

Υποέργο 10 «Δημιουργία Μηχανισμών Επιστημονικής Παρακολούθησης Τουρισμού στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου» της πράξης «Προβολή του τουριστικού προϊόντος της περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου».

A.2.2. Δράση 2 (Δ2): Ολοκληρωμένο σχέδιο ανάδειξης του θεματικού τουρισμού στις Κυκλάδες

**Ενέργεια Δ.2.1.: Σύνταξη σχεδίων δράσης ανάπτυξης του θεματικού τουρισμού για τις Κυκλάδες**

- A. Θρησκευτικός τουρισμός
- B. Πολιτιστικός τουρισμός
- Γ. Φυσιολατρικός τουρισμός
- Δ. Συνεδριακός τουρισμός
- Ε. Θαλάσσιος Τουρισμός

### Συνοδευτικό Σημείωμα

**Γ. Σπιλάνης**  
**Αν. Καθηγητής**  
**Διευθυντής Παρατηρητηρίου Βιώσιμου Τουρισμού Αιγαίου**

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ**  
**ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΤΟΠΙΚΗΣ ΚΑΙ ΝΗΣΙΩΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**  
**ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΩΝ**

Μυτιλήνη  
Οκτώβριος 2015

 <p>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</p>	  <p>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</p> <p>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ» ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>	 <p>ΕΣΠΑ 2007-2013 Πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
---	---	---

## ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΚΥΚΛΑΔΕΣ<sup>1</sup>

Οι διαφορετικές μορφές τουρισμού συνδέονται με την **ζήτηση**, δηλαδή με τη πλευρά του τουρίστα-καταναλωτή που προσπαθεί να ικανοποιήσει τις επιθυμίες του αγοράζοντας συγκεκριμένες υπηρεσίες, με ανάλογο τρόπο που κάνει για να καλύψει και τις άλλες υλικές και άυλες ανάγκες του<sup>2</sup>. Η ταξινόμηση-ομαδοποίηση των μορφών τουρισμού σε θεματικές (που έχει περισσότερο θεωρητικό παρά πρακτικό ενδιαφέρον) μπορεί να γίνει με βάση το **κίνητρο του τουρίστα**: αν αυτό είναι ειδικό και κυρίαρχο σε τέτοιο βαθμό που τον οδηγεί να επιλέξει τον προορισμό που προσφέρει το συγκεκριμένο θεματικό προϊόν αφού στοχεύει να επικεντρώσει τις δραστηριότητες του γύρω από αυτό με τρόπο **ενεργητικό και συμμετοχικό** ώστε να αποκτήσει γνώσεις, εμπειρίες και τελικά να ικανοποιήσει τις ανάγκες του που πηγάζουν από τα ενδιαφέροντα του, τότε μιλάμε για **τουρίστα ειδικού ενδιαφέροντος που αναζητεί την ειδική μορφή θεματικού τουρισμού με αντίστοιχη προσφορά υπηρεσιών**.

Το **κίνητρο** αυτό καθορίζει και τη μορφή του τουρισμού που ο τουρίστας θα αναζητήσει από την αγορά και το συγκεκριμένο προϊόν που τελικά θα αγοράσει. Αν επιθυμεί<sup>3</sup>:

- να βρεθεί σε μια περιοχή με ζεστό κλίμα και αμμώδεις παραλίες (ή αντίστοιχα σε μια ορεινή περιοχή με ωραία δάση και ποτάμια, ή σε μια ωραία πόλη) για αναψυχή διακόπτοντας την καθημερινότητα του θα είναι τουρισμός αναψυχής - απόλαυσης με ειδική στόχευση στον χώρο –παράκτια περιοχή, ορεινή, πόλη.
- να ξεκουραστεί και να αναζωογονηθεί προσπαθώντας να βρει και να δει σπάνια ή όχι είδη χλωρίδας ή πανίδας, ειδικά ενδιαιτήματα, προστατευόμενες περιοχές, μνημεία της φύσης και γεωλογικά μνημεία κλπ ή να περπατήσει μέσα σε λιθόστρωτα μονοπάτια ανακαλύπτοντας φυσικά και πολιτιστικά μνημεία, θα είναι φυσιολατρικός με τις όποιες εξειδικεύσεις του.
- να γνωρίσει έναν πολιτισμό που θεωρεί σημαντικό μαθαίνοντας τη γλώσσα, τα ήθη και τα έθιμα, την ιστορία, τη κουζίνα του, να ασχοληθεί με τη μουσική, με τη ζωγραφική ή με όποια άλλη πολιτιστική δραστηριότητα θα είναι πολιτιστικός.

<sup>1</sup> Η έκθεση αυτή αποτελεί μια λειτουργική σύνοψη των επιμέρους εκθέσεων που ετοιμάστηκαν από ειδικούς στις ειδικές μορφές τουρισμού με βάση την ανάθεση από την ΠΝΑ και δανείζεται και συνθέτει ιδέες από αυτές χωρίς να επαναλαμβάνει τα δικά τους ευρήματα. Οι εκθέσεις αυτές παρατίθενται ως παραρτήματα. Αν και η συμβατική υποχρέωση της ομάδας αφορά τις Κυκλάδες, όμως ο τρόπος προσέγγισης είναι εφαρμόσιμος και στα Δωδεκάνησα.

<sup>2</sup> Όταν θέλει να διαβάσει ένα βιβλίο ή να δει ένα θέαμα ή να αγοράσει ένα ένδυμα επιλέγει μεταξύ πολλών εναλλακτικών προτάσεων το προϊόν ή την υπηρεσία που νομίζει ότι θα του καλύψει καλύτερα την ανάγκη του (κίνητρο) για επιμόρφωση, για ψυχαγωγία, για ένδυση κλπ με βάση τα χρήματα που θέλει ή μπορεί να διαθέσει.

<sup>3</sup> Προφανώς ο κατάλογος των μορφών τουρισμού δεν είναι παρά ενδεικτικός, όπως και η περιγραφή τους για να κατανοήσει ο αναγνώστης, αφού τα κίνητρα μπορεί να είναι τόσο ποικίλα όσο και οι άνθρωποι.

 <p><b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b></p>	  <p><b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b></p> <p><b>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ»</b> <b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> <b>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</b></p>	 <p><b>ΕΣΠΑ 2007-2013</b> Πρόγραμμα για την ανάπτυξη <b>ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</b></p>
---	---	---

- να γνωρίσει μια πόλη που θεωρεί μοναδική, θα είναι πολιτιστικός-αστικός (city-break).
- να ζήσει τη ζωή των αγροτών μιας περιοχής, να γνωρίσει τον πολιτισμό και να γευτεί τα προϊόντα της αλλά και να συμμετάσχει στις αγροτικές δραστηριότητες θα είναι μια τις μορφές αγροτουρισμού,
- να παρακολουθήσει ένα συνέδριο για θέμα ενδιαφέροντος του, θα είναι συνεδριακός.
- να αναζωογονηθεί σε ιαματικά νερά θα είναι θερμαλιστικός, ενώ αν ταυτόχρονα θέλει να περπατήσει σε μονοπάτια αστικά ή υπαίθρια έχοντας και δραστηριότητες, θα είναι τουρισμός ευεξίας.
- να κάνει σκι, ιστιοπλοΐα, ιστιοσανίδα, καταδύσεις, ορειβασία, αθλητική κολύμβηση, θα είναι αθλητικός.
- να δει και να γνωρίσει πολλούς προορισμούς ταξιδεύοντας με κρουαζιερόπλοιο, γιγώτ ή ιστιοφόρο, θα είναι θαλάσσιος, κ.ο.κ.

Στη περίπτωση του τουρισμού απόλαυσης μιλάμε για «συμβατικό» τουρισμό, ενώ στις άλλες περιπτώσεις αναφερόμαστε σε ειδικές μορφές. Προφανώς ανάμεσα στα δύο άκρα υπάρχουν και πάρα πολλές διαβαθμίσεις όπου πχ. ο τουρίστας «απόλαυσης» επισκέπτεται πολιτιστικούς χώρους ή αγοράζει κάποια δραστηριότητα κατάδυσης, ενώ ο «πολιτιστικός» τουρίστας μπορεί να αφιερώνει ένα τμήμα των διακοπών του σε «απολαύσεις». Ο βαθμός «προσήλωσης» ενός τουρίστα στις δραστηριότητες αυτές μπορεί να ποικίλει. Όμως ένας τουρίστας δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ως τουρίστας παρατήρησης της φύσης όταν πχ. σε ένα εβδομαδιαίο πρόγραμμα παραμονής σε έναν προορισμό υλοποιήσει μια σχετική εκδρομή και μάλιστα χωρίς να το έχει προγραμματίσει εκ των προτέρων επιλέγοντας τον προορισμό του για το λόγο αυτό αλλά επειδή την ανακάλυψε πηγαίνοντας στον συγκεκριμένο προορισμό. Εδώ **το κίνητρο του τουρίστα ενδιαφέρει γιατί αυτό καθορίζει την επιλογή του σε ότι αφορά στον προορισμό<sup>4</sup> αλλά και τις δραστηριότητες που επέλεξε να καταναλώσει.**

Αντίστοιχη διαφοροποίηση, όταν αναφερόμαστε για παράδειγμα στον θρησκευτικό τουρισμό υπάρχει μεταξύ:

- του προσκυνητή που ενδιαφέρεται μόνο για την «ιερή» πλευρά της επίσκεψης σε ένα θρησκευτικό μνημείο,
- του θρησκευτικού τουρίστα, που βρίσκεται ανάμεσα στον πιστό και στον κοσμικό, ενδιαφερόμενος πέρα από το να ικανοποιήσει τις θρησκευτικές του ανάγκες να γνωρίσει τον τόπο που επισκέπτεται και
- του απλού τουρίστα που μπορεί να επισκεφθεί έναν ναό ως πολιτιστικό μνημείο και όχι από θρησκευτική πεποίθηση.

<sup>4</sup> Η προσέγγιση της έκθεσης είναι από την πλευρά του προορισμού αφού κύριος στόχος μας είναι να βοηθηθούν οι άνθρωποι που σχεδιάζουν τον τουρισμό να κατανοήσουν τον τρόπο που σκέπτεται ο τουρίστας ώστε να προχωρήσουν στις κατάλληλες ενέργειες ανάδειξης των πόρων που διαθέτουν

 <p><b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b></p>	  <p><b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b></p> <p><b>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ»</b> <b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> <b>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</b></p>	 <p><b>ΕΣΠΑ 2007-2013</b> Πρόγραμμα για την ανάπτυξη <b>ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</b></p>
---	---	---

Όμως όταν όπως στη περίπτωση «της προσκυνηματικής διαδρομής του Σαντιάγκο της Κομποστέλλα όπου το κίνητρο είναι η ανακάλυψη του εαυτού, η ανακάλυψη του νοήματος της ζωής, η εύρεση κατάλληλου περιβάλλοντος για σκέψη και περισυλλογή, η απόλαυση της διαδρομής, η εκπλήρωση τάματος, η επικοινωνία με άλλους προσκυνητές, να κάνουν αυτό που έχουν κάνει εκατομμύρια άλλοι μέσα στους αιώνες, να μάθουν τον πολιτισμό και την τέχνη που συνδέονται με τη διαδρομή, να τιμήσουν τον Άγιο, να ενισχύσουν και να εμπλουτίσουν την πίστη τους», τα πολλαπλά ενδιαφέροντα των προσκυνητών - θρησκευτικών τουριστών δημιουργούν την δυνατότητα ανάπτυξης δραστηριοτήτων (επιχειρηματικών και μη) που θα προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες που μπορεί να είναι περισσότερο «θρησκευτικές» ή περισσότερο «πολιτιστικές» ανάλογα σε ποιόν τύπο θρησκευτικού τουρίστα απευθύνονται. Η διαχείριση των επισκεπτών από τον προορισμό οφείλει να γίνεται ανάλογα με το είδος του τουρίστα ώστε και να μεγιστοποιείται η ικανοποίησή του.»

Το ίδιο συμβαίνει και με τον επισκέπτη της Τήνου:

- αν το κίνητρο του ταξιδιού στην Τήνο είναι η επίσκεψη στην εκκλησία της Μεγαλόχαρης και όλη την παραμονή ή σημαντικό μέρος της να την αφιερώσει σ' αυτή (πχ. παρακολούθηση λειτουργίας και λιτανείας, επίσκεψη θρησκευτικού μουσείου, συμμετοχή σε σχετικές εκδηλώσεις κλπ) μπορούμε να τον θεωρήσουμε προσκυνητή,
- αν αφιερώσει τμήμα του χρόνου του και στη συνέχεια επισκεφθεί άλλα μνημεία ή περιοχές του νησιού, κάνει μπάνιο κλπ ως θρησκευτικό τουρίστα.
- αν αντίθετα έχει επιλέξει την Τήνο ως έναν προορισμό με ισχυρά πολιτιστικά χαρακτηριστικά και απλά επισκεφθεί την εκκλησία ως ένα σημαντικό μνημείο και στη συνέχεια πχ επισκεφθεί το Μουσείο Μαρμάρου, τους περισσότερες, τα χωριά με ιδιαίτερο αρχιτεκτονικό και πολιτιστικό χαρακτήρα, τον χαρακτηρίζεις ως πολιτιστικό τουρίστα.
- Τέλος αν ο λόγος επίσκεψης στην Τήνο είναι γιατί είναι ένα άλλο νησί του ήλιου και της θάλασσας και βρέθηκε να έχει καλές προσφορές τότε ο τουρίστας πρέπει να θεωρείται αναψυχής, ακόμη και αν επισκεφθεί την εκκλησία ως τοπικό αξιοθέατο.

Πρακτικά ο κάθε ένας τουρίστας έχει και διαφορετικό κίνητρο που τον ωθεί να αγοράσει τις συγκεκριμένες τουριστικές υπηρεσίες και με δεδομένη την ευελιξία από τη πλευρά της προσφοράς, λόγω της ιδιομορφίας του τουριστικού προϊόντος, μπορούμε -με ένα βαθμό υπερβολής- να πούμε ότι ο κάθε τουρίστας καταναλώνει τελικά ένα διαφορετικό καλάθι υπηρεσιών που συνθέτουν το «δικό του» τουριστικό προϊόν. Αυτό συμβαίνει ακόμη και στη περίπτωση του μαζικού, ομοιόμορφου τουρισμού όπου όμως οι δυνατότητες των τουριστών για επιλογές και ουσιαστική διαφοροποίηση περιορίζονται σημαντικά με βάση το γεγονός ότι έχει προπληρώσει

 <p><b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b></p>	  <p><b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b></p> <p>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ» <b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>	 <p><b>ΕΣΠΑ 2007-2013</b> Πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
---	---	--

συγκεκριμένες δραστηριότητες. Τίποτα βέβαιο δεν τον εμποδίζει να «αλλάξει πρόγραμμα» και να καταναλώσει προϊόντα και υπηρεσίες που θα βρει στον προορισμό, εφόσον είναι ελκυστικές γι' αυτόν, πληρώνοντας το αντίτιμο τους και αυξάνοντας την δαπάνη του στον προορισμό.

**Κατά συνέπεια το ζητούμενο από έναν προορισμό είναι να προσφέρει μια ικανοποιητικά μεγάλη γκάμα δραστηριοτήτων (από τον ιδιωτικό και τον δημόσιο τομέα) που να καθιστούν τον προορισμό ελκυστικό για να τον επιλέξει κατ' αρχή ο υποψήφιος τουρίστας και στη συνέχεια όταν θα βρεθεί εκεί να ωθηθεί να δαπανήσει όσο το δυνατόν περισσότερο δημιουργώντας και τις ανάλογες θέσεις εργασίας (κατά προτίμηση εξειδικευμένες). Η ποιότητα, η ποικιλία και η διαφοροποίηση των δραστηριοτήτων που προσφέρονται από έναν προορισμό, σε συνδυασμό με τις τιμές τους, τον καθιστούν ανταγωνιστικό. Αν οι προσφερόμενες δραστηριότητες δεν διαφοροποιούνται τότε οι τιμές είναι αυτές που καθορίζουν αποκλειστικά την ανταγωνιστικότητα του προορισμού.**

**Οι ειδικές μορφές τουρισμού οφείλουν να προσφέρουν διαφοροποιημένες δραστηριότητες για να καλύπτουν τα ειδικά ενδιαφέροντα, τις ειδικές «ανάγκες» των τουριστών που αναζητούν να αγοράσουν το «προϊόν» εκείνο (ή καλύτερα το πακέτο υπηρεσιών) που να τις καλύπτει καλύτερα. Μετακινούνται από τον τόπο κατοικίας τους στον τουριστικό προορισμό που έχουν επιλέξει, έχοντας συγκεκριμένο στόχο και το προϊόν που επιλέγουν να αγοράσουν περιλαμβάνει τις σχετικές δραστηριότητες ή τους παρέχει την δυνατότητα να έχουν τις δραστηριότητες που επιθυμούν ακόμη και αν αυτές δεν προσφέρονται ως υπηρεσίες στον προορισμό (πχ. να περπατήσουν μόνοι τους στο βουνό ακόμη και χωρίς σήμανση ή να κάνουν μόνοι τους κατάδυση. Οι τουρίστες των ειδικών μορφών τουρισμού έχουν συνήθως καλύτερη εικόνα των επιθυμιών τους απ' ότι οι τουρίστες αναψυχής και το εκφράζουν αυτό μέσα από τη ζήτηση που γίνεται συγκεκριμένη και είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν για να έχουν τις αντίστοιχες δραστηριότητες-υπηρεσίες εφ' όσον αυτές είναι διαθέσιμες από τη πλευρά της προσφοράς.<sup>5</sup>**

**Οι ειδικές μορφές τουρισμού διαφοροποιούνται στο εσωτερικό τους και από τον βαθμό ενεργοποίησης του ίδιου του τουρίστα με στόχο την ικανοποίηση των ειδικών αναγκών του. Στη βιβλιογραφία υπάρχει η διάκριση του «παθητικού πολιτιστικού τουρίστα» που αρκείται στο να δει και να ακούσει έστω και εξειδικευμένη πληροφορία (πχ. για έναν ζωγραφικό πίνακα, για ένα μνημείο, για μια εκκλησία κλπ) και του «ενεργού πολιτιστικού τουρίστα», εκείνου που αναζητεί**

<sup>5</sup> Από έρευνες που έχουν γίνει στην Ελλάδα και σε ανταγωνιστικούς προορισμούς, οι τουρίστες αυτοί πληρώνουν υψηλότερα ποσά για να ικανοποιήσουν τις ειδικές ανάγκες τους

 <p><b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b></p>	  <p><b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b></p> <p><b>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ»</b> <b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> <b>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</b></p>	 <p><b>ΕΣΠΑ 2007-2013</b> Πρόγραμμα για την ανάπτυξη <b>ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</b></p>
---	---	---

εμπειρίες μέσα από την ενεργή του εμπλοκή σε σχετικές δραστηριότητες<sup>6</sup>. Είναι φανερό ότι τα όρια δεν είναι πάντοτε σαφή και ευδιάκριτα σε όλες τις μορφές τουρισμού όπως πχ. ο πολιτιστικός όπου διαφορετική είναι η εμπλοκή του τουρίστα όταν επισκέπτεται πχ. τα μουσεία ενός τόπου, τους οικισμούς του και παρακολουθεί πολιτιστικές εκδηλώσεις ή όταν πηγαίνει εκεί με στόχο να μάθει τη γλώσσα, την κουζίνα, τα ήθη και έθιμα, την ιστορία, τα προϊόντα τους συμμετέχοντας ο ίδιος. Και πάλι το ενδιαφέρον μας βρίσκεται από την πλευρά του προορισμού και της προσφοράς που οργανώνεται για να προσελκύσει επισκέπτες με ειδικά ενδιαφέροντα ή επισκέπτες με γενικά ενδιαφέροντα που μπορούν να προσελκυστούν από τις παρεχόμενες υπηρεσίες και δραστηριότητες ή επισκέπτες «αδιάφορους» για τον προορισμό που τους έχουν προσελκύσει πχ. οι χαμηλές τιμές.

Οι μορφές τουρισμού που αναλύονται στη παρούσα μελέτη με βάση την εντολή της ΠΝΑ (θρησκευτικός, πολιτιστικός, φυσιολατρικός, θαλάσσιος και συνεδριακός) έχουν αρκετές επικαλύψεις μεταξύ τους: ο θρησκευτικός αποτελεί για πολλούς ειδική μορφή πολιτιστικού τουρισμού, ο τουρισμός υπαίθρου μπορεί να είναι περισσότερο «πολιτιστικός» ή «φυσιολατρικός» ανάλογα με τις δραστηριότητες που θα επιλεγούν, η άσκηση στη φύση (αθλητικός, ναυταθλητικός, καταδυτικός τουρισμός) θα μπορούσε να ταξινομηθεί ως διακριτή μορφή.

Μια ταξινόμηση των μορφών τουρισμού που έχουμε να αναλύσουμε θα έδινε τη παρακάτω εικόνα, όπου φαίνονται και οι υπάρχουσες φυσιολογικές επικαλύψεις:

<b>ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ</b>	<b>ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ</b>	Προσκυνητές και θρησκευτικοί τουρίστες
	Ιστορικός (υλική κληρονομιά)	Αναπαραγωγικός ή Κληρονομιάς και Δημιουργικός (creative)
	Εθνολογικός (άυλη κληρονομιά: ήθη, έθιμα, γλώσσα, μουσική, χορός, γαστρονομία, χειροτεχνία...)	
	Τεχνών (ζωγραφική, φωτογραφία, θέατρο..)	
<b>ΦΥΣΙΟΛΑΤΡΙΚΟΣ</b>	<i>Υπαίθρου (τοπία, κτίσματα, μνημεία, μονοπάτια, δραστηριότητες.....)</i>	Αγροτουρισμός
	<i>Οικολογικός (πανίδα, χλωρίδα)</i>	
	<i>Πεζοπορίας-Οριβασειάς</i>	
	<i>Περιπέτειας</i>	
	<i>Κυνηγετικός</i>	
	<i>Αθλητικός</i>	

<sup>6</sup> Οι τουρίστες αναψυχής-απόλαυσης κατατάσσεται στην κατηγορία του παθητικού τουρίστα όπου η διάθεση για απόκτηση εμπειριών είναι μικρότερη ή ανύπαρκτη

 <p><b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b></p>	  <p><b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b></p> <p>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ» <b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>	 <p><b>ΕΣΠΑ 2007-2013</b> Πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
---	---	--

<b>ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ</b>	Ναυταθλητικός	
	Καταδυτικός	
	Αλιευτικός	
	Ιστιοπλοϊκός	Συνήθως χωρίς ενδιαφέρον για τον τόπο που επισκέπτεται
	Κρουαζιέρας	+ πολιτιστικός (γνωριμία με τους προορισμούς)
<b>ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ</b>		

*\*με πλάγια γράμματα μορφές τουρισμού που μπορούν να ομαδοποιηθούν στην ίδια κατηγορία λόγω κοινών χαρακτηριστικών*

Σε ότι αφορά στη **προσφορά**, αυτή προσαρμόζεται ή όχι στη ζήτηση παρέχοντας τα ανάλογα προϊόντα. Το ερώτημα που τίθεται προκειμένου να εξεταστεί αν ένας προορισμός κινείται στη σωστή κατεύθυνση για να προσελκύσει τουρισμό ειδικής μορφής, είναι κατά πόσο ο «προορισμός»<sup>7</sup>:

(α) **διαθέτει έναν ή περισσότερους από τους «πόρους»** που μπορούν να προσελκύουν τουρίστες όταν αυτοί είναι «ειδικοί»<sup>8</sup> και έχουν υψηλές απαιτήσεις ή απευθύνονται σε επισκέπτες με ευρύτερα ενδιαφέροντα ή απλά σε επισκέπτες χωρίς ειδικά ενδιαφέροντα (τουρίστες αναψυχής).

(β) **έχει την επίγνωση της αξίας των πόρων (του κεφαλαίου, που συνήθως είναι δημόσιο)** που διαθέτει ο προορισμός και των εμπορικών τους δυνατοτήτων και ταυτόχρονα υπάρχει η δυνατότητα των τοπικών κοινωνιών να υποστηρίξουν τη διατήρηση και ανάδειξη του κεφαλαίου αυτού με διάφορους τρόπους όπως είναι η ανάληψη των σχετικών πρωτοβουλιών θέτοντας προτεραιότητες στη χρησιμοποίηση των οικονομικών πόρων που διαθέτουν πχ. για συντήρηση μνημείου, δημιουργία εκθεσιακών χώρων για ανάδειξη υλικού και άυλου πολιτισμού, διατήρηση φυσικών τόπων, διατήρηση μονοπατιών κλπ ή έχουν άλλες προτεραιότητες σε ότι αφορά τη χρήση των χρημάτων που έχουν ή των φυσικών πόρων (πχ. διάνοιξη δρόμου αντί για συντήρηση μονοπατιού). Άλλο σημείο κλειδί είναι κατά πόσο διαθέτουν το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό για να τους αξιοποιήσει. Η ερμηνεία των όσων βλέπει ο επισκέπτης και η τοποθέτηση τους στο χώρο, στο χρόνο και στη λειτουργία-χρήση τους είναι σημαντικό στοιχείο και δεύτερο βήμα της ανάδειξης τους μετά από την διατήρησή τους.

<sup>7</sup> Ο «προορισμός» αναφέρεται αόριστα αλλά παραπέμπει στον τρόπο τουριστικής διακυβέρνησης με τον οποίο οργανώνεται η προσφορά. Στη περίπτωση των Κυκλάδων και γενικότερα των νησιών, κάθε νησί είναι ένας προορισμός, όπως προορισμός μπορεί να θεωρηθούν όλες οι Κυκλάδες ή ακόμη και ολόκληρη η ΠΝΑ.

<sup>8</sup> Η ύπαρξη ειδικών πόρων μπορεί να οδηγήσει και στην ανάπτυξη εκπαιδευτικού και/ή ερευνητικού τουρισμού

 <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b>	  <b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> <b>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ»</b> <b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> <b>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</b>	 <b>ΕΣΠΑ 2007-2013</b> <b>Πρόγραμμα για την ανάπτυξη</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</b>
--	---	--

(γ) αναπτύσσει δραστηριότητες ή πακέτα δραστηριοτήτων από ιδιώτες, από το δημόσιο τομέα, είτε ακόμη από ΜΚΟ<sup>9</sup> ή συνεταιριστικούς φορείς που στοχεύουν στην ικανοποίηση των κινήτρων του επισκέπτη που να ενσωματώνουν (με αυθεντικό ή σκηνοθετημένο τρόπο) τους πόρους αυτούς προκαλώντας τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας, ανάλογα με το επίπεδο σπανιότητας του πόρου, της γνώσης και του κεφαλαίου που ενσωματώνεται στις συγκεκριμένες δραστηριότητες.

(δ) δημιουργεί τα ειδικά εκείνα προϊόντα που περιλαμβάνουν τόσο τις ειδικές υπηρεσίες-δραστηριότητες που είναι απαραίτητες (πχ. κατάλυμα) όσο και τις γενικές τουριστικές υπηρεσίες (πχ. διανυκτέρευση, εστίαση κλπ) που είναι απαραίτητη προϋπόθεση για να υπάρξει τουριστικό προϊόν

(ε) φροντίζει για την πιστοποίηση των προϊόντων-υπηρεσιών ανεξάρτητα από τον φορέα που προσφέρονται με στόχο τη συνεχή βελτίωση και τη διατήρηση ενός υψηλού επιπέδου υπηρεσιών. Η ένταξη σε συστήματα σήμανσης και πιστοποίησης ποιότητας αποτελεί έναν τρόπο δημόσιας αναγνώρισης της προσπάθειας για ποιότητα (πχ. πιστοποίηση μονοπατιών, πιστοποίηση διδασκαλίας ελληνικών ως ξένης γλώσσας, πιστοποίηση τοπικής ποιότητας ενός εστιατορίου ή μιας παραγωγικής μονάδας από το Aegean Cuisine, πιστοποίηση ενός ξενοδοχείου για το Ελληνικό Πρωινό κλπ)

(στ) επεξεργάζεται και προωθεί την ταυτότητα του<sup>10</sup> ως διακριτό στοιχείο από τους άλλους προορισμούς, ενώ παράλληλα δημιουργεί και την αντίστοιχη εικόνα που είναι απαραίτητη για τη προβολή

(ζ) ασχολείται συστηματικά με τη προβολή – προώθηση των επιμέρους τουριστικών υπηρεσιών, δραστηριοτήτων και προϊόντων αλλά και του προορισμού συνολικά μέσα από το κατάλληλο μείγμα προωθητικών ενεργειών στις οποίες κεντρική θέση έχει η ηλεκτρονική προβολή

(η) δημιουργεί ένα σύστημα κρατήσεων τόσο των βασικών υπηρεσιών όπως είναι εισιτήρια, κατάλυμα, αλλά και άλλων υπηρεσιών που προσφέρονται τοπικά (πχ. θέση στη μαρίνα, ενοικίαση σκάφους ή αυτοκινήτου, μαθημάτων κατάδυσης κλπ)

<sup>9</sup> Ο ρόλος των ΜΚΟ στην ανάδειξη των πόρων (πολιτιστικών, φυσικών) είναι ιδιαίτερα σημαντικός, χωρίς να συνδέεται τις περισσότερες φορές με τη τουριστική δραστηριότητα (δηλαδή την δραστηριότητα για τη δημιουργία κερδών και απασχόλησης) έστω και αν η ύπαρξη εσόδων συχνά αποτελεί έναν τρόπο για τη συνέχιση τα δραστηριότητας και της κάλυψης λειτουργικών δαπανών. Εναλλακτικά υπάρχει δυνατότητα λειτουργίας κοινωνικής επιχείρησης με στόχο από τα έσοδα να καλύπτεται η δαπάνη απασχόλησης κάποιου προσώπου και η κάλυψη της ανάγκης αυτής (πχ. ξενάγηση, φύλαξη κλπ) δεν γίνεται με εθελοντική εργασία.

<sup>10</sup> Η ταυτότητα των προορισμών είναι ένας εμπορεύσιμος πόρος για ένα τουριστικό προορισμό. Ωστόσο η επίγνωση που έχουν οι ντόπιοι για την αξία των πόρων τους ως αξιόλογα τουριστικά θέλγητρα, μπορεί να οδηγήσει στην νομιμοποίηση για τη διατήρηση στοιχείων τους που έχουν απαξιωθεί λόγω μη χρήσης ή λόγω ανταγωνιστικής χρήσης (πχ. δόμηση vs φυσικών ή πολιτιστικών πόρων) με ανάληψη δαπανών για αποκατάσταση ή την επιβολή χωροταξικών περιορισμών που θα συμβάλουν στην διατήρησή τους.

 <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b>	  <b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> <b>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ»</b> <b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> <b>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</b>	 <b>ΕΣΠΑ 2007-2013</b> <b>Πρόγραμμα για την ανάπτυξη</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</b>
--	---	--



ειδικά όταν οι πάροχοι των υπηρεσιών είναι «μικροί» και δεν διαθέτουν ανάλογο σύστημα

(θ) **καταγράφει και αξιολογεί την ικανοποίηση τουριστών, τοπικών επιχειρηματιών και κατοίκων του προορισμού** έτσι ώστε να προβαίνει στις κατάλληλες κινήσεις σχεδιασμού τουριστικής πολιτικής. Παράλληλα δημιουργεί ένα σύστημα καταγραφής των αποτελεσμάτων και των επιπτώσεων του τουρισμού ώστε το σύστημα λήψης αποφάσεων να βασίζεται σε δεδομένα και όχι προσωπικές αντιλήψεις και συμφέροντα.

Σε συνέχεια θα επικεντρωθούμε σε παραδείγματα που μπορούν να βοηθήσουν τους υπεύθυνους τουριστικού σχεδιασμού της Περιφέρειας και των επιμέρους προορισμών να σχεδιάσουν δραστηριότητες αξιοποιώντας κάποιον πόρο ή και ολοκληρωμένα προϊόντα, ενώ αναφορές σε καλές πρακτικές ομοειδών προορισμών μπορούν να δώσουν αντίστοιχες ιδέες.

Όπως αναφερθήκαμε και προηγούμενα η ανάπτυξη μιας ειδικής μορφής τουρισμού ξεκινά από τη διερεύνηση του κατά πόσο ένας προορισμός έχει τους αναγκαίους πόρους ή/και τις απαραίτητες υποδομές. Σε περίπτωση που το κύριο στοιχείο είναι οι πόροι πχ. θρησκευτικό ή πολιτιστικό μνημείο, ένας συγκεκριμένος φυσικός πόρος ή συνδυασμός αυτών θα πρέπει να είναι ικανής σημασίας (υψηλής αναγνωρισιμότητας και ελκυστικότητας) για να προσελκύσει ειδικούς ή γενικούς τουρίστες.

**Κάθε θρησκευτικό ή πολιτιστικό κτίσμα ή ακόμη και χαρακτηρισμένο μνημείο δεν αποτελεί ικανή προϋπόθεση για να οδηγήσει έναν υποψήφιο τουρίστα να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι στο συγκεκριμένο προορισμό. Επομένως ένας προορισμός θα πρέπει να επιλέξει τους πόρους εκείνους που αποτελούν αντικειμενικά το συγκριτικό του πλεονέκτημα για να «ειδικευτεί» χωρίς να παρασυρθεί από «τοπικές» αντιλήψεις για τη σημασία τους. Για παράδειγμα ένα μνημείο της παγκόσμιας φυσικής, υλικής ή άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς έχει κατά τεκμήριο αντικειμενική αναγνώριση της σημασίας του. Η μεσαιωνική πόλη της Ρόδου, η Καλντέρα της Σαντορίνης, η μεσογειακή κουζίνα, ο ναός της Αποκάλυψης στη Πάτμο κλπ αποτελούν κάποια παραδείγματα στην ΠΝΑ όπως είναι το φαράγγι της Σαμαριάς, τα Μετέωρα, η Νέα Μονή Χίου, ο υγροβιότοπος της Καλλονής Λέσβου κλπ σε άλλες περιοχές της χώρας πάνω στους οποίους μπορεί να βασιστεί μια περιοχή. Όμως ο πόρος μπορεί και να είναι κάτι περισσότερο σύνθετο ή εξειδικευμένο όπως πχ. οι διαδρομές του Αγ. Ιακώβου της Κομποστέλα, τα «βήματα» ενός σπάνιου είδους της πανίδας (χερσαίας και υδάτινης), η ανακάλυψη ενός σπάνιου είδους της χλωρίδας ή του ορυκτού πλούτου (πχ. χαλαζίας Σερίφου), η ποιότητα και ιδιαιτερότητα της τοπικής κουζίνας, το θαλάσσιο «τοπίο», η ναυτική ή άλλη παράδοση ενός τόπου με (καλύτερα) ή χωρίς την ύπαρξη εμβληματικών**

 <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b>	  <b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> <b>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ»</b> <b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> <b>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</b>	 <b>ΕΣΠΑ 2007-2013</b> <b>Πρόγραμμα για την ανάπτυξη</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</b>
--	--	--

προσώπων, οι άνεμοι που φυσούν σε μια περιοχή κλπ. για να προσελκύσουν τουρίστες της αντίστοιχης μορφής.

Η παρουσία των πόρων αυτών είναι αναγκαία συνθήκη για την ανάπτυξη των σχετικών μορφών τουρισμού, αλλά όχι ικανή αν δεν έχουν αξιοποιηθεί και προβληθεί κατάλληλα. Κατά συνέπεια κάποια νησιά έχουν προβάδισμα για μια ή περισσότερες μορφές τουρισμού σε σχέση με άλλα, προβάδισμα που οφείλουν να αξιοποιήσουν με την κατάλληλη πολιτική με βάση τα βήματα που αναφέρθηκαν προηγουμένως.

Η ύπαρξη μύθων ή η κατασκευή τους με βάση ιστορικά γεγονότα περισσότερο ή λιγότερο γνωστά αλλά ακόμη και πρόσωπα που έχουν αποκτήσει «μυθική» διάσταση μπορεί να αξιοποιηθεί ως βάση για την ανάπτυξη προϊόντων ή για εμπλουτισμό άλλων.

**Διαφορετική είναι η περίπτωση του συνεδριακού και του θαλάσσιου τουρισμού όπου ο ρόλος των ειδικών υποδομών που δεν προϋπάρχουν ως αποτέλεσμα της δράσης της φύσης ή/ και των ανθρώπων σε ανύποπτο χρόνο αλλά κατασκευάζονται για το σκοπό αυτό όπως συνεδριακές αίθουσες ή συνεδριακά κέντρα, προβλήτες, μαρίνες ή τουριστικά καταφύγια αντίστοιχα. Και εδώ η ύπαρξη των υποδομών αποτελεί αναγκαία αλλά όχι ικανή συνθήκη. Εξαιρέση στον τομέα αυτό αποτελεί η Σαντορίνη που κατακλύζεται από κρουαζιερόπλοια ενώ αντικειμενικά δεν διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές με αποτέλεσμα να ταλαιπωρούνται οι επισκέπτες. Όμως το brand name του συγκεκριμένου προορισμού είναι τόσο ισχυρό που σε συνδυασμό με την οργάνωση που προσφέρει ο Σύλλογος Λεμβούχων καταφέρνει να «υπερβεί» σε μεγάλο βαθμό τα αντικειμενικά εμπόδια προσέγγισης των κρουαζιερόπλοιων σε τέτοιο βαθμό που η Δημοτική Αρχή προσπαθεί να βρει τρόπους για την χρονική διαφοροποίηση της άφιξης τους.**

Ειδικά σε ότι αφορά στον **τουρισμό κρουαζιέρας** -όπου ο επιβάτης μπορεί να θεωρηθεί για τον προορισμό κάτι ανάλογο με τον επιβάτη της ημερήσιας εκδρομής - θα πρέπει ο επιβάτης πρώτα να πειστεί να κατέβει από το πλοίο (θεωρώντας ως δεδομένο ότι ο προορισμός έχει ήδη συμπεριληφθεί στη διαδρομή της κρουαζιέρας) και να μην γίνει η επίσκεψη ένα απλό και αδιάφορο «ξεμουδιασμα», αλλά να επιχειρήσει να μετατρέψει τον μάλλον «παθητικό» τουρίστα αναψυχής σε «ενεργό»<sup>11</sup>. Επομένως δύο διαφορετικά θέματα οφείλουν να απασχολούν τον προορισμό τόσο κατά την προσπάθεια για να ενταχθεί ως σταθμός κρουαζιέρας όσο

<sup>11</sup> Και εδώ η χρήση τυποποιημένων ορισμών είναι παρακινδυνευμένη αφού ακόμη και η κρουαζιέρα που έχει εξελιχθεί σε μαζικό τυποποιημένο προϊόν με τη κατασκευή τεράστιων πλοίων που μεταφέρουν μερικές χιλιάδες επιβάτες, προσφέρει όλο και περισσότερα διαφορετικά προϊόντα είτε οργανώνοντας δραστηριότητες πάνω στο σκάφος (πχ. συνέδρια), είτε οργανώνοντας μια ειδική θεματική διαδρομή με τις ανάλογες επισκέψεις ή και τα δύο.

 <p><b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b></p>	  <p><b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b></p> <p><b>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ»</b> <b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> <b>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</b></p>	 <p><b>ΕΣΠΑ 2007-2013</b> Πρόγραμμα για την ανάπτυξη <b>ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</b></p>
---	---	---

και για να εξασφαλιστεί η ικανοποίηση των τουριστών (που καταγράφεται από τους οργανωτές της κρουαζιέρας για να καθορίσουν τη στρατηγική τους), των τοπικών επιχειρηματιών αλλά και των κατοίκων λαμβάνοντας υπόψη τα κριτήρια επιλογής λιμένων από τις εταιρείες κρουαζιέρας (θέση και φήμη προορισμού, χαρακτηριστικά λιμανιού, ασφάλεια, υποδομές-υπηρεσίες, αξιοθέατα):

- Το θέμα των ειδικών υποδομών ώστε να είναι εφικτή η προσέγγιση του κρουαζιερόπλοιου και ασφαλής και άνετη αποβίβαση-επιβίβαση των ταξιδιωτών και αν όχι να εξεταστεί αν είναι σκόπιμο να γίνουν επενδύσεις και ποιες.
- Το θέμα της οργάνωσης του προορισμού μετά το λιμάνι ώστε να υπάρχουν συνέργειες με τον τουρισμό που αναπτύσσεται στο νησί ώστε να μειωθούν όσο γίνεται οι «τριβές-αντιπαλότητες» από τη χρήση των ίδιων υποδομών και υπηρεσιών (κορεσμός και μείωση της ικανοποίησης) και να μεγιστοποιηθούν τα αποτελέσματα.

Μια ιδιαίτερα καλή πρακτική και στα δύο επίπεδα είναι αυτή του Οργανισμού Λιμένος Ηρακλείου (ΟΛΗ) που βασίζεται:

- στην όσο το δυνατό καλύτερη οργάνωση του λιμανιού που αποτελεί τον κύριο του έργο. Η δημιουργία των υποδομών και η οργάνωση των υπηρεσιών αποτελούν καθοριστικά στοιχεία. Η πρόσδεση του πλοίου αν και αποτελεί σημαντικό στοιχείο δεν αποτελεί προϋπόθεση για να περιληφθεί ένας προορισμός. Ως παραδείγματα αναφέρονται η Σαντορίνη και η Πάτμος που έχουν ισχυρότατο brand name και ελκυστικότητα ώστε να ξεπεραστούν οι όποιες δυσκολίες προκύπτουν από την μη πρόσδεση του πλοίου αλλά και πολλά άλλα λιμάνια της Ελλάδας με λιγότερο ισχυρό όνομα. Είναι γεγονός ότι η συνεχής μεγέθυνση των πλοίων δεν μπορεί να ακολουθηθεί με ανάλογη μεγέθυνση των λιμανιών των νησιών.

- «στην εστίαση στην δημιουργία εμπειριών όπου ο επιβάτης κρουαζιέρας και η ικανοποίηση του γίνεται ο οδηγός για τον σχεδιασμό και την παροχή νέων υπηρεσιών. Η ανάπτυξη του λιμανιού βασίζεται σε ένα μοντέλο πέντε αισθήσεων που στηρίζεται στην αρχή ότι η προώθηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του προορισμού, όπως η ιστορία, ο πολιτισμός, η τοπική παραγωγή μπορούν να επιτευχθούν μόνο μέσω της αφήγησης ιστοριών». Η εύκολη πρόσβαση των τουριστών σε πληροφορίες για τον προορισμό είναι ένα ακόμα στοιχείο της παρούσας στρατηγικής.

Η ικανοποίηση των προϋποθέσεων που θέτει η δραστηριότητα της κρουαζιέρας σε συνδυασμό με τις απαιτήσεις των ισχυρών εταιρειών δεν είναι εύκολη υπόθεση για να επιτευχθεί η πολυπόθητη «ανάπτυξη»<sup>12</sup>. Πόσο μάλλον να επεκταθεί κανείς και

<sup>12</sup> Όπως έχουμε επισημάνει από την αρχή, η ανάπτυξη ενός κλάδου δεν μπορεί να καταμετράται απλά από τα μεγέθη παραγωγής, στη περίπτωση μας αφίξεων πλοίων και επισκεπτών, αλλά από τα αποτελέσματα τους: δηλαδή από τα έσοδα που δημιουργούνται, από τις θέσεις απασχόλησης και τα εισοδήματα, από τα περιβαλλοντικά κόστη και τα κόστη που προκαλούνται στην ποιότητα ζωής των

 <p><b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b></p>	  <p><b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b></p> <p><b>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ»</b> <b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> <b>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</b></p>	 <p><b>ΕΣΠΑ 2007-2013</b> Πρόγραμμα για την ανάπτυξη <b>ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</b></p>
---	---	---

έξω από τα όρια της δικαιοδοσίας του, «εισχωρώντας» στην πόλη, στον προορισμό, που όμως αποτελεί προϋπόθεση για την επιτυχία της κρουαζιέρας ειδικά όταν το λιμάνι είναι λιμάνι εκκίνησης της κρουαζιέρας όπως είναι την ΠΝΑ η Ρόδος. Τα όσα «κατάφερε» ο ΟΛΗ που βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στη «δύναμη» που έχει ένα μεγάλο λιμάνι αλλά και στις ικανότητες του επικεφαλής του φορέα τόσο στις διαπραγματεύσεις με τις εταιρείες όσο και με τους τοπικούς φορείς, δεν είναι αυτονόητο ότι μπορούν να γίνουν από τα τοπικά Λιμενικά Ταμεία (δημοτικά ή κρατικά) που συνήθως στερούνται του κατάλληλου προσωπικού. Φαίνεται λοιπόν ως αναγκαία προϋπόθεση η συνεργασία των τοπικών φορέων (λιμενικών ταμείων, δήμων κλπ) που δεν πρέπει να αισθάνονται ως ανταγωνιστές (για το ποιο λιμάνι θα κερδίσει τις περισσότερες κρουαζιέρες) αλλά ως συνεργάτες για να αυξήσουν συνολικά τον αριθμό των προσεγγίσεων και πάνω απ'όλα τα οφέλη των κοινωνιών που εκπροσωπούν από την κρουαζιέρα. Και εδώ ο ρόλος της ΠΝΑ ως οργανισμού-ομπρέλα που έχει τη δύναμη να οργανώσει, να διαπραγματευθεί, να υλοποιήσει είναι προφανής.

Αντίστοιχη είναι και η ικανοποίηση των προϋποθέσεων για την ανάπτυξη του **θαλάσσιου τουρισμού με ιδιωτικό σκάφος** έστω και αν φαινομενικά οι κλίμακες είναι διαφορετικές. Και πάλι εξαρτάται από τους στόχους: ένα λιμάνι επιθυμεί να αποτελεί κέντρο μόνιμου ελλιμενισμού γιγώτ (μικρών και μεγάλων) από όπου οι τουρίστες θα ξεκινούν τη θαλάσσια περιήγηση τους ή απλώς ένα σημείο διέλευσης (υποχρεωτικής διανυκτέρευσης) πριν τον επόμενο προορισμό. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν και εδώ:

- Οι υποδομές ελλιμενισμού (μαρίνα, τουριστικό καταφύγιο) και οι προσφερόμενες υπηρεσίες (από τα βασικά όπως στοιχεία του λιμανιού που διευκολύνουν την πρόσβαση στο λιμάνι, τον ελλιμενισμό με κρατήσεις θέσεων σε προβλήτα ή αρόδου σε ειδικά αγκυροβόλια, την παροχή νερού, ηλεκτρικού και καυσίμων, τη δυνατότητα επισκευών, τη πρόσβαση σε internet αλλά και τη παροχή πληροφοριών για τον προορισμό μέσα από ηλεκτρονικές εφαρμογές)
- Οι προσφερόμενες υπηρεσίες εκτός λιμανιού με την αναβάθμιση του προσφερόμενου προϊόντος σε ότι αφορά στη πρόσβαση σε βασικές υπηρεσίες (αγορές, εστιατόρια, μπαρ) με ειδική σήμανση ποιότητας ή και εκπαιδευτικές κάρτες που παρέχει το λιμάνι, μέχρι και πακέτα σύντομης γνωριμίας με το νησί με βάση την ίδια λογική που μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για τους επισκέπτες κρουαζιέρας.

Η δημιουργία και εδώ ελκυστικού προορισμού για την κατ'αρχή προσέλκυση των σκαφών στο λιμάνι και στη συνέχεια των επιβατών τους στην ενδοχώρα έχει

πολιτών και στην απόδοση των άλλων δραστηριοτήτων όταν υπάρχει «ανταγωνισμός» σε πόρους και υποδομές (βλ. Σαντορίνη αλλά και πολλούς άλλους προορισμούς στην Ελλάδα και στη Μεσόγειο) εξ αιτίας του συνωστισμού που προκαλεί η μαζική άφιξη των επισκεπτών κρουαζιέρας.

 <p><b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b></p>	  <p><b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b></p> <p><b>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ»</b> <b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> <b>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</b></p>	 <p><b>ΕΣΠΑ 2007-2013</b> Πρόγραμμα για την ανάπτυξη <b>ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</b></p>
---	---	---

προφανείς στόχους που είναι η αύξηση των εσόδων του λιμανιού και των επιχειρήσεων του νησιού, των θέσεων εργασίας κλπ Και στη περίπτωση αυτή ο ρόλος του συντονισμού των δράσεων και της παροχής υποστήριξης από την ΠΝΑ με τεχνογνωσία προς τα λιμάνια και γενικότερα τους προορισμούς για να οργανώσουν υποδομές και υπηρεσίες.

Σε ότι αφορά στον **συνεδριακό τουρισμό**, τα πράγματα δεν είναι ριζικά διαφορετικά, επί της αρχής τουλάχιστον:

- Το θέμα των υποδομών είναι κυρίαρχο (κατάλληλοι χώροι για το συνέδριο, υπηρεσίες διανυκτέρευσης, εστίασης, αναψυχής, internet) ώστε να επιτύχει σε πρώτη φάση η προσέλκυση συνεδρίων και σε δεύτερη φάση να είναι επιτυχημένη η διοργάνωση τους και η ικανοποίηση οργανωτών και συνέδρων.
- Το θέμα των προσφερόμενων υπηρεσιών πέρα απ'όσες οργανώνονται ειδικά για το συνέδριο και γενικότερα η εικόνα του προορισμού ώστε πρώτα να πείσει για την σκοπιμότητα οργάνωσης ενός συνεδρίου στον προορισμό αυτό και δεύτερο να επιτύχει την ικανοποίηση των συνέδρων με αποτέλεσμα είτε την επέκταση της διαμονής τους ή την επιστροφή τους στον προορισμό.

Το μέγεθος και το είδος των συνεδρίων αποτελούν βασικές παραμέτρους σε ότι αφορά τη ζήτηση. Τα μεγάλα συνέδρια που εντάσσονται στη λειτουργία των διεθνών οργανισμών όπως η International Congress and Convention Association (ICCA) δεδομένου ότι απαιτούν μεγάλες υποδομές (συνεδριακές αίθουσες, ξενοδοχεία υψηλών κατηγοριών, λουιές υπηρεσίες εξυπηρέτησης) και υψηλή προσπελασιμότητα (πολλές πτήσεις και διεθνές δίκτυο μεταφορών) δεν μπορούν να οργανωθούν παρά μόνο στη Ρόδο<sup>13</sup>, ενώ Κως, Μύκονος και Σαντορίνη έχουν την δυνατότητα για συνέδρια ενδιάμεσου μεγέθους. Στα υπόλοιπα νησιά μόνο μικρά συνέδρια μπορούν να οργανωθούν και να εξασφαλίσουν επιτυχία.

Και εδώ ο ρόλος της Περιφέρειας μπορεί να είναι σημαντικός στην στήριξη των επιμέρους νησιών για οργάνωση συνεδρίων μέσα από τη προώθηση των δυνατοτήτων τους στις ειδικές εκθέσεις δημιουργώντας τον φάκελο του συνεδριακού τουρισμού για τη περιφέρεια και κάθε νησί ξεχωριστά, αλλά και στην υποστήριξη τους στην ανάληψη και στην υλοποίηση των συνεδρίων σε συνεργασία με ειδικευμένες εταιρείες.

<sup>13</sup> Με βάση τα στοιχεία της ICCA για το 2014 στην Ελλάδα διοργανώθηκαν 148 μεγάλα διεθνή συνέδρια (από τα 11.500 σε παγκόσμιο επίπεδο που τη φέρνει στην 26<sup>η</sup> θέση στη παγκόσμια κατάταξη) με 48.772 άτομα (μέσου μεγέθους 329 άτομα) και από αυτά 80 στην Αθήνα (27<sup>η</sup> θέση μεταξύ 350 πόλεις με πάνω από 5 συνέδρια), 22 στη Θεσσαλονίκη, 18 στη Κρήτη και 7 στη Ρόδο (289<sup>η</sup> θέση).

 <p><b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b></p>	  <p><b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b></p> <p><b>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ»</b> <b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> <b>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</b></p>	 <p><b>ΕΣΠΑ 2007-2013</b> Πρόγραμμα για την ανάπτυξη <b>ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</b></p>
---	---	---

Τόσο ο θαλάσσιος όσο και ο συνεδριακός τουρισμός εξ αιτίας των ιδιαιτεροτήτων τους αλλά και του παγκόσμιου ανταγωνισμού που υπάρχει για την προσέλκυση τους οφείλουν να συνδέονται με την ιδιαίτερη εικόνα του ελληνικού νησιωτικού χώρου ως σημείο προσέλκυσης αξιοποιώντας τα ιδιαίτερα του χαρακτηριστικά της ΠΝΑ που είναι ο νησιωτικός χαρακτήρας και το ήπιο κλίμα, η ασφάλεια, η φιλοξενία<sup>14</sup>, ο χαρακτηρισμός τους ως παγκόσμια κοιτίδα πολιτισμού και το ιδιαίτερα πλούσιο φυσικό περιβάλλον και τοπίο<sup>15</sup>. Κατά συνέπεια οφείλουν να συνδέονται με τις άλλες βασικές μορφές τουρισμού (πολιτιστικού και φυσιολατρικού) και των εξειδικεύσεων τους που αναπτύσσονται τοπικά με βάση τα χαρακτηριστικά του κάθε προορισμού και ειδικά με την εικόνα που εκπέμπει ο κάθε ένας προορισμός ξεχωριστά. Έτσι για παράδειγμα ένα συνέδριο οικολογίας μπορεί να οργανωθεί σε ένα κρουαζιερόπλοιο που θα προσεγγίσει σε hot spots περιβάλλοντος προσφέροντας και τις ανάλογες περιηγήσεις.

Υψηλός ανταγωνισμός υπάρχει και στις άλλες μορφές τουρισμού με δεδομένη την παγκοσμιοποίηση της τουριστικής αγοράς που επιτεύχθηκε από τα τέλη του 20<sup>ου</sup> αιώνα και μάλιστα από νέους προορισμούς που μπορούν να ισχυρίζονται ότι είναι «αυθεντικοί» και «παρθένοι» σε σχέση με τους αλλοιωμένους από τον τουρισμό προορισμούς της παλαιάς Ευρώπης και Μεσογείου. Οι εξελίξεις που οδήγησαν στην αύξηση του ανταγωνισμού είναι οι αλλαγές στο δίκτυο των αερομεταφορών, η ασφάλεια που επικρατεί παγκόσμια (έστω και αν υπάρχουν πολλά «επεισόδια» που την διαταράσσουν δείχνοντας πόσο ευαίσθητος είναι ο τουρισμός σ'αυτήν), η απελευθέρωση στη διακίνηση χρημάτων με την αυξημένη χρήση του πλαστικού χρήματος, η ανάπτυξη των τηλεπικοινωνιών και της πληροφόρησης. Εξελίξεις που έχει εντείνει τον ανταγωνισμό μεταξύ των προορισμών την στιγμή που οι διακινητές τουριστών (ΤΟ) γίνονται λιγότεροι και πιο ισχυροί με αποτέλεσμα να αυξάνουν τον έλεγχο πάνω στις τιμές.

Οι εξελίξεις αυτές έχουν οδηγήσει τον υποψήφιο τουρίστα να μπορεί να μάθει ο ίδιος περισσότερα για κάθε προορισμό έχοντας την δυνατότητα να δει τι προσφέρει ο κάθε ένας και να συγκρίνει όχι μόνο την τιμή του προϊόντος μέσα από τις προσούρες των ΤΟ αλλά και το ίδιο το προϊόν μέσα από εικόνες και ειδήσεις όχι ελεγχόμενες από τον προορισμό. Από τα παραπάνω καθίσταται σαφές ότι οι προσπάθειες που πρέπει να γίνονται από τους προορισμούς, (σε συνεργασία δημόσιων φορέων και επιχειρήσεων), είναι να δημιουργούν μια ελκυστική και διαφοροποιημένη εικόνα που να βασίζεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους και

<sup>14</sup> Η ανάδειξη της «Φιλοξενίας» ως ιδιαίτερου στοιχείου του τουριστικού προϊόντος σηματοδοτεί τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στη παραγωγή του προϊόντος και στην ικανοποίηση των τουριστών. Ανταποκρίνεται στις προσδοκίες του τουρίστα ως τμήμα της αυθεντικότητας ενός προϊόντος

<sup>15</sup> Με βάση αυτή τη θεώρηση η εικόνα που προώθησε η ΠΝΑ για τη προβολή «the endless blue» είναι μάλλον περιοριστική

 <p><b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b></p>	  <p><b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b></p> <p>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ» <b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>	 <p><b>ΕΣΠΑ 2007-2013</b> Πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
---	---	--

να προσφέρουν σύνθετα προϊόντα για ενεργή εμπλοκή του τουρίστα. Όμως παραμένει το ερώτημα της αγοράς-στόχου με βάση τόσο τους υπάρχοντες πόρους (ή ακόμη και μύθους) όσο και τον βαθμό αξιοποίησης τους που δεν μπορεί να εξαντλείται στην συντήρηση-ανάδειξη μνημείων και την προσφορά αναμνηστικών. Τα παραδείγματα από τις επί μέρους εκθέσεις θεματικού τουρισμού δίνουν το πλαίσιο στο πως πρέπει να κινηθεί η ανανέωση και η διαφοροποίηση του ελληνικού νησιωτικού τουριστικού προϊόντος.

Ολοκληρώνοντας το παρόν σημείωμα θα θέλαμε να επισημάνουμε ότι η ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού έρχεται να απαντήσει σε τρία από τα σημαντικά μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού και ειδικά αυτού των νησιών: την υψηλή εποχικότητα, την χαμηλή δαπάνη και την ανειδίκευτη χαμηλά αμειβόμενη απασχόληση. Τα δύο πρώτα φαινόμενα φαίνεται ότι χειροτερεύουν με τη πάροδο του χρόνου και ειδικά στην τελευταία δεκαετία και στην ΠΝΑ –δείγμα της κρίσης στην οποία έχει μπει ο ελληνικός τουρισμός παρά τη συνολική αύξηση των αφίξεων-διανυκτερεύσεων εξ αιτίας του αυξημένου ανταγωνισμού και συμπαρασύρουν και το τρίτο. εξ αιτίας της χαμηλότερης κερδοφορίας των επιχειρήσεων, της εισροής αλλοδαπού εργατικού δυναμικού και της παρατεταμένης υψηλής ανεργίας που υπάρχει γενικά στη χώρα λόγω της κρίσης.

Αυτό οφείλεται κύρια στη κυρίαρχη μορφή που έχει αναπτυχθεί στη χώρα, τουρισμός ήλιου-θάλασσας-άμμου, που δέχεται ισχυρή πίεση από άλλους προορισμούς σε παγκόσμιο επίπεδο και μάλιστα από χώρες με χαμηλότερο κόστος παραγωγής απ’ ότι η χώρα μας. Όλες οι μορφές στις οποίες αναφέρονται οι θεματικές μελέτες μπορούν αποδεδειγμένα με βάση μελέτες να αντιμετωπίσουν τις δύο αυτές διαρθρωτικές αδυναμίες. Ακόμη και ο θρησκευτικός τουρισμός (που μέχρι σήμερα είναι κυρίως εσωτερικός και χαμηλής σχετικά οικονομικής απόδοσης) μπορεί με την εξασφάλιση ροής κατά τη χαμηλή και μέση τουριστική περίοδο να δώσει λύσεις στους προορισμούς και τις επιχειρήσεις τους. Προϋπόθεση όμως αποτελεί η οργάνωση εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων όχι μόνο στη περίοδο εορτασμού του αγίου στο οποίο είναι αφιερωμένο το συγκεκριμένο μνημείο αλλά ολόκληρο το χρόνο αξιοποιώντας όλα τα στοιχεία που συνδέονται με αυτό (θρύλους, παραδόσεις, γραπτά κείμενα, αρχιτεκτονικά και πολιτιστικά στοιχεία κλπ).

 <p><b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ</b> <b>ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b></p>	  <p><b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b></p> <p>ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: «ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ» <b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΡΗΤΗΣ &amp; ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ</b> Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>	 <p><b>ΕΣΠΑ 2007-2013</b> Πρόγραμμα για την ανάπτυξη <b>ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</b></p>
---	---	---