winesofnorthgreece.gr), οι επενδύσεις στην οινοπαραγωγή και η ανάπτυξη επισκέψιμων οινοποιείων, οι σημαντικές διακρίσεις σε κρασιά της περιοχής και η είσοδος νέων παραγωγών ευνοούν την ανάπτυξη του οινοτουρισμού.

Οι επιλογές ξεκινούν από ένα απλό πακέτο γευσιγνωσίας και φτάνουν μέχρι τη διαμονή. Ωστόσο, μέχρι στιγμής ολοκληρωμένα πακέτα οινοτουρισμού (ξενάγηση, φαγητό, διαμονή) προσφέρουν λίγα από αυτά.

Στην ΠΕ Πιερίας οινικό ενδιαφέρον υπάρχει στην Κατερίνη, στην Πύδνα, στην Πέτρα και στον Κολινδρό. Σε αυτές τις περιοχές οι οινόφιλοι που ενδιαφέρονται για οινοτουρισμό έχουν αρκετές καλές επιλογές. Η Πιερία είναι τμήμα της Διαδρομής του Κρασιού των Θεών του Ολύμπου, μιας από τις διαδρομές των Δρόμων του Κρασιού της Βόρειας Ελλάδας (Οίνοι Βορείου Ελλάδος, 2018). Από το 2008 ο αμπελώνας της Πιερίας παράγει τους οίνους ΠΓΕ Πιερία (ΦΕΚ 1086/Β/11-6-2008) (Υπουργείο Γεωργίας, 2008).

Ο οινοτουρισμός πλέον αναπτύσσεται γρήγορα. Το έτος 2012 η Ελλάδα έχει 682 οινοποιεία, 12 υπό κατασκευή, στη Μακεδονία υπάρχουν 143 οινοποιεία και 3 υπό

κατασκευή και εξ αυτών **5 στην Πιερία** (Αλεμπάκη, 2012). Ενώ το έτος 2017 φτάνουν τα 1000 περίπου σε όλη τη χώρα (Αλεμπάκη, 2017) και εξ αυτών τα 242 εκτιμάται ότι είναι επισκέψιμα σύμφωνα με τις πρόσφατες διερευνήσεις (Αλεμπάκη, 2014).

Σύμφωνα με την ΕΝΟΑΜ στο Εθνικό Μητρώο Αμπελουργών είναι δηλωμένοι 89 παραγωγοί κρασιού της Πιερίας που υπέβαλαν δήλωση συγκομιδής για το έτος 2014, και οι στρεμματικές εκτάσεις με οινοποιήσιμες ποικιλίες για τις οποίες δεν υποβλήθηκαν δηλώσεις συγκομιδής για το ίδιο έτος ανέρχονται σε 1.060,8 στρέμματα (ΕΝΟΑΜ, 2017). Ενώ στο μητρώο εγκεκριμένων επιχειρήσεων ΠΟΠ/ΠΓΕ και ποικιλιακών Οίνων έχουν δηλωθεί 12 παραγωγοί στην Πιερία έως τον Οκτώβριο του έτους 2017 (Υπουργείο Γεωργίας, 2018).

Συνολικά στην Πιερία το 2015 καλλιεργούνται 2.240 στρέμματα αμπέλων από 274 παραγωγούς και 14 οινοποιούς που παράγουν με νόμιμες ετικέτες σε αντίστοιχα επισκέψιμα οινοποιεία (Διεύθυνση Αγροτικής Ανάπτυξης Περιφερειακής Ενότητας Πιερίας, 2017).

- Θρησκευτικός τουρισμός

Με βάση τους υπάρχοντες θρησκευτικούς / πολιτιστικούς χώρους (**Εικόνα 7 στο Παράρτημα**) μπορεί να αναπτυχθεί σημαντικά ο θρησκευτικός τουρισμός, καθώς το θρησκευτικό συναίσθημα είναι το βασικότερο κίνητρο επίσκεψης σε θρησκευτικά κέντρα, μοναστήρια, εκκλησίες και θρησκευτικές εκδηλώσεις (Πολύζος, 2015).

v Κεφάλαιο 4

Πρόταση Στρατηγικού Σχεδίου Ανάπτυξης EMT

Το κεφάλαιο που ακολουθεί είναι το αποτέλεσμα όλης της προηγούμενης εργασίας που αποτελεί ουσιαστικά τον συνδυασμό και η διασύνδεση της ακαδημαϊκής αναφοράς με την πρακτική εφαρμογή. Αφού προηγήθηκε η παράθεση του προβλήματος και η καταγραφή όλων των στοιχείων της θεωρίας που κρίθηκε σκόπιμο ότι θα βοηθήσει στην επίλυση του προβλήματος αυτού, η εργασία προχώρησε στην αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης με την μελέτη δευτερογενών πηγών αλλά επίσης και στην διερεύνηση ειδικότερων συνθηκών που αφορούν την δομή της τοπικής αγοράς. Η λύση που προτείνεται δηλαδή η ανατροπή της φθίνουσας πορείας της περιοχής της Πιερίας είναι δυνατόν να επιτευχθεί με την εκπόνηση ενός στρατηγικού σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης μέσα από την χρήση όλων των στοιχείων που έχουν μέχρι τώρα αναδειχθεί.

Η ΠΕ Πιερίας μπορεί να αποτελέσει πρόσφορο έδαφος για την πραγματοποίηση του σύγχρονου βιώσιμου υψηλής ποιότητας τουρισμού. Εάν το τουριστικό προϊόν δεν αντιμετωπίζεται ως ένα μονοδιάστατο και αμιγώς οικονομικό μέγεθος μπορεί να αποβεί σωτήριο για την ανάπτυξη της Πιερίας. Δεν θα πρέπει να παραληφθεί πως η επιτυχία οποιουδήποτε τουριστικού προϊόντος εξαρτάται επίσης από την εικόνα που έχει δημιουργηθεί για τον εν λόγω προορισμό.

Το προτεινόμενο αναπτυξιακό όραμα για την περιοχή, οι στρατηγικοί στόχοι και οι άξονες προτεραιότητας παρατίθενται παρακάτω:

- ☒ Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού να αποτελούν ένα από τα βασικά στηρίγματα της τοπικής οικονομίας, κάτι που θα οδηγήσει στην ευρύτερη κοινωνικό-οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη.
- Να ενισχυθούν οι πόροι, οι υπηρεσίες και τα προϊόντα της περιοχής δίνοντας έμφαση στην **ποιότητά** τους (π.χ. παραδοσιακά καταλύματα, κέντρα εστίασης με τοπικά προϊόντα, κέντρα υποδοχής τουριστών και παροχής πληροφοριών, χώροι ανάδειξης των τοπικών πολιτιστικών και ιστορικών χαρακτηριστικών, ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος, σημάνσεις και οργάνωση ποικίλων δραστηριοτήτων).
- Να προστατευθούν οι πλούσιοι φυσικοί πόροι της περιοχής δίνοντας ιδιαίτερη βαρύτητα στις **προστατευόμενες περιοχές** του νομού.
- Να αποκατασταθεί και να βελτιωθεί το σύνολο των **τεχνικών υποδομών** της περιοχής (βελτίωση οδικού δικτύου, επέκταση δικτύου ηλεκτροφωτισμού, νέα εγχειροβελτιωτικά και αποστραγγιστικά έργα, ανάπλαση κεντρικών σημείων).
- Να βελτιωθούν οι προσφερόμενες **κοινωνικές υποδομές** της Πιερίας (αθλητικές υποδομές, ανάπτυξη εθελοντισμού, δράσεις για την ενσωμάτωση αλλοδαπών).
- Όσον αφορά στον πρωτογενή τομέα της Πιερίας θα πρέπει να γίνεται ορθολογιστική διαχείριση ύδατος, να μειωθούν οι αγροχημικές ουσίες, να υπάρξει συστηματική βελτίωση των βοσκοτόπων.
- Να δημιουργηθούν νέα και να αναχαραχτούν, όπου αυτό είναι αναγκαίο, μονοπάτια που συνδέουν χώρους πρασίνου, αναψυχής κ.α.
- Ο τουρισμός ειδικών και εναλλακτικών μορφών να ενσωματώνεται στον τοπικό ιστό έτσι ώστε να αξιοποιείται κατάλληλα το τοπικό δυναμικό.
- Να διατηρούνται και να αναδεικνύονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της Πιερίας.
- Να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στη διεύρυνση της χρονικής διασποράς των επισκεπτών στην περιοχή.
- Να καλλιεργηθεί η περιβαλλοντική εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση για την ευρύτερη περιοχή.

Πρέπει να επισημανθεί η ανάγκη μίας αποτελεσματικής και ολοκληρωμένης εφαρμογής των προτεινόμενων αξόνων του αναπτυξιακού οράματος, καθώς οι

προαναφερθέντες στρατηγικοί στόχοι αλληλοσυμπληρώνονται και αλληλοϋποστηρίζονται.

Κατά αυτό τον τρόπο μπορούν να αναπτυχθούν καταρχήν μορφές τουρισμού με κυρίαρχο κίνητρο τη γνωριμία με τη φύση λόγω των ιδιαίτερων γεωγραφικών και περιβαλλοντικών χαρακτηριστικών της Πιερίας. Επίσης η ιστορία της σε συνδυασμό με τα πολιτιστικά και αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά της δίνουν την ευκαιρία ανάπτυξης μορφών τουρισμού με κυρίαρχο κίνητρο τον πολιτισμό, τη θρησκεία, την επιστήμη και την εκπαίδευση. Δεν θα πρέπει να παραλείψουμε να αναφέρουμε τον τουρισμό με κυρίαρχο κίνητρο τους επαγγελματικούς λόγους, καθώς τα κλιματολογικά, κυρίως, χαρακτηριστικά της ευρύτερης περιοχής επιτρέπουν την ανάπτυξή του. Είναι επίσης δεδομένο ότι η Πιερία προσφέρει τις κατάλληλες συνθήκες για την ανάπτυξη μορφών τουρισμού με κυρίαρχο κίνητρο το νερό, αφού μεγάλο τμήμα του νομού χαρακτηρίζεται ως παραθαλάσσιο, ενώ οι συνθήκες είναι κατάλληλες για μορφές τουρισμού με κυρίαρχο κίνητρο την υγεία και την ποιότητα ζωής.

Τέλος η παρουσία του Ολύμπου διασφαλίζει την επιτυχή ανάπτυξη μορφών τουρισμού με κυρίαρχο κίνητρο την παραθέρηση. Πρέπει όμως να τον **«αφήσουμε ήσυχο»** χωρίς βίαιες παρεμβάσεις τύπου τελεφερίκ, ελικοδρόμια, ξενοδοχεία, χωριά κλπ (Μαρινίδης, 2018).

Προκειμένου να επιτευχθεί μία ενδογενής τουριστική ανάπτυξη είναι απαραίτητη η συμμετοχή του τοπικού πληθυσμού στην αναπτυξιακή διαδικασία. Κάτι τέτοιο δίνει τη δυνατότητα ενεργούς συμμετοχής σε μια συνδιαμορφωμένη κοινωνία, από την οποία ο κάθε κάτοικος θα απολαμβάνει μεταξύ άλλων και τα κέρδη από ένα αειφόρο εναλλακτικό-ειδικό τουρισμό, απορρίπτοντας έτσι πρόσκαιρες κερδοσκοπικές τάσεις. Δεν θα πρέπει, εντούτοις, να παραβλέψουμε τον ανταγωνισμό σε διεθνές επίπεδο. Υπάρχουν χώρες που εφαρμόζουν εδώ και αρκετά χρόνια οργανωμένο στρατηγικό σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών. Είναι προφανές ότι οι πόροι που αξιοποιούνται και οι δραστηριότητες που αναπτύσσονται θα διαφέρουν από οικισμό σε οικισμό. Μπορούν να διακριθούν σε κύριες, δηλαδή αυτές που συνδέονται άμεσα με το τουριστικό προϊόν και τις βοηθητικές, δηλαδή αυτές που εμπλουτίζουν το προϊόν χωρίς όμως να είναι απαραίτητες, αλλά συνδυάζονται με τις κύριες.

4.1. Η Εξειδίκευση των Αναπτυξιακών Πολιτικών

Για την επίτευξη των στόχων της «διαφορικής» αειφορικής & κυκλικής Αναπτυξιακής Τουριστικής Προοπτικής θα πρέπει:

- Αρχικά να διατυπωθούν οι επιμέρους στόχοι ανά Δημοτική Ενότητα.
- Να ακολουθήσει διαβούλευση μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων φορέων της Περίας.
- Να οριστικοποιηθούν οι στόχοι με τις περιφερειακές Αρχές και την Τοπική Αυτοδιοίκηση της Περίας.
- Στη συνέχεια θα πρέπει να προσδιοριστεί το απαιτούμενο κανονιστικό και εφαρμοστικό πλαίσιο το οποίο θα επιτρέψει την επίτευξή τους σε μεσο-μακροπρόθεσμο πλαίσιο της στρατηγικής.
- Ακόλουθα θα πρέπει να τεθούν προτεραιότητες σε συνάρτηση με τις απαιτούμενες ενέργειες και τους διαθέσιμους πόρους, έτσι ώστε να αποφεύγονται οι γνωστές μεθοδεύσεις των de facto ακυρώσεων των πολιτικών αυτών.
- Επίτευξη της μέγιστης δυνατής πολιτικής συναίνεσης, ώστε να διευρυνθεί η ελάχιστη βάση συμφωνίας των θεμελιωδών προτεραιοτήτων, που θα επιτρέψουν τη διαχρονική επίτευξη των στόχων.

4.1.1. Οι διαδικασίες εφαρμογής του στρατηγικού σχεδίου

- Δημιουργία «μοναδικού» θεσμοθετημένου οργάνου προγραμματισμού και διαχείρισης των ενεργειών με προδιατυπωμένο και θεσμικά κατοχυρωμένο κανονισμό λειτουργίας που θα διασφαλίζει τη απρόσκοπτη εφαρμογή του τουριστικού σχεδιασμού.
- Διατύπωση και προβολή των επιμέρους αναπτυξιακών στόχων με έμφαση στη μακροπρόθεσμη αναπτυξιακή προοπτική.
- Αξιοποίηση καλών πρακτικών και εμπειριών άλλων περιοχών.
- Άμεση πρόνοια για αναστολή όλων των ενεργειών που θα μπορούν να ανατρέψουν τον τουριστικό σχεδιασμό στο πλαίσιο του υφιστάμενου αλλά μη

εφαρμοζόμενου θεσμικού και νομοθετικού πλαισίου (π.χ. χωροταξικός τουριστικός σχεδιασμός και καθορισμός ζωνών χρήσης γης, αναστολή οικοδομικών αδειών στις προς απαλλοτρίωση περιοχές, καθώς και στις προβλεπόμενες αποκλειστικές περιοχές, οριοθέτηση ζωνών ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού).

- Διεκδίκηση πόρων και συνεργασιών για την συνολική υλοποίηση του σχεδιασμού.
- Θεσμοθέτηση κινήτρων για τη συμβολή στην επίτευξη του σχεδιασμού.

4.2. Το Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης

4.2.1. Διασύνδεση θεωρίας και πρακτικής εφαρμογής

Η επίλυση των παραπάνω προβλημάτων και η εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων της περιοχής και των ευκαιριών που παρουσιάζονται απαιτεί τον σχεδιασμό και την εφαρμογή ενός Στρατηγικού Αναπτυξιακού Σχεδίου το οποίο για να περιέχει τα στοιχεία της αποτελεσματικότητας και της πληρότητας θα πρέπει να προβλέπει, να ενσωματώνει αλλά και να αναδεικνύει μέσα από τον ολοκληρωμένο σχεδιασμό του, τόσο εκείνη την οργανωτική δομή των προτεινόμενων παρεμβάσεων που να αποβλέπουν στην μεγέθυνση των οικονομικών και λοιπών μεγεθών, όσο και την επιλογή των μέσων ή τεχνικών που να εγγυούνται την ορθολογική διαχείριση των δραστηριοτήτων και του τελικού παραγόμενου προϊόντος σε μια μακροχρόνια βάση ώστε να διασφαλίζεται η συνέχεια και συνέπεια της σχεδιασμένης πολιτικής. Αυτή η διαδικασία της στρατηγικής εναρμόνισης ανάμεσα στις εξωτερικές ευκαιρίες και τα εσωτερικά δυνατά σημεία με την αντίστοιχη αποφυγή των εξωτερικών απειλών και των εσωτερικών αδυναμιών είναι πολύ χρήσιμη σε κάθε προσπάθεια προτάσεων πολιτικής της ανάπτυξης και θα διατυπωθεί αμέσως πιο κάτω (Dyson, 2004).

Όμως, όπως έχει ήδη διατυπωθεί σε άλλο σημείο της παρούσας, κρίσιμο ζήτημα αποτελεί η εφαρμογή μιας πολιτικής η οποία θα εγγραφεί για υλοποίηση δράσεων με έμφαση στα τρία δεδομένα της βιώσιμης ανάπτυξης χωρίς να ξεπερνιούνται σε καμία περίπτωση τα όρια της φέρουσας ικανότητας της Πιερίας σε σχέση με την φάση του

κύκλου ζωής στην οποία βρίσκεται αυτή. Οι δράσεις αυτές θα πρέπει να διατηρούν τα στοιχεία της οικονομικής ανάπτυξης, της κοινωνικής δικαιοσύνης μέσα από την ενίσχυση της απασχόλησης και την μείωση της ανεργίας, και τέλος της βελτίωσης της ποιότητας ζωής μέσα από έργα με περιβαλλοντική ευαισθησία. Επίσης θα πρέπει να προσεχθεί ιδιαίτερα, η ακολουθούμενη πολιτική της επιζητούμενης βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης η οποία θα πρέπει να επικεντρωθεί στην παρέμβαση του στρατηγικού σχεδιασμού κατά βάση και όχι στην λειτουργία της αυτόνομης αγοράς (Collins, 1999).

Αυτό θα γίνει με την χρήση όλων των εργαλείων που παρουσιάστηκαν ήδη σε θεωρητικό επίπεδο έτσι ώστε η προτεινόμενη πολιτική να ακολουθήσει έναν δρόμο πιο προβλέψιμο και πιο αποτελεσματικό. Θα πρέπει βέβαια να χρησιμοποιηθεί εκείνη η πολιτική τελικά η οποία θα προσδιορίσει και την εικόνα (image) της περιοχής, που κατά το δυνατόν να έχει τα δικά της χαρακτηριστικά με τρόπο που να διαφοροποιούνται από λοιπές περιοχές (Bramwell, & Rawding, 1996).

Παρακάτω ακολουθεί η αποτύπωση της περιοχής και η αναγνώρισή της σε ότι αφορά:

- το πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης στο οποίο εντάσσεται αλλά και των παραγόντων που επιδρούν σε αυτήν,
- το στάδιο του Κύκλου Ζωής στον οποίο βρίσκεται και των χαρακτηριστικών που την επηρεάζουν, και
- αμέσως μετά θα χρησιμοποιηθούν τα εργαλεία του στρατηγικού σχεδιασμού για την κατάρτιση του στρατηγικού σχεδίου ανάπτυξης EMT της περιοχής.

4.2.1.1. Το σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης της Πιερίας

Στο πρότυπο της τουριστικής ανάπτυξης διαμορφώνεται σειρά παραγόντων οι οποίοι σύμφωνα με τον Τσάρτα (1996) βρίσκονται σε άμεση συσχέτιση. Τα χαρακτηριστικά και οι σχέσεις των παραγόντων αυτών θα αναλυθούν παρακάτω ώστε να γίνει αντιληπτή η δυναμική της Πιερίας. Η σύνδεση και η αλληλουχία αυτών των παραγόντων είναι δεδομένη και όσο πιο αρμονική είναι η συνέργια μεταξύ τους τόσο πιο ορθολογικά θα αναπτυχθεί εφεξής η Πιερία.

Σε σχέση με τις πολιτικές που συνδέονται με την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής μπορεί να αναφερθεί η κατεύθυνση που δίνει το Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης μέσα από το πρόγραμμά του για την τουριστική πολιτική της χώρας για τα έτη 2002-2006 (ΕΟΤ, 2003) όπου αναφέρεται ξεκάθαρα η ενίσχυση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, με στόχο την σταδιακή αύξηση της ζήτησης θεματικού τουρισμού (αγροτουρισμού, ορεινού, οικολογικού, πολιτιστικού, κλπ).

Η τουριστική αυτή πολιτική εφαρμόζεται στην Πιερία με την υλοποίηση προγραμμάτων ενίσχυσης του Αγροτουρισμού (Leader+, ΠΑΑ κλπ) με ικανούς προϋπολογισμούς, για έργα τόσο ιδιωτικά όσο και υποδομών. Η επιρροή άλλωστε των πολιτικών και της νομοθεσίας στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού σε σχέση και με τον κύκλο ζωής της περιοχής είναι πολύ σημαντική (Pulina et al, 2006).

Σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης της Πιερίας είναι το αεροδρόμιο και το λιμάνι σε πολύ κοντινή απόσταση (μόλις 80 & 60χλμ), η ΠΑΘΕ, η Εγνατία οδός και ο σιδηρόδρομος.

Από την ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης προκύπτει ότι στην περιοχή υπάρχουν 388 ξενοδοχειακές μονάδες μικρού και μεγάλου μεγέθους που ανήκουν σε ιδιώτες με σύνολο κλινών 20.086.

Επίσης υπάρχουν 991 επιχειρήσεις ενοικιαζόμενων δωματίων και διαμερισμάτων με 3.509 δωμάτια και 18.099 κλίνες, και 29 κάμπινγκ με 3.448 θέσεις, 2.041 τροχόσπιτα και 2.257 δωμάτια.

Στην περιοχή δραστηριοποιούνται 40 τουριστικά γραφεία και 30 γραφεία γενικού τουρισμού, με τουριστικά λεωφορεία και 28 επιχειρήσεις ενοικιάσεως αυτοκινήτων (Επιμελητήριο Πιερίας, 2015).

Στο Ελατοχώρι δραστηριοποιούνται 43 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και καταλύματα στο Χιονοδρομικό Κέντρο όπου η συνεχής βελτίωση των υποδομών αποτελεί εχέγγυο για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Ως επιχειρήσεις που λειτουργούν συμπληρωματικά στην τουριστική ανάπτυξη είναι τα κέντρα εστίασης και αναψυχής και τα τελευταία χρόνια αρκετές από αυτές κάνουν προσπάθεια αναβάθμισης της ποιότητάς τους με πιστοποίηση από τον ΕΟΤ (Χατζηνικολάου, 1999).

Σε τοπικό επίπεδο δραστηριοποιούνται έντονα οι εξής φορείς (Πίνακας 6 στο Παράρτημα): η Ένωση Ξενοδόχων που διαδραματίζει ολοένα και σημαντικότερο ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής, ο φορέας Τουρισμού της ΠΕ Πιερίας που ενισχύεται και από τους Δήμους της περιοχής, αλλά και το Επιμελητήριο Πιερίας, και τους συλλόγους που ενεργά συμμετέχουν στην διαμόρφωση των πολιτικών για την τοπική τουριστική ανάπτυξη.

Σε σχέση με τις παραμέτρους της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς μπορεί να τονισθεί, ότι υπάρχει μια διαρκώς αυξανόμενη ζήτηση για την εισροή στην περιοχή ολοένα και περισσότερων τουριστών σε οργανωμένη πλέον αλλά και μεμονωμένη βάση.

Η διαφήμιση και η διαμόρφωση του μίγματος μάρκετινγκ για την περιοχή έχει αρχίσει τα τελευταία χρόνια να αναπτύσσεται δυναμικά και σε αντιστοιχία με την ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών, η γεωγραφική θέση προσφέρει μεγάλη δυνατότητα πρόσβασης λόγω της Εγνατίας οδού, του σιδηροδρόμου, και της εγγύτητας στο λιμάνι και το αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης, που κάνουν την ευρύτερη περιοχή πιο εύκολα επισκέψιμη.

Τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται άλλωστε και ένα ρεύμα κατοίκων των μεγάλων αστικών κέντρων, για απόδραση σε περιοχές με ανεπτυγμένες εναλλακτικές δραστηριότητες. Αναφορικά με την προσφορά, έχουν αναφερθεί οι πλούσιοι φυσικοί, αρχαιολογικοί και πολιτιστικοί πόροι της περιοχής που σε συνδυασμό με το αξιόλογο δομημένο περιβάλλον των ορεινών οικισμών αλλά και την συνεχώς αυξανόμενη και βελτιούμενη ποιότητα στις υποδομές και τις υπηρεσίες δημιουργούν ένα πλέγμα που μόνο θετικά μηνύματα μπορεί να δώσει για την ανάπτυξη της περιοχής.

Έτσι είναι ευνόητο ότι το πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής αναφέρεται στον **εναλλακτικό τουρισμό**. Το πρότυπο αυτό που συνήθως «εντοπίζεται σε περιοχές της υπαίθρου με πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτιστικούς πόρους» (Κοκκώσης & Τσάρτας, 1999, σελ. 91), αντικατοπτρίζει πλήρως την ευρύτερη περιοχή της Πιερίας, όπως άλλωστε φαίνεται και από την παρουσίαση των πόρων της.

4.2.1.2. Κύκλος Ζωής Περιοχής

Συμπληρωματικά σε όλα αυτά θα πρέπει να ειπωθεί ότι μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1970 στην περιοχή δεν υπήρχε ξενοδοχειακή υποδομή παρά μόνο υποτυπώδης. Η παραγωγική δομή με έμφαση στην αγροτική παραγωγή και την βιοτεχνία ενδύματος, δεν είχε σχεδόν καμία εμπλοκή στον τουρισμό.

Η στροφή προς τον τουρισμό δεν είχε γίνει καν συνείδηση στους ντόπιους αφού δεν είχαν αντιληφθεί ακόμη το μέγεθος των ωφελειών που θα μπορούσαν να προκύψουν από την ανάπτυξη του τομέα αυτού στην περιοχή. Την περίοδο αυτή η περιοχή αρχίζει και «ανακαλύπτεται» από τους επισκέπτες που στην πλειοψηφία τους είναι ημεδαποί, λόγω των πλούσιων πόρων που διαθέτει. Σε αυτό βοηθά πολύ και το γυναικείο φύλλο όπως και σε πολλές άλλες περιοχές της χώρας με τα ίδια χαρακτηριστικά (Iakovidou & Turner, 1995). Τα κτίρια και οι υπηρεσίες που χρησιμοποιούνται είναι ντόπιας ιδιοκτησίας και η διαφημιστική προβολή σχεδόν ανύπαρκτη. Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 όταν και ξέσπασε η μεγάλη κρίση αποβιομηχάνισης στην περιοχή, γίνεται μια προσπάθεια στροφής της παραγωγικής δομής της περιοχής στον τομέα του τουρισμού, κάτι που ενισχύθηκε με τις προσπάθειες της τοπικής αυτοδιοίκησης με την διεκδίκηση προγραμμάτων χρηματοδότησης εναλλακτικού τουρισμού μέσα από νέα προγράμματα και νομοθεσίες ενισχύσεων (Ευθυμιάτου - Πουλάκου, 1994).

Το εισόδημα έπρεπε να συμπληρωθεί και αυτό μπορούσε να το προσφέρει ο αναδυόμενος κλάδος του τουρισμού. Άρχισε η προσπάθεια βελτίωσης των υποδομών και η τοπική κοινωνία κατάλαβε ότι έπρεπε να αρχίσει να προσαρμόζεται στον τουρισμό και τις παραμέτρους του. Οι τοπικοί επιχειρηματίες επενδύουν σε τουριστικές επιχειρήσεις (ξενοδοχεία, κέντρα εστίασης, ψυχαγωγία κλπ) μέσα από τα χρηματοδοτούμενα προγράμματα που ήδη η τοπική αυτοδιοίκηση πέτυχε να υλοποιηθούν στην περιοχή (Leader, ΟΠΑΑΧ, Π.ΕΠ, Αγροτουρισμός κλπ) και μετατρέπονται σε επαγγελματίες του τουρισμού όπως σε άλλες παρόμοιες περιπτώσεις στην Ελλάδα (Apostolopoulos & Sonmez, 1999). Τα κίνητρα που δίνονται από το κράτος είναι μια ιδιαίτερα σημαντική παράμετρος ανάπτυξης (Ward, 1989).

Οι σχέσεις πλέον του ντόπιου δυναμικού με τους επισκέπτες γίνεται δυναμικά σχέση εμπορικής συναλλαγής. Η προσέλκυση των επισκεπτών γίνεται με ολοένα πιο αυξητικό ρυθμό και η προβολή γίνεται οργανωμένα αφού αξιοποιείται η τότε NETΠ και προβάλλεται το τουριστικό προϊόν της περιοχής σε ετήσια βάση με διάφορους τρόπους (συμμετοχή σε εκθέσεις τουρισμού, παραγωγή εντύπων, CD, κλπ).

Σε επίπεδο δήμων και συλλόγων παράγονται πλήθος διαφημιστικών μέσων προβολής. Τέλος από μια σύντομη παρουσίαση των πόρων της περιοχής (περιοχή μεγάλης φυσικής ομορφιάς, με χιονοδρομικό κέντρο, αρχαιολογικούς πόρους, παράδοση κλπ), όπως άλλωστε εμφανίζονται και στην SWOT analysis, αποδεικνύεται το στάδιο του Κύκλου Ζωής στο οποίο βρίσκεται η περιοχή της Πιερίας.

Γίνετε λοιπόν εύκολα κατανοητό και μετά από την παρουσίαση των παραπάνω, ότι η φάση του κύκλου ζωής στην οποία βρίσκεται σήμερα η περιοχή δεν είναι άλλη από την **φάση της Αναζωογόνησης**. Από την στιγμή που είναι γνωστή από την προηγηθείσα ανάλυση το στάδιο του Κύκλου Ζωής στο οποίο βρίσκεται η περιοχή της Πιερίας είναι πλέον ποιο εύκολο να προχωρήσει κανείς στην σύνθεση της στρατηγικής και την επιλογή του προγράμματος δράσεων το οποίο θα δώσει απαντήσεις στην ανάπτυξη. Για να ωφεληθεί η τοπική κοινωνία από την τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει οι πολιτικές που θα εφαρμοσθούν να έχουν στόχο τον έλεγχο της ανάπτυξης και την προοπτική της διαφοροποίησης (Tooman, 1997).

Από την παρουσίαση αυτή η οποία ουσιαστικά είναι η «εικόνα» της Πιερίας και λαμβάνοντας υπόψη και τα κίνητρα που ωθούν τους τουρίστες για να προβούν σε ένα ταξίδι εναλλακτικού τουρισμού καθώς επίσης και τις παραμέτρους της βιώσιμης ανάπτυξης όπως αναλύθηκαν ήδη, μπορεί κανείς εύκολα να προχωρήσει στην εκπόνηση ενός στρατηγικού σχεδίου ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού το οποίο ενσωματώνοντας τα στοιχεία που ήδη αναφέρθηκαν θα πρέπει να δημιουργήσει και τις προϋποθέσεις για μια διαρκή και αποτελεσματική αναπτυξιακή πορεία.

Άλλωστε μέσα από αυτή την λογική θα πρέπει να θεωρηθεί ότι «ο τουρισμός ως κοινωνικοοικονομική δραστηριότητα οφείλει να είναι ενσωματωμένος σε μια σφαιρικότερη αναπτυξιακή διαδικασία, ενώ, ως “βιομηχανία“, η εφαρμογή ενός

συστήματος σχεδιασμού μπορεί να του επιτρέψει τη συνεχή ανάπτυξή του» (Βαρβαρέσος, 1999, σελ. 70).

4.2.2. Στοχοθεσία - Άξονες προτεραιότητας

Από την διεξοδική ανάλυση που έχει προηγηθεί στην παρουσίαση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μέσα από τις δυνάμεις και αδυναμίες, από τις ευκαιρίες και απειλές που αναδύονται στο εξωτερικό περιβάλλον της περιοχής, εξάγεται το συμπέρασμα ότι είναι φανερή η στόχευση στην οποία θα πρέπει να επικεντρώσει το παρόν σχέδιο.

Τα βήματα στην διαμόρφωση του Επιχειρησιακού Σχεδίου είναι σύμφωνα με τους **Wheelen και Hunger (2004)** τα εξής:

1. Η αποτύπωση του γενικού στόχου του σχεδίου.
2. Η διατύπωση των ειδικότερων στόχων του σχεδίου μέσα από την προσαρμογή των αξόνων και του βασικού στόχου.
3. Η επιλογή των στρατηγικών αξόνων (αξόνων προτεραιότητας) που αναδεικνύονται μέσα από την διαδικασία της ανάλυσης που έχει ήδη πραγματοποιηθεί.
4. Η κατάρτιση του προγράμματος παρεμβάσεων ως αποτέλεσμα όλης της προηγούμενης διαδικασίας.

Αφού ολοκληρωθεί το πρόγραμμα παρεμβάσεων θα επιχειρηθεί η ανάλυση συνάφειας των προτεινόμενων έργων του σχεδίου με το αντίστοιχο θεσμικό και χρηματοδοτικό πλαίσιο που ισχύει στη χώρα. Με την ανάλυση αυτή θα αποδειχθεί ότι οι προτεινόμενες δράσεις δεν είναι αποτέλεσμα μιας καλής ιδέας που μετατρέπεται σε πρόγραμμα, αλλά ακολουθεί όλες τις κατευθύνσεις που δίνονται σε εθνικό, περιφερειακό, και τοπικό επίπεδο ώστε το πρόγραμμα αυτό να είναι ρεαλιστικό και να στηρίζεται πάνω σε ένα πραγματικό πλαίσιο το οποίο θα το κάνει υλοποιήσιμο.

Τα επόμενα βήματα για την ανάπτυξη του σχεδιασμού της περιοχής, θα ακολουθήσουν την παραπάνω σειρά. Το αποτέλεσμα όμως του σχεδίου αφού ολοκληρωθεί και παρουσιασθεί θα αποτελέσει την αφετηρία ενός μακροπρόθεσμου και σταθερού οδηγού για την ανάπτυξη της περιοχής με την αναγκαία βέβαια

διαδικασία της ανατροφοδότησης (feedback), καθώς αφού κατά τακτά χρονικά διαστήματα θα πρέπει να γίνεται με διορθωτικές κινήσεις η προσαρμογή στις νέες συνθήκες που προκύπτουν στο περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται η περιοχή.

4.2.2.1. Στόχοι

Με βάση όλα τα ανωτέρω η αντιμετώπιση της τρέχουσας κατάστασης και η είσοδος της περιοχής σε ένα νέο κύκλο ανάπτυξης μπορούν να επιτευχθούν μέσω μιας ευρείας κλίμακας μετασχηματισμών στην οικονομική της βάση και τη μετάβαση από οικονομία του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα, στον τριτογενή τομέα, με έμφαση στον ειδικό τουρισμό, λαμβάνοντας υπόψη τις συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες στον προγραμματισμό των στόχων (Seely et al, 1980). Η Πιερία θα πρέπει να προσδοκά την επεξεργασία και εφαρμογή ενός προγραμματικού πλαισίου το οποίο θα πρέπει να περιέχει σαφείς στόχους με ένα σύστημα συνεχούς μέτρησης των αποτελεσμάτων (Getz, 1983).

Ο γενικός στόχος του προγράμματος είναι η μεγάλης κλίμακας σε βάθος χρόνου βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής, και των υφισταμένων υποδομών πολιτισμού, ψυχαγωγίας, άθλησης και φιλοξενίας μέσα από την εφαρμογή επενδύσεων τόσο δημοσίου όσο και ιδιωτικού τομέα.

Ο κύριος στρατηγικός στόχος, διατυπώνεται ως εξής:

Προώθηση ενός βιώσιμου, ποιοτικού και ανταγωνιστικού τουρισμού που θα οδηγήσει σε βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής μέσω των μεθόδων της διαφοροποίησης και της ποιοτικής αναβάθμισης των ήδη υπαρχόντων τουριστικών προϊόντων και προορισμών καθώς και μέσω της ανάπτυξης νέων τουριστικών προϊόντων και προορισμών EMT, ώστε να επιτευχθεί η αύξηση του μεριδίου αγοράς της Πιερίας στην τουριστική αγορά.

Οι **επιμέρους στρατηγικοί στόχοι** διατυπώνονται ως εξής:

- Επέκταση και διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος με EMT προς την κατεύθυνση της βιωσιμότητας.
- Ανάπτυξη και αξιοποίηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού της περιοχής.

- Βελτίωση της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών – προϊόντων.
- Ενίσχυση της τοπικότητας ως βασικής παραμέτρου της τουριστικής ανάπτυξης.
- Πρόληψη, μείωση και έλεγχος των επιπτώσεων του τουρισμού στο περιβάλλον.
- Προώθηση του υπεύθυνου, κοινωνικά και πολιτιστικά, αποδεκτού και δίκαιου τουρισμού.
- Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Βέβαια ο στρατηγικός σχεδιασμός προσφέρει τον μηχανισμό με τον οποίο πολιτικές και προγράμματα μορφοποιούνται σε ένα συμβατό και οροθετημένο πλαίσιο στόχων και αρχών (Barrows, 1979). Έτσι η εφαρμογή του πλαισίου προβλέπεται να αποδώσει αποτελέσματα μέσω:

α) Της βιώσιμης αξιοποίησης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της περιοχής, με κυριότερο το φυσικό περιβάλλον, προς την κατεύθυνση της ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας, με παράλληλη φροντίδα για αρμονική ανάπτυξη και συνέργεια του τουρισμού με τις λοιπές οικονομικές δραστηριότητες.

β) Της διαφοροποίησης του ήδη προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και παράλληλα τόνωσης της ελκυστικότητάς του, μέσω της δημιουργίας συνθηκών οι οποίες θα αυξήσουν την πολυμορφία και την ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος, με παράλληλη προσπάθεια μείωσης της εποχικότητας, επιμήκυνσης της περιόδου και έντασης στην προβολή και προώθηση των πλεονεκτημάτων της περιοχής.

γ) Της ενίσχυσης της προσφοράς, μέσω της ενθάρρυνσης των προσπαθειών βελτίωσης και εμπλουτισμού του μείγματος των προσφερόμενων υπηρεσιών, της διαρκούς βελτίωσης των βασικών και υποστηρικτικών υποδομών αλλά και της ενίσχυσης με νέες υποδομές, κυρίως μέσα από την προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων.

Τα παραπάνω αποτελούν βασικούς άξονες της στρατηγικής του σχεδίου που έχει ως βασικό στόχο την ανάδειξη της περιοχής σε κέντρο πολιτιστικού, περιβαλλοντικού, φυσιολατρικού, ιστορικού κλπ τουρισμού, με **ειδικότερους στόχους**:

- Αναβάθμιση και ολοκλήρωση των υπαρχουσών βασικών υποδομών οι οποίες μπορούν να λειτουργήσουν ως πρωταρχικά στοιχεία της επιζητούμενης τουριστικής ανάπτυξης.
- Ενίσχυση των τουριστικών υποδομών με την κατασκευή νέων εγκαταστάσεων, εναρμονισμένων με το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον και με επιμέρους στόχο την επίτευξη οικονομιών κλίμακας.
- Συσχετισμό του συνόλου των τουριστικών πόρων ώστε να παρέχεται στον επισκέπτη ολοκληρωμένο και πολυδιάστατο προϊόν και να επιτυγχάνεται οικονομία συνέργειας.
- Αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού με έμφαση στις ποιοτικότερες διαδικασίες εργασίας.
- Ανάδειξη και προβολή του ιδιαίτερων στοιχείων της περιοχής με άμεση επιδίωξη τη διαφοροποίηση και την υψηλή αναγνωρισιμότητά της.

Στο σημείο αυτό υπογραμμίζεται ότι ο σχεδιασμός και οι παρεμβάσεις που θα προκαλέσει, περιέχουν ως βασικό στοιχείο την αειφορικότητα ώστε μακροχρόνια να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα του σχεδίου και η ανάπτυξη της Περίας για να μεταβιβαστεί ή δυνατόν ανέπαφος ο φυσικός και πολιτισμικός πλούτος στις επόμενες γενιές.

Από όλα τα παραπάνω γίνεται σαφές ότι το βασικό «περιουσιακό στοιχείο» στο οποίο θα στηριχθεί το σύνολο των επενδύσεων είναι το Περιβάλλον και γι' αυτό πρέπει να τύχει ανάλογης προσοχής και φροντίδας. Η μέριμνα για το σεβασμό και την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος και η εμμονή σε ποιοτικές διαδικασίες αποτελούν βασική προϋπόθεση για την επιτυχία του σχεδίου (Lim & McAleer, 2005).

4.2.2.2. Χάραξη Στρατηγικών Αξόνων

Μέσα στο πλαίσιο αυτό γίνεται παρακάτω η προσπάθεια καταγραφής και ανάλυσης των πολιτικών για την τουριστική ανάπτυξη της Περίας, με τον σχεδιασμό και την υλοποίηση συγκεκριμένων δράσεων με αποτέλεσμα την οικονομική ανόρθωση της

περιοχής, την δημιουργία προϋποθέσεων δημιουργίας εναλλακτικών πηγών εισοδήματος και αύξησης της απασχόλησης. Ακόμη ο αποτελεσματικός σχεδιασμός σε τοπικό επίπεδο θα πρέπει να δώσει έμφαση στην λειτουργική αποτελεσματικότητα όλων των συμμετεχόντων στο τουριστικό γίνεσθαι της περιοχής (τουριστών, ντόπιων, τουριστικών επιχειρήσεων, τοπικής αυτοδιοίκησης κλπ) (Haywood, 1988).

Με αυτά τα δεδομένα διαμορφώνεται ένα **Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης EMT** για την Πιερία το οποίο στηρίζεται σε συνολικές και ολοκληρωμένου χαρακτήρα παρεμβάσεις. Έτσι, θα πρέπει να γίνουν παρεμβάσεις στο παραγωγικό σύστημα και στις δομές που επιδρούν σε αυτό και την εξέλιξή του όπως είναι οι απαραίτητες υποδομές που θα στηρίζουν και θα συμπληρώσουν τις ιδιωτικές επενδύσεις στην περιοχή και θα προσδώσουν πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα στις επενδύσεις (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2018).

Ακόμη ένα σημαντικό κομμάτι της ολοκληρωμένης προσέγγισης που επιχειρείται είναι και η αξιοποίηση του ανθρώπινου παράγοντα ως απαραίτητο στοιχείο στην επιχειρούμενη θετική μετεξέλιξη για την περιοχή (Liu, & Wall, 2006). Τέλος δεν μπορεί ένας σχεδιασμός τοπικής ανάπτυξης, να μην συμπεριλάβει και ενέργειες που να αναφέρονται στην αειφόρο και βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής με ήπια και φιλικά προς το περιβάλλον και το πολιτιστικό γίνεσθαι μέσα (Cros, 2001).

Ο σχεδιασμός καταλήγει σε ένα προγραμματικό πλαίσιο αναφορικά με την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή που με συγκεκριμένους στόχους πρόκειται να δώσει συγκεκριμένα αποτελέσματα:

- Με πολιτικές «ενίσχυσης της ζήτησης» του τουριστικού προϊόντος μέσα από την δημιουργία εκείνων των συνθηκών που θα αυξήσουν την πολυμορφία και την ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος και θα αναζητήσουν το υψηλό εισόδημα με παράλληλη προσπάθεια μείωσης της εποχικότητας, επιμήκυνσης της περιόδου και έντασης στην προβολή και προώθηση των πλεονεκτημάτων της περιοχής.
- Με πολιτικές «ενίσχυσης της προσφοράς» βασικά με την ενίσχυση των προσπαθειών για την βελτίωση αλλά και τον εμπλουτισμό του μείγματος των προσφερόμενων υπηρεσιών αλλά και την συνεχή βελτίωση των υποδομών και την ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων.

Όλα αυτά σε συνάρτηση με την προσπάθεια αύξησης του ανταγωνισμού και ταυτόχρονης επιδίωξης συνεργασιών και διασυνδέσεων (Watkins & Bell, 2001).

Οι άξονες προτεραιότητας οι οποίοι προκύπτουν από την μέχρι τώρα εξαντλητική ανάλυση που προηγήθηκε και λαμβάνοντας υπόψη και την γνώμη ειδικών επιστημόνων του κλάδου είναι:

- ΑΞΟΝΑΣ 1: Ενίσχυση και ποιοτική αναβάθμιση των υποδομών τουρισμού και του τουριστικού προϊόντος της Πιερίας.
- ΑΞΟΝΑΣ 2: Αναβάθμιση και υποστήριξη των δομών στήριξης EMT.

4.3. Σχέδιο ανάπτυξης

Μέσα στο πλαίσιο το οποίο αναλύθηκε ήδη, κινείται και το Σχέδιο που παρουσιάζεται παρακάτω. Η πλήρης εναρμόνιση με τις εθνικές και περιφερειακές πολιτικές, κάνει το Σχέδιο αυτό λειτουργικό, υλοποιήσιμο και όχι πλασματικό αφού στηρίζεται:

- Σε πραγματικά δεδομένα αναφορικά με τον εθνικό σχεδιασμό.
- Σε επιλογή ενός στρατηγικού μοντέλου ανάπτυξης, βασισμένο σε μια πολυτομεακή σύνθεση των προτάσεων.
- Σε προτάσεις οι οποίες αναδεικνύουν βιώσιμες, οικονομικές, αλλά και κοινωνικές δραστηριότητες με εσωτερική συνάφεια και συνοχή μεταξύ τους.

Για την υλοποίηση του προγράμματος αυτού απαιτείται βεβαίως η ενεργός συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας και των φορέων που την εκπροσωπούν και η συνεργασία όλων των παραγόντων που μπορούν να επιδράσουν θετικά στην επίτευξή του, ενδεχόμενα και με την δημιουργία ενός δικτύου μεταξύ τους (Dredge, 2006).

Το αμέσως επόμενο στάδιο είναι αυτό της δημιουργίας ενός προγραμματικού πλαισίου το οποίο θα λάβει βεβαίως υπόψη του και την φάση στην οποία βρίσκεται στον κύκλο ζωής της περιοχής (Εμπλοκή) αφού όπως υποστηρίζει και ο Thompson (1993) οι ανταγωνιστικές και λειτουργικές στρατηγικές διαφοροποιούνται σύμφωνα με την φάση του κύκλου ζωής στην οποία βρίσκεται.

Στη βάση λοιπόν αυτής της λογικής, πρέπει να προτείνονται παρεμβάσεις οι οποίες προκύπτουν από την SWOT ανάλυση που έχει προηγηθεί, ως οι πλέον βέλτιστες και

αναγκαίες για την ανάπτυξη της περιοχής, με βάση τα στοιχεία της συμπληρωματικότητας αλλά πολύ περισσότερο της μεσο-μακροπρόθεσμης βιωσιμότητάς τους. Θα πρέπει να στηρίζονται άμεσα στα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της περιοχής παρέμβασης και να ακολουθούν τις απαιτήσεις της σύγχρονης αγοράς (ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών, σεβασμός στην παράδοση και στο περιβάλλον, κλπ.), αλλά και να αντιμετωπίζουν και τα μειονεκτήματα και τις εν γένει αδυναμίες που υπάρχουν. Έτσι, η σύνθεση και ο συνδυασμός των βασικών υποδομών με τις προτεινόμενες ιδιωτικές επενδύσεις παρέχουν τα εχέγγυα για την ανάπτυξη της περιοχής μέσα από την δημιουργία πολλαπλασιαστικών αποτελεσμάτων.

4.3.1. Σχέδιο Αξόνων

Παρακάτω παρουσιάζεται το αποτέλεσμα όλης της μέχρι τώρα προσπάθειας. Αποτελεί την άμεση διασύνδεση της θεωρίας με την πράξη. Όλα όσα αναφέρθηκαν και χρησιμοποιήθηκαν ενσωματώνονται στο παρακάτω προτεινόμενο σχέδιο το οποίο προκύπτει από την εξειδίκευση των αξόνων προτεραιότητας και παίρνει την μορφή μέτρων, ενεργειών και πράξεων. Η ανάλυση παρουσιάζει μια συνοπτική περιγραφή της κάθε πράξης και αμέσως μετά γίνεται μια ακόμη πιο αναλυτική, σε επίπεδο ενέργειας με βασικές πληροφορίες για την κάθε ενέργεια, όπως την ταυτότητά της, την τεκμηρίωση εφαρμογής της και μια σύντομη παρουσίασή της. Οι άξονες προτεραιότητας που προκύπτουν με την μερική εξειδίκευσή τους σε μέτρα αλλά και ενέργειες- δράσεις και οι οποίοι κρίνεται ότι θα δημιουργήσουν ένα αξιόπιστο και αποτελεσματικό σχέδιο είναι οι πιο κάτω:

ΑΞΟΝΑΣ 1: Ενίσχυση και ποιοτική αναβάθμιση των υποδομών τουρισμού και του τουριστικού προϊόντος της Πιερίας.

ΜΕΤΡΟ 1.1. Ενίσχυση των βασικών και τουριστικών υποδομών.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.1. Βελτίωση οδικού δικτύου.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.2. Βελτίωση αστικού χώρου.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.3. Αναβάθμιση πολιτιστικών υποδομών.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.4. Ανάδειξη αρχιτεκτονικών στοιχείων υπαίθρου.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.5. Ανάπτυξη αθλητικών και εναλλακτικών δραστηριοτήτων.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.6. Ανάπτυξη υποδομών Χιονοδρομικού.

ΜΕΤΡΟ 1.2. Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.2.1. Ανάπτυξη ιδιωτικών επενδύσεων Χιονοδρομικού.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.2.2. Ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων.

ΑΞΟΝΑΣ 2: Αναβάθμιση και υποστήριξη δομών στήριξης EMT

ΜΕΤΡΟ 2.1. Ενίσχυση ανθρώπινου δυναμικού.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 2.1.1. Ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 2.1.2. Στήριξη απασχόλησης.

ΜΕΤΡΟ 2.2. Δράσεις προβολής και προώθησης.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 2.2.1. Δημιουργία δομών.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 2.2.2. Δράσεις προβολής και προώθησης.

4.4. Ανάλυση Στρατηγικού Σχεδίου Ανάπτυξης

Παρακάτω γίνεται η ανάλυση του σχεδίου με αναφορά στην παρουσίαση των δράσεων (πράξεων) και της σκοπιμότητας της κάθε μιας από αυτές.

4.4.1. ΑΞΟΝΑΣ 1: Ενίσχυση και ποιοτική αναβάθμιση των υποδομών τουρισμού και του τουριστικού προϊόντος της Πιερίας

ΜΕΤΡΟ 1.1. Ενίσχυση των βασικών και τουριστικών υποδομών

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.1. Βελτίωση οδικού δικτύου

ΠΡΑΞΗ: Βελτίωση οδού Κατερίνης- Χιονοδρομικού Ελατοχωρίου.

ΠΡΑΞΗ: Βελτίωση οδού Κατερίνης - Αγ. Δημητρίου.

ΠΡΑΞΗ: Βελτίωση οδού Κατερίνης - Μοσχοποτάμου.

ΠΡΑΞΗ: Βελτίωση οδού Μηλιά- Μέση Μηλιά- Άνω Μηλιά.

ΠΡΑΞΗ: Ολοκλήρωση της παράπλευρης οδού Κατερίνης - Πλάκας με διπλή γραμμή κυκλοφορίας.

Περιγραφή- Σκοπιμότητα:

Η βελτίωση του τοπικού οδικού δικτύου πρόκειται να προσδώσει στην περιοχή πολλαπλά οφέλη.

α) Πρόκειται να βελτιώσει την πρόσβαση στο αυξανόμενο ρεύμα των τουριστών που τους ενδιαφέρει ο εναλλακτικός τουρισμός.

β) Θα δημιουργήσει συμπληρωματικά οφέλη μέσα από την σύνδεση της Κατερίνης με το χιονοδρομικό κέντρο του νομού, αλλά και με την σύνδεση του χιονοδρομικού κέντρου με την περιοχή της Κοζάνης. Με αυτόν τον τρόπο αναδεικνύονται πραγματικά πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα.

γ) Θα δημιουργήσει τις συνθήκες για παράλληλη διασύνδεση των φορέων παροχής τουριστικών υπηρεσιών, ώστε να παρέχεται ολοκληρωμένο προϊόν στον επισκέπτη.

δ) Θα εξασφαλίσει την ανταγωνιστικότητα του τοπικού προϊόντος έναντι άλλων περιοχών.

ε) Θα δημιουργήσει προϋποθέσεις πρόσβασης σε σημεία που είναι δύσκολο να προσεγγισθούν σήμερα με χρησιμότητα σε διάφορα επίπεδα (δασικές περιπολίες, κατάσβεση πυρκαγιών κλπ).

στ) Τέλος με όλα τα προαναφερόμενα είναι εύλογο ότι θα δημιουργήσει συνθήκες ενίσχυσης του εισοδήματος και αναστροφής της τάσης εγκατάλειψης του ορεινού χώρου.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.2. Βελτίωση αστικού χώρου

ΠΡΑΞΗ: Ανάπλαση του Μοσχοπόταμου που διασχίζει την πόλη της Κατερίνης.

ΠΡΑΞΗ: Ανάδειξη και αξιοποίηση του δημοτικού πάρκου.

ΠΡΑΞΗ: Ανάπλαση αξιόλογων αρχιτεκτονικά οικιστικών συνόλων στην περιοχή Παντελεήμονα.

ΠΡΑΞΗ: Ανάπλαση εισόδου της Κατερίνης.

ΠΡΑΞΗ: Κατασκευή ενός μεγάλου υπόγειου πάρκινγκ στο κέντρο της πόλης.

ΠΡΑΞΗ: Μελέτη- ανακατασκευή πεζοδρομίων/ποδηλατοδρόμων και ανάπλαση κοινόχρηστων χώρων.

ΠΡΑΞΗ: Βελτίωση των χώρων πρασίνου και δημιουργία νέων με φύτευση δέντρων.

Περιγραφή- Σκοπιμότητα:

Οι παρεμβάσεις αυτές έρχονται να δώσουν απαντήσεις σε ζητήματα που αφορούν τις καθημερινές χρήσεις μέσα στο αστικό κέντρο και που τελικά αναδεικνύουν την ανάγκη της δημιουργίας χώρων και χρήσεων που θα προσελκύσουν τον επισκέπτη μέσα στο κέντρο της πόλης. Τα ζητήματα αυτά αφορούν:

α) την ανάγκη προστασίας και ανάδειξης του φυσικού περιβάλλοντος που οριοθετείται από την κοίτη του Μοσχοπόταμου αλλά και του δημοτικού πάρκου μέσα στην πόλη, β) την δημιουργία συνολικής αστικής ανάπλασης, μέσα από ένα δίκτυο πεζοδρόμων, ποδηλατοδρόμων, υποδομών μεταφοράς και κοινόχρηστων χώρων που θα ενοποιούν τις υφιστάμενες παρεμβάσεις και θα επιτρέπουν την εύκολη, ασφαλή και ποιοτική διαμονή και μετακίνηση επισκεπτών και κατοίκων, γ) την διατήρηση και ανάδειξη των εναπομεινάντων αξιόλογων οικιστικών συνόλων με παραδοσιακά κτίσματα και χώρους δημόσιας χρήσης εντός του Παντελεήμονα, δ) την κατασκευή χώρων πάρκινγκ που ενώ στο παρελθόν δεν ήταν αναγκαιότητα, αναδεικνύεται ως ένα από τα σοβαρότερα έργα υποδομής για την τουριστική ανάπτυξη τουρισμού πόλης, ε) την αναγκαιότητα αξιοποίησης των νέων κατευθύνσεων της τοπικής οικονομίας, με έμφαση στην δημιουργία πόλων έλξης τουριστικού ενδιαφέροντος μέσα στην πόλη.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.3. Αναβάθμιση πολιτιστικών υποδομών

Οι προτάσεις των πράξεων έχουν προκύψει και από την επεξεργασία ενός αντίστοιχου επιχειρησιακού σχεδίου το οποίο εκπόνησε ο ΟΠΠΑΠ (Ο.Π.Π.Α.Π, 2014).

ΠΡΑΞΗ: Δημιουργία κέντρου πολιτισμού στην περιοχή ΚΤΕΛ.

ΠΡΑΞΗ: Ανάδειξη- αξιοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της Πιερίας.

ΠΡΑΞΗ: Δημιουργία πινακοθήκης και αίθουσας εκθέσεων εικαστικών δημιουργιών.

ΠΡΑΞΗ: Κατασκευή μουσείων αξιοποίησης της τοπικής κληρονομιάς (π.χ. βιομηχανικής κληρονομιάς- φυσικής ιστορίας- αγροτικής παραγωγής κλπ).

ΠΡΑΞΗ: Διοργάνωση εκδηλώσεων.

ΠΡΑΞΗ: Σήμανση- προβολή.

Περιγραφή- Σκοπιμότητα:

Προτείνεται η κατασκευή ενός πολυχώρου πολιτισμού που θα συμβάλλει στην αύξηση του ενδιαφέροντος και στην καλύτερη πληροφόρηση και εξυπηρέτηση των

μελλοντικών επισκεπτών. Ακόμη προτείνεται η ανάδειξη- αξιοποίηση των αρχαιολογικών χώρων της περιοχής (καθαρισμός, σήμανση, φωτισμός, δημιουργία ενημερωτικών σταντς, κλπ.). Η δημιουργία πινακοθήκης αφορά την κατασκευή κτιρίου με τον ανάλογο τεχνολογικό εξοπλισμό, που θα στεγάσει αυτές τις δραστηριότητες. Η κατασκευή μουσείων μπορεί να αναβαθμίσει καταρχήν το πολιτιστικό γίγνεσθαι της Περίας αλλά και να προσελκύσει μια πλειάδα δραστηριοτήτων όπως καλλιτεχνικές συναντήσεις που συνδυάζουν την έρευνα, την παιδεία και την καλλιτεχνική δημιουργία, επιστημονικές συναντήσεις, επιμορφωτικά προγράμματα, ερευνητικά προγράμματα κλπ. Ακόμη προτείνεται η διοργάνωση και αναβάθμιση σειράς εκδηλώσεων όπως: Αικατερίνεια, Πάρκο των χρωμάτων, Καστανογιορτή, Οίνος και πολιτισμός, κλπ. Τέλος προτείνεται η κατασκευή σήμανσης των κτιρίων και χώρων των πολιτιστικών δραστηριοτήτων αλλά και τοποθέτηση πινακίδων προβολής πολιτιστικών εκδηλώσεων.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.4. Ανάδειξη αρχιτεκτονικών στοιχείων υπαίθρου

ΠΡΑΞΗ: Ολοκλήρωση ανάπλασης παλαιών οικισμών.

ΠΡΑΞΗ: Αποκατάσταση-ανάπλαση ιστορικών και αξιόλογων κτιρίων.

ΠΡΑΞΗ: Διαμόρφωση χώρων περιπάτου και αναψυχής.

ΠΡΑΞΗ: Διάνοιξη, σήμανση και διαμόρφωση μονοπατιών.

ΠΡΑΞΗ: Πολεοδόμηση ΠΕ Ολυμπιακής Ακτής

Περιγραφή- Σκοπιμότητα:

Οι προτεινόμενες παρεμβάσεις αξιοποιούν και αναδεικνύουν επισκέψιμους χώρους μεγάλου φυσικού και ιστορικού κάλλους, προχωρούν στην αναβάθμιση της αισθητικής των κοινοχρήστων χώρων σε σημεία αξιόλογης αρχιτεκτονικής, διαμορφώνουν κατάλληλα διαδρομές μέσα στα βουνά που προσφέρονται για περιπάτους και συνδυάζονται με το γνωστό ορειβατικό μονοπάτι E4 και δίνουν την δυνατότητα εύκολης πρόσβασης και περιπάτου αλλά και του συνδυασμού της επίσκεψης στην περιοχή της Κατερίνης και στο Χιονοδρομικό κέντρο. Η πολεοδόμηση της Ολυμπιακής Ακτής με πεζοδρομίσσεις, ποδηλατόδρομους, χώρους άθλησης, με τη δημιουργία οικισμού παραθεριστικών κατοικιών, με τη δημιουργία ξενοδοχείου, παραλιακού δρόμου και υποστηρικτικών υποδομών, θα δώσει ώθηση ανάπτυξης στην παρολύμπια περιοχή (Δήμος Κατερίνης, 2018). Με όλα αυτά

ενισχύεται σημαντικά το τουριστικό προϊόν της περιοχής, αξιοποιούνται σημαντικά ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα και συμπληρώνονται οι υποδομές τουριστικής ανάπτυξης που περιλαμβάνονται τις λοιπές ενέργειες του σχεδίου.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.5. Ανάπτυξη αθλητικών και εναλλακτικών δραστηριοτήτων

ΠΡΑΞΗ: Ολοκλήρωση ανάπλασης του κολυμβητηρίου Κατερίνης.

ΠΡΑΞΗ: Βελτίωση των υφισταμένων γηπέδων ποδοσφαίρου.

ΠΡΑΞΗ: Ανάπτυξη- αξιοποίηση των δημοτικών δασών και υγροτόπων με εναλλακτικές χρήσεις διαχείρισης (κυνηγετική ρεζέρβα, παρατηρήτρια ειδών ζωικού βασιλείου, κλπ).

Περιγραφή- Σκοπιμότητα:

Ένα από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της περιοχής είναι και η παράδοση στον αθλητικό τομέα, με την διοργάνωση μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων, αλλά και την προσέλκυση αθλητικών ομάδων για την προετοιμασία τους ενόψει των υποχρεώσεών τους στα διάφορα πρωταθλήματα. Με τις προτάσεις των έργων αυτών βελτιώνονται οι αθλητικές υποδομές και υλοποιείται ο βασικός στόχος στον τομέα αυτό, που είναι να προσφέρει η Πιερία ένα ολοκληρωμένο πακέτο αθλητικών δραστηριοτήτων.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.1.6. Ανάπτυξη υποδομών Χιονοδρομικού

ΠΡΑΞΗ: Διάνοιξη νέων πιστών σε ποιο ήπιες κλίσεις.

ΠΡΑΞΗ: Εγκατάσταση νέων - σύγχρονων αναβατήρων για την κάλυψη των χιονοδρόμων.

ΠΡΑΞΗ: Προμήθεια μηχανημάτων διάνοιξης χιονοδρομικών πιστών.

ΠΡΑΞΗ: Οικιστική ανάπτυξη της περιοχής Ελατοχωρίου.

ΠΡΑΞΗ: Κατασκευή απαραίτητων δικτύων υποδομών (ενέργεια, ύδρευση, αποχέτευση, κλπ).

Περιγραφή- Σκοπιμότητα:

Το Χιονοδρομικό Κέντρο είναι ένα από τα μεγαλύτερα στην χώρα μας. Το κέντρο διαθέτει υποδομή σε εγκαταστάσεις χιονιού, αλλά όπως έχει αναφερθεί ήδη, το συγκριτικό του πλεονέκτημα με αρκετά Χιονοδρομικά Κέντρα είναι ότι διαθέτει ένα σύγχρονο σύστημα τεχνητής χιόνωσης που προσφέρει την δυνατότητα συνεχούς και αδιάλειπτης χιόνωσης των πιστών ανεξάρτητα από τις καιρικές συνθήκες. Οι μικρές

όμως δυνατότητες του χιονοδρομικού κέντρου τόσο σε εγκαταστάσεις όσο και σε υπηρεσίες αναψυχής, διημέρευσης και ιδιαίτερα διανυκτέρευσης, απομάκρυναν πολλούς από τους δυνητικούς επισκέπτες του, με αποτέλεσμα την διαφυγή οικονομικών εισροών για την περιοχή. Για αυτόν τον λόγο απαιτείται ο επανασχεδιασμός των εγκαταστάσεων και δραστηριοτήτων σε άλλη βάση ώστε να αναδειχθούν οι νέες προοπτικές του Χιονοδρομικού Κέντρου σύμφωνα με τις νόρμες των σύγχρονων Χιονοδρομικών.

ΜΕΤΡΟ 1.2. Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.2.1. Ανάπτυξη ιδιωτικών επενδύσεων Χιονοδρομικού

ΠΡΑΞΗ: Οικιστική ανάπτυξη της περιοχής Ελατοχωρίου.

ΠΡΑΞΗ: Ενίσχυση επενδύσεων εναλλακτικού τουρισμού (αιωροπτερισμού, παραπέντε, banding-jumping, rafting, πίστας πατινάζ, ιπποτουρισμός, παιδικές χαρές, κατασκηνωτικά κέντρα κλπ.).

ΠΡΑΞΗ: Ανέγερση- κατασκευή κλειστής πισίνας υδατοπαιχνιδιών.

ΠΡΑΞΗ: Ανάπτυξη εμπορικών δραστηριοτήτων υποστήριξης του τουρισμού.

Περιγραφή- Σκοπιμότητα:

Η Ενέργεια αναφέρεται σε παρεμβάσεις οι οποίες αφορούν σε επενδύσεις στον τουριστικό τομέα, με έμφαση στην ενίσχυση του Χιονοδρομικού Κέντρου και ειδικότερα στις δράσεις που ενισχύουν τον εναλλακτικό τουρισμό. Οι επενδύσεις αυτές πρόκειται να δημιουργήσουν νέες μορφές εισοδήματος, νέα επαγγέλματα που προσιδιάζουν στο αναπτυσσόμενο τουριστικό μοντέλο της περιοχής, και προσθέτουν νέα επιπρόσθετα στοιχεία στο τουριστικό προϊόν της. Σκοπός των επενδύσεων αυτών είναι η ενίσχυση και ο εμπλουτισμός του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, η αξιοποίηση της τάσης ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού, η δημιουργία δραστηριοτήτων που θα επιτρέψουν την αύξηση των διανυκτερεύσεων σε βάρος των διημερεύσεων και η αξιοποίηση των χαρακτηριστικών της περιοχής (χιονοδρομικά κέντρα, μονοπάτι Ε4, κλπ.) που δημιουργούν τις κατάλληλες προϋποθέσεις για την επιτυχή λειτουργία τέτοιων μορφών δραστηριοτήτων.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 1.2.2. Ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων

ΠΡΑΞΗ: Ενίσχυση υποδομών στο camping της Σκοτίνας και περαιτέρω αξιοποίησή τους.

ΠΡΑΞΗ: Ενίσχυση των υποδομών σε χώρους διαμονής.

ΠΡΑΞΗ: Ενίσχυση των υποδομών σε χώρους εστίασης.

ΠΡΑΞΗ: Επενδύσεις σε νέες & υφιστάμενες παραγωγικές μονάδες παραγωγής τοπικών παραδοσιακών προϊόντων (μαρμελάδες, κομπόστες, γλυκά του κουταλιού, παραδοσιακές φορεσιές, κλπ.).

ΠΡΑΞΗ: Παραγωγή ενέργειας από ΑΠΕ.

Περιγραφή- Σκοπιμότητα:

Η ενέργεια αναφέρεται σε παρεμβάσεις οι οποίες αφορούν σε επενδύσεις στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα αλλά και της παραγωγής ΑΠΕ. για την ενίσχυση του εισοδήματος των κατοίκων της περιοχής. Πιο συγκεκριμένα προτείνεται η δημιουργία ή ο εκσυγχρονισμός αγροτουριστικών καταλυμάτων και παραδοσιακών ξενώνων, ορεινών καταφυγίων, κάμπινγκ κλπ. Οι προτεινόμενες επενδύσεις αγροτουριστικών καταλυμάτων τεκμηριώνονται όχι μόνο εξαιτίας της έντονης εκδήλωσης ενδιαφέροντος από πλευράς ιδιωτών όσο-και κυρίως- λόγο της έντονης ζήτησης που υπάρχει στην περιοχή. Η προτεινόμενη ενέργεια στοχεύει στην ενίσχυση των υποδομών υποδοχής και φιλοξενίας με την κάλυψη των σχετικών κενών που παρατηρείται καθώς οι κλίνες στην περιοχή δεν θεωρούνται επαρκείς σε καμία περίπτωση με βάση την φέρουσα δυναμικότητά της, στην ποιοτική αναβάθμιση των ήδη υπάρχοντων και στην δημιουργία της κρίσιμης μάζας που θα επιτρέψει το ποιοτικό και ποσοτικό άλμα του τουριστικού τομέα στην περιοχή. Επιπρόσθετα προτείνεται η δημιουργία ή ο εκσυγχρονισμός βιοτεχνικών μονάδων παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων (όπως τα προϊόντα παραδοσιακής ζαχαροπλαστικής, ξυλογλυπτικής, αγγειοπλαστικής, παραδοσιακά προϊόντα καλλιτεχνικού χαρακτήρα κλπ), η ενίσχυση αγροτικών συνεταιρισμών γυναικών και ΚοιΣΠΕ για την παραγωγή τέτοιων προϊόντων, και λοιπές συναφείς δραστηριότητες.

4.4.2. ΑΞΟΝΑΣ 2: Αναβάθμιση και υποστήριξη δομών στήριξης EMT

ΜΕΤΡΟ 2.1. Ενίσχυση ανθρώπινου δυναμικού

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 2.1.1. Ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού

ΠΡΑΞΗ: Δράσεις κατάρτισης.

ΠΡΑΞΗ: Συμβουλευτική στήριξη των επιχειρηματιών τουρισμού, συνοδευόμενη από καταγραφή των χαρακτηριστικών της αγοράς εργασίας και έκδοση σύντομου οδηγού.

Περιγραφή:

Στο πλαίσιο της δράσης αυτής θα χρηματοδοτηθούν ενέργειες οι οποίες αποβλέπουν στην ενίσχυση των γνώσεων και των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού της περιοχής.

Ενδεικτικά θα χρηματοδοτηθούν ενέργειες:

- Μελέτης εκπαιδευτικών αναγκών.
- Προγραμμάτων Κατάρτισης και επανακατάρτισης, με ενδεικτικές δράσεις όπως ποιότητα & υπηρεσίες, διοίκησης τουριστικών επιχειρήσεων, οδηγοί βουνού και λοιπές εναλλακτικές δραστηριότητες αναψυχής, κλπ.
- Προετοιμασία και υλοποίηση ειδικών προγραμμάτων κατάρτισης, με ταυτόχρονη παραγωγή του απαραίτητου εκπαιδευτικού υλικού.

Σκοπιμότητα:

Η ενέργεια αυτή στοχεύει στην ανάδειξη ανθρώπινου δυναμικού, με την εκπαίδευση και κατάρτισή του, ώστε να επιτευχθεί ο γενικός στόχος της αναβάθμισης της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Παράλληλα, δίνει την δυνατότητα για προγραμματισμό αλλαγών και παρεμβάσεων από τους ίδιους τους δραστηριοποιούμενους στον τουρισμό, με στόχο την καλύτερη προσαρμογή στις απαιτήσεις των αγορών- στόχων, για την εκπλήρωση των οποίων η συνεισφορά του ανθρώπινου παράγοντα είναι υψηλής σημασίας. Τέλος, λαμβάνει υπόψη την ανάγκη για συνολικό σχεδιασμό των δράσεων αυτών και συνεκτίμηση των μελλοντικών απαιτήσεων κατάρτισης και εκπαίδευσης, και για τον λόγο αυτό προτείνει την εκπόνηση του σχετικού μελετητικού έργου που θα αποτελέσει την βάση για τον σχεδιασμό αυτό.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 2.1.2. Στήριξη απασχόλησης

ΠΡΑΞΗ: Δράσεις συμβουλευτικών και υποστηρικτικών υπηρεσιών.

ΠΡΑΞΗ: Στήριξη της απασχόλησης και αυτοαπασχόλησης με επιδότηση μέσω του ΟΑΕΔ.

Περιγραφή:

Η ενέργεια αυτή στοχεύει στην υποστήριξη του ανθρώπινου δυναμικού, ανεξάρτητα του τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται, και στην ενίσχυση της απασχόλησης. Ο στόχος αυτός είναι εξαιρετικά σημαντικός με δεδομένα τα μεγάλα προβλήματα ανεργίας στην περιοχή και την σημασία της εργασιακής αποκατάστασης για την ποιότητα ζωής των κατοίκων. Στο πλαίσιο της δράσης αυτής ενδεικτικά θα χρηματοδοτηθούν ενέργειες που στοχεύουν κυρίως σε ειδικές ομάδες (γυναίκες, νέοι, άνεργοι μεγάλης ηλικίας, κλπ.), όπως:

α) Προγράμματα υποστηρικτικών υπηρεσιών, με στόχο την συμβουλευτική και ψυχοκοινωνική υποστήριξη, την πληροφόρηση, την διερεύνηση των ικανοτήτων των συμμετεχόντων και τον εμπλουτισμό των επαγγελματικών και κοινωνικών τους δεξιοτήτων, ώστε να γίνουν ενεργά μέλη της αγοράς εργασίας. β) Δημιουργία δομής συλλογής ποσοτικών μεγεθών αναφορικά με κάθε τομέα που σχετίζεται με την απασχόληση στην περιοχή παρέμβασης, η οποία θα λειτουργεί και ως φορέας διάχυσης της σχετικής πληροφόρησης προς κάθε ενδιαφερόμενο. γ) Διοργάνωση ετήσιας εκδήλωσης με θέμα την απασχόληση, με στόχο την ευαισθητοποίηση τόσο των φορέων όσο και του κοινού.

ΜΕΤΡΟ 2.2. Δράσεις προβολής και προώθησης

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 2.2.1. Δημιουργία δομών

ΠΡΑΞΗ: Ίδρυση γραφείου τουριστικής προβολής εντός της Κατερίνης.

ΠΡΑΞΗ: Δημιουργία σημείου εξυπηρέτησης επισκεπτών (ενημέρωση, διακίνηση, κλπ.) στις εισόδους του Ολύμπου και των Πιερίων (Μηλιά).

ΠΡΑΞΗ: Ηλεκτρονική προβολή της Πιερίας.

ΠΡΑΞΗ: Δημιουργία και κατοχύρωση σήματος ποιότητας της Πιερίας.

Περιγραφή:

Δημιουργία και στελέχωση με κατάλληλο και εξειδικευμένο προσωπικό ενός Γραφείου Κέντρου Πληροφόρησης και προώθησης του εναλλακτικού τουρισμού της Πιερίας. Την εγκατάσταση του γραφείου θα ακολουθήσει και η ηλεκτρονική διασύνδεση με το διαδίκτυο με άλλους φορείς της Πιερίας αλλά και με φορείς του τουρισμού γενικότερα. Αμέσως μετά θα γίνει η ανάπτυξη του πληροφοριακού

συστήματος του γραφείου για την οργάνωση, διαχείριση και δημοσίευση τουριστικών πληροφοριών της Πιερίας. Συγκεκριμένα, το πληροφοριακό σύστημα έχει τα ακόλουθα υποσυστήματα, με τις αντίστοιχες δυνατότητες.

- Σχεδιασμός βάσης δεδομένων στην οποία θα αποθηκεύονται οι προς δημοσίευση πληροφορίες. Οι πληροφορίες θα αφορούν:
 - όλους τους τουριστικούς πόρους της περιοχής,
 - όλα τα τουριστικά και πολιτιστικά προϊόντα της περιοχής,
 - όλες τις εκδηλώσεις των συμμετεχόντων φορέων/επιχειρήσεων,
 - vacancies των ξενοδοχείων με συνεχή ενημέρωσή τους για την διαθεσιμότητα δωματίων σε όλα τα ξενοδοχεία της περιοχής,
 - links με το site της Πιερίας, και λοιπά ενημερωτικά sites.
- Θα αναπτυχθεί δικτυακός τόπος, ο οποίος θα διοχετεύει τις πληροφορίες στους χρήστες του διαδικτύου και θα περιλαμβάνει το σύνολο των πληροφοριών της βάσης δεδομένων. Παράλληλα, θα σχεδιαστεί ειδική εμφάνιση του ιστοτόπου, ώστε να τροφοδοτεί με πληροφορίες, τερματικά παροχής τουριστικών πληροφοριών (infokiosks).
- Προτείνεται και η δημιουργία ενός τοπικού σήματος ποιότητας της Πιερίας με το οποίο θα αναγνωρίζονται και θα πιστοποιούνται ποιοτικά τόσο τα προϊόντα όσο και οι υπηρεσίες που προσφέρονται στους τουρίστες. Με τον τρόπο αυτό δίνεται η δυνατότητα της πιστοποίησης των επιχειρήσεων με ποιοτικά χαρακτηριστικά.
- Τέλος, θα αναπτυχθούν συνέργειες στη κατεύθυνση ανάδειξης αστικής και τουριστικής ταυτότητας αλλά και ενίσχυσης της ελκυστικότητας που θα αφορούν:
 - Υιοθέτηση προτύπων ποιότητας στους τουριστικούς προορισμούς που αφορούν :
 - ✓ Ολοκληρωμένη διαχείριση ποιότητας στους τουριστικούς προορισμούς.
 - ✓ Δημιουργία label αειφορικών τουριστικών προορισμών.
 - ✓ Υιοθέτηση προτύπων ποιότητας ως προς την αναβάθμιση και προβολή της τοπικής παράδοσης και πολιτισμού.

- ✓ Προγράμματα ευαισθητοποίησης επαγγελματιών και πληθυσμού στην υποδοχή επισκεπτών.
- Προώθηση συνεργασιών μεταξύ ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, tour operators, και άλλων δραστηριοτήτων και κλάδων με σκοπό τη δημιουργία δικτύων προώθησης στην τουριστική αγορά κατά θέμα ή τουριστικό προορισμό..

ΕΝΕΡΓΕΙΑ 2.2.2. Δράσεις προβολής και προώθησης

ΠΡΑΞΗ: Ενίσχυση πολιτιστικών εκδηλώσεων.

ΠΡΑΞΗ: Ενίσχυση αθλητικών εκδηλώσεων.

ΠΡΑΞΗ: Διοργάνωση έκθεσης τοπικών παραδοσιακών προϊόντων.

ΠΡΑΞΗ: Συμμετοχή σε εκθέσεις τουρισμού.

ΠΡΑΞΗ: Σχεδιασμός και παραγωγή έντυπων μέσων προβολής.

Περιγραφή:

Η ενέργεια αυτή αφορά στην ενίσχυση τοπικών εκδηλώσεων, όπως πολιτιστικά δρώμενα, εκθέσεις, εκδηλώσεις, κ.α. Οι σημαντικότερες εκδηλώσεις που γίνονται στην Πιερία είναι το Φεστιβάλ Ολύμπου, τα Αικατερίνεια, και το Πάρκο των χρωμάτων, όπου και προβλέπεται η περαιτέρω ενίσχυση των εκδηλώσεων. Παράλληλα προτείνεται να ενισχυθούν και άλλες παρόμοιες εκδηλώσεις σε οικισμούς της Πιερίας, όπου θα περιλαμβάνονται πολιτιστικές εκδηλώσεις, ξεναγήσεις, παρουσιάσεις, σήμανση χώρων, δημιουργία εντύπων, κλπ, που θα αναδεικνύουν τον ιδιαίτερο χαρακτήρα του κάθε οικισμού και θα προβάλλουν κυρίως τα τοπικά προϊόντα, ώστε να τονωθεί η πολιτιστική ζωή των περιοχών αυτών, και να αποτελέσουν πόλους για την προσέλκυση επισκεπτών τις χρονικές περιόδους των εκδηλώσεων. Προτείνεται επίσης η συμμετοχή της Πιερίας σε εκθέσεις τουρισμού τόσο του εσωτερικού όσο και διεθνείς με την συνεργασία φορέων τοπικής ανάπτυξης (Ξενοδόχοι, Περιφέρεια κλπ). Ακόμη προτείνεται η ενίσχυση μιας σειράς άλλων εκδηλώσεων όπως αθλητικών (ορειβατικοί - ποδηλατικοί κλπ αγώνες) και πολιτιστικών (φεστιβάλ Ολύμπου, κινηματογράφου, μουσικής, θεάτρου, κλπ) γεγονότων, αλλά και η διοργάνωση εκθέσεων προβολής της τοπικής παραγωγής που θα εμπλουτίσουν το τουριστικό προϊόν της περιοχής (Εμποροβιοτεχνική, Καρίτσα).

Τέλος στα πλαίσια της προβολής αναμένεται και η σχεδίαση και εκτύπωση έντυπων (φυλλαδίων, κλπ.), τουριστικών και κλαδικών οδηγών για την πληροφόρηση των επισκεπτών της περιοχής παρέμβασης.

4.5. Χρηματοοικονομική προοπτική

Κάθε προτεινόμενος σχεδιασμός για να είναι αποτελεσματικός θα πρέπει να κινείται μέσα στο πλαίσιο του εθνικού και περιφερειακού προγραμματισμού. Αναλύεται λοιπόν παρακάτω η χρηματοδοτική προοπτική που μπορεί να έχει η περιοχή της Πιερίας μέσα από το ΕΣΠΑ, όσο και τις λοιπές δράσεις που ενισχύουν την αναπτυξιακή πολιτική, ώστε να ισχύουν τα παραπάνω στην κατάρτιση του προγράμματος.

4.5.1. Το Χρηματοδοτικό πλαίσιο του ΕΣΠΑ (2014- 2020)

Την περίοδο 2014-2020, η Ελλάδα ενισχύεται με σημαντικούς πόρους από τα Διαρθρωτικά Ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Περιφερειακής Πολιτικής. Οι πόροι αυτοί αναμένεται να δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις για υψηλότερη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη, να οδηγήσουν σε πραγματική σύγκλιση με τις υπόλοιπες οικονομίες των κρατών μελών και να συμβάλουν στην αντιμετώπιση των βασικών ελλείψεων της οικονομικής και κοινωνικής ζωής, κυρίως στους τομείς των υποδομών, της ανάπτυξης των ανθρώπινων πόρων και της παραγωγικότητας. Η στήριξη που παρέχει στην Ελλάδα η Ευρωπαϊκή Ένωση πραγματοποιείται μέσω α) του ΚΠΣ, β) των Κοινοτικών Πρωτοβουλιών και γ) του Ταμείου Συνοχής. Οι συνολικοί χρηματοδοτικοί πόροι του ΕΣΠΑ ανέρχονται σε 25,565 δις ευρώ και η συμμετοχή της Ε.Ε ανέρχεται σε 20,382 δις ευρώ (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2018; Μονάδα Οργάνωσης & Διαχείρισης, 2018).

4.5.2. Ο Αναπτυξιακός νόμος

Η χορήγηση κινήτρων σε τουριστικές επενδύσεις διέπεται από τον αναπτυξιακό Ν.4399/2016 (Εθνικό Τυπογραφείο, 2016), με τον οποίο ενισχύονται οι ιδιωτικές επενδύσεις για την οικονομική και περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας με στόχο τη βιώσιμη ανάπτυξη τη μείωση της ανεργίας και την άμβλυνση των περιφερειακών ανισοτήτων. Από την ιστοσελίδα του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης (<https://www.espa.gr/el/Pages/InvestmentLaw.aspx>) μπορεί κανείς να αντλήσει τις ειδικότερες ρυθμίσεις.

4.6. Συνάφεια με πολιτικές

Παρακάτω γίνεται συσχέτιση των προτεινόμενων δράσεων σε επίπεδο στοχοθεσίας ώστε να αποδειχθεί ότι όλα τα έργα που προτείνονται έχουν συνάφεια και συνέργια με τις πολιτικές που εφαρμόζονται τόσο σε επίπεδο ΕΕ, σε επίπεδο χώρας και σε επίπεδο Περιφέρειας, αναδεικνύοντας με τον τρόπο αυτό την ορθολογική επιλογή των προτεινόμενων ενεργειών. Έτσι λοιπόν γίνεται φανερό ότι όλο το Σχέδιο έχει διαρθρωθεί ώστε να είναι συμβατό με το πλαίσιο των πολιτικών που αναπτύσσονται και για αυτό μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις ευελιξίας όταν αυτό καταστεί απαραίτητο (π.χ. προσκλήσεις για χρηματοδότηση έργων του Σχεδίου). Συγκεκριμένα, το Σχέδιο έχει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Περιλαμβάνει δράσεις που εναρμονίζονται με την πολιτική της ΕΕ για την ανταγωνιστικότητα των περιφερειών και ιδιαίτερα: την υιοθέτηση δράσεων που σχετίζονται με τη δημιουργία υποδομών υψηλής ποιότητας περιβάλλοντος, τη στήριξη των επιχειρήσεων, την αξιοποίηση του ενδογενούς δυναμικού των περιοχών, που έχουν συγκριτικό πλεονέκτημα για την σύζευξη τουρισμού και πολιτισμού, την ενίσχυση δράσεων στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας και της “ΚτΠ”.
- Η προσέγγιση για την αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού βασίζεται στην ευρωπαϊκή στρατηγική για την απασχόληση και την ενίσχυση της θέσης των γυναικών στην αγορά εργασίας.

4.6.1. Βαθμός εναρμόνισης με στόχους-προτεραιότητες του ΕΣΠΑ

Το ΕΣΠΑ σχεδιάστηκε με ορίζοντα τις ανάγκες της ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας του 2020. Ο σχεδιασμός έλαβε υπόψη τα κρίσιμα ζητήματα και τις προκλήσεις που θα έχουν διαμορφωθεί, την ανάγκη ολοκλήρωσης των στόχων που προωθήθηκαν από το Γ' ΚΠΣ και τις αναγκαίες ισορροπίες στις οικονομικές και κοινωνικές επιλογές, έτσι ώστε να υπάρχει όσο γίνεται μεγαλύτερη αντιστοιχία μεταξύ σχεδιαζόμενων δράσεων και προτεραιοτήτων της νέας προγραμματικής περιόδου. *Ο βασικός στόχος του ΕΣΠΑ ήταν η συνέχιση και η μεγαλύτερη ενίσχυση των πολιτικών για την πραγματική σύγκλιση, την περιφερειακή ανάπτυξη, και την κοινωνική συνοχή.* (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2018).

Στο πλαίσιο αυτό το ΕΣΠΑ αποδίδει ιδιαίτερη έμφαση:

1. Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και εξωστρέφειας των επιχειρήσεων, μετάβαση στην ποιοτική επιχειρηματικότητα με αιχμή την καινοτομία και αύξηση της εγχώριας προστιθέμενης αξίας
2. Ανάπτυξη και αξιοποίηση ικανοτήτων ανθρώπινου δυναμικού – ενεργός κοινωνική ενσωμάτωση
3. Προστασία του περιβάλλοντος – Μετάβαση σε μία οικονομία φιλική στο περιβάλλον
4. Ανάπτυξη – εκσυγχρονισμός – ολοκλήρωση υποδομών για την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη.
5. Βελτίωση της θεσμικής επάρκειας και της αποτελεσματικότητας της δημόσιας διοίκησης και της τοπικής αυτοδιοίκησης.

Αναφορικά με τον σχεδιασμό και την εφαρμογή του τοπικού Στρατηγικού Σχεδίου το μερικό σύνολο των επιμέρους δράσεων του εντάσσεται στο ενιαίο σύνολο κατευθύνσεων που τίθενται στους στόχους του ΕΣΠΑ καθώς:

- Ενισχύει την απασχόληση μέσα από ενέργειες ανάπτυξης της τουριστικής και πολιτιστικής δράσης και μέσα από υποδομές που διευκολύνουν την υλοποίηση κοινωνικών δράσεων αλλά και μέσω της ενίσχυσης της κατάρτισης και εκπαίδευσης για την βελτίωση του ανθρώπινου δυναμικού και την ανάδειξη των ίσων ευκαιριών.

- Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και παραγωγικότητας υλοποιείται ως στόχος με συγκεκριμένες δράσεις ανάπτυξης των ιδιωτικών επενδύσεων αλλά και μέσα από την αντίστοιχη ενίσχυσή τους από πλευράς των δημοσίων υποδομών,
- Ενσωματώνει τις νέες τεχνολογίες και την πληροφορική καθώς προβάλλει την αναγκαιότητα ύπαρξης τέτοιων δράσεων συμπληρωματικών και παράλληλων με τις λοιπές επενδύσεις,
- Συμβάλει στην προστασία του οικιστικού περιβάλλοντος μέσα από μέτρα και ενέργειες προστασίας και ανάδειξής του και διασφαλίζει την αειφόρο αξιοποίηση των πόρων της περιοχής,
- Αναδεικνύει και προβάλλει το πολιτιστικό απόθεμα της περιοχής με ειδικές δράσεις αναφορικά με την αξιοποίηση της πλούσιας πολιτιστικής της κληρονομιάς,
- Κινητοποιεί τον ιδιωτικό τομέα αφού μέσα από δράσεις ενίσχυσης των ιδιωτικών επενδύσεων μπορεί να προσελκύσει κεφάλαια ιδιωτών τα οποία θα βοηθήσουν στην υλοποίηση των προτεινόμενων δράσεων.

4.6.2. Βαθμός εναρμόνισης με το ΠΕΠ Κεντρικής Μακεδονίας

Το προτεινόμενο σχέδιο το οποίο προκύπτει μέσα από την ανάλυση των στόχων αλλά και των προτεινόμενων πράξεων στις παραπάνω ενότητες είναι εναρμονισμένο με το ΠΕΠ (Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, 2018), ύψους 1,009 δις ευρώ και ειδικότερα με τους άξονες του προγράμματος οι οποίοι είναι οι εξής:

- Έρευνας, τεχνολογικής ανάπτυξης και καινοτομίας.
- Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνίας.
- Ανταγωνιστικότητας μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
- Μετάβασης προς μια οικονομία χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα.
- Προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή, πρόληψης και διαχείρισης κινδύνων.
- Προστασίας του περιβάλλοντος και αποδοτικότητας των πόρων.
- Βιώσιμων μεταφορών και υποδομών δικτύων.
- Απασχόλησης και κινητικότητας του εργατικού δυναμικού.

- Κοινωνικής ένταξης και καταπολέμησης της φτώχειας (ΕΤΠΑ, ΕΚΤ).
- Εκπαίδευσης, κατάρτισης και διά βίου μάθησης.

Οι στόχοι αυτοί ενσωματώνονται στον σχεδιασμό του παρόντος Στρατηγικού σχεδίου μέσα από την παρουσίαση των δύο αξόνων του σχεδίου, αλλά και από τον προγραμματισμό όλων των μέτρων του σχεδίου, αφού ενισχύουν δράσεις ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας, προστασίας του περιβάλλοντος και ανάδειξης των πλούσιων φυσικών και πολιτιστικών πλεονεκτημάτων της Πιερίας, προσπαθούν να μειώσουν τις ανισότητες και να αυξήσουν την απασχόληση και αναφέρονται σε δράσεις με έμφαση στην ανάδειξη των Πιερίων και του Ολύμπου.

vi Συμπεράσματα & Προτάσεις

Ο τουρισμός στην Πιερία βρίσκεται στη φάση του μααρασμού (stagnation) και χρειάζεται να απαντήσει στην πρόκληση του ανταγωνισμού με ένα στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης EMT με ποιότητα, ώστε να περάσει στη φάση αναζωογόνησης.

Τόσο στο κράτος και την Περιφέρεια, όσο και στους φορείς έχουν γίνει αντιληπτά τα οφέλη που προκύπτουν από τη συνεργασία των φορέων, οι οποίοι συσπειρώνονται για την επίτευξη ενός κοινού σκοπού, του **στρατηγικού σχεδιασμού ανάπτυξης EMT**, αλλά και της **τουριστικής προβολής** και ανάπτυξης της Πιερίας. Επιπλέον, έχει γίνει αντιληπτή η ανάγκη της αποκέντρωσης της τουριστικής πολιτικής, η οποία υλοποιείται αποτελεσματικότερα από φορείς που γνωρίζουν τις ιδιαιτερότητες, τις δυνατότητες και τις αδυναμίες του τόπου τους.

Τα πεδία συνύπαρξης και συνεργασίας είναι πολλά και πολυεπίπεδα αρκεί να συμφωνήσουν όλοι οι φορείς σε ένα πλαίσιο συνεργασίας όπου θα ομογενοποιούνται τα συγκρουόμενα συμφέροντα στο κοινό συμφέρον. Στόχος είναι ένας μακροχρόνιος σχεδιασμός τουριστικής ανάπτυξης EMT για να γίνει ελκυστικός προορισμός η Πιερία που θα είναι προσοδοφόρος για όλους.

Ο μακροχρόνιος προγραμματισμός απαιτεί σχεδιασμό ποιοτικής αναβάθμισης των υποδομών, δημιουργία νέων προορισμών EMT, πιστοποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών, δημιουργία τοπικού συστήματος πιστοποίησης ποιότητας, και κατασκευή νέων πεντάστερων μονάδων για τουρισμό ΑμΕΑ και ευεξίας στο παράλιο μέτωπο της Ολυμπιακής Ακτής (**Χάρτης 6 στο Παράρτημα**). Σε βραχυχρόνιο επίπεδο, θα πρέπει να βελτιωθεί η προσπελασιμότητα στην ενδοχώρα, η αξιοποίηση του επιστημονικού δυναμικού της περιοχής, η ανάδειξη των πλούσιων πολιτιστικών χώρων και μνημείων, η εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, η σύνδεση με την τοπική ποιοτική παραγωγή επωνύμων πιστοποιημένων αγαθών (*γεωργικά και κτηνοτροφικά προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ, υλικά, εργασία, πολιτιστικά αγαθά, υπηρεσίες καθαριότητας, βιοτεχνικά αγαθά, είδη άρτου και ζαχαροπλαστικής, κτλ*), αλλά κυρίως θα πρέπει να σχεδιασθούν και να πραγματοποιηθούν προγράμματα προβολής και διαφήμισης όλων των μορφών τουρισμού και να αξιοποιηθούν οι νέες τεχνολογίες κατά το πρότυπο του Buhalis (2000) και των Zhang, Gordon, Buhalis, and Ding, (2018). Ειδικά σε ότι αφορά της περίπτωση της Πιερίας και με κεντρικό σημείο αναφοράς το brand name «ΟΛΥΜΠΙΟΣ» και την ιδιαίτερη φυσιογνωμία του ως παγκόσμιο

απόθεμα βιόσφαιρας της ΟΥΝΕΣΚΟ, δεν επιτρέπεται η ανάπτυξη του τουρισμού με τη γνωστή μαζική μορφή του όπως γινόταν μέχρι τώρα για αρκετές δεκαετίες. Αντίθετα οι ήπιες μορφές ανάπτυξης με αειφόρο κατεύθυνση οι οποίες θα αξιοποιούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Πιερίας, 2006), θα ελέγχουν και θα ενθαρρύνουν την ορθολογική διαχείριση όλων των πόρων του Ολύμπου. Ο σχεδιασμός πρέπει να συμπεριλαμβάνει σε κάθε δράση και μέτρο, την βιώσιμη τουριστική κατεύθυνση που θα βασίζεται:

- Στην καθιέρωση ως πρωτευνόντων στόχων: τη διατήρηση του τουριστικού προορισμού και τη βιωσιμότητα του τοπικού συστήματος γενικότερα.
- Στην υιοθέτηση περιβαλλοντικά φιλικής δεοντολογίας και κανόνων που θα εφαρμόζονται από όλους ανεξαιρέτως τους εμπλεκόμενους, τουρίστες, κατοίκους και απασχολούμενους με την οικονομία της περιοχής.
- Στην διατήρηση του μυθικού Ιστορικού και Αρχαιολογικού πλούτου του Ολύμπου.
- Στην διατήρηση της βιοποικιλότητας της περιοχής.
- Στην εναρμόνιση του τουρισμού με το φυσικό, πολιτιστικό και ανθρώπινο περιβάλλον.
- Στην διεύρυνση των ευκαιριών για τις τοπικές κοινωνίες και την τοπική οικονομία.
- Στην αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών ενέργειας από τις επιχειρήσεις και τις κατοικίες.
- Στην προώθηση τεχνολογιών και συστημάτων διαχείρισης που δεν θα επιβαρύνουν το περιβάλλον.
- Στη δημιουργία υποδομών πρόσβασης στην ενδοχώρα.

Κάποιες ειδικές μορφές τουριστικής ανάπτυξης που θα μπορούσαν, να εφαρμοσθούν με επιτυχία **στις παρολύμπιες περιοχές (φωτογραφίες 1-20 στο Παράρτημα)** θα ήταν: ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο οινοτουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, ο ορεινός τουρισμός, ο περιηγητικός τουρισμός, ο τουρισμός περιπέτειας, ο εκπαιδευτικός, ο πολιτιστικός, και ο θρησκευτικός τουρισμός, χωρίς να αποκλείεται η χρήση και άλλων εναλλακτικών μορφών.

Μεταξύ των μορφών αυτών μπορεί να υπάρχει μια τέτοια λειτουργική διασύνδεση ώστε να παράγεται ως αποτέλεσμα η δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος που: θα είναι δυναμικό και συγκροτημένο, θα έχει βιώσιμα χαρακτηριστικά, θα λειτουργεί με

μακροπρόθεσμη προοπτική ανάπτυξης και θα αποτελεί τμήμα ενός συνολικότερου σχεδίου που θα περιλαμβάνει ελεγχόμενη ανάπτυξη δραστηριοτήτων, παρακολούθηση της προστασίας της φύσης και λήψη των προληπτικών εκείνων μέτρων που θα αποτρέπουν οποιεσδήποτε αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον. Αυτό θα αποτελούσε και το επόμενο βήμα ενός Σχεδίου αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης στην ευρύτερη περιοχή του Ολύμπου.

Η μορφολογία του εδάφους, τα πολιτιστικά στοιχεία, η ποικιλία πανίδας και χλωρίδας, δημιουργούν τις κατάλληλες προϋποθέσεις ώστε να αποτελεί η περιοχή σημαντικό πόλο έλξης, με τον όρο ότι θα δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στην φέρουσα ικανότητα των κατά τόπους, φυσικών πόρων, ώστε να αποφευχθεί η χωρική και χρονική υπερσυγκέντρωση (διαχείριση ροής επισκεπτών), και στην ενθάρρυνση ανάπτυξης ελεγχόμενων ήπιων δραστηριοτήτων.

Όσον αφορά τις εγκαταστάσεις και χώρους διαμονής, εστίασης και αναψυχής (ξενοδοχεία, ξενώνες, δωμάτια σε αγροικίες, εστιατόρια, ταβέρνες, εταιρείες δραστηριοτήτων περιπέτειας, κλπ), επιβάλλεται πέραν από τους ποιοτικούς και ποσοτικούς στόχους που πρέπει να τεθούν από τις ίδιες τις επιχειρήσεις, να προωθείται η ενημέρωση του κοινού, να διασφαλίζεται η υψηλή ποιότητα φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος και να επιδιώκεται η συνεχής βελτίωση της περιβαλλοντικής επίδοσης.

Και τέλος η ύπαρξη ενός κατάλληλου θεσμικού πλαισίου και ενός ισχυρού ελεγκτικού μηχανισμού που θα εγγυάται την τήρηση της υφιστάμενης νομοθεσίας για το περιβάλλον, η ύπαρξη δομικών έργων υποδομής για καλύτερη διαχείριση της ανάπτυξης, η ύπαρξη επιτροπών και φορέων με μέλη τόσο από τη τοπική κοινωνία όσο και κατάλληλο επιστημονικό προσωπικό που θα ολοκληρώνουν και θα ωθούν στην αναγέννηση ακόμα και των κατεστραμμένων από πυρκαγιές η άλλες αιτίες περιοχών του Ολύμπου.

Όλα τα παραπάνω πιστεύεται ότι θα αποδώσουν, αν δημιουργηθούν οι αναγκαίες υποδομές κυρίως στην ασφαλή πρόσβαση και με ειδικά ναυλωμένα δημόσια μέσα μεταφοράς τουλάχιστον τους καλοκαιρινούς μήνες ώστε να δίνεται η δυνατότητα του ταξιδιού κυρίως στους ξένους επισκέπτες γύρω από τον Όλυμπο και να δείχνει η κάθε περιοχή τη δική της ταυτότητα. Έτσι η τουριστική αγορά του Ολύμπου θα αποκτήσει μεγαλύτερο μερίδιο και αξία και δεν θα αμφισβητείται.

Για παράδειγμα σε μια περιοχή όπως η Πιερία δυνητικές ευκαιρίες μπορεί να είναι:

- Η ανάπτυξη EMT όπως ο Μορφωτικός-Πολιτιστικός τουρισμός, ο Ορεινός τουρισμός (περιηγητικός, άθλησης, περιπέτειας), ο Οικοτουρισμός, ο Αγροτουρισμός, ο Οινοτουρισμός και ο Θρησκευτικός.
- Η Προβολή των EMT της Πιερίας σε όλες τις ευρωπαϊκές και ειδικά στις βαλκανικές χώρες μέσω του internet & των Social Media.
- Η Εστίαση σε τοπικές γεύσεις και προϊόντα.
- Πρωινό με βιολογικά προϊόντα.
- Προώθηση και αγορά τοπικών προϊόντων μέσω QR code system (QR code, 2018).

Οι τουριστικές επιχειρήσεις της Πιερίας στην συντριπτική τους πλειοψηφία είναι μικρές και όχι ικανές να δημιουργήσουν και να αξιοποιήσουν οικονομίες κλίμακας έτσι ώστε να βελτιώσουν την ανταγωνιστική τους θέση.

Εν ολίγοις, το μικρό μέγεθος πολλών τουριστικών επιχειρήσεων εμποδίζει τις επενδύσεις σε υλικά (μηχανολογικό εξοπλισμό, σύστημα ηλεκτρονικών κρατήσεων, αξιοποίηση αιολικής και ηλιακής ενέργειας, βιολογικοί καθαρισμοί, πλυντήρια, τηλεπικοινωνιακός εξοπλισμός, εκσυγχρονισμός συστημάτων πυρόσβεσης πυροπροστασίας κλπ) και άυλα αγαθά (branding, πιστοποίηση, απόκτησης τεχνογνωσίας, προώθηση πωλήσεων, διαφήμιση, συμμετοχή σε εκθέσεις κλπ), με αποτέλεσμα να επιδεινώνεται η ανταγωνιστική τους θέση.

Η αντιμετώπιση των υστερήσεων που αντιμετωπίζουν οι μεμονωμένες μικρές επιχειρήσεις επιτυγχάνεται ευκολότερα μέσα από «συλλογικές» δράσεις. Πολλές μαζί οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να επιτύχουν καλά αποτελέσματα. Η ομαδοποίηση των μικρών επιχειρήσεων (clustering), η ομαδική προσπάθεια απέναντι στα προβλήματα, το μοίρασμα του κόστους για την επίτευξη του κοινού στόχου, φαίνεται ότι μπορεί να αποδώσει. Οι μικρές τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν και οφείλουν να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους μέσα από τη δημιουργία ομάδων/συστάδων/(Cluster). Το ζητούμενο σε αυτές τις περιπτώσεις βέβαια είναι το πώς, με ποια κριτήρια, με ποια κίνητρα και με τη πρωτοβουλία τίνος θα διερευνηθούν οι δυνατότητες clustering μεταξύ των μικρών τουριστικών επιχειρήσεων της Πιερίας.

Το ρόλο αυτό μπορούν να αναλάβουν οι πλέον αντιπροσωπευτικοί συλλογικοί φορείς της περιοχής όπως το Επιμελητήριο Πιερίας και ο ΠΟΤΑΠ.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

Αλεμπάκη, Μ. (2012). *Διερεύνηση παραγόντων που διαμορφώνουν την ανάπτυξη του Οινικού Τουρισμού*. Διδακτορική διατριβή. Θεσσαλονίκη ΑΠΘ.

Αλεμπάκη, Μ. (2014). *Αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης της οινοτουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα*. Αδημοσίευτη μελέτη που εκπονήθηκε στο πλαίσιο του έργου ΑΓΡΟΕΤΑΚ με τίτλο: «Οι Δρόμοι του Κρασιού στη Σκιά της Οικονομικής Κρίσης: Ενισχύοντας την Επανατακτικότητα (Resilience) του Οινοτουρισμού». *Παραδοτέα Δεκεμβρίου 2014*, ΕΛΓΟ Δήμητρα, Αθήνα.

Αλεμπάκη, Μ. (2016). Οινοτουρισμός: Ιστορική εξέλιξη, θεωρητικό πλαίσιο και σύγχρονες ερευνητικές τάσεις. Στο: Λύτρας, Π. & Τσαρτας, Π. (2016). *Συλλογικός Τόμος - Επιτομή του Ελληνικού Τουρισμού «Βιβλιοθήκη Τουριστικών Επιστημών»*, Αθήνα: Παπαζήση.

Αλεμπάκη, Μ. (2017). *Οινοτουρισμός: Ιστορική εξέλιξη, θεωρητικό πλαίσιο και σύγχρονες ερευνητικές τάσεις*. Κεφάλαιο για το Συλλογικό Τόμο: Τσαρτας, Π. & Λύτρας, Π. (2017, επιμ.). *Τουρισμός, Τουριστική Ανάπτυξη: Συμβολές Ελλήνων Επιστημόνων*. Βιβλιοθήκη Τουριστικών Επιστημών. (σελ. 313-320). Αθήνα: Παπαζήση,

Αλεξανδρής, Κ. (2018). *Διοίκηση Αθλητικού Τουρισμού*. Θεσσαλονίκη: Αφοι Κυριακίδη.

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

Αποστολόπουλος, Κ., Σδράλη Δ. (2009). *Εναλλακτικός και Ήπιος Τουρισμός Υπαίθρου*. Θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές. Αθήνα: Ελληνοεκδοτική.

Βακαλόπουλος Α. (1972). *Τα κάστρα του Πλαταμώνα και της Ωριάς Τεμπών και ο τεκές του Χασάν Μπαμπά*. Θεσσαλονίκη 1972.

Βαρβαρέσος, Σ. (1999). *Τουριστική Ανάπτυξη & Διοικητική Αποκέντρωση*, Αθήνα: Προπομπός.

Βαρβαρέσος Σ. Σωτηριάδης Μ. (2002). Τουρισμός και Αναπτυξιακός σχεδιασμός: Δύο εμπειρίες στον ελλαδικό χώρο, Νομοί Ηρακλείου και Λευκάδας. *Journal Ειδικά θέματα*, Τόμος 3(4), σελ. 7-29.

Βαρβαρέσος, Σ. (1998). *Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές, η ελληνική πραγματικότητα*, Αθήνα: Προπομπός.

Βελισσαρίου, Ε. (2000). *Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων*. Τόμος Δ, Πάτρα ΕΑΠ.

Βελισσαρίου, Ε. (2000b). *Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών μορφών τουρισμού*. Πάτρα: Ε.Α.Π.

Γκιόσος Ι., Παπαδημητρίου Δ., Συναδινός Π. (2000). *Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Τόμος ΣΤ, Πάτρα: ΕΑΠ.

Δήμος Κατερίνης. (2017). *Στρατηγική Αστικής Ανάπτυξης*. Κατερίνη.

Δήμος Κατερίνης. (2017b). *Στρατηγική Αστικής Ανάπτυξης Β στάδιο*. Κατερίνη.

Δήμος Κατερίνης. (2018). *Πολεοδόμηση Πολεοδομικής Ενότητας Ολυμπιακής Ακτής Δήμου Κατερίνης*. Κατερίνη.

Διεύθυνση Αγροτικής Ανάπτυξης Περιφερειακής Ενότητας Πιερίας. (2017). *Στοιχεία οινοτουριστικών επιχειρήσεων Πιερίας*. Κατερίνη.

Εθνικό Τυπογραφείο. (1938). *Διάταγμα περί ιδρύσεως Εθνικού Δρυμού Ολύμπου*. ΦΕΚ. (Τόμ. Α, Αρ. 248). Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.

Εθνικό Τυπογραφείο. (1985). Υπουργική απόφαση περί έγκριση Κανονισμού Εθνικού Δρυμού Ολύμπου. *ΦΕΚ*. (Τόμ. Β, Αρ. 467). Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.

Εθνικό Τυπογραφείο. (2005). ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 3409. Καταδύσεις αναψυχής και άλλες διατάξεις. *ΦΕΚ*. (Τόμ. Α, Αρ. 273). Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.

Εθνικό Τυπογραφείο. (2006). ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 3498 Ανάπτυξη ιαματικού τουρισμού και λοιπές διατάξεις. *ΦΕΚ*. (Τόμ. Α, Αρ. 230). Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.

Εθνικό Τυπογραφείο. (2008). Αναγνώριση Τοπικού Οίνου Πιερίας. *ΦΕΚ*. (Τόμ. Β, Αρ. 1086). Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.

Εθνικό Τυπογραφείο. (2014). 4296 Κύρωση της από 30.12.2013 Σύμβασης μεταξύ του Ελληνικού Δημοσίου και των εταιρειών..., άρθρο 10 "Καταδυτικά πάρκα". *ΦΕΚ*. (Τόμ. Α, Αρ. 214). Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.

Εθνικό Τυπογραφείο. (2014). ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 4276 Απλούστευση διαδικασιών λειτουργίας τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστικών υποδομών, ειδικές μορφές τουρισμού και άλλες διατάξεις. *ΦΕΚ*. (Τόμ. Α, Αρ. 155). Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.

Εθνικό Τυπογραφείο (2016). ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 4399. Θεσμικό πλαίσιο για τη σύσταση καθεστώτων Ενισχύσεων Ιδιωτικών Επενδύσεων για την περιφερειακή και οικονομική ανάπτυξη της χώρας – Σύσταση Αναπτυξιακού Συμβουλίου και άλλες διατάξεις. *ΦΕΚ* (Τομ. Α, αρ.117). Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.

Εθνικό Τυπογραφείο. (2016). ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ. 4442 Νέο θεσμικό πλαίσιο για την άσκηση οικονομικής δραστηριότητας και άλλες διατάξεις. *ΦΕΚ*. (Τόμ. Α, Αρ. 230). Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.

Εθνικό Τυπογραφείο. (2017). Υπουργική απόφαση. *Πλαίσιο υλοποίησης υπομέτρου 19.2, του μέτρου 19, Τοπική Ανάπτυξη με Πρωτοβουλία Τοπικών Κοινοτήτων, (ΤΑΠΤοΚ) του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης 2014-2020, για παρεμβάσεις Ιδιωτικού χαρακτήρα και λοιπές διατάξεις εφαρμογής των τοπικών προγραμμάτων..* (Τόμ. Β, Αρ. 4268). Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.

Επιμελητήριο Πιερίας (2015). Οικονομικό και παραγωγικό προφίλ της Πιερίας. Κατερίνη: Επιμελητήριο Πιερίας.

Επιμελητήριο Πιερίας. (2016). *Οικονομικό παραγωγικό προφίλ της Πιερίας*. Κατερίνη: Επιμελητήριο Πιερίας.

Ευθυμιάτου - Πουλάκου, Α. (1994). *Τουριστικό Δίκαιο*, Αθήνα- Κομοτηνή: Σάκκουλα.

Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας Π. (1999) Εισαγωγή στον τουρισμό, Αθήνα: Interbooks.

Ηγουμενάκης, Ν. (1991) Τουριστική Οικονομία. Τόμος Α, Αθήνα: Interbooks.

Ηγουμενάκης, Ν. (1999). Τουριστικό μάρκετινγκ, Αθήνα: Interbooks.

Ιερά σύνοδος της εκκλησίας της Ελλάδος (2017). Πρακτικά Β' Πανελληνίου συνεδρίου προσκυνηματικών περιηγήσεων. Πιερία 25-26/11/2016. Κατερίνη.

INSETE (2015). Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος & Οδικός Χάρτης 2015-2020.

Ιωάννου, Γ. (2005). *Διοίκηση Παραγωγής και υπηρεσιών*. Αθήνα: Σταμούλη.

Καζταρίδης Ι. (2002). Η Μακεδονία κατά την τουρκοκρατία. *Η Πιερία των περιηγητών και των γεωγράφων*. Κατερίνη: Κατερίνη.

Κανελλόπουλος, Χ. (1990). *Μάνατζμεντ αποτελεσματική διοίκηση*. 3η έκδοση, Αθήνα: International Publishing.

Καραβίτης, Ν. Κ, & Παπαγεωργίου, Ν. Α. (2007). Επαγγελματικός τουρισμός - εκθέσεων, κινήτρων, επιχειρηματικών ταξιδιών - Οργάνωση Συνεδρίων. Αθήνα: Interbooks.

Καρυπίδης Α. (2001) Αποτίμηση της τεχνολογίας και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη-Η περίπτωση του χιονοδρομικού κέντρου Ελατοχωρίου στο νομό Πιερίας. Θεσσαλονίκη: ΑΠΘ.

Καφούρος Β. (2015). *Προτάσεις για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα*. Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα.

Κιλιπίρης, Φ. (2006) *Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη στις Μικρομεσαίες Τουριστικές Επιχειρήσεις (Ξενοδοχεία - Ταξιδιωτικά Γραφεία)*. Διδακτορική διατριβή, Θεσσαλονίκη: Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.

Κοκκώσης, Χ. Τσάρτας, Π. (1999). *Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό*, Πάτρα: ΕΑΠ.

Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π. (2001). *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Κριτική.

Κοκκώσης,, Χ. Τσάρτας, Π. Γκρίμπα, Ε. (2011). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ζήτηση και προφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. Αθήνα: Κριτική.

Κομίλης, Π. Βαγιονής, Ν. (1999). *Τουριστικός σχεδιασμός. Μέθοδοι και πρακτικές αξιολόγησης*. Αθήνα: Προπομπός.

Κότλερ, Φ. (2001). *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ Μανατζμεντ*. Αθήνα: Γκιούρδας.

Κουτούζης, Μ. (1999). *Γενικές Αρχές Μάνατζμεντ*. Πάτρα: Ε.Α.Π.

Λαγός, Δ. (2005). *Τουριστική Οικονομική*. Αθήνα: Κριτική.

Λιναρδάτου, Χ. (2011). *Πολιτιστικός Τουρισμός - Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. Αθήνα: ΙΔΕΚΕ.

Λοβέρδου-Τσιγαρίδα Α. (2006). *Το κάστρο του Πλαταμώνα*. Εκδότης: Υπουργείο Πολιτισμού. Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων Αθήνα.

Μανωλαράκη, Κ. (2005). Το κοινό "εναλλάσει" τις προτιμήσεις του. *Τουριστική αγορά*, 186, σελ. 55-73.

- Μανώλογλου, Ε. (1993). *Εγχειρίδιο Αγροτουρισμού*. ΕΟΤ Αθήνα.
- Μοίρα, Π. (1998). Η προστασία της Ναυτικής Κληρονομιάς και η ανάδειξή της ως πολιτιστικού αγαθού. *Ναυτική Επιθεώρηση*, τ. 513, τομ. 149.
- Μπέσιος, Μ. (2013). *Γράμματα από το Υπόγειο. Γραφή στη Μεθώνη Πιερίας. Μεθώνη Πιερίας*. Υπουργείο Πολιτισμού. Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης. Θεσσαλονίκη 2013.
- Μυλωνόπουλος, Δ., Μοίρα, Π. (2005). *Θαλάσσιος Τουρισμός*. Αθήνα: Interbooks.
- Νέλλα, Α. (2012). *Επιπτώσεις του "Τουρισμού Εμπειρίας Καταναλωτών" (Consumer Experience Tourism) στην καταναλωτική συμπεριφορά και στη στρατηγική μάρκετινγκ: εμπειρική διερεύνηση στον κλάδο οινοτουρισμού*. Διδακτορική διατριβή. Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- NETΠ - Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής Πιερίας (2007). *Ταξιδιωτικός οδηγός: Πιερία Ακτές Ολύμπου- Olympus Riviera PIERIA GREECE*. Θεσσαλονίκη: Ζαρζώνη.
- Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Πιερίας (2006). *Μελέτη οργάνωσης εκθεσιακού χώρου Κέντρου Πληροφόρησης Εθνικού Δρυμού Ολύμπου*. Θεσσαλονίκη 2006.
- Ο.Π.Π.Α.Π. (Οργανισμός Παιδείας Πολιτισμού Αθλητισμού και Πρόνοιας) (Ο.Π.Π.Α.Π. (2014).
- Παλισίδης, Γ., Μπόσκου Γ. (2014). *Νέα διατροφικά και γαστρονομικά πρότυπα*, Αθήνα: ΓΣΕΒΒΕ-Ι.Μ.Ε. (Ινστιτούτο Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων).
- Παυλόπουλος, Π. (2001). *Ο Χειμερινός τουρισμός στην Ελλάδα*. Ι.Τ.Ε.Π.
- Πολύζος, Σ. (2015). *Αστική Ανάπτυξη*. Αθήνα: Κριτική.
- Σαμαράς Ν. (2001) *Αστικός Τουρισμός στη Λάρισα*. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας ΤΜΧΠΑ. Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης.

- ΣΕΤΕ, (2009). *Η Γαστρονομία στον ελληνικό τουρισμό*, Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
- Σιώμοκος, Γ. (2004). *Στρατηγικό Μάρκετινγκ*, Β Έκδοση, Αθήνα: Σταμούλης.
- Σκούφας, Γ. (2018). *Τουρισμός Υποβρύχιων Δραστηριοτήτων*. Σημειώσεις ΜΠΣ Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών. ΑΤΕΙΘ 2018.
- Σφακιανάκης Μ. (2000). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*, Αθήνα: Έλλην.
- Σφακιανάκης, Μ. (2012). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. Αθήνα: Interbooks.
- Τσάρτας, Π. (1996). *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στο τουρισμό*. Αθήνα: Εξάντας.
- Τσάρτας, Π. (1999). *Τουριστική ανάπτυξη. Χαρακτηριστικά και Πρότυπα*, στο Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. (έκδοση Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό), Πάτρα ΕΑΠ.
- Τσάρτας, Π., Μανώλογλου Ε., Μάρκου Α. (2001). *Ποιοτικά χαρακτηριστικά και τάσεις ζήτησης εσωτερικού τουρισμού*. Αθήνα: Εθνικό Κέντρο κοινωνικών Ερευνών.
- Φαρσάρη, Ι. (2009). «Εννοιολογικές προσεγγίσεις» στο Σωτηριάδης, Μ. Φαρσάρη, Ι. (2009) *Εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού-σχεδιασμός management και marketing*. Αθήνα: Interbooks, 37-52.
- Φαρσάρη, Ι., Σωτηριάδης, Μ. (2009). *Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού. Σχεδιασμός, Μανατζμεντ & Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Interbooks.
- Χατζηνικολάου, Ελ. (1999). *Τουριστική Νομοθεσία*, Πάτρα: Ε.Α.Π.
- Ψύλλα, Μ. (1998) Κοινωνία του ήχου και της εικόνας. Συνέπειες στο επικοινωνιακό και ιδεολογικό-πολιτικό πεδίο. *Περιοδικό Πρόταση*, Τ. (4), σελ. 265-276.

Ξενογλώσση

Atach-Rosch, I. (1984). *Public Planning for Tourism: A General Method for Establishing Economic, Environmental, Social and Administrative Criteria*. PhD thesis. Washington: University of Washington.

Apostolopoulos, Y. & Sonmez, S. (1999). *From Farmers and Shepherds to Shopkeepers and Hoteliers: Constituency- differentiated Experiences of Endogenous Tourism in the Greek Island of Zakynthos*, *International Journal of Tourism Research*, Volume 1, pp.413-427.

Baidal, J. (2004). Tourism planning in Spain-Evolution and Perspectives. *Annals of Tourism Research*, Vol 31, No 2, pp. 313-333, Oxford, Pergamon Press.

Barrows, D. (1979). *Planning in the ministry of industry and tourism*, *Long Range Planning*, Volume 12, Issue 6, pp. 37-42.

Bianchini, F. (1993). *Remaking Euroean Cities: The role of cultural policies*, in Bianchini, F. and Parkinson, M. (eds): *Cultural policy and urban regeneration. The West European experience*. Manchester: University Press.

Bramwell, B. & Rawding, L. (1996). *Tourism marketing images of industrial cities*, *Annals of Tourism Research*, Volume 23, Issue 1, pp. 201-221.

Brownlie, D.T. (1994), "Strategy planning and management", στο Witt, S.F. and Moutinho, L. (eds), *Tourism Marketing and Management Handbook*, Hemel Hempstead: Prentice Hall, pp. 159-169.

Bruoni, G. & Rossi, A. (2000). Synergy and coherence through collective action: some insights from wine routes in Tuscany. *Sociologia Ruralis. Journal of the European Society for Rural Sociology*: 40(4): 409-423.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future, *Tourism Management*, Vol. 21 No. 1, pp. 97-116.

Butler, R. (2006). *The tourism area life cycle* vol. 2, Clevedon: Channel View Publications.

Butler, R.W., (2006). *The Tourism Area Life Cycle. Applications and modifications*. Tonawanda, NY: Channel View

Butler, R.W., (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources, *The Canadian geographer*, 24 (1), pp.5-12.

Butler, R. (1993). An Evolutionary Perspective. In Nelson, J. Butler, R. and Wall G. (Eds.) *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*, Waterloo: University of Waterloo.

Bushell, R., (1998). *The Health of the Host Community in Sustainable Tourism Planning*. Hawkesbury: University of Western Sydney.

Carlsen, J. (Ιανουάριος 2004). A Review of Global Wine Tourism Research. *Journal of Wine Research*. 15(1):5-13.

Coccosis, H. (1996). «Tourism and sustainability: Perspectives and Implications», στο Priestley, G. Edwards, J. Coccosis, H. (Eds.) *Sustainable tourism? European experiences*, Wallingford, Oxon: CAB International.

Collins, A. (1999). *Tourism development and natural capital*, Annals of Tourism Research, Volume 26, Issue 1, pp. 98-109.

Cros, H. (2001). *A new model to assist in planning for sustainable cultural heritage tourism*, International Journal of Tourism Research, Volume 3, pp. 165- 170.

Dredge, D. (2006). *Policy networks and the local organisation of tourism*, Tourism Management, Volume 27, Issue 2, pp. 269-280.

Dodds, R. & Butler, R. (2010). Barriers to Implementing Sustainable Tourism Policy in Mass Tourism Destinations. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*. 5(1):35-53.

Doswell, R. (1997). *Tourism, How effective management makes the difference*, Oxford: Butterworth-Heinemann, pp. 21-23 και 191-199.

Drucker, P., F. (1946). *Concept of the Corporation*. New York, The John Day Company.

Drucker, P., F. (1954). *The Practice of Management*. New York, Harper & Brothers.

Dyson, P. (2004). *Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick*, European Journal of Operational Research, Volume 152, Issue 3, pp. 631-640.

Faessler, A.M. (2010) *Dem Weintourismus auf der Spur*. Διδακτορική διατριβή Wien: Universitaet Wien.

Fayol, H. (1987). *General and industrial management: Henri Fayol's classic revised by Irwin Gray*. Belmont, CA: David S. Lake Publishers.

Gartner, W.C. (2001). *Τουριστική Ανάπτυξη-Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές*. Αθήνα: Έλλην.

Getz, D. (1983). *Capacity to absorb tourism: Concepts and implications for strategic planning*, Annals of Tourism Research, Volume 10, Issue 2, pp. 239-263.

Getz, D. (1986). Models in tourism planning: towards integration of theory and practice. *Tourism Management*, Vol. 7, No 1, pp. 21-32.

Gomez, M., Lopez, C., & Molina, A. (2015). A model of tourism destination brand equity: The case of wine tourism destinations in Spain. *Tourism Management*, 51 (1): 210–222.

Gunn, C.A. (1988). *Tourism Planning*. 2nd ed. New York: Taylor & Frances.

Gunn, C.A. (1994). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. 3rd ed. Washington: Taylor & Frances.

Hall, C.M., Longo, A.M., Mitchell, R. and Johnson, G. (2000) Wine tourism in New Zealand, in: C.M. Hall, L. Sharples, B. Cambourne and N. Macionis (eds), *Wine Tourism Around the World: Development, management and markets*, Oxford: Elsevier Science, 150-176.

Hall, C., M. (2000). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Essex: Prentice-Hall International Inc.

Hall, C., M. (2000). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Prentice Hall: New York, NY.

Hall C.M. & Mitchell, R. (2000). Wine tourism in the Mediterranean: a tool for restructuring and development. *Thunderbird International Business Review*, 42(4): 445-465.

Hall, C. M. & Weiler, B. (1992). What's Special About Special Interest Tourism? In *Special Interest Tourism*, London: Belhaven Press.

Haywood, M. (1988). *Responsible and responsive tourism planning in the community*, *Tourism Management*, Volume 9, Issue 2, pp. 105-118.

Holden, A. (2000). *Winter tourism and the environment in conflict: The case of Cairngorm, Scotland*, *International Journal of Tourism Research* 2(4), pp. 247-260.

Holm A. and Kuhn A. (2011) Squatting and Urban Renewal: The Interaction of Squatter Movements and Strategies of Urban Restructuring in Berlin. *International Journal of Urban and Regional Research*. Volume 35 (3), pp. 644–658.

Hose, T.A. (1997). *Geotourism-selling the earth to Europe*, in P.G. Marinos et al. (eds.), *Engineering Geology and the environment*, vol. 3 pp. 2955-2960, Balkema, Rotterdam.

Hoyer, K. G. & Naess, P. (2001). *Conference tourism: a problem for the environment, a well as for research*, *Journal of Sustainable Tourism* 9 (6), pp. 451-470.

Iakovidou, O. & Turner, C. (1995). *The female gender in Greek agrotourism*, Annals of Tourism Research, Volume 22, Issue 2, pp. 481-484.

Ivars, J. (2001) *La planificación turística de los espacios regionales en España*. PhD thesis: University of Alicante.

Johnson, G. Scholes K. and Whittington R. (2009). *Fundamentals of Strategy with My Strategy Lab*. The Cheap Fast Free Post. Pearson Education Ltd 2009.

Kalogeropoulou, H. & Richards, G. (1996). *Cultural tourism in Greece*, Cultural tourism in Europe, pp. 183-195.

Karafolas, S. (2007). Wine roads in Greece: A cooperation for the development of local tourism in rural areas. *Journal of Rural Cooperation*, 35(1), 71-90.

Kizielewicz, J, Lukovic T. (2013). The Phenomenon of the Marina Development to Support the European Model of Economic Development, *Transnav* Vol.7 No3 September 2013, (pp 460-466).

Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V. (1999). *Principles of Marketing*, 8th edition, New Jersey, Pearson Prentice Hall Inc.

Lee, K. (2016). *Strategic Winery Tourism and Management: Building Competitive Winery Tourism and Winery Management Strategy*. *Apple Academic Press (Division of CRC Press with Taylor & Francis): Florida, USA (290 p)*.

Lim, C. & McAleer, M. (2005). *Ecologically sustainable tourism management*, Environmental Modelling & Software, Volume 20, Issue 11, pp. 1431-1438.

Liu, A. & Wall, G. (2006). *Planning tourism employment: a developing country perspective*, Tourism Management, Volume 27, Issue 1, pp. 159-170.

London (England) Mayor (2016) *The London Plan: Spatial Development Strategy for London: Consolidated with Alterations Since 2011*. Greater London Authority. London.

London (England) Mayor (2016) *The London Plan: Spatial Development Strategy for London: Consolidated with Alterations Since 2011*. Greater London Authority. London.

Loverseed, H. (1997). The adventure travel industry in North America. *Travel & Tourism Analyst*, 6, 87-104.

Mayo, G., E. (2003). *The Human Problems of an Industrial Civilization*, Routledge, reprint edition 2003.

McCool S.F. and Lime D.W. (2000). Tourism Carrying Capacity: Tempting Fantasy or Useful Reality? *Journal of Sustainable Tourism* 9 (5), 372 -388.

McManus C., and Carruthers C. (2014) Cultural quarters and urban regeneration - the case of Cathedral Quarter Belfast, *International Journal of Cultural Policy*, 20 (1), pp 78-98.

Middleton, V. Hawkins, R. (2004) *Τουριστικό μάρκετινγκ για βιώσιμη ανάπτυξη*, Αθήνα: Κριτική.

Middleton, V. Fyall, A. Morgan, M. Rannchhod, A. (2009). *Marketing in travel and tourism*. Fourth Edition, Oxford: Butterworth-Heinemann.

Holden, A. (2000). *Winter tourism and the environment in conflict: The case of Cairngorm, Scotland*, *International Journal of Tourism Research* 2(4), pp. 247-260.

Paskaleva-Shapira, K. A. (2007). *New paradigms in city tourism management: Redefining destination promotion*, *Journal of Travel Research* 46 (1), pp. 108-114.

Pawlikowska Piechotka, A, Ostrowska Ttyzno. A., Piechotks, M., & Sawicka, K. (2017), *Handbook of Research on Holistic Optimization Techniques in the Hospitality, Tourism, and Travel Industry*: IGI Global.

Porter, M. (1982). *Estrategia competitiva*. Mexico: CECSA.

Pulina, M., Dettori, D., Paba, A. (2006). *Life cycle of agrotouristic firms in Sardinia*, *Tourism Management*, Volume 27, pp. 1006–1016.

Quezada, R. L. (2004). *Beyond educational tourism: Lessons learned while student teaching abroad*, *International Education Journal* 5 (4), pp. 458-465.

Robertson M. and Wardrop K. (2004) 'Events and the destination dynamic: Edinburgh festivals, entrepreneurship and strategic marketing', in Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Kight, J. and Drummond, S., (eds) "*Festivals and Events Management: An International Arts and Culture Perspective*", Oxford, Elsevier Butterworth- Heinemann, pp 115-129.

Scott, D. (2005). *Global Environmental Change and Mountain Tourism*, In: Gössling, S. and Hall, C.M. (Eds) *Tourism and Global Environmental Change*, Routledge: pp. 54– 74, London.

Seely, R., Iglarsh, H., Edgell, D. (1980). *Goal programming: Planning process of tourism organizations*, *Annals of Tourism Research*, Volume 7, Issue 3, pp. 353-365.

Shepard, G., & Evans, S. (2008). Adventure tourism. In M. Novelli (Ed.), *Niche Tourism: Contemporary issues, trends, and cases*. Burlington, VT: Butterworth Heinemann.

Silberberg, T. (1995). *Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites*. *Tourism management* 16 (5), pp. 361-365.

Stoeckl, A. (2014). *Wein und Tourismus: Faktoren emotionaler Konsumentenbindung*. Διδακτορική διατριβή. Kiel: Christian-Albrechts-Universität zu Kiel.

Taylor, W., F. (1911). *The Principles of Scientific Management*. New York, NY, US and London, UK: Harper & Brothers.

Thach, L. (2016). Emerging Issues in Wine Tourism. In: Lee, K. (2016). *Strategic Winery Tourism and Management: Building Competitive Winery Tourism and Winery Management Strategy*. *Apple Academic Press (Division of CRC Press with Taylor & Francis): Florida, USA (290 p)*.

The London Plan: The Spatial Development Strategy for London (consolidated with alterations since 2011), 2015, p. 163) και το (London (England) Mayor 2016, p. 134).

Thomson, J.L. (1993). *Strategic Management, Awareness and Change*, 2nd edition, London, Chapman & Hall.

Tooman, A. (1997). *Applications of the life-cycle model in tourism*, Annals of Tourism Research, Volume 24, No. 1, pp. 214-234.

Tribe, J. (2000). *Sustainable tourism a marketing perspective*, *Tourism Management*, 21(5), 539-540.

Va'zquez, A. B. (1993). *Politica economica local*. Madrid: Ediciones Piramide.

Ward, T. (1989). *The role of government incentives*, *Tourism Management*, Volume 10, Issue 3, pp. 240-241.

Watkins, M. & Bell, B. (2001). *The experience of Forming Business Relationships in Tourism*, *International Journal of Tourism Research*, Volume 4, pp. 15- 28.

Wheelen. T., L., Hunger, J., D. (2004). *Strategic Management and Business Policy*, 9th edition, Iowa State University, Pearson Prentice Hall Inc.

Zhang, H, Gordon, S., Buhalis, D., and Ding, X. (2018). *Experience Value Cocreation on Destination Online Platforms*. *Journal of Travel Research*, Vol. 57(8), pp. 1093–1107.

Ηλεκτρονικές σελίδες

Ανδριώτης, Κ. (2003). Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του. ΤΟΠΟΣ Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης, Σχεδιασμού και Περιβάλλοντος, 20-21/2003 ISSN 1105-3267 σελ. 139-154.

<http://ktisis.cut.ac.cy/bitstream/10488/5117/6/%ce%9f%20%ce%b5%ce%bd%ce%b1%ce%bb%ce%bb%ce%b1%ce%ba%cf%84%ce%b9%ce%ba%cf%8c%cf%82%20%cf%84%ce%bf%cf%85%cf%81%ce%b9%cf%83%ce%bc%cf%8c%cf%82%20%ce%ba%ce%b1%ce%b9%20%cf%84%ce%b1%20%ce%b4%ce%b9%ce%b1%cf%86%ce%bf%cf%81%ce%bf%cf%80%ce%bf%ce%b9%ce%b7%cf%84%ce%b9%ce%ba%ce%ac%20%cf%87>

http://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2017/11/natura-2000_parartimata.-pdf.pdf. Πρόσβαση την 27^η Ιουλίου 2018, 10:25.

Ατζέντα 21. <http://www.agenda21.gr/sustdevelop.htm>. Πρόσβαση την 8η Ιουλίου 2018, 10:15.

Διανέοσις (2017). Προστατευόμενες Περιοχές NATURA 2000. Ένα ολοκληρωμένο σχέδιο για την προστασία και τη βιώσιμη ανάπτυξή τους, Νοέμβριος 2017. https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2017/11/natura-2000_parartimata.-pdf.pdf. Ανακτήθηκε την 16^η Νοεμβρίου 2018, 14:00.

Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία. (2016), <http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/STO12/2016>. Πρόσβαση την 1^η Αυγούστου 2018, 16:45.

Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης (2018). Γαλάζιες Σημαίες 2018 - Βραβευμένες ακτές και μαρίνες. <https://eepf.gr/el/blueflag-2018-awards>. Πρόσβαση την 22^α Αυγούστου 2018, 17:30.

ΕΛΣΤΑΤ (2016) Στατιστικές Τουρισμού. Ειδική ενημερωτική έκδοση. http://www.statistics.gr/documents/20181/2071418/elstat_tourism_2016.pdf/4ca8a933-c693-4041-9939-ed90d19183dc. Πρόσβαση την 10^η Σεπτεμβρίου 2018, 20:10.

ΕΛΣΤΑΤ (2018). Επισκέπτες αρχαιολογικών χώρων. <https://www.statistics.gr/statistics/-/publication/SCI21/->. Πρόσβαση την 14η Σεπτεμβρίου 2018, 10:35.

ΕΣΥΕ (2011) Απογραφή Πληθυσμού-κατοικιών 2011. <http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SAM03/2011>. Πρόσβαση την 1η Σεπτεμβρίου 2018, 19:00.

Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα Μακεδονίας» (ΕΝ.Ο.Α.Μ.). (2017). <http://www.wineroads.gr/el/δρόμοι-του-κρασιού-της-βορείου-ελλάδος/ιστορία-στόχοι>. Πρόσβαση την 30η Σεπτεμβρίου 2018, 18:00.

ΕΟΤ (2003). *Τουριστική Πολιτική 2002-2006*, <http://www.gnto.gov.gr/>. Πρόσβαση την 13^η Σεπτεμβρίου 2018, 19:45.

Ευρωπαϊκή Ένωση, (2018). Οδηγία 75/268/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 28ης Απριλίου 1975 περί της ορεινής γεωργίας και της γεωργίας σε ορισμένες περιοχές, http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexapi!prod!CELEXnumdoc&lang=EL&numdoc=31975L0268&model=guichett. Πρόσβαση την 10^η Σεπτεμβρίου 2018, 23:00.

ΙΝΣΕΤΕ. <http://regional-tourism-plans.insete.gr/?page=region&r=pkm>. Πρόσβαση την 5^η Αυγούστου 2018, 21:00.

Καραβασίλη, Μ. (2005). *Η διαχείριση της βιομηχανικής κληρονομιάς στην Ελλάδα. Εικοσάχρονη εμπειρία και σύγχρονες προοπτικές στη συγκρότηση πολιτιστικών πόρων*. http://library.tee.gr/digital/books_notee/book_59509/book_59509_karavasili.pdf. Πρόσβαση την 5^η Οκτωβρίου 2018, 17:45.

Κοκκώσης, Χ. & Βαλάσσα, Φ. (Ιανουάριος 2017). *Τυπολογία για τη στρατηγική ανάπτυξη του οινοτουρισμού. Travel, Tourism & Hospitality*. <https://www.traveltourismhospitality.eu/single-post/2017/01/15/%25CE%25A4%25CF%2585%25CF%2580%25CE%25BF%25CE%25BB%25CE%25BF%25CE%25B3%25CE%25AF%25CE%25B1-%25CE%25B3%25CE%25B9%25CE%25B1-%25CF%2584%25CE%25B7-%25CF%2583%25CF%2584%25CF%2581%25CE%25B1%25CF%2584%25CE%25B7%25CE%25B3%25CE%25B9%25CE%25BA%25CE%25AE-%25CE%25B1%25CE%25BD%25CE%25AC%25CF%2580%25CF%2584%25CF%2585%25CE%25BE%25CE%25B7-%25CF%2584%25CE%25BF%25CF%2585-%25CE%25BF%25CE%25B9%25CE%25BD%25CE%25BF%25CF%2584%25CE%25BF%25CF%2585%25CF%2581%25CE%25B9%25CF%2583%25CE%25BC%25CE%25BF%25CF%258D>. Πρόσβαση την 11η Οκτωβρίου 2018, 18:35.

Μαρινίδης, Χ. (2018). Ο διεθνής οδηγός βουνού Μπάμπης Μαρινίδης μιλά για τον Όλυμπο, το μυθικό βουνό και τις προοπτικές του. <https://www.amna.gr/tourism/article/305401/-O-diethnis-odigos-bounou-Mpampis-Marini-dis-mila-gia-ton-Olumpo--to-muthiko-bouno-kai-tis-prooptikes-tou?fbclid=IwAR0qCcQTgZMIkECb5R8qL6P0tzRJ3QdutwfbDdFC-xkz4H5qGYQAvSZTm3k>. Πρόσβαση την 31η Οκτωβρίου 2018, 15:30.

Μονάδα Οργάνωσης & Διαχείρισης (Μ.Ο.Δ.) Αναπτυξιακών Προγραμμάτων (2018). <http://www.mou.gr/el/pages/eLibraryFS.aspx?item=1875>. Πρόσβαση την 15^η Σεπτεμβρίου 2018, 18:40.

Μουσείο Γεωλογικής Ιστορίας Ολύμπου (2018). <http://olympusmuseum.gr/>. Πρόσβαση την 27^η Σεπτεμβρίου 2018, 21:00.

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2018). Ξενοδοχειακό δυναμικό Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας 2017. http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/Pages/studies.aspx?f=1&p=0&CAMLFilter=%3CEq%3E%3CFieldRef+Name%3D%27_x039a_x03b1_x03c4_x03b7_x03b3_x03bf_x03c1_x03af_x03b1_%27+LookupId%3D%27TRUE%27%2F%3E%3CValue+Type%3D%27Lookup%27%3E41%3C%2FValue%3E%3C%2FEq%3E&fid=41.

Πρόσβαση την 8^η Αυγούστου 2018, 22:15.

Οίνοι Βορείου Ελλάδος, (2018).: <http://www.winesofnorthgreece.gr/el/>. Πρόσβαση την 11^η Οκτωβρίου 2018, 19:45.

Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού. <http://www2.unwto.org/>. Πρόσβαση την 21^η Ιουλίου 2018, 21:00.

Πασχαλούδης Ν. (2014) *ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΟΛΥΜΠΟΥ: 43 χρόνια στην κορυφή του πολιτισμού*. <http://www.voreini.gr/politismos/%CF%86%CE%B5%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%B2%CE%B1%CE%BB-%CE%BF%CE%BB%CF%85%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%85-43%CF%87%CF%81%CF%8C%CE%BD%CE%B9%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BA%CE%BF%CF%81%CF%85%CF%86%CE%AE/>.

Πρόσβαση την 28^η Ιουλίου 2018, 19:50.

Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (2018). Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Κεντρικής Μακεδονίας.

<http://www.pepkm.gr/%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%AF%CE%B1%CF%83%CE%B7-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%BF-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CE%BC%CE%BC%CE%B1>

Πρόσβαση την 15^η Οκτωβρίου 2018, 17:50.

Πουλάκη Παντερμαλή Έφη (2018). Αρχαιολογικός χώρος Λειβήθρων.

<https://www.leivithrapark.gr/%ce%bb%ce%b5%ce%b9%ce%b2%ce%b7%ce%b8%cf%81%ce%b1%ce%b1%cf%81%cf%87%ce%b1%ce%b9%ce%bf%ce%bb%ce%bf%ce%b3%ce%b9%ce%ba%cf%8c%cf%82-%cf%87%cf%8e%cf%81%ce%bf%cf%82-%ce%bb%ce%b5%ce%b9%ce%b2%ce%ae%ce%b8%cf%81%cf%89%ce%bd/>

Πρόσβαση την 7^η Σεπτεμβρίου 2018, 20:45.

Σιγάλα, Μ. (2014). *Συλλογικός Τόμος της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών με θέμα: "Ανταγωνιστικότητα για ανάπτυξη: Προτάσεις πολιτικής"* 2014.

<http://www.hba.gr/5Ekdosis/UplPDFs/sylltomos14/191-206%20Sigala%202014.pdf>

Πρόσβαση την 31^η Ιουλίου 2018, 16:50.

ΣΕΤΕ, (2018). ΣΕΤΕ Απολογισμός. <http://sete.gr/media/10133/sete-report2017.pdf>

Πρόσβαση την 18η Σεπτεμβρίου 2018, 20:00.

Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων (2018). Βυζαντινό Κάστρο στον Πλαταμώνα.

<http://www.tap.gr/tapadb/index.php/component/jshopping/product/view/71/1725>

Πρόσβαση την 3^η Ιουλίου 2018, 15:30.

Τσάρτας, Π., Μοίρα, Π., Λαγός, Δ., Σταμπουλής, Γ., Μπάρλας, Α. (2014). *Η οργάνωση και διοίκηση επιχειρήσεων ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού*. (έκδοση) Αθήνα: Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Πάντειο Πανεπιστήμιο Αθηνών.

https://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/11038/2238_15η%20ΔΕ.pdf

Πρόσβαση την 22^α Αυγούστου 2018, 21:40.

Υπουργείο Γεωργίας (2018). *Μητρώο εγκεκριμένων επιχειρήσεων ΠΟΠ/ΠΓΕ και ποικιλιακών Οίνων*. www.minagric.gr/images/stories/docs/agrotis/metapoiisi/mhtroo_egkekri_epix_POP_PGE261017.xls. Πρόσβαση την 30η Σεπτεμβρίου 2018, 17:20.

Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης (2018). Νέος Επενδυτικός Νόμος (Αναπτυξιακός Νόμος), <https://www.espa.gr/el/Pages/InvestmentLaw.aspx>. Πρόσβαση την 10η Σεπτεμβρίου 2018, 23:00.

Φεστιβάλ Ολύμπου (2018). *Γενικός Τουριστικός Οδηγός του Δήμου Πιερίας*, <http://www.pieria-tourism.gr/festival-olympou.html>. Πρόσβαση την 2α Σεπτεμβρίου 2018, 20:40.

Φορέας Διαχείρισης Εθνικού Δρυμού Ολύμπου (2018). <http://www.olympusfd.gr/gr/ThesmikoPlaisio.asp>. Πρόσβαση την 30^η Ιουλίου 2018, 22:00.

Ψηφιακή Τεχνολογία - Internet Marketing - QR Code Generator. QR code (2018). <http://www.dataonline.gr/qr-code-generator.html>. Πρόσβαση την 24η Αυγούστου 2018, 23:40.

Battle of Platamon, (2018). <http://mp.natlib.govt.nz/detail/?f&id=98940&recordNum=0&u=0&t=items&s=a&tc=0&q=greece+1941&p=0&numResults=20&l=en> Accessed 9 October 2018, 18:45.

Die Essener Kultureinrichtungen im Überblick (2018). *Kultur und Bildung*. https://www.essen.de/kultur_und_bildung/kultureinrichtungen/die_essener_kultureinrichtungen_im_ueberblick_.de.html. Accessed 23 September 2018, 18:00.

El Born Centre de Cultura I. (2018) *El Born Centre de Cultura I*. <http://elbornculturaimemoria.barcelona.cat/el-centre>. Accessed 9 September 2018, 21:10.

Enalios Diving Center. (2018). <http://www.enaliosscuba.gr/> Accessed 31 October 2018, 10:00.

Institute of Culture (2006). *Barcelona Strategic Plan for Culture. New accents 2006*. Available at: <http://www.bcn.cat/plaestrategicdecultura/pdf/StrategicPlanBCN.pdf>. Accessed 9 October 2018, 12:30.

Making Space for Culture Readme (2018) *Making Space for Culture Readme*. <https://www.toronto.ca/city-government/data-research-maps/open-data/open-data-catalogue/#1b3c08c4-0316-fc59-88c6-e6d7178a2cf8/>. Accessed 9 August 2018, 11:00.

Pla Estrategic Economic I Social Barcelona 2000 (2018) *Pla Estrategic Economic I Social Barcelona 2000*. <https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/bitstream/11703/85167/3/3223.pdf>. Accessed 9 August 2018, 12:00.

Papadimitriou, P. (2009). The Greek Marina Industry, Comparisons and Opportunities, HVS, <http://www.hvs.com/article/3942/the-greek-marina-industry/>. Πρόσβαση την 14η Ιουλίου 2018, 19:45.

Pla Estrategic Economic I Social Barcelona 2000 (2018) *Pla Estrategic Economic I Social Barcelona 2000*. <https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/bitstream/11703/85167/3/3223.pdf>. Accessed 9 October 2018, 18:45.

UNWTO, (2012). Global report on food tourism. AM Reports: Volume four. <https://www.google.com/search?q=UNWTO%2C+%282012%29.+Global+report+on+food+tourism.&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b>. Πρόσβαση την 7^η Οκτωβρίου 2018, 20:00.

UNWTO, (2015). *Tourism Highlights 2015 Edition*. <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416899>. Πρόσβαση την 10/η Αυγούστου 2018, 8:30.

W.C.E.D. (World Commission on Environment and Development) (1987). Παγκόσμια επιτροπή για το περιβάλλον και την ανάπτυξη. <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>. Πρόσβαση την 10η Αυγούστου 2018, 11:45

Γλωσσάριο

ΑΕΠ	Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν
ΑΜΕΑ, ΑμΕΑ	Άτομα Με Ειδικές Ανάγκες
ΑΠΕ	Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας
ΔΑΕΑ	Δυνάμεις, Αδυναμίες, Ευκαιρίες, Απειλές
δισ	δισεκατομμύρια
ΔΟΠ	Διοίκηση Ολικής Ποιότητας
ΕΕ	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΛΣΤΑΤ	Ελληνική Στατιστική Αρχή
ΕΚΤ	Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο
ΕΜΤ	Ειδικές Μορφές Τουρισμού
ΕΝΟΑΜ	Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Μακεδονίας
Ε.Ο.	Επαρχιακή Οδός
ΕΟΤ	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
ΕΠΑΝΕΚ	Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα & Καινοτομία
ΕΣΠΑ	Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς
ΕΣΣΔ	Ένωση Σοβιετικών Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών
ΕΣΥΕ	Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος
ΕΤΠΑ	Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης
ΗΠΑ	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
Η/Υ	Ηλεκτρονικών Υπολογιστών
ΙΝΣΕΤΕ, INSETE	Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
κ.α.	και άλλα
ΚοιΣΠΕ	Κοινωνικός Συνεταιρισμός Περιορισμένης Ευθύνης
κλπ.	και λοιπά
ΚΠΣ	Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης

ΚΤΕΛ	Κοινά Ταμεία Εισπράξεων Λεωφορειών
ΚτΠ	Κοινωνία της Πληροφορίας
μ	μέτρα
Ν.	Νόμος
ΝΕΤΠ	Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής
ΞΕΕ	Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος
ΟΑΕΔ	Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού
ΟΠΑΑΧ	Ολοκληρωμένο Πρόγραμμα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου
ΟΠΠΑΠ	Οργανισμός Παιδείας Πολιτισμού Αθλητισμού και Πρόνοιας
ΟΣΕ	Οργανισμός Σιδηροδρόμων Ελλάδος
π.χ.	παραδείγματος χάριν
π.Χ.	προ Χριστού
ΠΑΑ	Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης
ΠΑΘΕ	Πάτρα Αθήνα Θεσσαλονίκη Εύζωνοι
ΠΓΔΜ	Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία Μακεδονίας
ΠΓΕ	Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη
ΠΕ	Περιφερειακή Ενότητα
ΠΕΠ	Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
ΠΕΠΔ	Περιοχές Ελέγχου Περιορισμού Δόμησης
ΠΟΠ	Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης
ΠΟΤ	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού
ΠΟΤΑΠ	Πιερικός Οργανισμός Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής
σελ.	σελίδα
ΣΕΤΕ	Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΤΑΠ	Ταμείο Αρχαιολογικών πόρων και απαλλοτριώσεων
ΤΑΠΤοΚ	Τοπική Ανάπτυξη με Πρωτοβουλία Τοπικών Κοινοτήτων
ΤΕΙ	Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα
ΥΠΠΟ	Υπουργείο Πολιτισμού
ΦΕΚ	Φύλλο Εφημερίδας της Κυβέρνησης
χλμ	Χιλιόμετρα
ΨΝΠΟ	Ψυχιατρικό Νοσοκομείο Πέτρας Ολύμπου

CIOFF	International Council of Organizations of Folklore Festivals and Folk Arts
Leader	Liaisons Entre Actions de Developpement de l' Economie Rurale (Ευρωπαϊκό πρόγραμμα δράσεων για την ανάπτυξη της οικονομίας του αγροτικού χώρου)
MbO	Management by Objectives
PESTEL	Political, Economic, Social, Technological, Environmental and Legal
SIT	Special Interest Tourism
SWOT	Strengths Weaknesses Opportunities Threats
TQM	Total Quality Management
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών για την Εκπαίδευση, την Επιστήμη και τον Πολιτισμό)
UNWTO	World Tourism Organization (<i>Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού</i>)
&	και

Παραρτήματα

