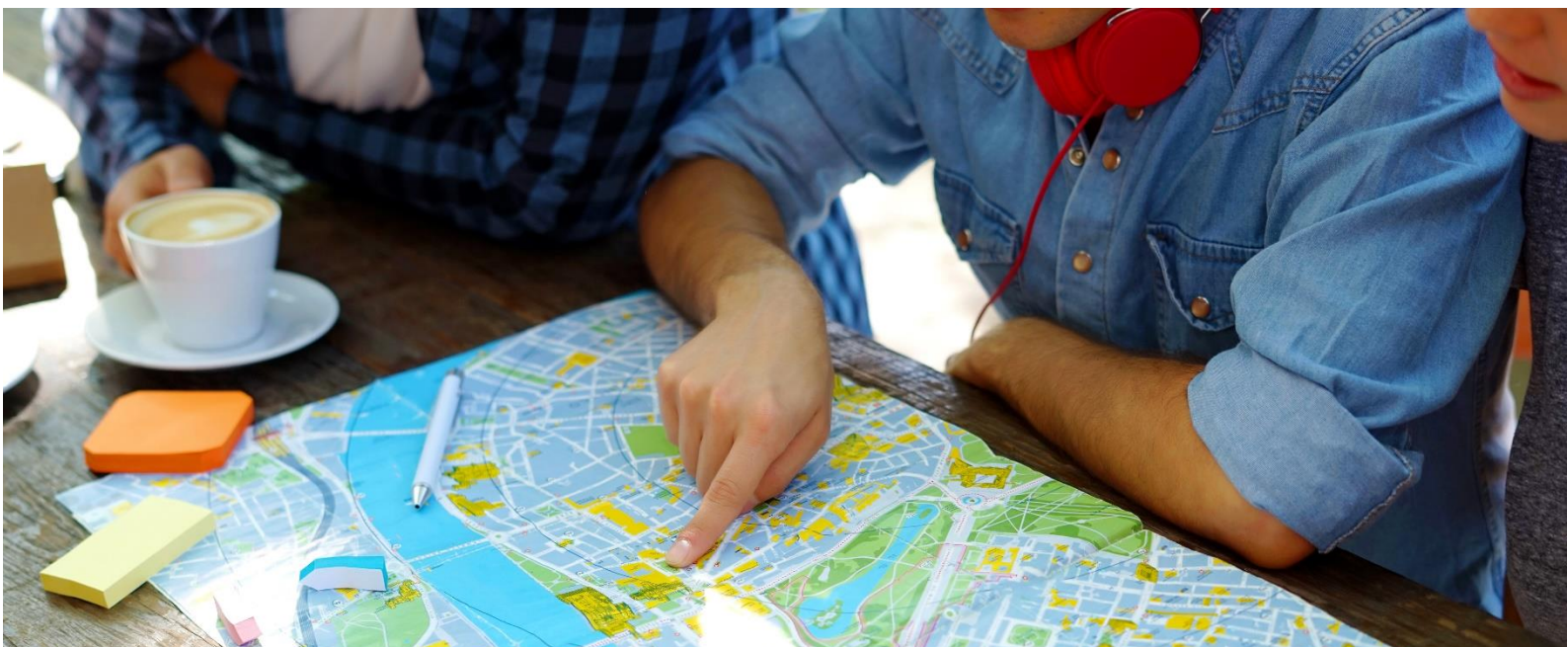


**ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΒΙΩΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΟΥ ΒΑΣΙΖΕΤΑΙ ΣΤΗΝ
ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΜΑΥΡΗΣ ΘΑΛΑΣΣΑΣ**

Έργο No BSB-1145



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΑ ΣΧΕΔΙΑ ΔΡΑΣΗΣ

για την ενθάρρυνση του βιωματικού τουρισμού που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας

ΚΟΙΝΑ ΣΥΝΟΡΑ. ΚΟΙΝΕΣ ΛΥΣΕΙΣ.

**ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΒΙΩΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΟΥ ΒΑΣΙΖΕΤΑΙ ΣΤΗΝ
ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΜΑΥΡΗΣ ΘΑΛΑΣΣΑΣ**

Έργο No BSB-1145

Περιφερειακά Σχέδια Δράσης

για την πρόωθηση του βιωματικού τουρισμού που βασίζεται στην κληρονομιά
και τον πολιτισμό στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας

Μάρτιος 2021

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



Συγγραφείς και συντελεστές:

Πανεπιστήμιο Διοίκησης Επιχειρήσεων Βάρνας (VUM)

Σχέδια Δράσης Άλλων
Χωρών Μαύρης Θάλασσας

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ)

Σχέδιο Δράσης Ελλάδας

City_Space_Flux Research Unit

Αθηνά Γιαννακού, Καθηγήτρια, ΑΠΘ

Αντζελίνα Αποστόλου, Ερευνήτρια, ΑΠΘ

Βασιλική Μπίρου-Αθανασίου, Ερευνήτρια, ΑΠΘ

Απόστολος Παπαγιαννάκης, Αναπληρωτής καθηγητής, ΑΠΘ, συντονιστής έργου ΑΠΘ PRO-EXTOUR

Συνεισφορά:

Αθηνά Βιτοπούλου, Επίκουρη Καθηγήτρια, ΑΠΘ

Κωνσταντίνα Δήμητρα Σαλάτα, Ερευνήτρια, ΑΠΘ

Κέντρο Τεχνών και Πολιτισμού Γεωργίας (GACC)

Σχέδιο Δράσης Γεωργίας

Lela Khartishvili, Ειδική στον Τουρισμό/ Ερευνήτρια του GACC PRO-EXTOUR

Mariam Dvalishvili, Διαχειρίστρια έργου GACC PRO-EXTOUR

Natia Trapaidze, Συντονίστρια έργου GACC PRO-EXTOUR

Mariam kakhniashvili, Βοηθός έργου GACC PRO-EXTOUR

Κρατικό Πανεπιστήμιο Γερεβάν (YSU)

Σχέδιο Δράσης Αρμενίας

Gor Aleksanyan, Αναπληρωτής καθηγητής, YSU, Ερευνητής

Seyran Suvaryan, Αναπληρωτής καθηγητής, YSU, Ερευνητής

Alexander Markaron, Καθηγητής, Συντονιστής έργου YSU PRO-EXTOUR

Ένωση Μαγειρικής Τέχνης και Φιλοξενίας (CAHA)

Σχέδιο Δράσης Βουλγαρίας



Copyright © 2020 PRO EXTOUR PROJECT

Όλα τα δικαιώματα διατηρούνται. Η αναπαραγωγή και διανομή μέρους ή του συνόλου της έκδοσης επιτρέπεται εκτός της περίπτωσης της εμπορικής εκμετάλλευσης, υπό την προϋπόθεση ότι η σύμπραξη του Έργου αναφέρεται σαν πηγή.

Αυτή η έκδοση πραγματοποιήθηκε με την οικονομική υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τα περιεχόμενα αυτής της έκδοσης είναι αποκλειστική ευθύνη των συγγραφέων και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι αντανακλούν τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης.



Project funded by
EUROPEAN UNION



ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ.....	7
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	8
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ: ΕΛΛΑΔΑ.....	10
Υφιστάμενη κατάσταση: πλεονεκτήματα, αδυναμίες, ευκαιρίες και κίνδυνοι.....	10
Στρατηγικές προτεραιότητες, στόχοι και δράσεις	14
Πιθανές χρηματοδοτικές πηγές και φορείς	23
Κύριοι φορείς	23
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ: ARMENIA.....	25
Αναγκαιότητα, όραμα και στόχοι του Βιωματικού Τουρισμού που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό (ΒΤΚΠ) στη Δημοκρατία της Αρμενίας.....	25
Ανάλυση SWOT της ανάπτυξης του Βιωματικού Τουρισμού που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό στην Αρμενία.....	25
Πιθανές στρατηγικές δράσεις για τη διασφάλιση της αναπτυξιακής πολιτικής του Βιωματικού Τουρισμού που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό της Αρμενίας	30
Συμπεράσματα	35
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ: ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ.....	36
Βιωματικός τουρισμός που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό στη Βουλγαρία. Σύγχρονη τεχνογνωσία και δίοδοι ανάπτυξης	36
Ανάλυση SWOT της ανάπτυξης του βιωματικού τουρισμού που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό στη Βουλγαρία	37
Συνοπτική παρουσίαση πιθανών στρατηγικών επιλογών	42
Συμπεράσματα	45
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ: ΓΕΩΡΓΙΑ.....	47
Ανάπτυξη του Βιωματικού Τουρισμού που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό στην Γεωργία.....	47
■ Ανάλυση SWOT του Βιωματικού Τουρισμού που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό στην Γεωργία.....	47
Πιθανές επιλογές στρατηγικών σχεδιασμών	52
Στρατηγικό όραμα, στόχοι και σχέδιο δράσης.....	53
Συμπεράσματα	56
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ: ΛΕΚΑΝΗ ΤΗΣ ΜΑΥΡΗΣ ΘΑΛΑΣΣΑΣ	58
Βιωματικός τουρισμός που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό στην Λεκάνη της Μαύρης Θάλασσας.....	58



Project funded by
EUROPEAN UNION



Ανάλυση SWOT του βιωματικού τουρισμού που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό στην περιφέρεια της ΛΜΘ	59
Πιθανές στρατηγικές δράσεις για την ανάπτυξη του Βιωματικού Τουρισμού που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό στην περιφέρεια της ΛΜΘ	63
Συμπεράσματα	71
ΑΝΑΦΟΡΕΣ	72



Project funded by
EUROPEAN UNION



ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ

ΛΜΘ	Λεκάνη Μαύρης Θάλασσας
ΟΔΠ	Οργανισμός Διαχείρισης Προορισμού
ΚΤΠΓ	Κέντρο Τέχνης και Πολιτισμού της Γεωργίας
ΕΟΤΓ	Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού της Γεωργίας
ΒΤΚΠ	Βιωματικός Τουρισμός που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό
ΥΠΠΓΓ	Υπουργείο Περιβαλλοντικής Προστασίας και Γεωργίας της Γεωργίας
ΕΑΑ	Έκθεση Αξιολόγησης Αναγκών
ΜΚΟ	Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις
ΣΔΙΤ	Συμπράξεις Δημόσιου Ιδιωτικού Τομέα
ΔΤΑ	Δημοκρατία της Αρμενίας
ΠΣΔ	Περιφερειακό Σχέδιο Δράσης
ΜΤΕ	Μικρές Τουριστικές Επιχειρήσεις
SWOT	Ανάλυση δυνατών σημείων, αδύνατων σημείων, ευκαιριών και απειλών
ΤΓ	Ταξιδιωτικά Γραφεία
UNESCO	Ο Εκπαιδευτικός, Επιστημονικός και Πολιτιστικός Οργανισμός των Η. Εθνών
ΠΣΤΤ	Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού

—

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Αυτή η έκθεση ενώνει πέντε Περιφερειακά Σχέδια Δράσης (ΠΣΔ) για την ενθάρρυνση του βιωματικού τουρισμού που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό στην Αρμενία, τη Βουλγαρία, τη Γεωργία και την Ελλάδα (ως χώρες που εκπροσωπούνται στο έργο PRO EXTOUR) συγκεκριμένα, καθώς και σε ολόκληρη τη Λεκάνη της Μαύρης Θάλασσας γενικότερα. Τα σχέδια δράσης ακολουθούν κοινή δομή και εστιάζουν σε ένα σύνολο ενσωματωμένων στοιχείων, όπως η επισκόπηση του επιπέδου τεχνογνωσίας στην ανάπτυξη και τα ρυθμιστικά καθεστώτα του Βιωματικού Τουρισμού που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό, αναλύσεις SWOT, επιλογές πολιτικής και κατευθύνσεις για μεταρρύθμιση, καθώς και προοπτικές για μελλοντική ανάπτυξη.

Τα ΠΣΔ βασίζονται στην εκτεταμένη αξιολόγηση περιφερειακών αναγκών που πραγματοποιήθηκε το 2020-2021 από τους ειδικούς, που συμμετέχουν στο PRO EXTOUR, και λαμβάνουν υπόψη τα σχετικά ευρήματα και τα συμπεράσματα που προκύπτουν από στοχοθετημένες πρωτογενείς και δευτερογενείς έρευνες, καθώς και αναλύσεις πολιτικής. Η αξιολόγηση των αναγκών αποκάλυψε πολλές κοινές αναπτυξιακές προκλήσεις, όμοιες δυσκολίες που αντιμετωπίζουν τα ενδιαφερόμενα μέρη και παρόμοιες ανεπάρκειες στην οργάνωση και τον στρατηγικό σχεδιασμό σχετικά με τον ΒΤΚΠ. Ακόμα, προκειμένου να διατυπωθούν εφικτές προτάσεις μεταρρυθμίσεων, η ομάδα των ειδικών αποφάσισε να επεξεργαστεί τα σχέδια δράσης ανά χώρα και στη συνέχεια να παρουσιάσει την πιθανή περιφερειακή δράση σε ξεχωριστό κεφάλαιο. Κατά την επεξεργασία των περιφερειακών σχεδίων δράσης, ελήφθησαν επίσης υπόψη οι ευκαιρίες και οι προοπτικές για διασυνοριακή και ενδοπεριφερειακή συνεργασία μεταξύ των χωρών που μελετήθηκαν.

Το τελευταίο κεφάλαιο της έκθεσης περιλαμβάνει συνοπτικά συμπεράσματα και προτάσεις που ανταποκρίνονται στις ιδιαιτερότητες όλων των διαφόρων περιοχών και περιφερειών της Λεκάνης της Μαύρης Θάλασσας, καθώς και προτάσεις πολιτικής για συντονισμένες ενέργειες που ευνοούν την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ.

Αυτή η έκθεση είναι διαθέσιμη στην Αγγλική, την Αρμενική, τη Βουλγαρική, τη Γεωργιανή και την Ελληνική γλώσσα.

Το έργο PRO EXTOUR και ο Βιωματικός τουρισμός που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό

Ο Βιωματικός Τουρισμός που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό (ΒΤΚΠ) είναι ένα ~~είναι~~ ένα σύνολο από κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες ταξιδιωτικές δραστηριότητες και υπηρεσίες, που προσφέρουν μια αξιομνημόνευτη εμπειρία και προσέγγιση της κληρονομιάς και του πολιτισμού που οδηγεί τους ταξιδιώτες σε ένα ταξίδι προσωπικής εξέλιξης, απόκτησης γνώσης και έμπνευσης.

Ο ΒΤΚΠ προάγει την κατανόηση της ιστορίας, των ανθρώπων και των πολιτισμών από τους ταξιδιώτες, αλλά επίσης παράγει εκτίμηση από τις τοπικές κοινότητες για τις πολιτιστικές τους αξίες. Επομένως, συνεισφέρει στη διατήρηση της κληρονομιάς και του ζωντανού πολιτισμού, στην αειφόρο χρήση των πόρων, διαθέτει περιφερειακή προστιθέμενη αξία, και ωφελεί την κοινότητα υποδοχής.



Project funded by
EUROPEAN UNION



Το έργο PRO EXTOUR σχεδιάστηκε για να προωθήσει τον βιωματικό τουρισμό ως άξονα αειφόρου ανάπτυξης για τις τουριστικές επιχειρήσεις στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας, αξιοποιώντας τις δυνατότητες της τοπικής κληρονομιάς και του πολιτισμού, των καινοτόμων λύσεων και της διασυνοριακής συνεργασίας.

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ: ΕΛΛΑΔΑ

Το Περιφερειακό Σχέδιο Δράσης λειτουργεί ως το βασικό κείμενο που προσδιορίζει πρακτικές και διαδικασίες για την προώθηση του βιωματικού τουρισμού, βασισμένου στην κληρονομία και τον πολιτισμό, στις δύο ελληνικές περιφέρειες που εμπίπτουν στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας, τις Περιφέρειες Κεντρικής Μακεδονίας και Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (για συντομογραφία θα αναφέρεται ως περιοχή BSB-GR). Επικεντρώνεται σε μια σειρά προτάσεων για την προώθηση ευκαιριών ανάπτυξης του βιωματικού τουρισμού που μπορούν να αξιοποιηθούν από τουριστικούς φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού φορέα.

Υφιστάμενη κατάσταση: πλεονεκτήματα, αδυναμίες, ευκαιρίες και κίνδυνοι

Η περιοχή BSB-GR στο σύνολο της έχει ένα πλούσιο και ποικίλο απόθεμα πολιτιστικής κληρονομιάς, υλικής και άυλης, από τα προϊστορικά χρόνια μέχρι σήμερα. Και οι δύο περιφέρειες τις περιοχές BSB-GR έχουν ήδη ένα καλά ανεπτυγμένο τουριστικό προφίλ.

Σχετικά με τις υλικούς πολιτιστικούς πόρους, η BSB-GR ενσωματώνει το μεγαλύτερο μέρος της εδαφικής περιοχής της αρχαίας Μακεδονίας, ενώ διαθέτει και 4 από τα 18 παγκόσμια μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO στην Ελλάδα, καθώς και σημαντικές αρχαίες πόλεις. Η Θεσσαλονίκη, πρωτεύουσα της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, αποτελεί έναν σημαντικό πόλο έλξης με αξιοσημείωτη προοπτική για ανάπτυξη του βιωματικού τουρισμού. Άλλες μικρότερες πόλεις όπως, η Βέροια με Βυζαντινά μνημεία, και η Ξάνθη με την ιδιαίτερη αρχιτεκτονική της, αποτελούν επίσης πιθανά μελλοντικά κέντρα ανάπτυξης βιωματικού τουρισμού. Βασικοί πόροι του φυσικού περιβάλλοντος όπως ο Όλυμπος, το ψηλότερο βουνό της χώρας γνωστό και ως η κατοικία των δώδεκα Θεών, καθώς και η χερσόνησος του Άθω, το τρίτο Μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO στην περιοχή μελέτης, αποτελούν επίσης ιδιαίτερους προορισμούς για την ανάπτυξη του βιωματικού τουρισμού.

Όσον αφορά στους άυλους πολιτιστικούς πόρους, στην BSB-GR, καταγράφεται ένας μεγάλος αριθμός εθίμων και παραδόσεων που συγκροτούν με τη σειρά τους έναν ποικίλο τοπικό πολιτισμό. Κάποια από τα αυτά τα έθιμα - τελετουργίες έχουν καταφέρει να επιβιώσουν ακόμη και στην αρχική τους μορφή, ορισμένα από τα οποία είναι παρόμοια με αυτές που καταγράφονται σε περιοχές της Βουλγαρίας. Η δυνατότητα ανάπτυξης γαστρονομικών προορισμών σε πολλές περιοχές της BSB-GR, μπορεί να συμβάλλει περαιτέρω στην προώθηση του βιωματικού τουρισμού, καθώς η ευρύτερη περιοχή μελέτης είναι γνωστή για την τοπική κουζίνα της.

Όπως καταδεικνύεται από τις απαντήσεις των επισκεπτών στην έρευνα ερωτηματολογίου, στη πλειοψηφία τους, επιθυμούν να ανακαλύψουν νέους τόπους, να βιώσουν την κουλτούρα των κατοίκων και να γνωρίσουν την ταυτότητα των τόπων αυτών. Ακόμα, οι ταξιδιώτες φαίνονται πρόθυμοι να πληρώσουν παραπάνω για ουσιαστικές και εμπλουτισμένες εμπειρίες, καθώς και να θυσιάσουν μέρος των ανέσεων τους ούτως ώστε να αποκομίσουν αξιομνημόνευτες εμπειρίες.

Η παρούσα έρευνα ανέδειξε την απουσία ουσιαστικής κατανόησης της έννοιας και του περιεχομένου του βιωματικού τουρισμού, ο οποίος φαίνεται να αντιμετωπίζεται ως μια γενική έννοια. Επιπροσθέτως, παρατηρείται ένα κενό στην κατηγοριοποίηση των τουριστικών επιχειρήσεων και εμπειριών, καθώς κάποιες από τις υφιστάμενες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον βιωματικό τομέα δε μπορούν να καταταχθούν στις υπάρχουσες

συμβατικές τουριστικές κατηγορίες. Το φαινόμενο αυτό μπορεί να μεταφραστεί ως ανάγκη αναθεώρησης του υφιστάμενου τουριστικού μοντέλου και του ορισμού πλαισίου και περιεχομένου, εκσυγχρονίζοντας τη νομοθεσία που αφορά στον τουρισμό και τις εναλλακτικές μορφές του.

Η αναθεώρηση του τουριστικού νομοθετικού πλαισίου, με σκοπό τη διευκόλυνση της ανάπτυξης του βιωματικού τουρισμού φαίνεται να είναι αναγκαία. Σημαντικοί παράγοντες που μπορούν να συνεισφέρουν στην εξέλιξη του βιωματικού τουρισμού είναι τόσο η συνεργασία μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων με τους τοπικούς παραγωγούς, με σκοπό τη στήριξη της τοπικής κοινότητας, όσο και η διασυνοριακή συνεργασία. Οι ψηφιακές τεχνολογίες διευρύνουν τους τομείς δραστηριοποίησης του βιωματικού τουρισμού, συνεισφέρουν στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και εμπλουτίζουν την εμπειρία των επισκεπτών μέσω καινοτόμων ψηφιακών εργαλείων. Επιπλέον, η παγκόσμια πανδημία COVID-19, παρά τις διαφαινόμενες επιπτώσεις της, μπορεί να αποτελέσει κινητήριο μοχλό της ανάπτυξης του βιωματικού τουρισμού.

Μια ολοκληρωμένη πολιτική για την προώθηση και την εφαρμογή στρατηγικών για τον βιωματικό πολιτισμικό τουρισμό θεωρείται κρίσιμη σε όλα τα επίπεδα. Η ανεπαρκής και ακατάλληλη τουριστική νομοθεσία, σε συνδυασμό με την έλλειψη ενός στρατηγικού σχεδίου και ενός σαφούς ορισμού της έννοιας και του περιεχομένου περιορίζει την ανάπτυξη επιχειρήσεων και λοιπών εγχειρημάτων στο πεδίο του βιωματικού τουρισμού. Αυτό οφείλεται εν μέρει στην κυριαρχία του μαζικού τουρισμού, τόσο στην Ελλάδα συνολικά, όσο και στις δύο περιφέρειες της BSB-GR. Κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικό η κυβέρνηση να αναπτύξει ένα τέτοιο ολοκληρωμένο σχέδιο δράσης για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως ο βιωματικός.

Σε περιφερειακό επίπεδο, παρατηρείται, επίσης, η απουσία ενός ολοκληρωμένου στρατηγικού σχεδίου, με αποτέλεσμα την ύπαρξη λειτουργικών προβλημάτων στις πολιτιστικές και μεταφορικές υποδομές, καθώς και προβλημάτων προσβασιμότητας σε αυτές. Από τη μια μεριά, οι πολυτροπικές μεταφορές και από την άλλη η καλύτερη σύνδεση απομονωμένων γεωγραφικών περιοχών με τις κεντρικές περιοχές κρίνονται ως επιτακτικές ανάγκες. Ένα μακροπρόθεσμο και ολοκληρωμένο στρατηγικό σχέδιο, στο οποίο θα αποσαφηνίζονται οι αρμοδιότητες και οι πρακτικές διαχείρισης και μάρκετινγκ, και θα προωθείται η συνεργασία μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα είναι κρίσιμο για την ανάπτυξη του βιωματικού τουρισμού. Ακόμα, θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική η διαφοροποίηση της προσέγγισης και διαχείρισης διαφορετικών γεωγραφικών περιοχών, λαμβάνοντας υπόψη τα εκάστοτε ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω εναλλακτικών φορέων διαχείρισης, όπως είναι οι Οργανισμοί Διαχείρισης Προορισμών (Destination Management Organizations, DMO), οι οποίοι θα διαθέτουν βαθιά γνώση των προτερημάτων και των ειδικών χαρακτηριστικών κάθε προορισμού. Με αυτό τον τρόπο, περιοχές και προορισμοί που ίσως να μην είναι τόσο ελκυστικοί, έχουν τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν τα συγκριτικά πλεονεκτήματά τους και να παράγουν ένα υψηλής ποιότητας, βιωματικό προϊόν.

Ένα από τα μεγαλύτερα εμπόδια στην ανάπτυξη του βιωματικού τουρισμού είναι έλλειψη συνεργασίας στον κλάδο σε όλα τα επίπεδα (εθνικό, περιφερειακό και τοπικό). Για την επίτευξη υψηλής ποιότητας βιωματικά προϊόντα και υπηρεσίες απαιτείται αποτελεσματική συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φορέων. Ως εκ τούτου, είναι απαραίτητη η συντονισμένη προσπάθεια και η κινητοποίηση δημόσιων και ιδιωτικών φορέων με στόχο αφενός την επίτευξη μιας

αποτελεσματικής συνεργασίας και αλληλοϋποστήριξης μεταξύ των βασικών συμμετεχόντων στον τομέα και αφετέρου την οικοδόμηση ενός ποιοτικού βιωματικού τουριστικού προϊόντος.

Οι επιχειρήσεις και τα προϊόντα του βιωματικού τουρισμού πρέπει να χαρακτηρίζονται από βιωσιμότητα. Με άλλα λόγια, το τουριστικό προϊόν απαιτεί συνεχή ανατροφοδότηση και προσαρμογή σε απρόσμενες ή επείγουσες καταστάσεις, όπως η τρέχουσα παγκόσμια πανδημία, ούτως ώστε να γίνει βιώσιμο και να αντιμετωπίζει κάθε πρόκληση. Η δημιουργικότητα είναι ένα ακόμη απαραίτητο συστατικό για την επίτευξη μιας μοναδικής τουριστικής εμπειρίας. Πιο συγκεκριμένα, κρίνεται καίριας σημασίας η υιοθέτηση καινοτόμων συμπεριφορών και πρακτικών στις τουριστικές επιχειρήσεις, η εφαρμογή δημιουργικών ιδεών, καθώς και η ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών στις βιωματικές δραστηριότητες. Τέλος, για την αποφυγή του ρίσκου της δυσφήμισης των επιχειρήσεων για χαμηλής ποιότητας τουριστικό προϊόν, θεωρούνται αναγκαία είτε ο έλεγχος της ποιότητας ή η πιστοποίηση ποιότητας του προσφερόμενου προϊόντος στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει μια SWOT ανάλυση, με ιδιαίτερη έμφαση στα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες του εσωτερικού περιβάλλοντος (πόροι, καταναλωτές και τοπικός πληθυσμός, τουριστικό προϊόν και επιχειρήσεις, πολιτική και διακυβέρνηση), καθώς και στις ευκαιρίες και τους κινδύνους του εξωτερικού περιβάλλοντος.

Πλεονεκτήματα	Αδυναμίες
<u>Πόροι: Υλικοί και Άυλη Κληρονομιά</u> - Μακρά ιστορία / πολλά ιστορικά μνημεία/ Παγκόσμια πολιτιστική κληρονομιά - Θεσσαλονίκη (η μεγαλύτερη πόλη της περιοχής): πόροι πολιτιστικής κληρονομιάς υψηλής αξίας / καλά αναπτυγμένος αστικός τουρισμός - Άλλες σημαντικές πόλεις με εξέχουσα αρχιτεκτονική και σημαντικά μνημεία - Πληθώρα εθίμων και παραδόσεων - Πολιτιστικό προφίλ των ανθρώπων - Διάσημη κουζίνα, μωσαϊκό των γεύσεων, γαστρονομικός προορισμός - Πλούσιοι φυσικοί πόροι με διασυνδέσεις με τη τοπική πολιτισμική κληρονομιά (Όλυμπος, Άθως) <u>Καταναλωτές και τοπικός πληθυσμός</u> - Ενεργός συμμετοχή των επισκεπτών - Τοπικός πληθυσμός θετικός σε βιωματικές δραστηριότητες - Οι ροές του βιωματικού τουρισμού δεν διαχέονται μόνο σε ιστορικά τοπόσημα και σε σημεία και περιοχές με κρυφή ιστορία <u>Προϊόντα/επιχειρήσεις</u>	<u>Πολιτική/Διακυβέρνηση</u> - Έλλειψη θεσμικού-νομικού πλαισίου - Έλλειψη μακροπρόθεσμου στρατηγικού πλαισίου και σχεδίου - Έλλειψη συνεργασίας (εθνικό περιφερειακό, τοπικό επίπεδο) - Ανεπιτυχής διαχείριση πολιτιστικών και μεταφορικών υποδομών / Λειτουργικά προβλήματα υποδομών μεταφοράς και πολιτισμού - Ανεπαρκές τουριστικό μοντέλο και περιεχόμενο <u>Προϊόντα/επιχειρήσεις</u> - Έλλειψη χρηματοδότησης - Έλλειψη εκπαιδευμένου τοπικού προσωπικού - Διαφορετική τιμολογιακή πολιτική μεταξύ επιχειρήσεων βιωματικού τουρισμού και ταξιδιωτικών πρακτορείων - Έλλειψη συνεργασίας δημόσιου - ιδιωτικού τομέα - Εποχιακές και γεωγραφικές συγκεντρώσεις τουριστών - Πιέσεις στους παραθαλάσσιους πόρους λόγω μαζικού τουρισμού



Project funded by
EUROPEAN UNION



- Καλά αναπτυγμένο τουριστικό προφίλ/ταυτότητα (θαλάσσιος τουρισμός, οικότουρισμός, αγροτουρισμός, οινικός, αθλητικός, πολιτιστικός, γαστρονομικός, θρησκευτικός - προσκυνηματικός, ιαματικός - θεραπευτικός τουρισμός)
- Ανθρωποκεντρική προσέγγιση
- Ενσωμάτωση πολυδιάστατων παραμέτρων
- Ο προορισμός ως μια συνολική και ολοκληρωμένη εμπειρία
- Υψηλής ποιότητας προϊόν
- Καλά αναπτυγμένη στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ
- Καλά αναπτυγμένες βιωματικές δραστηριότητες: πολιτισμικές (εναλλακτικές περιηγήσεις, θεματικοί περίπατοι, δρόμοι του κρασιού), αγροτικές (παραγωγή κρασιού και μελισσοκομία, απόσταξη αιθέριων ελαίων, συλλογή μανιταριών και παραδοσιακών βοτάνων), περιπέτειας (κανόε-καγιάκ, ράφτινγκ, ορεινή ποδηλασία)
- Ειδικά σχεδιασμένες εκδρομές και δραστηριότητες για ηλικιωμένους και άτομα με ειδικές ανάγκες
- Βραβεία για καινοτόμες βιωματικές δραστηριότητες
- Έλλειψη εμπλοκής του τομέα της εστίασης στο βιωματικό τουρισμό
- Διαφορετική νοοτροπία μεταξύ φορέων
- Μικρός αριθμός επιχειρήσεων στον τουριστικό τομέα που έχουν αναπτύξει βιωματικές δραστηριότητες
- Περιορισμένη κατανόηση της έννοιας και των διαστάσεων του βιωματικού τουρισμού

Ευκαιρίες

- Πανδημία Covid-19
- Διασυνοριακή συνεργασία
- Από κοινού (διασυνοριακά) διαχείριση των πολιτιστικών πόρων
- Ευρωπαϊκή τουριστική πολιτική και χρηματοδοτικά εργαλεία
- Νέο ειδικό πλαίσιο για χωρικό σχεδιασμό και βιώσιμη ανάπτυξη
- Νέες ψηφιακές τεχνολογίες
- Υιοθέτηση φιλικών προς το περιβάλλον τουριστικών στρατηγικών και πολιτικών
- Συνεργασία μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων και τοπικών παραγωγών
- Εφαρμογή καινοτόμων τεχνολογικών πρακτικών

Κίνδυνοι

- Πανδημία Covid-19 (επιπτώσεις στα ταξίδια)
- Παγκόσμιες κρίσεις (οικονομική)
- Κυριαρχία μαζικού τουρισμού
- Ανταγωνιστικές τουριστικές αγορές
- Συνεχείς μεταβολές αναγκών και τάσεων της τουριστικής ζήτησης
- Υπερεκμετάλλευση φυσικών και πολιτιστικών πόρων



Project funded by
EUROPEAN UNION



Στρατηγικές προτεραιότητες, στόχοι και δράσεις

Το Περιφερειακό Σχέδιο Δράσης για την ενθάρρυνση του βιωματικού τουρισμού που βασίζεται στον πολιτισμό και την κληρονομιά στην περιοχή BSB-GR είναι δομημένο γύρω από 4 Στρατηγικές Προτεραιότητες (S):

- S.1. Βελτίωση και αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων
- S.2. Ανάπτυξη ποιοτικού και πρωτότυπου βιωματικού τουριστικού προϊόντος
- S.3. Ανάπτυξη ικανοτήτων και προώθηση της μετάβασης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων προς το βιωματικό τουρισμό
- S.4. Προώθηση συνεργασίας δημόσιου και ιδιωτικού τομέα με σκοπό την ανάπτυξη του βιωματικού τουρισμού

Κάθε Στρατηγική Προτεραιότητα αποτελείται από συγκεκριμένους στόχους (όπως φαίνεται στο παρακάτω σχήμα), που προσδιορίζονται από στρατηγικές δράσεις.



Στρατηγική Προτεραιότητα S.1. Βελτίωση και αξιοποίηση πολιτιστικών πόρων

Η περιοχή BSB-GR είναι ευρέως γνωστή για τους υλικούς και άυλους πολιτιστικούς πόρους που διαθέτει γεγονός που την καθιστά αξιόλογο προορισμό για βιωματικό τουρισμό. Η περιοχή BSB-GR συνδυάζει μακραίωνη ιστορία με ένα μεγάλο αριθμό και ποικιλία ιστορικών μνημείων, ενώ κατοικείται από ανθρώπους με ευρύ πολιτισμικό υπόβαθρο. Το πολιτιστικό παλίμψηστο της περιοχής συγκροτείται από ένα σύνολο διαφορετικών πρακτικών, τόσο τοπικών όσο και ευρύτερων, βαλκανικών και μεσογειακών, που με τη σειρά τους μπορεί να περιλαμβάνουν πρακτικές προερχόμενες από το αρχαίο, βυζαντινό ή και οθωμανικό παρελθόν. Παράλληλα, λαμβάνοντας υπόψιν τους πλούσιους φυσικούς πόρους, η περιοχή μπορεί να παίξει ζωτικό ρόλο για την ανάπτυξη του βιωματικού τουρισμού τόσο στη χώρα όσο και στην ευρύτερη περιοχή της Μαύρης Θάλασσας.

Καθορίζονται τρεις βασικοί στόχοι για την προώθηση της αποτελεσματικότερης αξιοποίησης των πόρων, πολιτιστικών (υλικών και άυλων) και φυσικών, της περιοχής BSB-GR, και προσδιορίζεται ένας αριθμός πιθανών δράσεων και σχετικών αποτελεσμάτων.

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

Στόχος S1.01. Καταγραφή πόρων στις περιφέρειες της BSB-GR

Η λεπτομερής καταγραφή των πολιτιστικών πόρων της περιοχής και της υφιστάμενης χρήσης τους πρέπει να είναι ο κύριος στόχος πάνω στον οποίο πρέπει να αναπτυχθούν σε βάθος οι όποιες προτάσεις σχετικά με τον βιωματικό τουρισμό. Είναι σημαντικό να σημειωθεί πως οι πόροι, τόσο οι πολιτιστικοί, όσο και οι περιβαλλοντικοί, είτε ανθρωπογενείς ή φυσικοί, όταν δεν χρησιμοποιούνται είναι δύσκολο να διατηρηθούν. Ταυτόχρονα, ο στόχος αυτός αποσκοπεί στη σύνδεση των υλικών και άυλων πόρων μεταξύ τους αλλά και με τον τόπο. Η διαδικασία αυτή θα επιτρέψει αφενός τον σχεδιασμό και τη προσφορά ελκυστικών σύνθετων τοπικών “πακέτων” προϊόντων ενώ ταυτόχρονα θα ενθαρρύνει την περαιτέρω κινητοποίηση των πολιτιστικών, φυσικών και περιβαλλοντικών πόρων τόσο σε τοπικό όσο και σε υπερ-τοπικό επίπεδο.

Δράσεις	Πιθανά Αποτελέσματα
Χαρτογράφηση και κατηγοριοποίηση διαθέσιμων πόρων (υλικών / άυλων / πολιτιστικών / φυσικών, αστικών / αγροτικών κλπ.)	- Ανασκόπηση της διαθεσιμότητας ειδών πόρων / προστασία πόρων - Δημιουργία συνδέσμων μεταξύ περιφερειακών/τοπικών οικονομιών και τοπικών κοινοτήτων - Κινητοποίηση τοπικών πόρων για βιώσιμη περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη
Απεικόνιση των χωρικών ιδιοτήτων (χωρική συγκέντρωση πόρων, πιθανές διαδρομές, είδη πόρων που δομούν τον χαρακτήρα και τη φυσιογνωμία ενός μέρους)	
Εισαγωγή διαφορετικών ειδών πόρων στις στρατηγικές βιωματικού τουρισμού	

Στόχος S1.02. Βελτίωση της ορατότητας και ελκυστικότητας των πόρων

Η βελτίωση της ορατότητας και της ελκυστικότητας των πόρων είναι ένα θεμελιώδες στοιχείο για την κατασκευή ενός προφίλ προορισμού που θα ενθαρρύνει τους πιθανούς επισκέπτες να επιλέξουν τον συγκεκριμένο προορισμό.

Δράσεις	Πιθανά Αποτελέσματα
Προσβασιμότητα και μετακίνηση υποδομών τουριστικών προορισμών	- Βελτίωση της ποιότητας και της ελκυστικότητας των πόρων και των βιωματικών προϊόντων / διεύρυνση της προσβασιμότητάς τους σε άτομα με ειδικές ανάγκες - Βελτίωση ορατότητας των πόρων / Αύξηση ζήτησης βιωματικού τουρισμού - Βελτίωση ορατότητας και πρόσβασης σε τοπικές πολιτισμικές δραστηριότητες
Αποκατάσταση / διατήρηση / προστασία των πόρων	
Δημιουργία διαδικτυακής πληροφοριακής πλατφόρμας για τους επισκέπτες που θα χρησιμοποιεί εφευρετικές μεθόδους για πολυ-θεματική κατανομή των πόρων	
Προώθηση και αξιοποίηση αρχαιολογικών χώρων και κατασκευή εσωτερικών αρχαιολογικών διαδρομών	



Project funded by
EUROPEAN UNION



Διασύνδεση τουριστικών προϊόντων με την εμπειρία τοπικών πολιτιστικών δραστηριοτήτων	μέσω της υπάρχουσας τουριστικής ζήτησης
--	---

Στόχος S1.03. Βιώσιμη χρήση πόρων

Η βιώσιμη χρήση των πόρων είναι απαραίτητη τόσο για την τωρινή όσο και τη μελλοντική διατήρηση των πόρων των περιφερειών. Εξέχουσας σημασίας είναι η διατήρηση των άυλων πόρων καθώς, λόγω του συχνά παραστατικού χαρακτήρα τους, αυτοί οι πόροι πρέπει να χρησιμοποιηθούν για να διατηρηθούν. Συνεπώς και αντιθέτως με τη κοινή άποψη, ο βιωματικός τουρισμός βοηθάει πολύ περισσότερο στη διατήρησή τους παρά στη κατανάλωσή τους. Όλα αυτά πρέπει να είναι θέματα μιας προσέγγισης βιώσιμης ανάπτυξης ούτως ώστε οι τοπικές συνθήκες, οι κοινότητες και τα έθιμά τους να λαμβάνουν τον κατάλληλο σεβασμό και ο αριθμός των επισκεπτών στις περιοχές αυτές να μην ξεπερνάει τη φέρουσα ικανότητά τους.

Δράσεις	Πιθανά Αποτελέσματα
Ενίσχυση των δυνατοτήτων των μικρών / τοπικών οικογενειακών επιχειρήσεων	- Διάχυση της ανάπτυξης για τη στήριξη τοπικών οικονομιών και κοινωνιών - Διαφύλαξη της βιώσιμης αξιοποίησης του περιβάλλοντος - Προστασία τοπικού πολιτισμού, γνώσεων και πρακτικών - Κατανομή προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών καθ' όλη τη διάρκεια του ημερολογιακού χρόνου, αντιμετώπιση εποχικότητας και ασφάλιση βιώσιμης ανάπτυξης - Διασφάλιση βιώσιμης χρήσης πόρων
Προώθηση της χρήσης τοπικών προϊόντων παρασκευασμένων από βιώσιμους φυσικούς πόρους	
Υποστήριξη και ανάπτυξη καινοτόμων χρήσεων τοπικών πόρων / προϊόντων χρησιμοποιώντας τοπικές γνώσεις και πρακτικές	
Ανάπτυξη προτάσεων για επισκέψεις όλο το χρόνο	
Ανάπτυξη ενός συστήματος από Δείκτες-Κλειδιά Απόδοσης (Key Performance Indicators, KPI) για την παρακολούθηση της βιώσιμης διαχείρισης των πόρων	

Στρατηγική Προτεραιότητα S.2. Ανάπτυξη ποιοτικού και καινοτόμου βιωματικού τουριστικού προϊόντος

Οι προκλήσεις με τις οποίες, σήμερα, έρχεται αντιμέτωπος ο τουρισμός συνδέονται ολοένα και περισσότερο με παράγοντες όπως η υψηλή ποιότητα, η βιωσιμότητα και η καινοτομία, τα οποία συντελούν στη δημιουργία μοναδικών τουριστικών εμπειριών. Το βιωματικό τουριστικό προϊόν της περιοχής BSB-GR είναι ένας δυναμικός συνδυασμός διαφόρων πολυσύνθετων στοιχείων. Παράλληλα, η καινοτομία των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών είναι, εκ φύσεως, πολυδιάστατη. Ως διαδικασία συνίσταται από δύο κυρίως παράγοντες:

- Έναν παράγοντα μη-τεχνολογικό, εξαρτημένο από το υλικό και άυλο ανθρώπινο κεφάλαιο, την οργανωτική υποδομή και παράγοντες που μπορούν να προσθέσουν αξία στην εξυπηρέτηση των επισκεπτών (πχ. μάρκετινγκ) και
- Έναν τεχνολογικό παράγοντα, ο οποίος εξαρτάται από τη τεχνολογία, και πιο συγκεκριμένα τις Τεχνολογίες της Πληροφορίας και Επικοινωνίας (ICT).

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



CROSS BORDER
COOPERATION



Στόχος S2.01. Αναδόμηση του τουριστικού μοντέλου της περιοχής BSB-GR

Η απάντηση στην παραδοσιακή προσέγγιση της τουριστικής ανάπτυξης μέσα από το μοντέλο «ήλιος και θάλασσα» έρχεται μέσω της αντιμετώπισης του προορισμού ως μιας συνολικής εμπειρίας που ενσωματώνει στοιχεία βιωσιμότητας και καινοτομίας, με νέες μορφές και υπηρεσίες εκτός των κυρίαρχων και με βασικό άξονα την ποιοτική βελτίωση του τουριστικού προϊόντος. Παρά το γεγονός ότι ο μαζικός τουρισμός φαίνεται να είναι κυρίαρχος στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα στην Ελλάδα, η τρέχουσα τουριστική ζήτηση υφίσταται μια μεγάλη αλλαγή, με τα βιώματα να γίνονται βασικά στοιχεία του ταξιδιού, με την ενσωμάτωση ποικίλων παραμέτρων όπως το περιβάλλον, ο πολιτισμός, η γαστρονομία και γενικότερα η βιωσιμότητα. Η ενσωμάτωση στοιχείων του πολιτισμού και των τοπικών παραδόσεων με τους φυσικούς πόρους και τον αθλητισμό, έχει ως αποτέλεσμα οι επισκέπτες να αισθάνονται ενταγμένοι στην τοπική καθημερινότητα με ένα βιωματικό τρόπο, και ταυτόχρονα δέχονται μια θετική εικόνα του προορισμού. Η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος είναι αναγκαία και επιτυγχάνεται μέσω συνεργιών μεταξύ των διαφορετικών μορφών τουρισμού όπως πολιτιστικού, γαστρονομικού, αθλητικού, θρησκευτικού, αγροτικού, κ.ά. Σε κάθε περίπτωση, η συμμετοχή και ενεργοποίηση όλων των μελών μιας τοπικής κοινότητας είναι κρίσιμη. Ακόμα, ένας από τους αποτελεσματικότερους τρόπους δημιουργίας ενός ολοκληρωμένου τουριστικού πακέτου, με έμφαση σε συγκεκριμένα είδη τουρισμού, είναι μέσω clusters και δικτύων. Τα δίκτυα αυτά μπορεί να κατηγοριοποιούνται γεωγραφικά ή θεματικά και ενισχύουν την ικανότητα του τουριστικού προϊόντος να αντιμετωπίζει θέματα βιωσιμότητας.

Δράσεις	Πιθανά Αποτελέσματα
Ενθάρρυνση υιοθέτησης διαφορετικών μορφών τουρισμού στις τουριστικές στρατηγικές	– Δημιουργία πολυδιάστατων τουριστικών εμπειριών – Βελτίωση του εύρους των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών – Αντιμετώπιση τουριστικής εποχικότητας
Διασύνδεση υφιστάμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών με την εμπειρία τοπικών παραγωγικών δραστηριοτήτων, κυρίως του πρωτογενούς τομέα	
Ίδρυση και λειτουργία τουριστικών δικτύων (clusters)	

Στόχος S2.02. Ποιοτική βελτίωση του βιωματικού προϊόντος στον τουριστικό τομέα

Η παροχή ενός φιλικού, υψηλής ποιότητας, ποικιλόμορφου βιωματικού τουριστικού προϊόντος αποτελεί τη βάση της δημιουργίας μιας ολοκληρωμένης, ευχάριστης και αξιομνημόνευτης εμπειρίας, με αποτέλεσμα την ικανοποίηση του επισκέπτη και την ενθάρρυνσή του να επαναλάβει την επίσκεψη. Εξ ορισμού, ο τουρισμός προϋποθέτει τη μετακίνηση ατόμων στις περιφέρειες της BSB-GR. Το ταξίδι - με τραίνο, αεροπλάνο, πλοίο, ποδήλατο ή ΙΧ - δύναται να αποτελέσει μέρος της εμπειρίας των τουριστών (αλλά και των κατοίκων). Επομένως, η βελτίωση των υποδομών τόσο για τους κατοίκους όσο και για τους μετακινούμενους, δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να γνωρίσουν τις λιγότερο γνωστές περιοχές και να χρησιμοποιήσουν

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

εναλλακτικές μεθόδους μετακίνησης. Για την εξυπηρέτηση της αυξημένης ζήτησης από εγχώριους και διεθνείς ταξιδιώτες, οι μετακινήσεις πρέπει να είναι ασφαλείς, αξιόπιστες και αποτελεσματικές. Καινοτόμες πλατφόρμες πληροφορικής αλλά και ένα σύστημα μέτρησης δεικτών βιωσιμότητας για τον τουρισμό είναι αναγκαία εργαλεία για την αύξηση της ικανοποίησης του καταναλωτή και την ποιοτική βελτίωση των τουριστικών υπηρεσιών, με βιώσιμο τρόπο. Όσον αφορά τη βιωσιμότητα, είναι απαραίτητη η ενίσχυση της ποιότητας και των δυνατοτήτων του τουρισμού, μέσω του εκσυγχρονισμού των τουριστικών διαδικασιών και την υιοθέτηση συστήματος πιστοποίησης ποιότητας.

Δράσεις	Πιθανά Αποτελέσματα
Βελτίωση υποδομών και πρόσβασης σε τακτικές και ασφαλείς μεταφορές	- Ενδυνάμωση ποιότητας του βιωματικού προϊόντος - Αντιμετώπιση τουριστικής εποχικότητας
Δημιουργία μιας πληροφοριακής πλατφόρμας που θα προσφέρει ακριβή πληροφόρηση, με τη χρήση καινοτόμων μεθόδων	
Εκσυγχρονισμός διαδικασιών και προδιαγραφών των πιστοποιήσεων τουριστικών υπηρεσιών	
Ανάπτυξη συστήματος δεικτών για τη βιώσιμη διαχείριση του βιωματικού προϊόντος	

Στόχος S2.03. Ενσωμάτωση πρακτικών μάρκετινγκ και branding στο βιωματικό προϊόν

Είναι σημαντικό να δημιουργηθεί μια συνεπής βιωματική ταυτότητα και να αναγνωρισθούν οι δυνατότητες της περιοχής BSB-GR στις τουριστικές εμπειρίες. Συνεπώς, είναι αναγκαίες οι συντονισμένες προσπάθειες μάρκετινγκ και branding που συμβάλλουν στη διατήρηση και επέκταση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της περιοχής, με τρόπο ώστε η περιοχή BSB-GR να ξεχωρίζει ανάμεσα σε άλλους διεθνείς προορισμούς. Ο σκοπός του βιωματικού μάρκετινγκ και branding δεν πρέπει να αφορά μόνο το προϊόν, αλλά και το τι αντανακλά αυτό για τον καταναλωτή.

Δράσεις	Πιθανά Αποτελέσματα
Εφαρμογή αυθεντικού βιωματικού branding της περιφέρειας BSB-GR	- Δημιουργία ισχυρής βιωματικής ταυτότητας - Διάκριση της περιοχής BSB-GR από άλλους διεθνείς προορισμούς
Βελτίωση του μάρκετινγκ στα ψηφιακά κανάλια	

Στρατηγική Προτεραιότητα S.3. Ανάπτυξη ικανοτήτων και προώθηση της μετάβασης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων προς το βιωματικό τουρισμό

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

Παρά το αυξανόμενο ενδιαφέρον που παρουσιάζει ο βιωματικός τουρισμός διεθνώς, μόλις ένα μικρό ποσοστό επιχειρήσεων που ασχολούνται με τον τουρισμό στην περιοχή BSB-GR έχουν αναπτύξει βιωματικές δραστηριότητες. Ως εκ τούτου, αυτή η στρατηγική προτεραιότητα αποσκοπεί στην αύξηση του αριθμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που εμπλέκονται σε βιώσιμες επιχειρηματικές δραστηριότητες σχετικά με τον βιωματικό τουρισμό, ενθαρρύνοντας συντονισμένες καινοτόμες πρωτοβουλίες.

Στόχος S3.01. Ποιοτική βελτίωση των βιωματικών τουριστικών επιχειρήσεων

Οι παράγοντες που συντελούν στη βελτίωση της ποιότητας των βιωματικών τουριστικών επιχειρήσεων σχετίζονται με την ύπαρξη ποικίλων διαθέσιμων δραστηριοτήτων ενός φιλικού και επαγγελματικού εργατικού δυναμικού, και τοπικών και διεθνών δικτύων συνεργασίας. Όλοι αυτοί οι παράγοντες βοηθούν τις επιχειρήσεις να προσφέρουν ένα υψηλής ποιότητας βιωματικό προϊόν και να ενισχύσουν τη βιωσιμότητα και την ανταγωνιστικότητά τους σε παγκόσμιο επίπεδο. Ένα δίκτυο συνεργασίας μεταξύ διάφορων μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων δύναται να βελτιώσει τη βιωσιμότητά τους, μέσω της οριζόντιας ενσωμάτωσης σε μια οργανωμένη, συνεκτική και κερδοφόρα τουριστική βιομηχανία. Η εισαγωγή προδιαγραφών ποιότητας και βιωσιμότητας βοηθούν τις επιχειρήσεις να μεγαλώσουν και να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα, την ανθεκτικότητα και τη βιωσιμότητά τους. Ενθαρρύνοντας τις τουριστικές επιχειρήσεις να εστιάσουν σε συγκεκριμένες πληθυσμιακές ομάδες, όπως οι ηλικιωμένοι, άτομα με κινητικά προβλήματα και οικογένειες με χαμηλό εισόδημα διευρύνεται η προσβασιμότητα του τουρισμού και αντιμετωπίζονται τα προβλήματα εποχικότητας. Μια φιλική και υψηλής ποιότητας υπηρεσία, αποτελεί το συστατικό στοιχείο της επιτυχίας μιας τουριστικής επιχείρησης και ενός προορισμού γενικότερα.

Δράσεις	Πιθανά Αποτελέσματα
Ανάπτυξη δικτύων συνεργασίας μεταξύ αγροτικών παραγωγών και τοπικών επιχειρήσεων εστίασης για τη χρήση ποιοτικών τοπικών προϊόντων	- Αύξηση ωφελειών από την οριζόντια ενσωμάτωση τουριστικών επιχειρήσεων και τη συνεργασία μεταξύ τους - Ποιοτική βελτίωση των επιχειρήσεων με σκοπό την παρακίνηση επαναληπτικών επισκέψεων - Διασφάλιση ενός δυνατού, βιώσιμου, αποτελεσματικού και καλά εκπαιδευμένου εργατικού δυναμικού - Βελτίωση προσβασιμότητας - Αντιμετώπιση προβλημάτων εποχικότητας
Ορισμός απαραίτητων προδιαγραφών και προώθηση μόνο τουριστικών επιχειρήσεων που τις τηρούν	
Ανάπτυξη καινοτόμων προγραμμάτων εκπαίδευσης με στόχο την αναβάθμιση του εργατικού δυναμικού	
Παρακίνηση των τουριστικών επιχειρήσεων να ενισχύσουν την προσβασιμότητα τους σε συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες και άτομα με ειδικές ανάγκες	

Στόχος S3.02. Ενθάρρυνση της καινοτομίας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και ενίσχυση της βιωσιμότητάς τους

Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του βιωματικού τουρισμού στην περιοχή BSB-GR διαδραματίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση του κλάδου, προς μια δυναμική και βιώσιμη ανάπτυξη. Ανάλογης σημασίας είναι η προώθηση της καινοτομίας και η υποστήριξη διαστάσεων της βιωσιμότητας για μικρές και μεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις. Ακόμα, η καινοτομία και οι νέες τεχνολογίες αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες για την ανταγωνιστικότητα της τουριστικής βιομηχανίας και για την ενίσχυση των συνεργασιών με άλλους κλάδους. Η διεύρυνση της χρήσης νέων τεχνολογιών και μέσων στις τουριστικές επιχειρήσεις, με στόχο την παροχή εξατομικευμένων πληροφοριών, σε συνδυασμό με τη ψηφιοποίηση των τουριστικών διαδικασιών, είναι απαραίτητα προκειμένου η περιοχή BSB-GR να αναπτύξει μια καινοτόμα, ευέλικτη και πλήρη τουριστική βιομηχανία. Για να διασφαλιστεί μια περιβαλλοντικά βιώσιμη ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων και να καλυφθούν υψηλές προδιαγραφές περιβαλλοντικής διαχείρισης, είναι αναγκαίο να εισαχθούν και να αναπτυχθούν κατάλληλα πιστοποιητικά για τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Δράσεις	Πιθανά Αποτελέσματα
Εκσυγχρονισμός του Μητρώου Τουριστικών Επιχειρήσεων	– Προώθηση καινοτομιών στον τουριστικό κλάδο – Ενίσχυση της βιωσιμότητας και περιβαλλοντικής απόδοσης των τουριστικών επιχειρήσεων
Ψηφιοποίηση των διαδικασιών εξυπηρέτησης τουριστικών επιχειρήσεων και επενδυτών	
Υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και μέσων στις βιωματικές δράσεις των μικρομεσαίων επιχειρήσεων	
Καθιέρωση και ανάπτυξη πράσινων και καινοτόμων πιστοποιητικών και/ή προγραμμάτων βράβευσης τουριστικών επιχειρήσεων	
Συμβουλευτικές εργαλειαθήκες για τη βελτίωση των περιβαλλοντικών αποδόσεων των τουριστικών επιχειρήσεων	

Στρατηγική Προτεραιότητα 5.4. Προώθηση συνεργασίας δημόσιου και ιδιωτικού τομέα με σκοπό την ανάπτυξη του βιωματικού τουρισμού

Η ανάγκη παροχής βιώσιμων και καινοτόμων λύσεων στον τουρισμό πυροδοτεί τη δημιουργία συμμετοχικών διακυβερνητικών σχημάτων. Οι συνεργασίες μπορούν να θέσουν σε κίνηση πιο αποτελεσματικά στρατηγικές βιωματικού τουρισμού καθώς λειτουργούν ως πλατφόρμα πάνω στην οποία κάθε φορέας δεσμεύεται σε μια συντονισμένη διαδικασία και σε ένα πλαίσιο εφαρμογής της στρατηγικής που επιμερίζει ανάμεσα στους εμπλεκόμενους παράγοντες τα οφέλη, αλλά και τα κόστη.

Στόχος S4.01. Διαχείριση βιωματικού τουρισμού μέσω ενός Destination Management Organization (DMO)

Η δημιουργία ενός Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμών (DMO) ως ένα εταιρικό σχήμα δημόσιου και ιδιωτικού τομέα μπορεί να αποτελέσει κρίσιμο στοιχείο για τη διασφάλιση των κατάλληλων αποφάσεων για την ανάπτυξη, διαχείριση και υλοποίηση στρατηγικών για το βιωματικό τουρισμό. Για το σκοπό αυτό, DMO σε περιφερειακή βάση μπορούν να αναπτυχθούν με τη συμμετοχή κύριων τοπικών φορέων που θα μπορούσαν να συμπεριλαμβάνουν παρόχους υπηρεσιών (αντιπροσώπους ταξιδιωτικών γραφείων που ειδικεύονται στον πολιτισμό, ξενοδοχείων, τομέων τροφίμων κλπ.) και δράσεων (αντιπροσώπους φορέων πολιτισμού, όπως μουσείων, αρχαιολογικών χώρων και τοπικών πολιτιστικών συλλόγων). Μια περιφερειακή DMO θα λειτουργεί ως μια πλατφόρμα για τη συνεργασία των τοπικών φορέων και τον μετασχηματισμό τους ως εταίρων σε μια τουριστική στρατηγική. Σε ένα τέτοιο φορέα η περιφερειακή διοίκηση μπορεί να παίξει συντονιστικό ρόλο συνδέοντας τους περιφερειακούς-τοπικούς με τους εθνικούς στόχους.

Δράσεις	Πιθανά Αποτελέσματα
Ίδρυση DMO σε περιφερειακό επίπεδο ως εταιρικό σχήμα δημόσιου και ιδιωτικού τομέα	– Κινητοποίηση του τοπικού θεσμικού κεφαλαίου / ενθάρρυνση συνεργασίας για τη διαχείριση του βιωματικού τουρισμού
Προώθηση άλλων συνεργασιών δημόσιου και ιδιωτικού τομέα ως οριζόντιες πλατφόρμες για την υλοποίηση περιφερειακών τουριστικών σχεδίων	– Διεύρυνση της συμμετοχής στα οφέλη και τα κόστη από την εφαρμογή σχεδίων βιωματικού τουρισμού

Στόχος S4.02. Προώθηση του branding και της ταυτότητας προορισμών

Το *branding* αποτελεί μια συνεχή προσπάθεια εύρεσης μιας συλλογικής ιδέας που αντιπροσωπεύει αυθεντικά τα ενδιαφέροντα των ανθρώπων που την κάνουν πραγματικότητα. Η βασική ιδέα του *branding* είναι η δημιουργία μια ενιαίας ταυτότητας που αντιπροσωπεύει ατομικά ενδιαφέροντα και ενισχύει τις δραστηριότητες κάθε μέλους.

Δράσεις	Πιθανά Αποτελέσματα
Δημιουργία μιας ταυτότητας για τους προορισμούς της περιοχής και ενός βιωματικού <i>brand</i> συνολικά της περιοχής BSB-GR	– Ενίσχυση της ορατότητας του προορισμού και των ευκαιριών για βιωματικό τουρισμό – Συντονισμένες προσπάθειες μάρκετινγκ με στόχο τη διασφάλιση και επέκταση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων
Χρήση της τεχνολογίας για την προώθηση του <i>brand</i> της περιοχής BSB-GR	
Δημιουργία μιας web πλατφόρμας ως εργαλείο μάρκετινγκ για τελικούς χρήστες / επισκέπτες με πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα και τους πόρους, συμπεριλαμβανομένων και σχετικών χαρτών	

Στόχος S4.03. Δικτύωση και συνεργασία τοπικών φορέων

Ευρείς και διαρκείς καινοτομίες που δίνουν τη δυνατότητα στη τουριστική βιομηχανία να αναπτύξει μεγάλα ανοίγματα απαιτεί την εμπλοκή φορέων που μπορούν σε βάθος χρόνου να προσφέρουν σημαντικά σε νέα τουριστικά προϊόντα. Η τοπική συνεργασία κρίνεται, επίσης, ουσιώδης για τη δημιουργία επαρκούς κριτικής μάζας, ενώ η διεθνής συνεργασία συνεισφέρει α) στην πρόσβαση σε συμπληρωματική γνώση και πόρους, β) στην πρόσβαση και διείσδυση στη διεθνή αγορά και γ) στην προσφορά ενός ελκυστικού τουριστικού προϊόντος στους επισκέπτες. Ακόμα, νέοι φορείς πρέπει να παροτρύνονται προς καινοτόμα έργα. Ως αποτέλεσμα, θα εισαχθούν νέες ιδέες, διαφορετικοί τρόποι σκέψης, γνώσεις και πόροι, οδηγώντας σε περισσότερες καινοτομίες. Τελικό στόχο αποτελεί η επέκταση των διαδικασιών μάθησης και καινοτομίας πέρα από τις υπάρχουσες στενά καθορισμένες της τουριστικής βιομηχανίας και η προσθήκη σχετικών ικανοτήτων, για παράδειγμα στους τομείς της πληροφορικής, των νέων μέσων, του πολιτισμού και των τεχνών, της αρχαιολογίας, της θαλάσσιας βιολογίας, της ιατρικής κλπ.

Δράσεις	Πιθανά Αποτελέσματα
Εγκαθίδρυση και λειτουργία τοπικών τουριστικών δικτύων	– Δημιουργία τοπικού οικοσυστήματος στον κλάδο του βιωματικού τουρισμού – Ενίσχυση της ευρηματικότητας του τοπικού οικοσυστήματος – Βελτίωση της ορατότητας των προορισμών.
Παρότρυνση νέων «παικτών» και φορέων να ασχοληθούν με καινοτόμα έργα	
Δημιουργία κοινού branding για την προώθηση συγκεκριμένων θεματικών διαδρομών (πχ. διαδρομές κρασιού, κερασιού, γαστρονομίας, κα.)	

Στόχος S4.04. Διασυνοριακή συνεργασία για την προώθηση του βιωματικού τουρισμού

Η διασυνοριακή συνεργασία μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, επιχειρήσεων και έρευνας, καθώς και η συμμετοχή της κοινωνίας προάγει την εφευρετικότητα στον τουρισμό γενικότερα, είτε σε συγκεκριμένες περιφέρειες ή σε σχέση με μια συγκεκριμένη θεματική περιοχή. Αυτό θα συνεισφέρει ουσιαστικά στην επίδραση και τη βιωσιμότητα των παρεμβάσεων.

Δράσεις	Πιθανά Αποτελέσματα
Ανάπτυξη αμφίπλευρων συμφωνιών που θα δημιουργήσουν τις απαραίτητες συνεργασίες για τη κοινή εξέλιξη των διασυνοριακών περιφερειών	– Δημιουργία των απαραίτητων βάσεων που θα επιτρέπουν την ανάπτυξη οικονομικών σχέσεων, τη ροή τουριστών διασυνοριακά και τη προσφορά κοινών τουριστικών προϊόντων. – Ενίσχυση των αλληλεπιδράσεων μεταξύ φορέων στο διασυνοριακό χώρο και
Προώθηση συχνών εκδηλώσεων δικτύωσης φορέων	

παροχή μιας πλατφόρμας για συχνή
επικοινωνία

Πιθανές χρηματοδοτικές πηγές και φορείς

Χρηματοδοτικές πηγές

Οι δύο βασικές πηγές χρηματοδότησης δράσεων που συμπεριλαμβάνονται στο παρόν Περιφερειακό Σχέδιο Δράσης είναι α) η νέα Συμφωνίας Εταιρικής Σχέσης (νέο ΕΣΠΑ) 2021-2027 και τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΠΕΠ) 2021-27 και β) το Εθνικό Σχέδιο Ανάκαμψης. Το ΕΣΠΑ 2021-27 συνιστά το κύριο εθνικό σχέδιο ανάπτυξης, ενώ τα ΠΕΠ αποτελούν τα βασικά χρηματοδοτικά προγράμματα για τοπικές και περιφερειακές δράσεις και παρεμβάσεις. Το Εθνικό Σχέδιο Ανάκαμψης διαρθρώνεται γύρω από τέσσερις πυλώνες: Πράσινη Μετάβαση, Ψηφιακή Μετάβαση, Απασχόληση και Κοινωνική Συνοχή, Ιδιωτικές Επενδύσεις και Θεσμικός Μετασχηματισμός.

Κύριοι φορείς

Ο παρακάτω πίνακας παρέχει μια γενική εικόνα των εμπλεκόμενων φορέων στα γενικότερα πεδία του τουρισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς και παρουσιάζονται σε σχέση με το χωρικό επίπεδο αναφοράς (τοπικό, περιφερειακό, εθνικό) και το αν είναι ιδιωτικοί ή δημόσιοι φορείς.

	Δημόσιο	Ιδιωτικό
Εθνικό Επίπεδο	- Εθνικός Οργανισμός (ΕΟΤ) - Υπουργείο Τουρισμού - Υπουργείο Πολιτισμού - Κέντρο Λαογραφίας Ακαδημίας Αθηνών	- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) - Σύνδεσμος Ελλήνων Ξενοδόχων - Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος / Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων - ΜΚΟ ενεργές στον τομέα προστασίας πολιτιστικής κληρονομιάς και περιβάλλοντος - Σύνδεσμος ενώσεων αγροτουρισμού Ελλάδας - Σύνδεσμος των εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων



Project funded by
EUROPEAN UNION



Περιφερειακό Επίπεδο	• Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, Διεύθυνση Τουρισμού • Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Διεύθυνση Τουρισμού • Λαογραφικό και Εθνολογικό Μουσείο Μακεδονίας-Θράκης • Τοπικές Εφορείες Αρχαιοτήτων • Τουριστικά Γραφεία Περιφερειακών Ενοτήτων	• Εταιρεία Μακεδονικών Σπουδών
Τοπικό Επίπεδο	• Τοπικές Κοινότητες • Τοπικές Εφορείες Αρχαιοτήτων, Βυζαντινών και Μεταβυζαντινών Μνημείων • Τοπικά αρχαιολογικά και άλλα θεματικά μουσεία (πχ. αστικά μουσεία, εθνογραφικά, κλπ.) • Φορείς Διαχείρισης Προστατευόμενων Περιοχών • Τουριστικά γραφεία των τοπικών αυτοδιοικήσεων • Τοπικά πολιτιστικά κέντρα • Πανεπιστήμια και άλλοι εκπαιδευτικοί φορείς • Τοπικά τουριστικά γραφεία	• Τοπικοί πολιτικοί σύλλογοι • Ιδιωτικές εταιρίες ενεργές στον κλάδους όπως: ○ Εστίαση ○ Εμπειρία ○ Ποδηλατικές περιοδείες ○ Οργανωτές θεματικών τουρ γενικότερα ○ Εστιατόρια / Γαστρονομία • Τοπικές ΜΚΟ, ενεργές σε κλάδους προστασίας πολιτιστικής κληρονομιάς και περιβάλλοντος • Τοπικοί οργανισμοί υποστήριξης επιχειρήσεων • Φορείς διοργάνωσης τοπικών Φεστιβάλ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ: ΑΡΜΕΝΙΑ

Αναγκαιότητα, όραμα και στόχοι του Βιωματικού Τουρισμού που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό (ΒΤΚΠ) στη Δημοκρατία της Αρμενίας

Τα τελευταία χρόνια, όπως έχουν δείξει οι έρευνες, ο ΒΤΚΠ έχει ξεκινήσει να αναπτύσσεται ταχύτατα. Αυτή η ανάπτυξη επηρεάζεται από μια σειρά αντικειμενικών παραγόντων, συγκεκριμένα από την αύξηση του διεθνούς τουριστικού ενδιαφέροντος για την Αρμενία, από τις επενδύσεις διεθνών οργανισμών σε αυτό το πεδίο, από την ανακήρυξη του τουρισμού σαν τομέα προτεραιότητας για την οικονομία της Αρμενίας, από τις αξίες της πλούσιας Αρμένικης υλικής και άυλης ιστορικής και πολιτισμικής κληρονομιάς.

Σε γενικές γραμμές, ο ΒΤΚΠ είναι στρατηγικής σημασίας για την Αρμενία, καθώς εφόσον αναπτυχθεί σύμφωνα με τις αρχές του αειφόρου τουρισμού, η άυλη πολιτιστική κληρονομιά της Αρμενίας θα διατηρηθεί, ενώ ταυτόχρονα θα αποτελέσει τουριστικό πόρο και μια προϋπόθεση για την παγκοσμιοποίηση του Αρμένικου πολιτισμού. Συνεπώς, η Αρμενία θα μπορεί να “εξαγάγει” τον πολιτισμό της χωρίς να τον αποκόπτει χωρικά από τον φυσικό του τόπο, εξασφαλίζοντας την ισορροπημένη χωρική ανάπτυξη του τουρισμού στην Αρμενία.

Με άλλα λόγια, το **όραμα** για την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ είναι το εξής: αύξηση του επιπέδου διεθνοποίησης και δημοσιοποίησης της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της Αρμενίας και δημιουργία μιας διεθνούς τουριστικής εικόνας που βασίζεται στον πολιτισμό για την Αρμενία.

Στο πλαίσιο αυτού του οράματος, οι **στόχοι** της ανάπτυξης του ΒΤΚΠ είναι: η προαγωγή

- Της χρήσης της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της Αρμενίας με βάση τις αρχές του αειφόρου τουρισμού,
- Της αύξησης του αριθμού των αυτοαπασχολούμενων στο πεδίο του τουρισμού της Αρμενίας,
- Της ισορροπημένης χωρικής ανάπτυξης του τουρισμού της Αρμενίας,
- Του σχηματισμού και της ανάπτυξης τουριστικής κουλτούρας στην Αρμενία.

Ανάλυση SWOT της ανάπτυξης του Βιωματικού Τουρισμού που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό στην Αρμενία

Με βάση την έρευνα που πραγματοποιήθηκε για τον εντοπισμό των αναπτυξιακών αναγκών του ΒΤΚΠ στην Αρμενία, παρουσιάζονται τα δυνατά σημεία, τα αδύναμα σημεία, οι ευκαιρίες και οι απειλές σχετικά με την ανάπτυξή του.

Πλεονεκτήματα

- Η πρωτοποριακή ανάπτυξη του τουρισμού στην Αρμενία τα τελευταία 20 χρόνια,
- Το γεγονός ότι αποτελεί κλάδο προτεραιότητας της οικονομίας της Αρμενίας από το νόμο,
- Η ύπαρξη ξεχωριστής νομοθεσίας για τον τουρισμό,
- Συνορεύει με τη Γεωργία και το Ιράν και γεωγραφικά αποτελεί κομβική τοποθεσία,
- Η ύπαρξη σταθερών προορισμών για τον εισερχόμενο τουρισμό,

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

- Η ύπαρξη ισχυρής Αρμένικης Διασποράς σε ηγετικές χώρες με εισερχόμενες τουριστικές επισκέψεις,
- Το γεγονός ότι η πλειοψηφία των εισερχόμενων και εξερχόμενων τουριστικών επισκέψεων στην Αρμενία οφείλονται στην πολιτιστική κληρονομιά της, το φαγητό και τη φιλοξενία,
- Η χιλιετής ιστορία της Αρμενίας και το γεγονός ότι διαθέτει πλούσια υλική και άυλη πολιτιστική κληρονομιά (εθνικές παραδόσεις, έθιμα, τελετουργίες, μουσική, χοροί, γραφή και λογοτεχνία, κουζίνα, Αρμένικη φιλοξενία, Αρμένικη οικογένεια και οικογενειακές σχέσεις),
- Το γεγονός ότι είναι το πρώτο κράτος που υιοθέτησε τον Χριστιανισμό ως κρατική θρησκεία,
- Διαθέτει υλικές και άυλες αξίες της πολιτιστικής κληρονομιάς που περιλαμβάνονται στον Κατάλογο Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO,
- Η Αρμενία έχει γίνει διάσημη στη διεθνή τουριστική αγορά για την πολιτιστική κληρονομιά της,
- Έχει ήδη καθιερώσει και σε κάποιο βαθμό αναπτύξει τον θρησκευτικό (ιστορικό-πολιτιστικό) τουρισμό, καθώς και τον οινοτουρισμό και τον γαστροτουρισμό,
- Οι διαφορετικές κλιματικές συνθήκες της Αρμενίας και οι κατά τόπους εναλλαγές της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας υπό την επιρροή τους,
- Η ύπαρξη πολιτειακής δομής που συντονίζει τη διαχείριση του τουριστικού τομέα στην Αρμενία,
- Η ύπαρξη εθνικών και τοπικών δημόσιων τουριστικών οργανισμών,
- Οι ποσοτικές και ποιοτικές θετικές αλλαγές στη βιομηχανία του τουρισμού στην Αρμενία όπως εκφράζεται από τον τρόπο ανάπτυξης των ταξιδιωτικών γραφείων/πρακτορειών, επιχειρήσεων φιλοξενίας και σίτισης, μεταφοράς τουριστών και άλλων υποδομών,
- Η αύξηση του αριθμού επιχειρήσεων φιλοξενίας και σίτισης εκτός Γερεβάν,
- Η υλοποίηση επενδυτικών προγραμμάτων για την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ από διεθνείς οργανισμούς,
- Η προσφορά υπηρεσιών ΒΤΚΠ από περίπου 60 επιχειρήσεις εκτός Γερεβάν,
- Η ανάπτυξη του φεστιβαλικού τουρισμού, ο οποίος επίσης βασίζεται στις αξίες της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς,
- Η ύπαρξη σχετικών νομοθετικών κανονισμών για τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς καθώς και για την ιστορική, πολιτιστική και μουσειακή παρακαταθήκη,
- Το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις που απασχολούνται σε αυτόν τον τουρισμό είναι και οικογενειοκεντρικές (διασφαλίζοντας τη συνέχιση της επιχειρηματικής δραστηριότητας),
- Η ανάπτυξη του ΒΤΚΠ κατά κάποιον τρόπο ήδη βασίζεται στις αρχές του αειφόρου τουρισμού.

Αδυναμίες

- Απουσία κρατικών και δημόσιων δομών (οργανισμών, ενώσεων κ.λπ.) που να συντονίζουν την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ,
- Άνιση κατανομή των επιχειρήσεων φιλοξενίας, η πλειοψηφία των οποίων βρίσκεται στο Γερεβάν,

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

- Απουσία ενοποιημένου συστήματος διαχείρισης του τουριστικού τομέα στην Αρμενία,
- Απουσία ενός διαχειριστικού μοντέλου «από τη βάση στην κορυφή» του τουριστικού τομέα στην Αρμενία,
- Έλλειψη συνεργασίας μεταξύ του τουριστικού τομέα στην Αρμενία και των ενδιαφερόμενων μερών (κράτος, ιδιώτες, εκπαίδευση/επιστήμη) του ΒΤΚΠ,
- Μη συμμόρφωση του ισχύοντος Νόμου για τον Τουρισμό και τις Τουριστικές Δραστηριότητες με τις τρέχουσες απαιτήσεις του τουρισμού,
- Απουσία αδειοδότησης στις επιχειρηματικές οντότητες που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα της Αρμενίας,
- Απουσία στρατηγικής ανάπτυξης του τουρισμού στην Αρμενία,
- Ανεπαρκής εξωτερική πολιτική μάρκετινγκ στον τουριστικό τομέα της Αρμενίας,
- Ελλιπής ένταξη των εθνικών παραδοσιακών παιχνιδιών της Αρμενίας στα άυλα στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς που προς το παρόν προσφέρονται από τον ΒΤΚΠ,
- Καμία κοινή κατανόηση της έννοιας του ΒΤΚΠ στην Αρμενία από ειδικούς και επαγγελματίες,
- Έλλειψη ικανοτήτων και δεξιοτήτων των ντόπιων να οργανώσουν και να παράσχουν υπηρεσίες σχετικά με τον ΒΤΚΠ,
- Απουσία επιχειρηματικών προτύπων και αδειοδότησης σχετικά με τον ΒΤΚΠ,
- Απουσία ενοποιημένης πολιτικής μάρκετινγκ για τον ΒΤΚΠ σε κρατικό επίπεδο,
- Απουσία κρατικών στατιστικών στοιχείων πάνω στον ΒΤΚΠ,
- Συχνή απόκλιση μεταξύ τιμής και ποιότητας υπηρεσιών που προσφέρονται από επιχειρήσεις του ΒΤΚΠ,
- Ατελής ένταξη ή απουσία προσφορών ΒΤΚΠ στα τουριστικά πακέτα τοπικών τουριστικών γραφείων/πρακτόρων,
- Απουσία εκπαιδευτικών προγραμμάτων για τον ΒΤΚΠ στα πανεπιστήμια της Αρμενίας,
- Συχνά ανεπαρκείς γνώσεις ξένων γλωσσών και ανεπαρκείς ικανότητες των υπαλλήλων των επιχειρήσεων ΒΤΚΠ,
- Ελλιπής συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων που προσφέρουν πακέτα ΒΤΚΠ, καθώς και με τις επιχειρήσεις τουριστικών γραφείων/πρακτόρων της Αρμενίας,
- Ανεπαρκής ψηφιακή εκπροσώπηση των επιχειρήσεων που παρέχουν πακέτα ΒΤΚΠ,
- Απουσία κρατικών προτύπων και κατευθυντήριων γραμμών για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη βιομηχανία του τουρισμού και παρέχουν πακέτα ΒΤΚΠ,
- Έλλειψη κρατικής αντίληψης, στρατηγικής και προγραμμάτων για την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ,
- Οι ανάγκες και τα χαρακτηριστικά των εγχώριων τουριστών σχεδόν ποτέ δεν λαμβάνονται υπόψη στα πακέτα του ΒΤΚΠ,
- Απουσία εξειδικευμένων κέντρων κατάρτισης / εκπαιδευτικών προγραμμάτων για όσους δραστηριοποιούνται στον ΒΤΚΠ,
- Έλλειψη ή απουσία προσφοράς υπηρεσιών για παιδιά από επιχειρήσεις που παρέχουν πακέτα ΒΤΚΠ.

Ευκαιρίες

- Υπερισχύει η διανυκτέρευση σε σπίτια φίλων, συγγενών και ενοικιαζόμενων διαμερισμάτων σε σύγκριση με τη διανυκτέρευση σε ξενοδοχειακές υποδομές (ξενοδοχεία, ξενώνες, θέρετρα, κ.λπ.) στον εισερχόμενο τουρισμό,
- Η ύπαρξη της Αρμένικης Διασποράς που αποτελεί φορέα του Αρμένικου πολιτισμού,
- Οι άυλες πολιτιστικές αξίες της Αρμενίας που δεν περιλαμβάνονται ακόμα στις δραστηριότητες του ΒΤΚΠ,
- Η κατασκευή μικρών ξενοδοχείων, ειδικά στις περιφέρειες, καθώς και στις αγροτικές κοινότητες ή τις αγροτικές περιοχές που είναι πλούσιες σε άυλη πολιτιστική κληρονομιά,
- Ανάπτυξη πακέτων γαστρονομικού τουρισμού στον ΒΤΚΠ, εστιάζοντας όχι μόνο στην πλούσια κουζίνα, αλλά και στη χρήση αγνών και οικολογικών πρώτων υλών,
- Επιστημονικά και εκπαιδευτικά ιδρύματα της Αρμενίας που δραστηριοποιούνται στον τομέα της πολιτιστικής κληρονομιάς και του τουρισμού,
- Η παραδοσιακή Αρμένικη φιλοξενία,
- Η συνεργασία των ντόπιων με τα δικά τους τουριστικά προϊόντα και ανθρώπινους, υλικούς και τεχνικούς πόρους με επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες σχετικές με τον ΒΤΚΠ,
- Νέοι τουριστικοί προορισμοί για τους ταξιδιώτες του εξωτερικού στην Αρμενία,
- Ανάγκη για εξειδικευμένα μαθήματα και εθνικές παραστάσεις από εγχώριους τουρίστες της Αρμενίας,
- Καινοτόμες προσεγγίσεις από επιχειρήσεις του ΒΤΚΠ,
- Ανάπτυξη περιφερειακών πακέτων βιωματικού τουρισμού,
- Ανάπτυξη σύγχρονων τεχνολογιών πληροφοριών και ψηφιακών τεχνολογιών.

Κίνδυνοι

- Η κατάσταση που δημιουργήθηκε από την πανδημία της COVID-19, με τη μορφή της παύσης ή της μείωσης των εισερχόμενων τουριστικών ροών, που θεωρείται η κύρια αγορά του ΒΤΚΠ, καθώς και οι υφιστάμενοι περιορισμοί,
- Το εμπάργκο στην οικονομία και στις μεταφορές που έχουν επιβάλλει στην Αρμενία δυο γειτονικές της χώρες, η Τουρκία και το Αζερμπαϊτζάν, ο πόλεμος που ξεκίνησαν εναντίον της Αρμενίας, καθώς και οι εντάσεις στα διακρατικά σύνορα,
- Η πιθανή εμπορευματοποίηση και ο ενδεχόμενος αποικισμός του τοπικού πολιτισμού,
- Η παραποίηση και η παρερμηνεία των πολιτιστικών αξιών (λόγω της έλλειψης των σχετικών γνώσεων και ικανοτήτων),
- Η αλλαγή των πολιτιστικών προτιμήσεων των τουριστών με την πάροδο του χρόνου,
- Η πιθανότητα συγκρούσεων λόγω πολιτιστικών διαφορών μεταξύ ντόπιων και επισκεπτών,
- Η πιθανότητα τροφικής δηλητηρίασης και σωματικού τραυματισμού κατά τη συμμετοχή σε συγκεκριμένες εμπειρίες,
- Η πιθανότητα ασυνεπειών στην πολιτική μάρκετινγκ που ακολουθείται από επιχειρήσεις του ΒΤΚΠ,
- Πιθανότητα αθέμιτου ανταγωνισμού στην αγορά μεταξύ επιχειρήσεων του ΒΤΚΠ.

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



Project funded by
EUROPEAN UNION



Πιθανές στρατηγικές δράσεις για τη διασφάλιση της αναπτυξιακής πολιτικής του Βιωματικού Τουρισμού που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό της Αρμενίας

Αρ.	Στρατηγική δράση	Στόχοι στρατηγικής δράσης	Πιθανά αποτελέσματα στρατηγικής δράσης	Πιθανά ενδιαφερόμενα μέρη αρμόδια για τη στρατηγική δράση
1.	Ανάπτυξη κρατικής πολιτικής για την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ	- Αποσαφήνιση της κρατικής πολιτικής για την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ - Διασφάλιση σαφήνειας της κρατικής προσέγγισης για τα ενδιαφερόμενα μέρη του ΒΤΚΠ	Ανεπτυγμένη κρατική αντίληψη, στρατηγική και προγραμματισμός για τον ΒΤΚΠ	Κυβέρνηση Αρμενίας Επιτροπή Τουρισμού Αρμενίας
2.	Προσθήκη Άρθρων σχετικά με τον ΒΤΚΠ στο Νέο Προσχέδιο Νόμου της Αρμενίας για τον Τουρισμό και τις Τουριστικές Δραστηριότητες	Αύξηση του επιπέδου νομικών ρυθμίσεων του ΒΤΚΠ και ανάπτυξη νομικής βάσης	Καθιέρωση περισσότερο ελεγχόμενων σχέσεων νόμου-αγοράς για εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον ΒΤΚΠ	Κυβέρνηση Αρμενίας Εθνοσυνέλευση Αρμενίας Επιτροπή Τουρισμού Αρμενίας
3.	Ανάπτυξη/εφαρμογή εθνικών προτύπων και αδειών για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ΒΤΚΠ	- Βελτίωση της ποιότητας των πακέτων και των υπηρεσιών του ΒΤΚΠ - Διασφάλιση της βιώσιμης χρήσης και της διατήρησης της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς	- Βελτιωμένη ποιότητα του ΒΤΚΠ - Συστηματική καταγραφή στατιστικών για τον ΒΤΚΠ	Κυβέρνηση Αρμενίας Εθνοσυνέλευση Αρμενίας Επιτροπή Τουρισμού Αρμενίας Εθνικός Φορέας Τυποποίησης και Μετρολογίας της Αρμενίας ΑΕΙ Αρμενίας

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



Project funded by
EUROPEAN UNION



4.	Ανάπτυξη και εφαρμογή εκπαιδευτικών προγραμμάτων του ΒΤΚΠ στα ΑΕΙ της Αρμενίας	- Ενίσχυση της συστηματικής εκμάθησης της υφιστάμενης γνώσης για τον ΒΤΚΠ - Δημιουργία εκπαιδευτικών και επιστημονικών βάσεων για την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ	- Ενισχυμένη επιστημονική βάση του ΒΤΚΠ - Ανεπτυγμένες και διαδεδομένες καθολικά αποδεκτές αντιλήψεις του ΒΤΚΠ - Έντυπο εγχειρίδιο για τον ΒΤΚΠ “Οι θεμελιώδεις αρχές του Βιωματικού Τουρισμού” στα Αρμενικά - Καθιέρωση ενός εκπαιδευτικού κέντρου για τον ΒΤΚΠ	Κυβέρνηση Αρμενίας Υπουργείο Παιδείας, Επιστημών, Πολιτισμού και Αθλητισμού Αρμενίας ΑΕΙ Αρμενίας
5.	Ανάπτυξη ενός Οδηγού Διαχείρισης Κινδύνων σχετικά με τον Βιωματικό Τουρισμό για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ΒΤΚΠ	- Αύξηση του επιπέδου ασφαλείας του ΒΤΚΠ - Συνεισφορά στην μακροπρόθεσμη λειτουργία των επιχειρήσεων του ΒΤΚΠ - Προαγωγή της σταθερότητας των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων του ΒΤΚΠ σε συνθήκες ανωτέρας βίας	- Ανεπτυγμένες και εξειδικευμένες οδηγίες για διάφορες καταστάσεις κινδύνου σχετικά με τον ΒΤΚΠ - Βελτιωμένη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων του ΒΤΚΠ	Κυβέρνηση Αρμενίας Επιτροπή Τουρισμού Αρμενίας Υπουργείο Παιδείας, Επιστημών, Πολιτισμού και Αθλητισμού Αρμενίας ΑΕΙ Αρμενίας
6.	Δημιουργία περιφερειακών προτάσεων και έργων του ΒΤΚΠ στις συνοριακές περιοχές της Αρμενίας και της Γεωργίας	- Αύξηση του επιπέδου διαπεριφερειακής συνεργασίας στον τομέα του τουρισμού - Δημιουργία διαπεριφερειακών πακέτων ΒΤΚΠ	- Καθιέρωση κοινών επιχειρήσεων/οργανισμών ΒΤΚΠ Αρμενίας-Γεωργίας - Αυξημένες διαπεριφερειακές τουριστικές ροές	Κυβερνήσεις Αρμενίας και Γεωργίας Κρατικές Επιτροπές Τουρισμού Αρμενίας και Γεωργίας Τουριστικά γραφεία Αρμενίας και Γεωργίας

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



Project funded by
EUROPEAN UNION



7.	Διεθνοποίηση πακέτων ΒΤΚΠ με τη βοήθεια της Αρμένικης Διασποράς	- Αύξηση του επιπέδου επίγνωσης των υφιστάμενων πακέτων ΒΤΚΠ έξω από την Αρμενία - Διαφοροποίηση της συνεργασίας μεταξύ της Αρμενίας και της Αρμένικης Διασποράς - Συστηματική σύνδεση των Αρμενίων που ζουν εκτός της Δημοκρατίας της Αρμενίας με τις πολιτιστικές τους ρίζες	- Βελτιωμένη τουριστική εικόνα της Αρμενίας στις αγορές (χώρες) και αυξημένες ροές εισερχόμενων τουριστών - Επανεκτίμηση των Αρμένικων πολιτιστικών αξιών από την Αρμένικη Διασπορά	Κυβέρνηση Αρμενίας Επιτροπή Τουρισμού Αρμενίας Γραφείο Ύπατου Αρμοστή της Αρμενίας για τη Διασπορά Οργανισμοί Αρμένικης Διασποράς Πρεσβείες Αρμενίας
8.	Δημιουργία πακέτων ΒΤΚΠ με βάση τις Χριστιανικές πολιτιστικές αξίες	- Ενίσχυση του ρόλου της Αρμενίας στον Χριστιανικό κόσμο - Αύξηση της συμμετοχής των άυλων Χριστιανικών πολιτιστικών αξιών στα τουριστικά πακέτα της Αρμενίας	Στενή συνεργασία με τις Χριστιανικές χώρες με τη μορφή νέων προτάσεων που βασίζονται στον τουρισμό	Κυβέρνηση Αρμενίας Αρμενική Αποστολική Εκκλησία Επιτροπή Τουρισμού Αρμενίας Γραφείο Ύπατου Αρμοστή της Αρμενίας για την Διασπορά Οργανισμοί Αρμένικης Διασποράς Πρεσβείες Αρμενίας
9.	Προσαρμογή των πακέτων και των υπηρεσιών του ΒΤΚΠ ώστε να καλύπτουν και τις ανάγκες των εγχώριων τουριστών	- Προαγωγή της ανάπτυξης του εγχώριου τουρισμού - Συνεισφορά στη μείωση της εξάρτησης του ΒΤΚΠ από εισερχόμενες τουριστικές ροές	Δημιουργία νέων τουριστικών πακέτων λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες των εγχώριων τουριστών	Επιτροπή Τουρισμού Αρμενίας Επιχειρήσεις ΒΤΚΠ
10.	Διοργάνωση φεστιβάλ “πεζοπορίας” του ΒΤΚΠ	Συνεισφορά στη διαφοροποίηση των Αρμένικων τουριστικών προϊόντων	Αυξημένες εισερχόμενες και εξερχόμενες ροές τουριστών και γεωγραφική	Κυβέρνηση Αρμενίας Επιτροπή Τουρισμού Αρμενίας

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



Project funded by
EUROPEAN UNION



		• Προαγωγή της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων του ΒΤΚΠ	ανακατανομή τουριστικών εισοδημάτων • Δημιουργία νέων πακέτων ΒΤΚΠ	Περιφερειακές Κυβερνήσεις Τοπικοί φορείς αυτοδιοίκησης, Ιδιωτικοί/δημόσιοι οργανισμοί που διοργανώνουν φεστιβάλ
11.	Καθιέρωση της “Αρμένικης Ένωσης Βιωματικού Τουρισμού”	• Αύξηση του επιπέδου συνεργασίας μεταξύ εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον ΒΤΚΠ • Αύξηση του επιπέδου διεθνοποίησης των επιχειρήσεων ΒΤΚΠ	• Νέες ιδιότητες και πλατφόρμες για εθνική και διεθνή συνεργασία	Επιτροπή Τουρισμού Αρμενίας Επιχειρήσεις ΒΤΚΠ
12.	Οργάνωση ετήσιου σεμιναρίου/εργαστηρίου “Καινοτόμου Βιωματικού Τουρισμού”	• Αύξηση του επιπέδου συνεργασίας μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών που δραστηριοποιούνται στον ΒΤΚΠ (κράτος, ιδιώτες, διεθνείς, επιστημονικοί, δημόσιοι παράγοντες) • Αναγνώριση των προβλημάτων και των προοπτικών της ανάπτυξης του ΒΤΚΠ	• Δημιουργία και ανάπτυξη νέων οδηγιών και επιπέδων συνεργασίας	Επιτροπή Τουρισμού Αρμενίας
13.	Δημιουργία και ανάπτυξη εμπειριών με βάση εθνικά και παραδοσιακά Αρμένικα παιχνίδια, τραγούδια και παραδοσιακή μουσική	• Αύξηση του επιπέδου σύνθετης ένταξης της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της Αρμενίας στον ΒΤΚΠ	• Δημιουργία νέων πακέτων ΒΤΚΠ	Επιτροπή Τουρισμού Αρμενίας Επιχειρήσεις ΒΤΚΠ ΑΕΙ και Εθνική Ακαδημία Επιστημών Αρμενίας

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



Project funded by
EUROPEAN UNION



14.	Προετοιμασία προγραμμάτων για πακέτα ΒΤΚΠ στην Αρμενία σε διαφορετικές γλώσσες στην τηλεόραση ή σε άλλα κανάλια επικοινωνίας, με μία κοινή προσέγγιση της οικονομίας	• Βελτίωση της διεθνούς εικόνας του τουρισμού της Αρμενίας • Αύξηση της διεθνοποίησης των πακέτων ΒΤΚΠ της Αρμενίας	• Δημιουργία προγραμμάτων τηλεόρασης και άλλων καναλιών επικοινωνίας σε ξένες γλώσσες για την Αρμένικη κουζίνα, τα τραγούδια, τη μουσική, τις παραδοσιακές τέχνες κ.λπ.	Κυβέρνηση Αρμενίας Επιτροπή Τουρισμού Αρμενίας Κρατικά και ιδιωτικά τηλεοπτικά κανάλια της Αρμενίας Μη κυβερνητικές οργανώσεις, συνδικάτα και ενώσεις που δραστηριοποιούνται στο πεδίο της άυλης κληρονομιάς ΑΕΙ Αρμενίας Μπλόγκερ στην Αρμενία
15.	Διοργάνωση της ετήσιας τελετής απονομής βραβείου για το “Καλύτερο Πακέτο Βιωματικού Τουρισμού”	• Προαγωγή της ανάπτυξης του ΒΤΚΠ στην Αρμενία • Παρακίνηση όσων δραστηριοποιούνται στον ΒΤΚΠ	• Νέα κίνητρα στο περιβάλλον του ΒΤΚΠ • Νέα συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών του ΒΤΚΠ	Επιτροπή Τουρισμού Αρμενίας

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

Συμπεράσματα

Ο Βιωματικός Τουρισμός που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό (ΒΤΚΠ) μπορεί να θεωρηθεί ως μια από τις στρατηγικές κατευθύνσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού με καινοτόμες προσεγγίσεις για την Αρμενία. Στη βάση της βιώσιμης ανάπτυξής του, θα είναι δυνατό να εξασφαλιστεί η ισορροπημένη εδαφική ανάπτυξη του τουρισμού ειδικότερα.

Προς το παρόν, τα βήματα στρατηγικής σημασίας για την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ στην Αρμενία θα πρέπει να στοχεύουν:

- ✓ Στην ανάπτυξη και διασαφήνιση της κρατικής πολιτικής για τον ΒΤΚΠ
- ✓ Στην οργάνωση δραστηριοτήτων που προάγουν τη συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών του ΒΤΚΠ,
- ✓ Στη βιώσιμη χρήση και διατήρηση των πολιτιστικών αξιών της Αρμενίας που περιλαμβάνονται στον ΒΤΚΠ,
- ✓ Στην περιφερειακή και διεθνή συνεργασία και εφαρμογή επενδυτικών προγραμμάτων στο πλαίσιο του ΒΤΚΠ,
- ✓ Στην ανάπτυξη σχετικών επαγγελματικών προσόντων των ενδιαφερόμενων μερών που δραστηριοποιούνται στον ΒΤΚΠ,
- ✓ Στην καθιέρωση μιας συστηματικής εκπαιδευτικής και επιστημονικής βάσης για τον ΒΤΚΠ.

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ: ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ

Βιωματικός τουρισμός που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό στη Βουλγαρία. Σύγχρονη τεχνολογία και δίοδοι ανάπτυξης

Η Βουλγαρία έχει καθιερωμένες παραδόσεις στον τουρισμό και στην φιλοξενία και ο ταξιδιωτικός τομέας έχει αναγνωριστεί ως προτεραιότητα στην ατζέντα χάραξης πολιτικής. Η Βουλγαρία κατατάσσεται τρίτη στην Ευρώπη στον αριθμό πολιτιστικών και ιστορικών μνημείων και φιλοξενεί 10 μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO. Είναι προφανές ότι η χώρα διαθέτει αξιοποιήσιμες προοπτικές για την ανάπτυξη του βιωματικού τουρισμού που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό.

Σε εθνικό επίπεδο, η βιομηχανία ταξιδιών, τουρισμού και φιλοξενίας στη Βουλγαρία διέπεται από το Υπουργείο Τουρισμού με συμβουλευτικό όργανο το Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού. Σε τοπικό επίπεδο, οι δήμοι των κομητειών εφαρμόζουν την τουριστική πολιτική. Ένας μικρός αριθμός οργανισμών επαγγελματιών, τοπικών φορέων, πολιτών και μη κυβερνητικών οργανώσεων επίσης συμμετέχουν στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, όπως το Βουλγαρικό Επιμελητήριο Τουρισμού, τα περιφερειακά τουριστικά επιμελητήρια, η Ένωση Ξενοδοχείων Βουλγαρίας, ο Βουλγαρικός Οργανισμός Εναλλακτικού Τουρισμού κ.λπ. Το πιο σημαντικό νομοθετικό έγγραφο για τη διαχείριση του τουρισμού είναι ο Νόμος για τον Τουρισμό (Ivanov & Dimitrova, 2013).

Ο Βιωματικός Τουρισμός που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό (ΒΤΚΠ) αποτελεί μέρος της αειφόρου τουριστικής προσφοράς, που έχει τεθεί ως προτεραιότητα στο έργο του Υπουργείου Τουρισμού, με αποτέλεσμα να έχει προετοιμαστεί και προταθεί για δημόσια διαβούλευση η Εθνική Στρατηγική για Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη για τα έτη 2014-2030.

Αν και ο ΒΤΚΠ δεν έχει καθιερωθεί ως έννοια και σαν όρος, ορισμένα προϊόντα που προσιδιάζουν σε ΒΤΚΠ έχουν αναπτυχθεί και εισαχθεί στην αγορά εδώ και πολύ καιρό. Για παράδειγμα, τα πολιτιστικά, αγροτικά, λαογραφικά και γαστρονομικά δρώμενα, καθώς και άλλες επονομαζόμενες “εναλλακτικές” μορφές τουρισμού μπορούν να συμπεριληφθούν ως παραδείγματα των πρακτικών του ΒΤΚΠ αφού αναδεικνύουν παρόμοιους πόρους και επιδιώκουν κοινούς στόχους.

Πολλά ιδιωτικά ταξιδιωτικά γραφεία παράγουν και προσφέρουν προϊόντα που βασίζονται στον πολιτισμό και στην κληρονομιά. Οι δημοτικές και περιφερειακές αρχές επίσης καταβάλλουν προσπάθειες για την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ, κυρίως ως τμήμα των δραστηριοτήτων που βασίζονται στο έργο. Σε εθνικό επίπεδο, το Υπουργείο Τουρισμού έχει σχεδιάσει και αναπτύξει 22 διαδρομές για τον τουρισμό που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό. Παραδείγματα αποτελούν η διαδρομή “Τα Θαλάσσια Φρούρια της Βουλγαρίας” που εκτείνεται από τον Βορρά ως τον Νότο της ακτής της Μαύρης Θάλασσας και περιλαμβάνει περισσότερα από 20 μνημεία κληρονομιάς και μέρη ενδιαφέροντος, καθώς και η διαδρομή “Πρωτεύουσες και πόλεις Βουλγάρων βασιλιάδων και πατριαρχών” που ξεδιπλώνεται στο κεντρικό και νότιο τμήμα της χώρας. Η διαδρομή “Η κοιλάδα των ρόδων και οι βασιλιάδες της Θράκης” που βρίσκεται κυρίως στα νοτιοανατολικά της χώρας αποτελεί ένα ακόμη παράδειγμα (Ministry of Tourism of the Republic of Bulgaria, 2011).

Παρά τις πραγματικές προσπάθειες της κυβέρνησης να προάγει την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων του ΒΤΚΠ, υπάρχει ανεπαρκής συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών και των διαφόρων φορέων διαχείρισης ως προς την εφαρμογή μιας συνεπούς και ομοιόμορφης πολιτικής σχετικά με την ποιότητα και τη βιωσιμότητα του τουρισμού. Επιπλέον, ο διάλογος μεταξύ των ΜΚΟ και της δημόσιας διοίκησης συχνά είναι ατελέσφορος.

Ανάλυση SWOT της ανάπτυξης του βιωματικού τουρισμού που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό στη Βουλγαρία

Πλεονεκτήματα

Η Βουλγαρία διαθέτει μια σειρά από πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ σαν τμήμα της τουριστικής της προσφοράς (Ministry of Tourism of the Republic of Bulgaria, 2015). Αυτά περιλαμβάνουν:

- Πλούσιους πόρους για τουρισμό που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό, όπως ιστορικά, αρχαιολογικά και θρησκευτικά μνημεία, λείψανα και τεχνουργήματα, καθώς και ειδικά σχεδιασμένα σύγχρονα αξιοθέατα και πάρκα. Επίσης, άυλη πολιτιστική κληρονομιά όπως παραδόσεις, εθιμοτυπίες, παραδοσιακούς χορούς, παραδοσιακή κουζίνα, αλλά και δρώμενα, φεστιβάλ, εκθέσεις και άλλα πολλά,
- Πολλά από τα μνημεία ΒΤΚΠ είναι διεθνούς σημασίας, συμπεριλαμβανομένων αρκετών μοναδικών μνημείων που προστατεύονται από την UNESCO,
- Είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης,
- Υψηλή ανταγωνιστικότητα στις τιμές. Η Βουλγαρία είναι μια από τις φθηνότερες Ευρωπαϊκές χώρες, γεγονός που δημιουργεί πολύ ευνοϊκή σχέση μεταξύ κόστους και αξίας για τους επισκέπτες,
- Πολιτική σταθερότητα και σταθερή οικονομική ανάπτυξη ως ελπιδοφόρες προοπτικές για γρήγορη ανάκαμψη μετά την πανδημία της COVID-19,
- Ευνοϊκές κλιματικές συνθήκες, κατάλληλες για ΒΤΚΠ σε όλη τη διάρκεια του έτους: ήπιοι χειμώνες, σπάνια εμφάνιση έντονων καιρικών φαινομένων και ακραίων θερμοκρασιών,
- Πληθώρα άλλων ψυχαγωγικών πόρων που μπορούν να συνδυαστούν σε ολοκληρωμένα και ελκυστικά τουριστικά πακέτα. Για παράδειγμα, η προσφορά ΒΤΚΠ μπορεί να βελτιωθεί συνδυαζόμενη με SPA, αθλητισμό ή οικοτουριστικές δραστηριότητες,
- Πλεονεκτική γεωγραφική τοποθεσία: στο σταυροδρόμι Δύσης και Ανατολής, Βορρά και Νότου, η Βουλγαρία είναι σχετικά κοντά στις περισσότερες αγορές παραγωγής τουριστών,
- Μεγάλη ποικιλία διαφορετικών μνημείων σε μια σχετικά μικρή εδαφική περιοχή, γεγονός που επιτρέπει την ομαδοποίησή τους σε ελκυστικά θεματικά ταξίδια (Ministry of Tourism of the Republic of Bulgaria, 2014-2020),
- Καλά ανεπτυγμένες τουριστικές υποδομές και υπερδομές, συμπεριλαμβανομένων καταλυμάτων, δρόμων, θέρετρων, μουσείων, εκθεσιακών χώρων, κέντρων πληροφοριών για τουρίστες, κ.ο.κ.,
- Σε ορισμένες περιοχές υπάρχουν δραστήριες τοπικές κοινότητες που εργάζονται για την ενίσχυση της ελκυστικότητας της περιφέρειάς τους ως τουριστικό προορισμό και

- διαθέτουν κίνητρα για να έρχονται σε στενή επαφή με τους τουρίστες για τη δημιουργία περισσότερων προϊόντων βιωματικού τουρισμού,
- Πρόσβαση σε μια σειρά οικονομικών κινήτρων και μέτρων θεσμικής υποστήριξης για την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ, συμπεριλαμβανομένων κυβερνητικών επιχορηγήσεων, Ευρωπαϊκών έργων και άλλων διεθνών πόρων,
 - Οι υποδομές μεταφορών είναι σχετικά καλά ανεπτυγμένες και λειτουργικές. Υπάρχουν αρκετά διεθνή αεροδρόμια που καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της εδαφικής επικράτειας της χώρας σε ακτίνα 200 χλμ.,
 - Οι βοηθητικοί τομείς είναι καλά εδραιωμένοι, συμπεριλαμβανομένων της υγειονομικής περίθαλψης, της αστυνομίας, των τραπεζών, των υπηρεσιών κοινής ωφέλειας, των επικοινωνιών κ.λπ.,
 - Υψηλό επίπεδο τεχνικών προβλέψεων και ανάπτυξης πληροφορικής, αξιόπιστες και γρήγορες συνδέσεις διαδικτύου, καλή κάλυψη για αρκετούς παρόχους κινητής τηλεφωνίας σε όλη τη χώρα,
 - Αυξανόμενος αριθμός τοπικών παρόχων υπηρεσιών φιλοξενίας, συμπεριλαμβανομένων αγροτικών ξενώνων, μικρών οικογενειακών ξενοδοχείων, ξενώνων κ.λπ.,
 - Υψηλό επίπεδο γνώσης ξένων γλωσσών. Η πλειοψηφία του πληθυσμού μιλάει τουλάχιστον μία ξένη γλώσσα,
 - Η εκπαίδευση στον τουρισμό είναι ανεπτυγμένη τόσο στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση όσο και σε πανεπιστημιακό επίπεδο, γεγονός που εγγυάται τη διαθεσιμότητα ικανών και κατάλληλων ανθρώπινων πόρων.

Αδυναμίες

Οι κύριες δυσκολίες για την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ στην Βουλγαρία είναι οι εξής:

- Η προσφορά είναι επικεντρωμένη στον μαζικό, παράκτιο τουρισμό αναψυχής. Αυτό το γεγονός δημιουργεί αρκετά ζητήματα σχετικά με την εικόνα της χώρας, την αιεφόρο χρήση των πόρων, καθώς και το χαμηλό επίπεδο τιμών που εμποδίζει την ανάπτυξη άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού (συμπεριλαμβανομένου του ΒΤΚΠ),
- Έλλειψη λειτουργική μηχανισμού για την αξιοποίηση των πόρων του πολιτιστικού τουρισμού που βασίζεται στην κληρονομιά, ειδικά των άυλων,
- Η εθνική στρατηγική μάρκετινγκ της χώρας χρειάζεται άμεση αναθεώρηση. Η Βουλγαρία πρέπει να επανατοποθετηθεί στη διεθνή αγορά, γεγονός που προϋποθέτει μια σειρά από προγραμματισμένες παρεμβάσεις,
- Η εποχικότητα της ζήτησης περιγράφεται με σαφήνεια. Υπάρχουν ευκαιρίες για τουρισμό σε όλη τη διάρκεια του έτους, στην πράξη όμως οι περισσότερες τουριστικές δραστηριότητες πραγματοποιούνται κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, γεγονός που συμβάλλει στις ανισορροπίες της χρήσης των υπερδομών φιλοξενίας,
- Τα καταλύματα βρίσκονται κυρίως στις παράκτιες περιοχές (πάνω από τα 2/3 του τομέα φιλοξενίας βρίσκονται εκεί). Το γεγονός αυτό οδηγεί σε περιφερειακές ανισορροπίες,
- Ανεπαρκής θεσμική ικανότητα, συμπεριλαμβανομένης της έλλειψης σχετικών τοπικών, περιφερειακών ή εθνικών αρχών στον τομέα του ΒΤΚΠ,

- Έλλειψη νομοθετικών θεμελίων. Έλλειψη νόμων και κανονισμών για ζωτικά θέματα όπως η προστασία και η ενίσχυση της πολιτιστικής κληρονομιάς,
- Έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού στον τομέα του ΒΤΚΠ,
- Χαμηλό επίπεδο παρακολούθησης, επίβλεψης και ελέγχου του τουριστικού τομέα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να υπάρχει μεγαλύτερο μερίδιο «μαύρης» (ανεξέλεγκτης ή παράνομης) τουριστικής δραστηριότητας, έλλειψη ποιοτικού ελέγχου και πιθανά ζητήματα που σχετίζονται με την εικόνα του τουρισμού.
- Ο χωροταξικός σχεδιασμός βρίσκεται ακόμα σε αρχικό στάδιο. Παρά τον αριθμό προτάσεων για διάφορες μορφές κατηγοριοποίησης και δημιουργίας διαφορετικών θεματικών προορισμών, δεν έχει επιτευχθεί κάποια συμφωνία, γεγονός που εμποδίζει σημαντικά την περιφερειακή ανάπτυξη και προώθηση του ΒΤΚΠ.
- Οι τοπικές επιχειρήσεις λειτουργούν αυτόνομα και σπανίως αλληλεπιδρούν μεταξύ τους ή με τις αρχές,
- Υπάρχουν κλαδικές και περιφερειακές ενώσεις καθώς και ενώσεις παραγωγών προϊόντων, αλλά δεν είναι πολύ ενεργές και τα πλεονεκτήματα που παρέχουν στα μέλη τους είναι περιορισμένα.
- Οι σχέσεις μεταξύ διαφορετικών θεσμών και οι συνεργασίες τους είναι πολύ περιορισμένες. Αυτό το γεγονός δημιουργεί αρκετά προβλήματα, ειδικά στην περίπτωση του ΒΤΚΠ, καθώς οι περισσότεροι πόροι και σχετικές δραστηριότητες απαιτούν κοινή παρέμβαση εκ μέρους του Υπουργείου Πολιτισμού και του Υπουργείου Τουρισμού,
- Οι τοπικές κοινότητες είναι κατά βάση αδρανείς και δεν έχουν κίνητρα να αλληλοεπιδράσουν με τους τουρίστες,
- Τα κέντρα τουριστικής πληροφόρησης υπάρχουν μόνο στις μεγάλες πόλεις αλλά οι υπηρεσίες που προσφέρουν είναι περιορισμένες, ενώ η υποστήριξη (έντυπο υλικό, πληροφορίες, κρατήσεις και άλλες υπηρεσίες) που παρέχουν στους τουρίστες είναι ανεπαρκής,
- Έλλειψη σύμπραξης μεταξύ διαφόρων ενδιαφερόμενων μερών, όπως επιχειρήσεις, καταναλωτές, τοπικές αρχές, πολιτιστικά, εκπαιδευτικά και ερευνητικά κέντρα, φορείς παροχής τουριστικών υπηρεσιών κ.λπ.,
- Οι έννοιες της βιωσιμότητας και της οικολογίας αποτελούν προτεραιότητα κυρίως στη θεωρία και έχουν πολύ μικρό αντίκτυπο στην πράξη: ελάχιστα ξενοδοχεία έχουν επενδύσει σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας ή σε άλλες λύσεις ή τεχνολογίες που είναι φιλικές προς το περιβάλλον. Οι οικολογικές καινοτομίες, τα μηδενικά απόβλητα ή η κυκλική οικονομία είναι έννοιες σχεδόν ανύπαρκτες στον τουριστικό τομέα.
- Η έλλειψη αξιόπιστων στατιστικών για τον τουρισμό είναι ένα θέμα που επιδρά αρνητικά στις επενδυτικές ευκαιρίες αυτού του τομέα.
- Η επιχειρηματική δραστηριότητα εμποδίζεται από το υψηλό επίπεδο γραφειοκρατίας και την έλλειψη ευελιξίας στην προσέγγιση των αρχών και των θεσμικών οργάνων,
- Η διαφθορά αποτελεί ζήτημα σε όλα τα επίπεδα τουριστικής διαχείρισης. Δυστυχώς, ορισμένα από τα κονδύλια που προορίζονται για την τουριστική ανάπτυξη (συγκεκριμένα για τον αγροτουρισμό) υπόκεινται σε υπεξαίρεση ή οικονομική απάτη,
- Η βιομηχανία του τουρισμού καθίσταται λιγότερο ελκυστική σαν εργασιακή επιλογή για τους νέους, λόγω της χαμηλής αμοιβής, της σκληρής εργασίας, της παράτυπης απασχόλησης κ.ο.κ. Αυτή η τάση αναμένεται να επιδεινωθεί κατά τη διάρκεια ή μετά

την πανδημία της COVID-19, καθώς οι κλάδοι του τουρισμού και της φιλοξενίας είναι αυτοί που υπέστησαν το μεγαλύτερο πλήγμα,

- Ο ΒΚΤΠ απαιτεί υψηλής κατάρτισης εργαζομένους με ειδικές δεξιότητες και η εύρεση των κατάλληλων ανθρώπων μπορεί να αποτελέσει πρόβλημα,
- Συχνή εναλλαγή του προσωπικού (για διάφορους λόγους, όπως η εποχικότητα, η έλλειψη κινήτρων) που επιδρά αρνητικά στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών,
- Το ποσοστό των εταιρειών που διαθέτουν πιστοποίηση και κάποιο ειδικό σήμα ποιότητας ή βιωσιμότητας (όπως είναι η ετικέτα «Green House») είναι πολύ χαμηλό,
- Ανεπαρκής κυβερνητική υποστήριξη για νεοσύστατες τουριστικές επιχειρήσεις («φυτώρια» επιχειρήσεων, χρηματοδοτικά μέσα, συμβουλευτική, κ.λπ.) γεγονός που περιορίζει την επιχειρηματική πρωτοβουλία συμπεριλαμβανομένου του τομέα του ΒΤΚΠ,
- Κακές οδικές υποδομές σε ορισμένες απομακρυσμένες περιοχές. Όσο πιο αυθεντικό και εξεζητημένο είναι το μνημείο, τόσο δυσκολότερη η πρόσβαση σε αυτό.
- Περιορισμένη πρόσβαση και λιγοστές προβλέψεις για άτομα με ειδικές ανάγκες, καθώς και έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού,
- Χαμηλό επίπεδο ψηφιοποίησης των πόρων που βασίζονται στον πολιτισμό και την κληρονομιά,
- Τα διαδικτυακά κανάλια διανομής και πωλήσεων άρχισαν να γίνονται δημοφιλή, αλλά οι ηλεκτρονικές πληρωμές βρίσκονται ακόμα σε αρχικό στάδιο ανάπτυξης,
- Ορισμένα χρηματοοικονομικά μέσα, όπως οι επιταγές, τα κουπόνια και οι πιστωτικές κάρτες δεν χρησιμοποιούνται συχνά και ευρέως,
- Η εκπαίδευση στον τουρισμό είναι κυρίως θεωρητική. Η πρακτική εκπαίδευση, κατάρτιση και άσκηση είναι υποανάπτυκτη, γεγονός που υποβαθμίζει την ποιότητα των ανθρώπινων πόρων, ειδικά αυτών που δεν διαθέτουν επαγγελματική εμπειρία στον τομέα,
- Η σηματοδότηση και η σήμανση των τουριστικών μονοπατιών, διαδρομών και μνημείων δεν έχει αναπτυχθεί επαρκώς και συχνά δεν παρέχεται σε ξένες γλώσσες.
- Οι πόροι και τα αξιοθέατα συχνά υφίστανται κακή διαχείριση. Η συντήρηση ιστορικών και πολιτισμικών χώρων συχνά αποτελεί πρόβλημα. Υπάρχουν πολύ λίγες στρατηγικές που έχουν αναπτυχθεί και υλοποιηθεί για τη διαχείριση χωρητικότητας επισκεπτών ή για την ευαισθητοποίηση των τουριστών σχετικά με την προστασία και τη βελτίωση των τόπων,
- Έλλειψη επενδύσεων για τη βελτίωση και τον εκσυγχρονισμό μουσείων και εκθεσιακών χώρων. Πολύ χαμηλό επίπεδο ψηφιοποίησης και χρήσης λύσεων υψηλής τεχνολογίας όπως είναι οι εικονικές ή οι ψηφιακές ξεναγήσεις κ.λπ.,
- Το ημερολόγιο δρώμενων είναι ατελές και μη προσπελάσιμο. Πολλά δρώμενα έχουν περιορισμένη κάλυψη και διαφήμιση, γεγονός που εμποδίζει τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα (Ministry of Tourism of the Republic of Bulgaria, 2014-2020).
- Οι τόποι για κατασκήνωση και χρήση τροχόσπιτου ελαττώνονται. Η διαχείρισή τους συχνά αμελείται και προκύπτουν ανησυχίες σχετικά με την ασφάλεια και την υγεία. Έλλειψη σύγχρονων κατασκηνωτικών εγκαταστάσεων ή πάρκων για τροχόσπιτα με τις κατάλληλες υποδομές και παροχές,

- Η κρατική διαφήμιση για τον τουρισμό της χώρας είναι ξεπερασμένη και έχει ανάγκη ανανέωσης. Το μάρκετινγκ είναι πολύ γενικό και δεν αντανακλά το πλήρες δυναμικό της χώρας ως τουριστικό προορισμό,
- Υψηλά επίπεδα εξάρτησης από τους μεγάλους διεθνείς τουριστικούς πράκτορες, γεγονός που εμποδίζει την ανάπτυξη των τοπικών επιχειρήσεων και οδηγεί στη μαζική και τυποποιημένη προσφορά τουρισμού και όχι σε μοναδικά, εναλλακτικά προϊόντα. Αυτό το γεγονός επίσης μεταφράζεται σε οικονομικές απώλειες, καθώς μεγάλο μέρος των εισοδημάτων που παράγονται από τον τουρισμό δεν μένει στον προορισμό του (ή στη χώρα),
- Έλλειψη αξιόπιστου κεντρικού εθνικού τουριστικού μητρώου για την συλλογή πληροφοριών για τουριστικούς πόρους, μνημεία, αξιοθέατα, φορείς του τουρισμού, δρώμενα, επενδυτικές ευκαιρίες και άλλες σχετικές πληροφορίες.

Ευκαιρίες

- Αλλαγή του τουριστικού μοντέλου σε παγκόσμιο επίπεδο: από τον τουρισμό της κατανάλωσης στον τουρισμό του βιώματος, από τον εγωκεντρισμό στο κοινωνικό έργο, από την άνεση και την ψυχαγωγία στην ουσία και τον εμπλουτισμό γνώσεων. Ο ΒΤΚΠ ως έννοια εναρμονίζεται με τις νέες τάσεις,
- Ανακατεύθυνση τουριστικών ροών, συμπεριλαμβανομένης της αύξησης του εγχώριου τουρισμού ή της αυξημένης ζήτησης από γειτονικές και κοντινές αγορές. Αυτή η τάση θα είναι ιδιαίτερα προφανής στα πλαίσια της παγκόσμιας κατάστασης με την πανδημία,
- Η μείωση των απαιτήσεων θεώρησης για βίζα θα διευκολύνει την πρόσβαση κάποιων αγορών στη χώρα μας,
- Η χώρα μπορεί να ενισχύσει τη συμμετοχή της σε διάφορους διεθνείς οργανισμούς του ΒΤΚΠ, προκειμένου να αυξήσει τα ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα στην παγκόσμια αγορά.
- Η ατζέντα για την αειφορία απαιτεί περισσότερη συνειδητή κατανάλωση, πράγμα που ισχύει και για τα τουριστικά προϊόντα. Η προσφορές για μαζικό τουρισμό πρέπει να υποχωρήσουν και να δοθεί προτεραιότητα σε πράσινες μορφές τουρισμού,
- Περισσότερες επενδύσεις (και κυβερνητική και βάσει σχεδίου υποστήριξη) για κοινωνικά ωφέλιμες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, συμπεριλαμβανομένου του ΒΤΚΠ,
- Η παγκόσμια πανδημία απαιτεί νέες μορφές κατανάλωσης τουριστικών προϊόντων: πιο εξατομικευμένες, λιγότερο μαζικές, πιο προσωποποιημένες, χρησιμοποιώντας εναλλακτικές μορφές καταλυμάτων κ.λπ.,
- Η διασυνοριακή συνεργασία με γειτονικές χώρες για κοινά τουριστικά προϊόντα (παράδειγμα: θεματικές διαδρομές) και συνδυαστικές προσπάθειες μάρκετινγκ.

Κίνδυνοι

- Η παγκόσμια πανδημία της Covid-19, η οποία οδηγεί σε κλείσιμο ολόκληρες αγορές, σε άνευ προηγουμένου πτώση της τουριστικής ζήτησης, αυστηρούς περιορισμούς και κανονισμούς στα ταξίδια και προτροπή σε κοινωνική απομόνωση (το αντίθετο της κοινωνικής αλληλεπίδρασης - που είναι ένα από τα βασικά στοιχεία του ΒΤΚΠ),

- Η παγκόσμια οικονομική κρίση που ακολουθεί την πανδημία της COVID-19. Μειωμένα εισοδήματα, υψηλά ποσοστά ανεργίας, υψηλά επίπεδα διαφαινόμενων κινδύνων και προτροπή για περιορισμό της κατανάλωσης ειδών πολυτελείας, συμπεριλαμβανομένων και των τουριστικών προϊόντων,
- Η παγκόσμια κλιματική αλλαγή που μπορεί να οδηγήσει σε αντίξοες συνθήκες, έντονα καιρικά φαινόμενα και φυσικές καταστροφές,
- Σκληρός ανταγωνισμός ειδικά με τις γειτονικές χώρες με τις οποίες μοιραζόμαστε παρόμοιους τουριστικούς πόρους,
- Οι αγορές τουρισμού γίνονται όλο και πιο δυναμικές και απρόβλεπτες και αυξάνεται η δυσκολία προσαρμογής σε αυτές,
- Αλλαγές στις συμπεριφορές των καταναλωτών, στις αντιλήψεις, στην αγοραστική συμπεριφορά και στις προτιμήσεις που ενδέχεται να καταστούν απρόβλεπτες για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα,
- Εξάρτηση της τουριστικής βιομηχανίας από άλλους τομείς, όπως τα τρόφιμα και η γεωργία, οι μεταφορές, ο πολιτισμός, η οικονομία, οι εξωτερικές υποθέσεις, η εκπαίδευση και άλλοι.
- Η παγκόσμια μετανάστευση πληθυσμών που συχνά οδηγεί σε μείωση του πληθυσμού αγροτικών περιοχών που στερούνται ανθρώπινου δυναμικού για τουριστική ανάπτυξη.

Συνοπτική παρουσίαση πιθανών στρατηγικών επιλογών

Σύμφωνα με την Έκθεση αξιολόγησης περιφερειακών αναγκών, την έρευνα απόψεων των ενδιαφερόμενων μερών και την ανάλυση SWOT της προηγούμενης ενότητας, παρουσιάζονται συνοπτικά κάποιες απαραίτητες παρεμβάσεις για τη βελτίωση της ανάπτυξης του ΒΤΚΠ.

Ο ακόλουθος πίνακας συνοψίζει πιθανές στρατηγικές δράσεις σε αυτή την κατεύθυνση, πιθανά αποτελέσματα και ποια ενδιαφερόμενα μέρη συμμετέχουν

Αρ.	Στρατηγική δράση	Στόχοι στρατηγικής δράσης	Πιθανά αποτελέσματα της στρατηγικής δράσης	Πιθανά ενδιαφερόμενα μέρη αρμόδια για τη στρατηγική δράση
1.	Τοποθέτηση της χώρας στην παγκόσμια αγορά	Η Βουλγαρία θα πρέπει να γίνει γνωστή για την πλούσια πολιτιστική της κληρονομιά και ως προορισμός που	Βελτίωση του μάρκετινγκ και της διαχείρισης της Βουλγαρίας ως τουριστικό προορισμό.	Κυβέρνηση Υπουργείο Τουρισμού



Project funded by
EUROPEAN UNION



	ως προορισμός του ΒΤΚΠ	προσφέρει μοναδικές και αξιομνημόνευτες εμπειρίες Αύξηση των εισοδημάτων από τον τουρισμό Προαγωγή της ανάπτυξης του βιώσιμου τουρισμού	Βελτιωμένο χαρτοφυλάκιο προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων ορισμένων πακέτων που εστιάζουν στον βιωματικό τουρισμό Βελτίωση στη λειτουργία και την αποδοτικότητα των Κέντρων Τουριστικής Πληροφόρησης Σχεδιασμός και εφαρμογή στρατηγικής επωνυμίας (branding) και νέο εμπορικό σήμα για τον ΒΤΚΠ Περισσότερες και καλύτερα σχεδιασμένες δραστηριότητες προώθησης, συμπεριλαμβανομένης της συμμετοχής σε διεθνείς εκθέσεις και εκθέσεις	Τουριστικές επιχειρήσεις
2.	Αύξηση της ανταγωνιστικότητας του τομέα του ΒΤΚΠ	Η προσφορά ελκυστικών προϊόντων και δραστηριοτήτων ΒΤΚΠ Παροχή ισχυρών προτάσεων αξίας σε ανταγωνιστική τιμή Βελτίωση και προστασία των πόρων του ΒΤΚΠ	Δημιουργία ελκυστικών διαδρομών και πακέτων που βασίζονται στον πολιτισμό και την κληρονομιά Αξιοποίηση των πόρων Ψηφιοποίηση των προϊόντων και των προσφορών Διασφάλιση υψηλής ποιότητας υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένης της παρακολούθησης και του ελέγχου Προτροπή για πιστοποίηση και απόκτηση ειδικού	Υπουργείο Τουρισμού Υπουργείο Πολιτισμού Τουριστικές ενώσεις Επιχειρήσεις





Project funded by
EUROPEAN UNION



			σήματος για λόγους διασφάλισης ποιότητας Δημιουργία περισσότερων στοχευμένων πολιτιστικών αξιοθέατων Σχεδιασμός, προώθηση και διοργάνωση πολιτιστικών δρώμενων Βελτίωση της συνεργασίας και της σύμπραξης μεταξύ επιχειρήσεων και θεσμικών οργάνων	
3.	Υποστήριξη της ανάπτυξης του ΒΤΚΠ, δημιουργώντας ευνοϊκές συνθήκες και ευνοϊκό επιχειρηματικό περιβάλλον	Ενθάρρυνση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών στον τομέα του ΒΤΚΠ Βελτίωση τεχνικών παροχών και υποδομών Βελτιώσεις στην τουριστική νομοθεσία Στρατηγικός σχεδιασμός για την ανάπτυξη της διαχείρισης των ανθρωπίνων πόρων του ΒΤΚΠ Οικονομικά κίνητρα και επενδυτικές ευκαιρίες Προτροπή για πιο ενεργή συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων στη δημιουργία του προϊόντος ΒΤΚΠ	Διατήρηση καλών υποδομών στις μεταφορές, βελτίωση της προσβασιμότητας στα μνημεία Εξάσκηση του ελέγχου διαχείρισης επισκεπτών Βελτιώσεις στις νομικές ρυθμίσεις που διέπουν τον ΒΤΚΠ Εκπόνηση στρατηγικών εγγράφων για τον ΒΤΚΠ Ανάπτυξη της θεσμικής ικανότητας Καθιέρωση συνεργασιών με σχετικούς διεθνείς οργανισμούς Διασυνοριακή συνεργασία για κοινά τουριστικά προϊόντα Μεγαλύτερη έμφαση στην πρακτική εκπαίδευση των μελλοντικών ειδικών	Κυβέρνηση Υπουργείο Τουρισμού Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού Τοπικές αρχές Εκπαιδευτικά ιδρύματα Χρηματοπιστωτικά ιδρύματα Τοπικές κοινότητες





Project funded by
EUROPEAN UNION



			Χρηματοδότηση και τεχνική υποστήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις Τόνωση των επενδύσεων στον τουρισμό Πρόσβαση για μικρότερες επιχειρήσεις σε επιχορηγήσεις και άλλα επενδυτικά εργαλεία Ενθάρρυνση καινοτομιών Φορολογικές ελαφρύνσεις και απαλλαγές Ρύθμιση και έλεγχος των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και παρακολούθηση των εν δυνάμει «μαύρων» οικονομικών δραστηριοτήτων Εκστρατεία πληροφόρησης και ευαισθητοποίησης για την προαγωγή του ΒΤΚΠ στον πληθυσμό της χώρας υποδοχής Ενθάρρυνση της εθελοντικής συμμετοχής των ντόπιων σε φεστιβάλ, δρώμενα και άλλες τουριστικές δραστηριότητες	
--	--	--	---	--

Συμπεράσματα

Η ανάλυση επιβεβαιώνει ότι ο ΒΤΚΠ στην Βουλγαρία έχει τεράστια προοπτική για μελλοντική ανάπτυξη και θα πρέπει να θεωρηθεί ως προτεραιότητα στη χάραξη πολιτικής σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Θα πρέπει να ετοιμαστεί ένα πλαίσιο στρατηγικής δράσης προς μια πιο βιώσιμη, εξειδικευμένη τουριστική προσφορά από τους αρμόδιους φορείς σε συνεργασία με τους φορείς του τουρισμού και τις τοπικές κοινότητες. Απαιτούνται κοινές προσπάθειες όλων των ενδιαφερομένων, προκειμένου:

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.





Project funded by
EUROPEAN UNION



- να βελτιωθεί η εικόνα της χώρας στην παγκόσμια τουριστική αγορά και να θεωρηθεί η Βουλγαρία ελκυστικός και αναγνωρίσιμος προορισμός ΒΤΚΠ,
- να διαφοροποιηθεί η προσφορά περιλαμβάνοντας τουριστικά προϊόντα ειδικού ενδιαφέροντος στο εθνικό χαρτοφυλάκιο,
- να διατηρηθεί, να προστατευθεί και να βελτιωθεί η πολιτιστική κληρονομιά, καθώς και να γίνει αξιοποίηση των τουριστικών πόρων,
- να βελτιωθεί η ποιότητα των υπηρεσιών, επιτυγχάνοντας αύξηση της ανταγωνιστικότητας,
- να δοθούν κίνητρα από την κυβέρνηση για την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ,
- να υπάρξει υποδομή για εντατική χρήση λύσεων υψηλής τεχνολογίας και λύσεων που βασίζονται στο διαδίκτυο, όπως οι εικονικές ξεναγήσεις και η ψηφιοποίηση των προϊόντων, και η μεγαλύτερη χρήση διαδικτυακών πλατφορμών και μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση και διανομή των προϊόντων.



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ: ΓΕΩΡΓΙΑ

Αυτή η έκθεση αποτελεί τον βασικό οδηγό του σχεδίου δράσης της Περιφέρειας που καθορίζει τις πρακτικές και τις διαδικασίες βελτίωσης περισσότερων προσφορών Βιωματικού Τουρισμού που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό (ΒΤΚΠ) της Περιφέρειας της Λεκάνης της Μαύρης Θάλασσας (ΛΜΘ). Περιλαμβάνει ενέργειες που καθορίζονται με συστάσεις για τη διευκόλυνση της αειφορίας και των επιχειρηματικών ευκαιριών από ενδιαφερόμενα μέρη που δραστηριοποιούνται στον τομέα του ΒΤΚΠ.

Πριν από την εκπόνηση του σχεδίου δράσης προηγήθηκε η ανάλυση SWOT του ΒΤΚΠ, η οποία προσδιόρισε τα κύρια προβληματικά ζητήματα και δυσκολίες στην ανάπτυξη. Παρουσιάζει θεμελιώδεις πληροφορίες για τον προσδιορισμό στρατηγικών στόχων και δράσεων και τη βελτίωση της κατάστασης σε επιχειρηματικό επίπεδο.

Πριν από την εκπόνηση αυτής της έκθεσης επίσης προηγήθηκε η κατανόηση της υφιστάμενης έννοιας του ΒΤΚΠ στο πλαίσιο του πολιτιστικού τουρισμού, όπου στο επίκεντρο μπαίνουν η κληρονομιά και ο πολιτισμός ως στοιχεία γνώσης, μάθησης και απόκτησης εμπειριών γενικότερα, στοιχεία κοινά για όλες τις χώρες που συμμετέχουν στο έργο της Λεκάνης της Μαύρης Θάλασσας.

Ανάπτυξη του Βιωματικού Τουρισμού που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό στην Γεωργία

Η Γεωργία ως αρχαία χώρα με πλούσιο πολιτισμό αντιπροσωπεύει παραδοσιακά την περιοχή του πολιτιστικού τουρισμού για όσους ενδιαφέρονται για αυθεντικούς και μοναδικούς τόπους ενδιαφέροντος και ζωντανού πολιτισμού. Στη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης της χώρας, οι πολιτιστικοί πόροι μαζί με το Γεωργιανό κρασί και την Γεωργιανή κουζίνα, στοιχεία παραδοσιακής φιλοξενίας, θεωρούνται τουριστικές αξίες που προσελκύουν κυρίως τους σύγχρονους ταξιδιώτες. Ο ΒΤΚΠ ως νέα (εναλλακτική) κατεύθυνση της παραδοσιακής (μαζικής) μορφής τουρισμού πρωτοεμφανίστηκε στην “Εθνική στρατηγική Γεωργιανού Πολιτισμού” (σελίδα 40). Πρόκειται για ένα νέο ρεύμα με τις καινοτομίες του, με συμμετοχικό σχεδιασμό, εξατομικευμένες προσεγγίσεις, δημιουργικότητα κ.λπ., όπου ενσωματώνονται οι αρχές της αειφόρου ανάπτυξης. Επομένως, ο παραδοσιακός πολιτιστικός τουρισμός στην Γεωργία στο στάδιο του μετασχηματισμού απαιτεί επαρκή σχεδιασμό, γνώση και διεπιστημονική προσέγγιση, συνεργασία μεταξύ φορέων σε διάφορα επίπεδα και ενοποίηση του εργατικού δυναμικού.

Ανάλυση SWOT του Βιωματικού Τουρισμού που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό στην Γεωργία

Με βάση την ανάλυση SWOT, η ομάδα εργασίας συζήτησε τις κύριες προκλήσεις του ΒΤΚΠ, αναζητώντας μεθόδους περιορισμού των υφιστάμενων απειλών και από κοινού επίλυση των προβλημάτων. Συγκεκριμένα, προσδιορίστηκαν τέσσερις κατευθύνσεις, 9 στρατηγικοί στόχοι και 24 στρατηγικές δράσεις. Τα αποτελέσματα παρέχονται με τη μορφή ενός λογικού πλαισίου του σχεδίου δράσης.

Πλεονεκτήματα

→ Πλούσια και πολυποίκιλη πολιτιστική κληρονομιά και πολιτισμός

Ο αρχαίος και πολυποίκιλος πολιτισμός της Γεωργίας είναι ένα δυνατό σημείο της τουριστικής ανάπτυξης της χώρας. Υπάρχουν πολλοί μοναδικοί πολιτιστικοί χώροι που δημιουργούν χώρους ενδιαφέροντος στη διεθνή και στην περιφερειακή τουριστική αγορά, για παράδειγμα, τα κατάλοιπα αρχαίου πολιτισμού όπως μεγαλιθικές κατασκευές και προϊστορικές βραχογραφίες σπηλαίων, λαμπρά δείγματα Χριστιανικής αρχιτεκτονικής του πρώιμου Μεσαίωνα και του Μεσαίωνα. Επιπλέον, υπάρχουν ποικίλοι και μοναδικής φύσεως άυλοι πόροι στη χώρα που εκφράζονται μέσω της ιστορικής τους συνέχειας. Παραδείγματα ζωντανού πολιτισμού, όπως οι παραδοσιακοί χοροί, η Γεωργιανή πολυφωνία, η μαγειρική και η γαστρονομία, παραδοσιακές και εικαστικές τέχνες που βασίζονται στην κληρονομιά, κοινωνικές πρακτικές κ.λπ., αποτελούν το αυθεντικό κομμάτι της Γεωργίας και ορισμένα από αυτά καταγράφονται στον Αντιπροσωπευτικό Κατάλογο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας της UNESCO (UNESCO.org.2019). Η ιστορία της χώρας, κυρίως τα ίχνη της Καυκάσιας περιπέτειας των αυτοκρατοριών σε περιφερειακές περιοχές της Γεωργίας, έχει επίσης μεγάλο ενδιαφέρον.

→ Κρατική υποστήριξη

Για την ανάπτυξη πολιτιστικών διαδρομών στην Γεωργία και την αποτελεσματική συμμετοχή στο Πρόγραμμα Πολιτιστικών Διαδρομών του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου, η Υπηρεσία Πολιτιστικών Διαδρομών που υπάγεται στο Υπουργείο Πολιτισμού, Νεολαίας και Αθλητισμού συντονίζει τις λειτουργίες του διυπηρεσιακού συμβουλίου για τη στρατηγική ανάπτυξη και την πιστοποίηση πολιτιστικών διαδρομών στην Γεωργία. Το συμβούλιο αποτελείται από 13 εκπροσώπους (Cultural Routes of Georgia, 2017).

Ο εναλλακτικός τουρισμός στην Γεωργία, ως υποστηρικτική βιομηχανία, έχει γίνει τμήμα πολλών τομέων. Για τον λόγο αυτό, υλοποιούνται προγράμματα για την υποστήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Επιπλέον, συζητούνται ενεργά οι αρχές της αειφόρου ανάπτυξης, όπως είναι η εισαγωγή της συμμετοχικής πρακτικής της αυτοδιοίκησης για την αειφόρο χρήση των πόρων, αλλά και η δημιουργία οργανισμών διαχείρισης προορισμού (ΟΔΠ) και ομάδων τοπικής δράσης (ΟΤΔ).

→ Χρήση τοπικών πόρων και ταλέντων

Προκειμένου να δημιουργηθεί ένα προϊόν πολυποίκιλο και προσανατολισμένο στην αγορά, είναι απαραίτητη η οργάνωση των ολοκληρωμένων τουριστικών διαδρομών με βάση τους διαθέσιμους πόρους στην τοπική αγορά.

→ Ενσωμάτωση στο Πρόγραμμα Πολιτιστικών Διαδρομών

Η Γεωργία συμμετέχει στο “Πρόγραμμα Πιστοποίησης Πολιτιστικών Διαδρομών της Ευρώπης”¹ από το 2016, γεγονός που διευκολύνει την υιοθέτηση κατευθυντήριων οδηγιών για την οργάνωση πολιτιστικών διαδρομών και την ενσωμάτωσή τους στο διεθνές δίκτυο. Από αυτή την άποψη, η πιστοποίηση των διαδρομών με βάση έρευνες και η ενσωμάτωσή τους στις πολιτιστικές διαδρομές της Ευρώπης έχουν μεγάλο ενδιαφέρον (Cultural Routes of Georgia, 2017)².

Αδυναμίες

→ Λιγότερο διαφοροποιημένο και ποιοτικό τουριστικό προϊόν

Αυτή την εποχή, οι τουρίστες αναζητούν καινοτομίες, νέα συναισθήματα, γνώσεις που θα τους επιτρέψουν να αποκτήσουν αξέχαστες εμπειρίες. Εκτός από τα αυθεντικά σημεία ενδιαφέροντος, υπάρχει ζήτηση για στενή αλληλοεπίδραση μεταξύ ντόπιων και επισκεπτών που αποτελεί μοναδική προσέγγιση για την κατανόηση των τοπικών παραδόσεων. Ταυτόχρονα, η ανάλυση SWOT έδειξε ότι παρά το διαφορετικό και έντονο ενδιαφέρον για εμπειρίες και περιπέτεια, πάνω από 30% των ερωτηθέντων ζητούν άνετο ταξίδι και είναι διατεθειμένοι να θυσιάσουν την άνεσή τους για να βιώσουν μια αξέχαστη εμπειρία. Σε αυτές τις συνθήκες, το ζητούμενο είναι να δημιουργηθούν επαγγελματικές και ερασιτεχνικές προσφορές ξεναγήσεων.

Η μελέτη της παρούσας κατάστασης έδειξε ότι η αναζήτηση της περιπέτειας, νέων συναισθημάτων, έμπνευσης και απόκτησης εμπειρίας δεν επιτυγχάνονται μόνο προσφέροντας ένα προϊόν και άνεση. Πέρα από το αυθεντικό περιβάλλον, οι πελάτες ζητάνε σωματικές δραστηριότητες, όπως πεζοπορίες, ιππασία, ποδηλατικές περιηγήσεις γύρω από τον προορισμό τους, περπάτημα στον χώρο του πολιτιστικού τοπίου και στο φυσικό παρθένο περιβάλλον, περιηγήσεις σε αγροτουριστικά αγροκτήματα κ.λπ.

→ Ανεπαρκή προσόντα και ανεπαρκείς γνώσεις του προσωπικού

Η ανάλυση SWOT εντόπισε έλλειψη προσόντων και σχετικών γνώσεων εκ μέρους των ανθρώπινων πόρων που είναι διαθέσιμοι στην αγορά εργασίας. Προετοιμάστηκε μια λίστα με θέματα που βασίστηκε σε συζητήσεις με ειδικούς και με διευθυντές ξενοδοχείων και εστιατορίων.

¹ Πέντε πολιτιστικές ξεναγήσεις αναπτύχθηκαν μέσα στο πλαίσιο του Προγράμματος: “Δρόμος του κρασιού”, “Ευρωπαϊκή διαδρομή Εβραϊκής κληρονομιάς”, “Ευρωπαϊκή διαδρομή ιστορικών λουτροπόλεων”, “Προϊστορικές βραχογραφίες” και “Ευρωπαϊκή διαδρομή ιστορικών κήπων”.

² Σε αυτό το στάδιο, οι πιστοποιημένες διαδρομές είναι οι εξής: “Γερμανικοί οικισμοί και αρχαιολογική κληρονομιά”, “Στα ίχνη του Αλέξανδρου Δουμά στην Γεωργία”. Μελέτες έχουν εκπονηθεί πάνω στα ακόλουθα θέματα: “Γνωστές και άγνωστες πολιτιστικές διαδρομές στη Δυτική Γεωργία”, “Έρευνα σύγχρονης αρχιτεκτονικής κληρονομιάς στην Γεωργία”, “Στα ίχνη αρχαίων πολιτισμών”, “Πηγαίνω στην Γκούρια, αλλά...”, “Η διαδρομή των κεραμικών της Γεωργίας”, “Η διαδρομή ιστορικής κληρονομιάς της Γεωργίας”, “Διαδρομή προϊστορικών βραχογραφιών στην Γεωργία”, “Φρούρια - Φύλακες του μέλλοντος”.

→ Αυξανόμενη τάση μετανάστευσης του πληθυσμού σε ηλικία εργασίας

Δυστυχώς, οι νέοι δεν ενδιαφέρονται για τους θρύλους που διηγούνται οι γονείς τους και δεν τους απασχολεί να μάθουν όσα έχουν διατηρηθεί στο πέρασμα του χρόνου για αυτούς. Η ανάλυση έδειξε ότι τα συναισθήματα και ο ενθουσιασμός των τουριστών έχουν βελτιώσει τα κίνητρα των Γεωργιανών οικοδεσποτών, το αίσθημα ταυτότητας, τη διακριτικότητα, την υπερηφάνεια για τον πολιτισμό και τις εθνικές αξίες της χώρας τους, την αναγνώριση των δικών τους δημιουργικών δεξιοτήτων / ταλέντων και τον ρόλο τους στη μεταφορά γνώσεων και διατήρηση των πόρων.

→ Ανεπαρκής συνεργασία και το περιφερειακό και κρατικό επίπεδο

Οι τουριστικές εγκαταστάσεις - οι κύριες υποδομές που παρέχουν εξοπλισμό και ανέσεις στον προορισμό του ταξιδιού - είναι σημαντικές στην τουριστική αγορά. Η παροχή νερού και φυσικού αερίου εξακολουθεί να αποτελεί πρόβλημα σε ορισμένες περιφέρειες. Δεν υπάρχει επαρκής σήμανση για τους τουριστικούς χώρους και οδική σήμανση, κάτι που δεν μπορεί να γίνει χωρίς υποστήριξη από την τοπική αυτοδιοίκηση.

→ Ανεπαρκής συνεργασία δικτύων μεταξύ παρόχων υπηρεσιών (που εμποδίζει τη συμμετοχή ειδικών στην τουριστική αγορά)

Αυτή την εποχή, οι επισκέπτες δεν εκπλήσσονται μόνο από την άνετη φιλοξενία και τις μονότονες προσφορές. Η δημιουργική προσέγγιση και η ένταξη δημιουργικών στοιχείων μπορούν να γίνουν μόνο με τη συνεργασία διάφορων παρόχων και τη δημιουργία ολοκληρωμένων τουριστικών προϊόντων.

→ Ανεπαρκής διερμηνεία και ελλιπές μάρκετινγκ των προϊόντων ξεναγήσεων του ΒΤΚΠ

Οι τουρίστες συχνά ενδιαφέρονται περισσότερο για συγκεκριμένες ιστορίες και θρύλους παρά για γεγονότα. Για λόγους συναισθηματικής επαφής, ο τουρίστας έχει ανάγκη την προφορική και ζωντανή αφήγηση των ιστοριών. Προτείνεται η διάδοση τοπικών δρώμενων όπως τα εθνοτικά φεστιβάλ, τα κοινοτικά φεστιβάλ κ.λπ. Είναι απαραίτητο να εφαρμοστεί ενεργά η αποκαλούμενη τεχνική της “αφήγησης” για να γίνουν γνωστά τα έθιμα και να υπάρχουν τέτοιες δεξιότητες στη διαδικασία περιγραφής ώστε να κατανοούν οι επισκέπτες τις αρχαίες παραδόσεις της χώρας.

Η παρουσίαση μοναδικών εμπειριών των Γεωργιανών παραδόσεων προϋποθέτει μια πιο ευέλικτη προσέγγιση και καινοτόμες πλατφόρμες, όπως η πύλη αξιολογών ταξιδιωτικών εμπειριών (transformational travel experience) της Airbnb.com. Οι διαδικτυακές πλατφόρμες που υπάρχουν στην Γεωργία χρειάζονται ενεργοποίηση των προμηθευτών, σχετικές γνώσεις και ικανότητες στο ψηφιακό μάρκετινγκ και στη διαχείριση κοινωνικών μέσων δικτύωσης, καθώς και υψηλή ποιότητα επικοινωνίας με τους εν δυνάμει πελάτες.

Ευκαιρίες

→ Πλεονεκτική θέση στην περιφέρεια του Καυκάσου

Η Γεωργία είναι μια ανταγωνιστική χώρα από την άποψη της υποδοχής διεθνών και περιφερειακών τουριστών. Οι ξεναγήσεις και των τριών χωρών παρουσιάζονται σε διεθνείς αγορές από Γεωργιανούς ταξιδιωτικούς πράκτορες.

→ Υποστήριξη από το Συμβούλιο της Ευρώπης και διεθνείς οργανισμούς

Το 2021, η πόλη του Κουτάισι θα φιλοξενήσει το 10ο Φόρουμ Συμβουλευτικής Πολιτιστικών Διαδρομών του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου (στις 29 Σεπτέμβρη - 2 Οκτώβρη).

→ Ανάπτυξη διεθνών θεματικών ξεναγήσεων

Όσον αφορά τη δημιουργία ενός θεματικού τουριστικού προϊόντος, η Γεωργία έχει τη δυνατότητα ανάπτυξης θεματολογίας που σχετίζεται με τον Δρόμο του Μεταξιού και τις Ευρωπαϊκές Πολιτιστικές Διαδρομές. Η ανανέωση του προγράμματος του (Εμπορικού) Δρόμου του Μεταξιού στηρίζεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών και ο στόχος του είναι η διάδοση της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω του τουρισμού³.

Η διάδοση του δρόμου της κεραμικής στη Γεωργία επίσης παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον και θα συνεισφέρει στην επί τόπου παραγωγή (Associazione Strada Europea della Ceramica, 2018)⁴.

→ Κανονισμοί και προστασία πνευματικών δικαιωμάτων

Τα παραδοσιακά προϊόντα απαιτούν προστασία από την πλευρά της κυβέρνησης στην ανάπτυξη κανονισμών, τη διατήρηση της ταυτότητας των προϊόντων, την ετικέτα και την επωνυμία τους. Άλλος ένας μηχανισμός διάδοσης και προστασίας παραδοσιακών προϊόντων είναι η προστασία πνευματικών δικαιωμάτων που παρέχει βοήθεια σε κοινότητες που κατέχουν αυτά τα δικαιώματα και δημιουργεί προϋποθέσεις για προστασία των προϊόντων τους. Είναι επίσης σημαντικό να κατανοήσουμε ολόκληρο το σύστημα και τα επιμέρους στοιχεία που περιλαμβάνονται στην αλυσίδα αξιών αυτής της διαδικασίας.

Κίνδυνοι

→ Ασταθής πολιτική κατάσταση στην περιοχή

³ Η θεματολογία του Δρόμου του Μεταξιού χρησιμοποιείται με επιτυχία από το Ουζμπεκιστάν όπου λαμβάνει χώρα στην Μπουκάρα το ετήσιο Φεστιβάλ Μεταξιού και Μπαχαρικών. Στο φεστιβάλ γίνεται μια παρουσίαση των παραδοσιακών προϊόντων και των εθίμων του πολιτισμού του Ουζμπεκιστάν και των γειτονικών κρατών. Οι επισκέπτες δοκιμάζουν γλυκά όπως ο χαλβάς, παρακολουθούν παραστάσεις, συμμετέχουν στην κατασκευή χειροποίητων αντικειμένων. Επίσης, έχουν την ευκαιρία να συμμετάσχουν στην προετοιμασία και τη δοκιμή του Πλοβ, ενός σημαντικού πιάτου του Ουζμπεκιστάν.

⁴ Η Ευρωπαϊκή Διαδρομή των Κεραμικών (η πολιτιστική διαδρομή που έχει αναγνωριστεί από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο από το 2012) οραματίζεται να προσφέρει ένα αγαθό της πολιτιστικής κληρονομιάς που σχετίζεται με την παραγωγή κεραμικών και την αρχαία τους παράδοση, δημιουργεί ένα βιώσιμο και ανταγωνιστικό τουριστικό πακέτο, όχι μόνο με παραδείγματα και συλλογές, αλλά και το σύνολο του ζωντανού πολιτισμού, που διατηρείται από αυτή τη βιομηχανία εδώ και πολλά χρόνια.

→ Μεταπανδημική περίοδος

Σύμφωνα με εμπειρογνώμονες και ειδικούς του κλάδου, νέες ευκαιρίες έχουν εμφανιστεί απέναντι στις νέες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η αγορά του τουρισμού. Από αυτή την άποψη, εντοπίζονται τρία ζητήματα:

- Μετάβαση της εμπειρίας του εκπαιδευτικού τουρισμού σε διαδικτυακό απομακρυσμένο διαμοιρασμό συγκεκριμένων εμπειριών,
- Δημιουργία προοπτικής για την ανάπτυξη του εγχώριου τουρισμού,
- Καθορισμός βραχυπρόθεσμων στόχων και πραγματοποίηση αλλαγών στην υφιστάμενη τουριστική στρατηγική.

Πιθανές επιλογές στρατηγικών σχεδιασμών

Για την ανάλυση όλων των ανωτέρω αποτελεσμάτων και συγκεκριμένα τι μπορεί να γίνει για την αξιοποίηση όλων των δυνατών σημείων και των ευκαιριών και την ελάττωση των αδυναμιών σημείων και των απειλών, χρησιμοποιείται η μέθοδος TOWS (τροποποιημένη εκδοχή της ανάλυσης SWOT), που είναι μια αποτελεσματική μέθοδος αναγνώρισης προκλήσεων/τομέων παρέμβασης και στρατηγικών στόχων.

Πίνακας 1. Ανάλυση TOWS

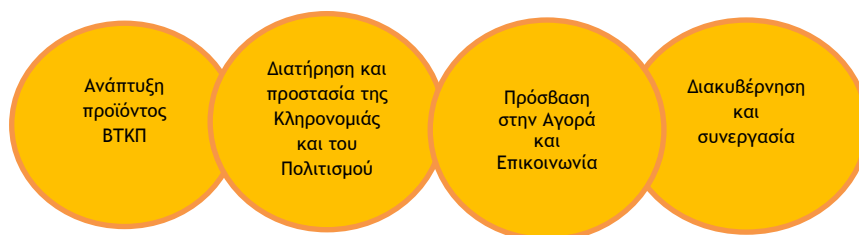
Καθορισμένες περιοχές		Πρόκληση/περιοχές παρέμβασης
Πλεονεκτήματα και Ευκαιρίες		Πιθανά μέτρα
• Πλούσια και πολυποίκιλη κληρονομιά και πολιτισμός, διατήρηση κοινωνικών πρακτικών και άλλων παραδόσεων • Τοπικοί πόροι και ταλέντα, τοπική γνώση • Δημιουργία Τμήματος Πολιτιστικών Διαδρομών • Δημιουργία ΟΔΠ και ΟΤΔ • Πλεονεκτική γεωγραφική θέση στην περιφέρεια του Καυκάσου • Οργάνωση διασυνοριακών και διεθνών θεματικών διαδρομών ΒΤΚΠ • Εισαγωγή σημάτων που υποδηλώνουν την παράδοση και τον τόπο προέλευσης, τους κανονισμούς και την προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων • Φόρουμ Συμβουλευτικής προγραμματισμένο για το 2021 • Αύξηση της τοπικής ζήτησης για ταξίδια στις περιφέρειες μετά την πανδημία της COVID-19	⇒ ⇒ ⇒ ⇒ ⇒ ⇒ ⇒	• Δημιουργία ενός ανταγωνιστικού, αυθεντικού προϊόντος στην τουριστική αγορά • Οργάνωση και ερμηνεία ολοκληρωμένων θεματικών τουριστικών διαδρομών • Δημιουργία θεματικών διαδρομών και σύνδεσή τους με τις Ευρωπαϊκές πολιτιστικές διαδρομές • Ενίσχυση συμμετοχικών δραστηριοτήτων αυτοδιοίκησης και δραστηριοτήτων που βασίζονται στην κοινότητα • Δημιουργία συνδυαστικών, διασυνοριακών τουριστικών προϊόντων • Διάδοση θεματικών διαδρομών και η ενσωμάτωσή τους σε διεθνείς και Ευρωπαϊκές θεματικές διαδρομές • Διοργάνωση θεματικών φεστιβάλ και άλλων δρώμενων και ένταξή τους στο διεθνές πρόγραμμα φεστιβάλ • Ενσωμάτωση των κατευθυντήριων οδηγιών παραδοσιακής και πνευματικής ιδιοκτησίας στα τουριστικά προϊόντα του ΒΤΚΠ • Συμμετοχή στο Φόρουμ του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου και σε άλλα διεθνή δρώμενα, διάδοση των πειραματικών και δημιουργικών πολιτιστικών διαδρομών • Ανάπτυξη προσφορών για την τοπική αγορά
Αδυναμίες και Κίνδυνοι		Πιθανά μέτρα

• Λιγότερο διαφοροποιημένα ποιοτικά προϊόντα • Ανεπαρκή προσόντα και γνώσεις του προσωπικού • Καινοτομία και περιορισμένη κατανόηση του τομέα • Ανεπαρκείς τουριστικές υποδομές • Αυξανόμενη τάση μετανάστευσης του πληθυσμού σε ηλικία εργασίας και απώλεια τοπικής γνώσης • Χαμηλή φερεγγυότητα του πληθυσμού • Ανεπαρκής συνεργασία σε περιφερειακό και κρατικό επίπεδο • Ανεπαρκείς βασικές υποδομές • Αδύναμο δίκτυο συνεργασίας σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο • Μεταπανδημική περίοδος της νόσου COVID-19 • Ασταθές περιβάλλον	⇒	• Δημιουργία ενός στοχευμένου ποιοτικού προϊόντος ξενάγησης, καθώς και ανάπτυξη περιπατητικών και ποδηλατικών περιηγήσεων • Οργάνωση δραστηριοτήτων επιμόρφωσης • Ανάπτυξη διευκρινίσεων, ενσωμάτωση κατευθυντήριων αρχών για την προστασία των πόρων και της ποικιλομορφίας στο προϊόν ξενάγησης. Επίσης, διοργάνωση σεμιναρίων και εργαστηρίων ΒΤΚΠ, δημιουργία κέντρων για την ίδρυση επαγγελματικών ενώσεων, ανταλλαγή γνώσεων και πρακτικών. • Βελτίωση της υποδομής που απαιτείται για τα προϊόντα ξενάγησης του ΒΤΚΠ, συμπεριλαμβανομένης της διευκόλυνσης της οργάνωσης εργαστηρίων κατασκευής ενθυμίων και εργαστηρίων παραδοσιακών τεχνών που βασίζονται στην κληρονομιά. • Συμμετοχή νέων ανθρώπων σε τουριστικές δραστηριότητες και στη διατήρηση της τοπικής γνώσης • Δημιουργία εναλλακτικών προσφορών για την τοπική αγορά • Ενίσχυση της πολυτομεακής συνεργασίας • Υποστήριξη κοινοτικών έργων για τη βελτίωση των συνθηκών του τουρισμού και την παροχή ανέσεων • Προσφορά ενός δημιουργικού προϊόντος ξενάγησης σε καινοτόμες πλατφόρμες. Ενίσχυση των ικανοτήτων/γνώσεων των παραγωγών στο ψηφιακό μάρκετινγκ και στη διαχείριση μέσω κοινωνικής δικτύωσης • Διευκόλυνση της μετάβασης σε διαδικτυακές πρακτικές απομακρυσμένου διαμοιρασμού συγκεκριμένων εμπειριών
---	---	---

Στρατηγικό όραμα, στόχοι και σχέδιο δράσης

Μέχρι το 2030, η Γεωργία θα είναι ένας ανταγωνιστικός προορισμός **Βιωματικού Τουρισμού** που βασίζεται στην **Κληρονομιά** και τον **Πολιτισμό** στην περιοχή του **Καυκάσου**, με βάση τον πλούσιο ζωντανό πολιτισμό και την **υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών**. Η χώρα δημιουργεί συνθήκες για **συμμετοχή στην πράξη** και **απόκτηση αυθεντικών εμπειριών** από τους τουρίστες και για την αύξηση του κοινωνικού και οικονομικού οφέλους για τις τοπικές κοινότητες. Ταυτόχρονα, διασφαλίζει τη **διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς**, **ευαισθητοποιεί** τους τουρίστες και τον τοπικό πληθυσμό και **αυξάνει τα έσοδα από τον τουρισμό** στη χώρα.

Στρατηγικές κατευθύνσεις



Στόχοι της Στρατηγικής:

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

- ➔ Ανάπτυξη αυθεντικών, ανταγωνιστικών τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών ΒΤΚΠ χάρη στον ποικιλόμορφο και πλούσιο ζωντανό πολιτισμό της χώρας.
- ➔ Η κληρονομιά και ο ζωντανός πολιτισμός της χώρας διατηρούνται μακροπρόθεσμα.
- ➔ Το μάρκετινγκ και η επικοινωνία επιτυγχάνουν τις απαιτήσεις της αγοράς-στόχου και εκπροσωπούν τη χώρα στη διεθνή δημιουργική και βιωματική τουριστική αγορά.
- ➔ Τα τουριστικά προϊόντα και οι υπηρεσίες ΒΤΚΠ αναπτύσσονται με βάση τον ποικιλόμορφο και πλούσιο ζωντανό πολιτισμό.
- ➔ Η διαχείριση του ΒΤΚΠ ανταποκρίνεται σε πολυτομεακές και συμμετοχικές προσεγγίσεις ανάπτυξης, όπου προτείνεται η συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων και η συνεργασία σε διαφορετικά επίπεδα.

Πίνακας 2. Σχέδιο Δράσης Ανάπτυξης του ΒΤΚΠ

Στρατηγική δράση	Στόχοι στρατηγικής δράσης	Πιθανά αποτελέσματα στρατηγικής δράσης	Πιθανά αρμόδια ενδιαφερόμενα μέρη
1. Ανάπτυξη αυθεντικών, ανταγωνιστικών τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών ΒΤΚΠ με βάση τον ποικιλόμορφο και πλούσιο ζωντανό πολιτισμό της χώρας	1.1 Δημιουργία προϊόντος ξενάγησης ΒΤΚΠ υψηλής ποιότητας, όπου ενσωματώνονται οι τοπικοί πόροι και τα στοιχεία ζωντανού πολιτισμού	1.1.1. Δημιουργία καταλόγου υλικών και άυλων πολιτιστικών πόρων στις περιοχές των δημοτικών περιφερειών	Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού της Γεωργίας (ΕΟΤΓ), Υπηρεσία Πολιτιστικών Διαδρομών, Εθνική Υπηρεσία Διατήρησης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Γεωργίας, Εθνικό Μουσείο, τοπικοί δήμοι, ΟΔΠ, ΟΤΔ, Οργανισμοί μέλη της Τουριστικής Συμμαχίας, Πανεπιστημιακά ερευνητικά κέντρα, ΕΕ, Πρόγραμμα οικονομικής ασφάλειας USAID
		1.1.2 Ανάπτυξη και σηματοδότηση θεματικών διαδρομών σε τουριστικές περιοχές	
		1.1.3 Δημιουργία και λειτουργία τουριστικών (διασυννοριακών) προγραμμάτων που συνδέουν περιφέρειες, συμπεριλαμβανομένης της Ευρώπης με χώρες της Λεκάνης της Μαύρης Θάλασσας	
		1.1.4. Επιλογή και εφαρμογή της αναπαράστασης τουλάχιστον ενός παραδοσιακού παιχνιδιού ή μιας παραδοσιακής τελετουργίας, ή ενός παραδοσιακού εθίμου	
		1.1.5. Μείωση του εποχικού χαρακτήρα του τουρισμού - δημιουργία χειμερινών προσφορών και σύντομων τουριστικών προγραμμάτων	
	1.2. Δημιουργία και διαχείριση τουριστικών υποδομών προσαρμοσμένων σε πολιτιστικές αξίες	1.2.1 Υιοθέτηση κατευθυντήριων αρχών για την ανάπτυξη, οργάνωση και διαχείριση νέων διαδρομών ΒΤΚΠ βάσει συμφωνίας μεταξύ ενδιαφερόμενων μερών, καθώς και ΟΔΠ	ΕΟΤΓ, Υπηρεσία Πολιτιστικών Διαδρομών, Εθνική Υπηρεσία Διατήρησης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Γεωργίας, Εθνικό Μουσείο, τοπικοί δήμοι, ΟΔΠ, ΟΤΔ, Οργανισμοί μέλη της Τουριστικής Συμμαχίας, οργανισμοί διαχείρισης δρώμενων
		1.2.2. Διεξαγωγή καινοτόμων προγραμμάτων/δραστηριοτήτων με επίκεντρο τις υποδομές βάσει αμοιβαίων συμφωνιών μεταξύ διαμεσολαβητών (ΟΔΠ, ταξιδιωτικοί πράκτορες, ενώσεις επιχειρήσεων κ.λπ.)	
		1.2.3 Βελτίωση των προϊόντων/υπηρεσιών ΒΤΚΠ με τον απαιτούμενο κατάλογο χώρων/τόπων για την υποδοχή επισκεπτών και την επίδειξη προϊόντων	

	1.3 Αύξηση ευκαιριών τοπικά και στην περιφέρεια για τη δημιουργία καινοτόμων και επικερδών προσφορών	1.3.1 Ανάπτυξη των απαιτούμενων ακαδημαϊκών μαθημάτων και διεξαγωγή εκπαιδευτικών σεμιναρίων για την απόκτηση πρακτικών δεξιοτήτων ανάπτυξης προϊόντων ΒΤΚΠ, διερμηνεία και διαχείριση	ΕΟΤΓ, τοπικοί δήμοι, ΟΔΠ, ΟΤΔ, Οργανισμοί μέλη της Τουριστικής Συμμαχίας, airbnb.com, Expogo.ge
		1.3.2. Βελτίωση των δεξιοτήτων των παραγωγών από την άποψη της υποδοχής των επισκεπτών, των προτύπων ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών, της ασφάλειας τροφίμων και της διαχείρισης, του μάρκετινγκ και της διαχείρισης μέσω κοινωνικής δικτύωσης	
		1.3.3 Αύξηση της επί τόπου παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων (χειροποίητα αντικείμενα και άλλα παραδοσιακά τεχνουργήματα)	
2. Αειφόρος χρήση και διατήρηση των υλικών και των άυλων πολιτιστικών πόρων	2.1 Αύξηση της ευαισθητοποίησης σχετικά με την κληρονομιά και τους πολιτιστικούς πόρους	2.1.1. Ανάπτυξη ορισμών ΒΤΚΠ· διεξαγωγή δημοσκοπήσεων, παρουσίαση αποτελεσμάτων σε σεμινάρια, εργαστήρια και φόρουμ	Τοπικοί δήμοι, ΟΔΠ, ΟΤΔ, Οργανισμοί μέλη της Τουριστικής Συμμαχίας, ΕΕ, Πρόγραμμα Οικονομικής Ασφάλειας USAID
		2.1.2. Δημιουργία σύγχρονης πλατφόρμας και λειτουργικών κέντρων για την ενίσχυση της πολιτιστικής ταυτότητας, την αποτελεσματικότητα της ανταλλαγής γνώσεων και τη μετάδοση πληροφοριών από γενιά σε γενιά, καθώς και για επαγγελματικές επαφές	
		2.1.3. Αύξηση των κινήτρων στους νέους ανθρώπους για τη συμμετοχή τους σε δραστηριότητες ΒΤΚΠ	
	2.2 Αποφυγή απώλειας πολιτιστικών πόρων	2.2.1. Guiding principles of traditionality and property were integrated IN HCBET product, a relevant quality mark was granted to them;	
3. Ενίσχυση της προβολής των προϊόντων ΒΤΚΠ και της πρόσβασης στην τουριστική αγορά και αύξηση της διάδοσης του ΒΤΚΠ της χώρας στη διεθνή αγορά	3.1. Ανάπτυξη και εφαρμογή αποτελεσματικών μέτρων σε οργανωτικό επίπεδο και σε επίπεδο μάρκετινγκ	3.1.1. Παρουσία ποιοτικών και ανταγωνιστικών προϊόντων/προσφορών σε καινοτόμες πλατφόρμες· χρήση εφαρμογών και διαδικτυακών πλατφορμών για την πώληση προϊόντων ΒΤΚΠ και τη διάδοση χρήσιμων πληροφοριών	Τοπικοί δήμοι, ΟΔΠ, ΟΤΔ, Οργανισμός Creative Georgia, Οργανισμοί μέλη της Τουριστικής Συμμαχίας, ΕΕ, Πρόγραμμα Οικονομικής Ασφάλειας USAID
		3.1.2 Ανάπτυξη και οργάνωση προγραμμάτων ΒΤΚΠ με τη συμμετοχή δημιουργικών οικοδεσποτών από τη Γεωργία	
		3.1.3. Προετοιμασία διαφημιστικού υλικού για τους ΟΔΠ και για διάδοση σε δρώμενα	
		3.1.4. Οργάνωση και υλοποίηση διαφημιστικών δρώμενων για προϊόντα ΒΤΚΠ (για παράδειγμα, βραβείο δημιουργικού οικοδεσπότη) σε διάφορα	

		δρώμενα, συμπεριλαμβανομένου του Βραβείου Τουρισμού	
	3.2 Ενίσχυση του δικτύου συνεργασίας σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο	3.2.1. Αυξημένη συμμετοχή και δημοτικότητα ειδικών στην τουριστική αγορά	
		3.2.2. Εισαγωγή συστήματος κουπονιών (για παράδειγμα, δωρεάν εισιτήριο για το μουσείο μαζί με τη διαμονή σε ένα ξενοδοχείο), για την αύξηση της διάρκειας των επισκέψεων σε μνημεία και τη βελτίωση της τοπικής συνεργασίας	
		3.2.3. Καθιέρωση της διεξαγωγής συστηματικών φεστιβάλ και ένταξή τους σε διεθνή δίκτυα μαζί με τουριστικά προγράμματα.	
4. Αποτελεσματική διαχείριση του τομέα – ενίσχυση της πολυτομεακής συνεργασίας, αποτελεσματικά συστήματα ΒΤΚΠ και συμμετοχικές προσεγγίσεις	4.1. Ενίσχυση αυτοδιοίκητης συμμετοχικής πρακτικής και κοινοτικών δραστηριοτήτων	4.1.1. Ολοκλήρωση κοινοτικών έργων, προκειμένου να επιτευχθεί η σταθερότητα, η ποικιλομορφία και η τοπική συνεργασία	Οργανισμός Creative Georgia, Υπηρεσία Πολιτιστικών Διαδρομών, ΕΟΤΓ, τοπικοί δήμοι, ΟΔΠ, Οργανισμοί μέλη της Τουριστικής Συμμαχίας, ΕΕ, Πρόγραμμα Οικονομικής Ασφάλειας USAID
	4.2. Συντονισμός Γνωμοδοτικού Συμβουλίου / Πλατφορμών	4.2.2. Η παρακολούθηση του σχεδίου δράσης διεξάγεται με διεπιστημονική και πολυτομεακή συνεργασία	

Συμπεράσματα

Η εφαρμογή του σχεδίου δράσης για την επίτευξη του κοινού στόχου της αειφόρου ανάπτυξης στη Γεωργία απαιτεί συνεργασία διάφορων θεσμών και προσώπων. Παρά την απαραίτητη από κοινού προσπάθεια, η κύρια ευθύνη για τον τουριστικό τομέα βρίσκεται στον Εθνικό Οργανισμό Τουρισμού της Γεωργίας και επομένως, αυτός εξασφαλίζει τον συντονισμό των δραστηριοτήτων. Ταυτόχρονα, για την αποτελεσματική υλοποίηση αυτής της στρατηγικής, είναι επιθυμητή η στενή συνεργασία με την Υπηρεσία Πολιτιστικών Διαδρομών και το Τμήμα Creative Georgia που υπάγεται στο Υπουργείο Πολιτισμού.

Για την υλοποίηση της στρατηγικής είναι επίσης σημαντικό να αναπτυχθεί μια ολοκληρωμένη προσέγγιση που θα διασφαλίζει τη συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών στη διαδικασία λήψης αποφάσεων (ειδικά στη χρήση της προσέγγισης «από τη βάση στην κορυφή»). Για τον λόγο αυτόν, ο Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού της Γεωργίας θα συνεργαστεί με την τοπική αυτοδιοίκηση, τους Οργανισμούς Διαχείρισης Προορισμού (ΟΔΠ), τον δημόσιο τομέα, τις ομάδες τοπικής δράσης (ΟΤΔ), τις τοπικές ενώσεις ενεργών πολιτών και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη.

Για την αξιολόγηση της στρατηγικής, θα πρέπει να προσδιοριστούν μετρήσιμοι δείκτες για την εκτίμηση του αντίκτυπου της στρατηγικής σε αυτούς. Για την παρακολούθηση της ολοκλήρωσης του εκάστοτε στόχου προτείνεται η καθιέρωση του Γνωμοδοτικού Συμβουλίου για τη μόνιμη, ταυτόχρονη παρακολούθηση του σταδίου ολοκλήρωσης από τα ενδιαφερόμενα μέρη. Το

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.



Project funded by
EUROPEAN UNION



Γνωμοδοτικό Συμβούλιο θα πραγματοποιεί συναντήσεις δύο φορές το χρόνο, είτε δια ζώσης είτε διαδικτυακά.



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ: ΛΕΚΑΝΗ ΤΗΣ ΜΑΥΡΗΣ ΘΑΛΑΣΣΑΣ

Βιωματικός τουρισμός που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό στην Λεκάνη της Μαύρης Θάλασσας

Η περιφέρεια της Λεκάνης της Μαύρης Θάλασσας (ΛΜΘ) είναι γνωστή για την σπουδαία πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά της, η οποία συνδυάζεται με εθνική ποικιλομορφία και μοναδικές κοινότητες με την ξεχωριστή τους νοοτροπία και διαφορετικά ήθη, έθιμα και παραδόσεις (ENI CBC Black Sea Basin Programme 2014-2020, 2020). Αυτός ο πλούτος, σε συνδυασμό με τα όμορφα τοπία και τον ήλιο, ευχάριστο καιρό, προσφέρει πολυάριθμες ευκαιρίες για τουριστικές δραστηριότητες και καθιστά την περιφέρεια αυτή έναν από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς του κόσμου.

Όπως αποκαλύπτει η Έκθεση Αξιολόγησης Αναγκών, ο Τουρισμός και η Φιλοξενία είναι βασικοί τομείς για την πλειοψηφία των χωρών της ΛΜΘ, συμβάλλοντας στην οικονομική ευημερία και την απασχόλησή τους. Η Τουριστική Βιομηχανία στις 12 χώρες της ΛΜΘ (Αρμενία, Αζερμπαϊτζάν, Βουλγαρία, Γεωργία, Μολδαβία, Ρουμανία, Ρωσική Ομοσπονδία, Ουκρανία, Αλβανία, Σερβία και Τουρκία) αντιπροσωπεύει 78.39 εκατομμύρια δολάρια το 2019 ή το 13,6% των εσόδων της Ευρώπης (UNWTO, 2020) και κατέγραψε σταθερή ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια (UNWTO, 2018). Δυστυχώς, το 2020 έθεσε πολλές προκλήσεις για την περιφέρεια. Τα νούμερα των αφίξεων έπεσαν κατακόρυφα (με πτώση 70% για την Ευρώπη και 74% παγκοσμίως) και ο τομέας εξακολουθεί να υφίσταται τις δυσκολίες των ταξιδιωτικών περιορισμών και της περιορισμένης κινητικότητας (UNWTO, 2021). Φυσικά, ένα από τα επίκεντρα της περιφέρειας της ΛΜΘ θα είναι τα μέτρα αποκατάστασης που θα ληφθούν μετά την πανδημία της COVID-19. Άλλοι σημαντικοί στόχοι που βρίσκονται στην ατζέντα των υπευθύνων λήψης αποφάσεων είναι η επιδίωξη της αειφορίας και της περιφερειακής ανάπτυξης.

Ο βιωματικός τουρισμός είναι μια καινοτόμα, περιεκτική και φιλική προς το περιβάλλον έννοια που εναρμονίζεται φυσικά με τις στρατηγικές κατευθύνσεις της τουριστικής πολιτικής της ΛΜΘ. Παρέχει μια ευκαιρία για την ανάπτυξη νέων τύπων προσφοράς και για τον αναπροσδιορισμό της περιφέρειας στην τουριστική αγορά. Ο βιωματικός τουρισμός παρακινεί τους διεθνείς επισκέπτες να ανακαλύψουν εκ νέου πόρους και πολιτιστικούς θησαυρούς που είναι ελάχιστα γνωστοί παγκοσμίως. Έχει τη δυνατότητα να φέρει μια σειρά από οφέλη για τους τουρίστες και τις κοινότητες υποδοχής, διασφαλίζοντας έτσι την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα της περιφέρειας.

Ο βιωματικός Τουρισμός που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό (ΒΤΚΠ) βρίσκεται σε αρχικό στάδιο σύλληψης και ένταξης στην περιφέρεια της ΛΜΘ και σε παγκόσμια κλίμακα. Επομένως, δεν αναγνωρίζεται ως διακριτή θεματική κατεύθυνση στη χάραξη πολιτικής της ΕΕ ή στον προγραμματισμό των εθνικών αρχών. Η ανάπτυξη του τομέα δυσκολεύει ακόμα περισσότερο λόγω της έλλειψης συνεπούς και συγχρονισμένης τουριστικής πολιτικής σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, δεδομένου ότι κάθε κράτος της ΛΜΘ έχει διαφορετικούς κανονισμούς. Υπάρχουν, ωστόσο, πολλά διαφορετικά μέσα παροχής κινήτρων που είναι διαθέσιμα στους ταξιδιωτικούς πράκτορες σχετικά με τη διατήρηση, προστασία και προώθηση της υλικής και της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς. Επιπλέον, η ΕΕ και τα εθνικά προγράμματα ανάπτυξης καλωσορίζουν τις καινοτόμες επιχειρήσεις και υπηρεσίες, και διαθέτουν σημαντική χρηματοδότηση που μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για τις ανάγκες του ΒΤΚΠ.

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

Ανάλυση SWOT του βιωματικού τουρισμού που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό στην περιφέρεια της ΛΜΘ

Πλεονεκτήματα

Ο βιωματικός τουρισμός στην περιφέρεια της ΛΜΘ έχει υψηλή προοπτική ανάπτυξης χάρη στους ακόλουθους παράγοντες:

- Η ΛΜΘ αποτελεί μείζονα προορισμό διακοπών με ισχυρή επωνυμία στην τουριστική αγορά, ο οποίος είναι κατάλληλος για επίσκεψη και δραστηριότητες σε όλη τη διάρκεια του χρόνου.
- Αφθονία ιστορικών και αρχαιολογικών χώρων και τεχνουργημάτων, ευρύτητα και ποικιλομορφία πολιτιστικών πόρων. Μεγάλη ποικιλία άυλης εθνικής κληρονομιάς, όπως λαογραφία, μαγειρική, ήθη, έθιμα, παραδόσεις κ.λπ.
- Σημαντικό μερίδιο των μεγαλύτερων θησαυρών πολιτιστικής κληρονομιάς του κόσμου βρίσκονται σε αυτή την περιφέρεια (UNESCO, 1992-2021) (75 πολιτιστικά μνημεία της UNESCO στις χώρες της ΛΜΘ - 19 στην επιλέξιμη περιοχή),
- Ανεκμετάλλευστη υποβρύχια αρχαιολογική κληρονομιά (HERAS, 2014) (156 υποβρύχια μνημεία) (ENI CBC Black Sea Basin Programme 2014-2020, 2020). Προοπτική για κατασκευή ενάλιων μουσείων, όπως το μουσείο του Ενέζ στην Τουρκία (TESIM, 2018),
- Οι τουριστικές διαδρομές που επικεντρώνονται στην πολιτιστική κληρονομιά έχουν ήδη αναπτυχθεί στις περισσότερες από τις χώρες της ΛΜΘ (Αζερμπαϊτζάν, Αρμενία, Βουλγαρία, Γεωργία, Ρουμανία και Τουρκία) (Aliyeva & Rzaeva, 2020),
- Πλούσιο πολιτιστικό ημερολόγιο. Οι περισσότερες χώρες διεξάγουν εμβληματικά φεστιβάλ και πολιτιστικά δρώμενα (παράδειγμα: DescOpera στο (USAID, 2018),
- Άριστη αναλογία μεταξύ τιμής και ποιότητας υπηρεσιών, υψηλή ανταγωνιστικότητα τιμών
- Ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό τομέα για τις οικονομίες των περισσότερων χωρών της ΛΜΘ. Η περιφέρεια της ΛΜΘ διαθέτει παραδόσεις στη φιλοξενία και στην παροχή υπηρεσιών.
- Ευνοϊκές κλιματικές συνθήκες (ήπιος καιρός με χαμηλό εύρος θερμοκρασιών), χαμηλή τάση για φυσικές καταστροφές,
- Ποικιλία στο ανάγλυφο του εδάφους της περιοχής και όμορφα τοπία που συνεισφέρουν σε ένα πλούσιο και ποικιλόμορφο τουριστικό προϊόν και την ευκαιρία συνδυασμού πολλών διαφορετικών δραστηριοτήτων αναψυχής,
- Η στρατηγική γεωγραφική κατάσταση της περιφέρειας της ΛΜΘ στο σταυροδρόμι δυο ηπείρων και στο πέρασμα μειζόνων μεταφορικών οδών. Η εγγύτητα και η εύκολη πρόσβαση για όλες τις αγορές παραγωγής τουρισμού.
- Η περιφέρεια εξειδικεύεται στην προσφορά τουρισμού. Έχει κατασκευάσει με το πέρασμα του χρόνου σημαντικές τουριστικές υπερδομές (ξενοδοχεία, εστιατόρια, κέντρα τουριστικής πληροφόρησης, εκθεσιακά κέντρα, μουσεία και άλλα αξιοθέατα). Οι περισσότερες χώρες έχουν πολύ καλά ανεπτυγμένα συστήματα αεροπορικών και σιδηροδρομικών μεταφορών.
- Το αεροδρόμιο της Κωνσταντινούπολης αποτελεί παγκόσμιο διαμετακομιστικό κόμβο χάρη στη θέση του, με αεροπορικές διασυνδέσεις με σχεδόν όλους τους παγκόσμιους προορισμούς.

- Ο τουρισμός ως τομέας υποστηρίζεται έντονα από την κυβέρνηση στις περισσότερες χώρες της ΛΜΘ (Ακονα & Baynazoğlu, 2012). Υπάρχουν πολλές χρηματοδοτικές επιλογές για την επιχειρηματικότητα στον βιωματικό τουρισμό, όπως τα κονδύλια της ΕΕ και τα προγράμματα τουριστικής ανάπτυξης που χορηγούνται από τις εθνικές τουριστικές αρχές.
- Ο τουρισμός ειδικού ενδιαφέροντος (καθώς και ο πολιτιστικός τουρισμός) βρίσκεται στις προτεραιότητες των τουριστικών πολιτικών των χωρών της ΛΜΘ (παραδείγματα: Μολδαβία (Ecological Counseling Center Cahul, 2012), Βουλγαρία, Ρουμανία, Αζερμπαϊτζάν (Anon., 2016),
- Ικανοποιητικό επίπεδο τεχνολογικής ανάπτυξης, συμπεριλαμβανομένης της παροχής διαδικτύου και της δυνατότητας διεξαγωγής ηλεκτρονικού εμπορίου στις περισσότερες από τις χώρες της ΛΜΘ (Adrian, 2017),
- Ευνοϊκή αγορά εργασίας και καλές προοπτικές για υψηλή απασχόληση στον τομέα. Για παράδειγμα, η Τουρκία αναφέρει υψηλό ποσοστό του πληθυσμού των νέων να στρέφεται στον τομέα (Ozdemir & Demirel, 2018).

Αδυναμίες

Ορισμένες από τις κυριότερες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η περιφέρεια της ΛΜΘ στον τομέα του βιωματικού τουρισμού είναι οι εξής:

- Έλλειψη κοινής κατανόησης της έννοιας “βιωματικός” ή της έννοιας “βιωματικός τουρισμός που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό”,
- Έλλειψη τουριστικού προγραμματισμού και στρατηγικού σχεδιασμού για τη μελλοντική ανάπτυξη του ΒΤΚΠ,
- Έλλειψη αποτελεσματικής πολιτικής μάρκετινγκ (στην περίπτωση της Μολδαβίας, της Ρουμανίας, της Βουλγαρίας, του Αζερμπαϊτζάν και της Ουκρανίας),
- Ιδιαίτερη έμφαση στον παράκτιο τουρισμό αναψυχής (παραδείγματα: Τουρκία και Βουλγαρία), γεγονός που εμποδίζει την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού (όπως ο ΒΚΤΠ),
- Η περιφέρεια ίσως προκαλεί μη ευνοϊκή εικόνα φτηνού και χαμηλής ποιότητας τουριστικού προορισμού. Ορισμένες από τις χώρες φέρουν το μετακομμουνιστικό (Ουκρανία, Βουλγαρία, Μολδαβία) ή το μεταπολεμικό βάρος (Ουκρανία, Σερβία, Αρμενία) ή προκαλούν ανησυχία σε θέμα υγείας λόγω του υψηλού επιπέδου ραδιενέργειας (Ουκρανία) (Karabaza, Kozhukhova, & Ivanova, Development of Tourism in Ukraine: Trends and Factors that Create the Negative Image, 2020),
- Υψηλό μερίδιο άδηλης οικονομίας στους τομείς του τουρισμού και της φιλοξενίας και
- Ανησυχητικό επίπεδο διαφθοράς μέσα στις αρχές που είναι αρμόδιες για τη λήψη αποφάσεων (Ozdemir & Demirel, 2018) γεγονός που υπονομεύει την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών,
- Τομέας με υποανάπτυκτες υπηρεσίες στην περίπτωση χωρών όπως η Μολδαβία, η Ουκρανία, η Αλβανία, η Ρουμανία (Muresan & Popa, 2019),
- Έλλειψη καταρτισμένων υπαλλήλων στον χώρο της φιλοξενίας (το πρόβλημα είναι μεγαλύτερο στη Ρουμανία και στη Βουλγαρία),

- Ανεπαρκείς υποδομές. Έλλειψη δρόμων υψηλής ποιότητας προς λιγότερο γνωστά τουριστικά αξιοθέατα (Βουλγαρία, Ρουμανία, Μολδαβία, Ουκρανία),
- Σε ορισμένες χώρες, όπως η Ρουμανία και η Μολδαβία, υπάρχουν πολύ χαμηλές επενδύσεις στον τουριστικό τομέα (Adrian, 2017),
- Ανεπαρκής θεσμική ικανότητα, απουσία κρατικών και δημόσιων υποδομών, καθώς και τοπικών, περιφερειακών, ή εθνικών αρχών στον τομέα του ΒΤΚΠ,
- Έλλειψη αποτελεσματικής αλληλεπίδρασης μεταξύ παρόχων υπηρεσιών, αρχών, τοπικών κοινοτήτων και άλλων ενδιαφερόμενων μερών για κοινή δράση με σκοπό την επιτυχή ανάπτυξη του ΒΤΚΠ,
- Χαμηλά επίπεδα ψηφιοποίησης των πόρων που βασίζονται στην πολιτιστική κληρονομιά,
- Η μόρφωση πάνω στον ΒΤΚΠ προϋποθέτει πολυτομεακή προσέγγιση που συνδυάζεται με δεξιότητες σε υπηρεσίες, γεγονός που μπορεί να αποτελέσει πρόβλημα στις περισσότερες χώρες της ΛΜΘ. Επιπλέον, η υφιστάμενη εκπαίδευση πάνω στη φιλοξενία και στον τουρισμό δεν εστιάζει στην πρακτική εξάσκηση (στις περιπτώσεις της Βουλγαρίας, της Ρουμανίας και της Αρμενίας),
- Εποχικότητα της τουριστικής προσφοράς στην πλειοψηφία των χωρών της ΛΜΘ,
- Αναποτελεσματική μεταφορά γνώσεων σε επιχειρηματικές καινοτομίες και πρακτικές λύσεις,
- Περιορισμοί έκδοσης θεωρήσεων βίζας, γεγονός που εμποδίζει την ανάπτυξη της ενδοπεριφερειακής ζήτησης (ισχύει κυρίως για τις χώρες που δεν ανήκουν στην ΕΕ),
- Υψηλό επίπεδο εξάρτησης στους μεγάλους διεθνείς ταξιδιωτικούς πράκτορες, γεγονός που δυσκολεύει τις τοπικές επιχειρήσεις και συνεπάγεται οικονομικές απώλειες (τα έσοδα από τον τουρισμό που δεν ωφελούν τις τοπικές οικονομίες),
- Έλλειψη αξιόπιστων και επικαιροποιημένων πληροφοριών και στατιστικών δεδομένων για τον ΒΤΚΠ και τον Τουριστικό τομέα γενικότερα.

Ευκαιρίες

- Διασυνοριακή συνεργασία μεταξύ των χωρών της ΛΜΘ για τη δημιουργία κοινών τουριστικών διαδρομών και προϊόντων πολιτιστικής κληρονομιάς,
- Κοινή περιφερειακή στρατηγική επωνυμίας και κοινές προσπάθειες μάρκετινγκ. Δυνατότητα δημιουργίας περιφερειακής συμμαχίας ΒΤΚΠ για την προώθηση της ΛΜΘ ως διακριτού και αναγνωρίσιμου προορισμού,
- Αύξηση του δημόσιου ενδιαφέροντος και εύκολη πρόσβαση σε διαδικτυακούς πόρους καταλόγων πολιτιστικής κληρονομιάς,
- Νέες τάσεις στον τουρισμό που εστιάζουν σε πλούσιες, μοναδικές και ουσιαστικές εμπειρίες, αυξημένη αλληλοεπίδραση με τις τοπικές κοινότητες και βιώσιμη κατανάλωση,
- Αυξημένη ενδοπεριφερειακή ζήτηση ως συνέπεια της μείωσης των διεθνών ταξιδιών που προκλήθηκε από την πανδημία της COVID-19,
- Ανάπτυξη της οικονομίας διαμοιρασμού διευκολύνοντας τους μικρότερους, ιδιώτες παρόχους καταλυμάτων και άλλων υπηρεσιών να εισέλθουν στην αγορά,
- Περιφερειακές και διεθνείς επενδύσεις σε επιχειρηματικές δραστηριότητες που σχετίζονται με τον ΒΤΚΠ,

- Η τεχνολογική πρόοδος επιτρέπει τη δημιουργία νέων, διαδραστικών, εικονικών και ψηφιακών προϊόντων, καθώς και αυξημένη αποτελεσματικότητα του διαδικτυακού μάρκετινγκ και των ηλεκτρονικών πωλήσεων.
- Αύξηση της δημοτικότητας της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και των κοινοτικών πρωτοβουλιών όπου συμμετέχουν οι κοινότητες, όπως αυτές που σχετίζονται με τον ΒΤΚΠ,
- Η ύπαρξη μεγάλης διασποράς στο εξωτερικό που διατηρεί ισχυρούς δεσμούς με την πατρίδα (Αρμενία, Ελλάδα, Βουλγαρία, Τουρκία). Το κίνητρο της επίσκεψης μπορεί να είναι η επίσκεψη φίλων και συγγενών, η “επιστροφή στις ρίζες” και η νοσταλγία.
- Πιθανή επέκταση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, συμπεριλαμβάνοντας χώρες όπως η Τουρκία, η Σερβία και η Αλβανία (European Commission, 2021) οδηγώντας σε απαλλαγή από την ανάγκη θεώρησης βίζας και σε μεγαλύτερη ταξιδιωτική κινητικότητα,
- Πιθανή συνεργασία με διεθνή οργανισμό ΒΤΚΠ.

Κίνδυνοι

- Η πανδημία της COVID-19 ως παγκόσμια απειλή για την υγεία και την ασφάλεια του πληθυσμού υποδοχής και των επισκεπτών της περιοχής.
- Περιορισμένη διεθνής κινητικότητα ως συνέπεια της πανδημίας της COVID-19, των αυστηρών ταξιδιωτικών περιορισμών και της επιβολής πρόσθετων έκτακτων μέτρων για επισκέψεις, όπως υποχρεωτικό τεστ PCR, καραντίνες και εμβολιασμός.
- Επικείμενες παγκόσμιες οικονομικές κρίσεις,
- Πρωτόγνωρη μείωση της παγκόσμιας τουριστικής ζήτησης (με μέσο όρο 74% παγκοσμίως για το 2020) (UNTWO, 2021) που οδηγεί σε ανεργία στον τομέα, χαμηλά ποσοστά πληρότητας, χαμηλά εισοδήματα, πιθανές χρεοκοπίες και μείωση της δημοτικότητας της βιομηχανίας σαν επιλογή καριέρας για τους νέους,
- Έλλειψη αναγνώρισης του ΒΤΚΠ ως θεματικού στόχου στα έγγραφα στρατηγικού σχεδιασμού σε Ευρωπαϊκό επίπεδο,
- Κλιματικές αλλαγές που συνδέονται με όλο και συχνότερες φυσικές καταστροφές και έντονα καιρικά φαινόμενα
- Η περιβαλλοντική ρύπανση, η υπερθέρμανση του πλανήτη, η μόλυνση του νερού και των υδάτων απειλεί με εξαφάνιση τη χλωρίδα και την πανίδα της ΛΜΘ,
- Πολιτική και οικονομική αστάθεια, συμπεριλαμβανομένης της παρουσίας περιφερειακών συγκρούσεων και εντάσεων,
- Ισχυρός ανταγωνισμός από γειτονικές Μεσογειακές χώρες και άλλες Νοτιοευρωπαϊκές και Βορειοαφρικανικές χώρες.
- Η τουριστική ανάπτυξη απειλεί το φυσικό περιβάλλον σε περιβαλλοντικά εύθραυστες ζώνες. Αυτό το πρόβλημα υπάρχει στις περισσότερες από τις χώρες της ΛΜΘ, κυρίως στην Τουρκία, τη Βουλγαρία, τη Ρουμανία και την Ελλάδα.
- Οι αλλαγές στις αντιλήψεις, τις προτιμήσεις, τις ανάγκες, τα γούστα και τις αγοραστικές συμπεριφορές των επισκεπτών που μπορεί να είναι δύσκολο να προβλεφθούν.
- Μετανάστευση του καταρτισμένου εργατικού δυναμικού σε χώρες της δυτικής Ευρώπης,
- Η απειλή της τρομοκρατίας και η ευπάθεια του τουριστικού τομέα.

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

- φορολόγηση των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών (όπως ο ΦΠΑ, ο φόρος επί των πωλήσεων, οι φόροι διαμονής, ο ειδικός φόρος κατανάλωσης οινοπνεύματος κ.λπ.) που μπορούν να ζημιώσουν την ανταγωνιστικότητα τιμών της περιφερειακής τουριστικής προσφοράς,
- Η εμπορευματοποίηση και η απώλεια αυθεντικότητας των πολιτιστικών και εθνικών πόρων. Η κληρονομιά γίνεται αντιληπτή ως εμπόρευμα προς πώληση και μεταβάλλεται για να ταιριάζει στις ανάγκες και τις προσδοκίες των τουριστών. Το χειρότερο δυνατό ενδεχόμενο είναι να χαθεί η εθνική πολιτιστική ταυτότητα,
- Οι τοπικές κοινότητες ίσως είναι επιθετικές απέναντι στους επισκέπτες. Η σύγκρουση πολιτισμών μπορεί να συμβεί στην περίπτωση εμφανών διαφορών πολιτιστικού υπόβαθρου μεταξύ πληθυσμού υποδοχής και τουριστών.

Πιθανές στρατηγικές δράσεις για την ανάπτυξη του Βιωματικού Τουρισμού που βασίζεται στην Κληρονομιά και τον Πολιτισμό στην περιφέρεια της ΛΜΘ

Η ανάλυση που παρουσιάστηκε στην Έκθεση Αξιολόγησης Αναγκών και συνοψίστηκε στην ενότητα SWOT προηγουμένως, προσδιορίζει τις βασικές κοινές δυσκολίες και προκλήσεις της περιοχής της Λεκάνης της Μαύρης Θάλασσας, από πολιτική, οικονομική, κοινωνική, νομοθετική, τεχνολογική και περιβαλλοντική σκοπιά, καθώς και τις σύγχρονες τάσεις και προτεραιότητες για τις χώρες της ΛΜΘ (ENI CBC Black Sea Basin Programme 2014-2020, 2020) όπως:

- ✓ ανάκαμψη μετά την κρίση
- ✓ εστίαση στη αειφορία
- ✓ γαλάζια οικονομία
- ✓ έξυπνες καινοτομίες και ψηφιοποίηση
- ✓ παγκόσμια κλιματική αλλαγή

Λαμβάνοντας υπόψη το ευρύτερο στρατηγικό πλαίσιο και το σχετικό πολιτικό πλαίσιο, όπως:

- ✓ Ευρώπη 2020: Ευρωπαϊκή στρατηγική για έξυπνη, βιώσιμη και περιεκτική ανάπτυξη
- ✓ Η στρατηγική της Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας και ο ρόλος της διασυνοριακής συνεργασίας
- ✓ Πρωτοβουλίες ανατολικής συνεργασίας
- ✓ Στρατηγική Γαλάζιας Ανάπτυξης
- ✓ Οικονομική Συνεργασία Ευξείνου Πόντου
- ✓ Στρατηγική της ΕΕ για την περιοχή του Δούναβη

Μια πρόταση Σχεδίου Δράσης για την ανάπτυξη του βιωματικού τουρισμού που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό στη Λεκάνη της Μαύρης Θάλασσας παρατίθεται στη συνέχεια.



Project funded by
EUROPEAN UNION



Οδικός χάρτης ενδεικτικών στρατηγικών δράσεων και παρεμβάσεων για την προαγωγή της βιώσιμης ανάπτυξης του του ΒΤΚΠ στην περιφέρεια της ΑΜΘ.

Αρ.	Στρατηγική δράση	Στόχοι στρατηγικής δράσης	Πιθανά αποτελέσματα στρατηγικής δράσης	Πιθανά ενδιαφερόμενα μέρη αρμόδια για τη στρατηγική δράση
Σε περιφερειακό επίπεδο				
1.	Κοινές προσπάθειες αειφόρου ανάπτυξης του ΒΤΚΠ	➤ Ανάπτυξη περιφερειακής πολιτικής για τον ΒΤΚΠ ➤ Βελτίωση της συνδεσιμότητας και της περιφερειακής συνεργασίας ➤ Βελτίωση της προσφοράς και της παροχής προϊόντων ΒΤΚΠ ➤ Αύξηση της ανταγωνιστικότητας της περιφέρειας στην παγκόσμια τουριστική αγορά	➤ Σχεδιασμός και εφαρμογή της Στρατηγικής ΒΤΚΠ. ➤ Προσδιορισμός των ενδιαφερόμενων μερών και της συμμετοχής τους, καθώς και σχέδιο δράσεων και χρονοδιάγραμμα ➤ Διάδοση καλών πρακτικών μεταξύ των χωρών της ΑΜΘ, μεταφορά γνώσεων και καινοτομιών ➤ Σχεδιασμός διασυνοριακών θεματικών πολιτιστικών διαδρομών, παραδείγματα: κρασί, μαγειρική, αρχαίοι πολιτισμοί, παλιά κάστρα κ.λπ. ➤ Φοροαπαλλαγές και άλλα εργαλεία ελάφρυνσης για τη διασφάλιση της ανταγωνιστικότητας των τιμών των προϊόντων ΒΤΚΠ της περιφέρειας ➤ Συλλογή ψηφιακού αποθετηρίου πολιτιστικών πόρων της περιφέρειας, συμπεριλαμβανομένων των άυλων αγαθών, όπως συνταγές, λαογραφία, παραδοσιακές τέχνες κ.λπ.	Κυβερνήσεις και εθνικές αρχές Περιφερειακές και εθνικές ενώσεις Πολιτιστικά ιδρύματα Πάροχοι υπηρεσιών Εκπαιδευτικά και ερευνητικά κέντρα



Project funded by
EUROPEAN UNION



			➤ Κοινή διαχείριση πολιτιστικής κληρονομιάς με περιφερειακή και διεθνή σημασία ➤ Διασυνοριακές κοινοπραξίες, με κοινωνικές πρωτοβουλίες και προεκτάσεις ➤ Από κοινού ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών για την προώθηση συνδυασμένων δράσεων μεταξύ ΒΤΚΠ και άλλων παράκτιων και θαλάσσιων δραστηριοτήτων (υποβρύχια αρχαιολογία, υδατοκαλλιέργεια, καθώς και αλιευτικός τουρισμός, SPA, αθλητικές δραστηριότητες και δραστηριότητες αναψυχής κ.λπ.) ➤ Δρώμενα δικτύωσης και δραστηριότητες για τη σύναψη σχέσεων και τη σύνδεση επιχειρήσεων μεταξύ διαφορετικών χωρών. ➤ Σχεδιασμός και διοργάνωση περιφερειακών εμπορικών εκθέσεων ΒΤΚΠ	
2.	Κοινές δράσεις προώθησης της περιφέρειας της ΛΜΘ ως προορισμού ΒΤΚΠ	➤ Ευαισθητοποίηση σχετικά με τους πολιτιστικούς πόρους και την κληρονομιά της περιφέρειας της ΛΜΘ ➤ Βελτιωμένη εμπορική εικόνα επωνυμίας ➤ Αύξηση εισοδημάτων και αριθμού αφίξεων ➤ Προώθηση της διασυνοριακής συνεργασίας	➤ Δημιουργία συμμαχίας ή περιφερειακού δικτύου για κοινές προσπάθειες μάρκετινγκ σε περιφερειακό επίπεδο ➤ Σχεδιασμός και εφαρμογή περιφερειακής στρατηγικής επωνυμίας για τον ΒΤΚΠ ➤ Εθνική και Διεθνής ενημερωτική και διαφημιστική εκστρατεία μέσω διαφόρων μέσων, όπως τα διαδικτυακά κανάλια, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα μέσα ενημέρωσης, τα ακαδημαϊκά περιοδικά ➤ Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις τουρισμού ➤ Σχεδιασμός και διοργάνωση μιας σειράς από δρώμενα, εργαστήρια, και εκδηλώσεις σε όλες τις χώρες της ΛΜΘ για την προώθηση του ΒΤΚΠ	Εθνικές αρχές/ Υπουργεία Τουρισμού και Πολιτισμού Εθνικές ενώσεις προϊόντων του ΒΤΚΠ Επιχειρηματικοί φορείς



Project funded by
EUROPEAN UNION



			➤ Ενθάρρυνση του ενδοπεριφερειακού τουρισμού μέσω ειδικών διαφημιστικών εκστρατειών με στόχο την παρουσίαση των πολιτιστικών αξιοθέατων και προσφορών των εταίρων της ΛΜΘ ➤ Σχεδιασμός και συντήρηση ιστοσελίδας αφιερωμένης στον ΒΤΚΠ στην περιφέρεια της Μαύρης Θάλασσας	Ερευνητικά κέντρα Διαφημιστικά γραφεία
3.	Κοινές πρωτοβουλίες στην έρευνα, την εκπαίδευση και την κατάρτιση στον τομέα του ΒΤΚΠ	➤ Ενθάρρυνση της έρευνας και των περιφερειακών μελετών της πολιτιστικής κληρονομιάς της ΛΜΘ ➤ Βελτίωση προσόντων στον ΒΤΚΠ ➤ Μεταφορά γνώσεων και διάδοση καλών πρακτικών ➤ Αναβάθμιση της αγοράς εργασίας με βελτίωση απασχολησιμότητας, εμπειρογνωμοσύνης, κοινωνικών δεξιοτήτων σχετικά με τον ΒΤΚΠ ➤ Διαπολιτισμική ανταλλαγή μεταξύ των χωρών της ΛΜΘ ➤ Βελτιωμένη γνώση ξένων γλωσσών, καθώς και μητρικών γλωσσών των χωρών της ΛΜΘ ➤ Παροχή ευκαιριών για διεθνή εργασιακή εμπειρία	➤ Συνεργασία ερευνητικών και ακαδημαϊκών ιδρυμάτων στις χώρες της ΛΜΘ για κοινά έργα και κοινές μελέτες πολιτιστικής, εθνογραφικής και μαγειρικής κληρονομιάς, τέχνης και πρακτικών ➤ Δημιουργία κοινής ερευνητικής υποδομής. Δημιουργία ενεργών διασυννοριακών εργαστηριακών και τεχνολογικών κέντρων για την υποστήριξη της έρευνας και της ανάπτυξης του ΒΤΚΠ ➤ Εργαστήρια και δρώμενα στις χώρες της ΛΜΘ για συζητήσεις, διάδοση γνώσεων και μεταφορά καλών πρακτικών που σχετίζονται με δραστηριότητες και προϊόντα του ΒΤΚΠ με τη συμμετοχή διεθνών προσκεκλημένων λεκτόρων και επαγγελματιών ➤ Πρωτοβουλίες ανταλλαγής σπουδαστών και πρακτικής άσκησης μεταξύ των χωρών της ΛΜΘ στον τομέα του ΒΤΚΠ ➤ Μαθήματα γλωσσών και ανταλλαγής σπουδαστών με τη δυνατότητα πρακτικής άσκησης σε περιβάλλον που μιλιέται η μητρική γλώσσα ➤ Ανταλλαγή γαστρονομικών πρακτικών, λαογραφίας και παραδοσιακών τεχνών των εθνών της ΛΜΘ σε ειδικά σχεδιασμένες διαδικτυακές πλατφόρμες, οργανωμένα μαθήματα και σύντομης διάρκειας εκπαιδευτικά ταξίδια	Ακαδημαϊκά και ερευνητικά ιδρύματα Κυβερνήσεις, εθνικές και τοπικές αρχές Κέντρα επαγγελματικής κατάρτισης Οργανισμοί ανθρώπινου δυναμικού Επιχειρηματικοί φορείς



Project funded by
EUROPEAN UNION



			➤ Διοργάνωση περιφερειακού ερευνητικού συνεδρίου ΒΤΚΠ ➤ Σχεδιασμός επαγγελματικής κατάρτισης για ειδικούς στον ΒΤΚΠ	
Σε εθνικό επίπεδο				
1.	Στρατηγικός σχεδιασμός και εθνική πολιτική για τον ΒΤΚΠ	➤ Προσδιορισμός, αναγνώριση και προτεραιότητα του ΒΤΚΠ ως εργαλείου αειφόρου ανάπτυξης ➤ Διασφάλιση της συμμετοχής των ενδιαφερόμενων μερών, των δράσεων που πρέπει να αναληφθούν και του πεδίου αρμοδιοτήτων ➤ Συμμετοχή σχετικών ιδρυμάτων και κυβερνητικών στον σχεδιασμό και την ανάπτυξη πολιτικής του ΒΤΚΠ ➤ Εναρμονισμός εθνικού ρυθμιστικού πλαισίου με τους διεθνείς κανόνες	➤ Σχεδιασμός και ανάπτυξη στρατηγικών, σχεδίων δράσης, σχετικών κανονισμών και νομοθετικών μέσων για την εφαρμογή των πολιτικών που σχετίζονται με τον ΒΤΚΠ ➤ Καθορισμός των ενδιαφερόμενων μερών, των αρμοδιοτήτων τους και της συμμετοχής τους στην ανάπτυξη του ΒΤΚΠ ➤ Ένταξη και αναγνώριση του ΒΤΚΠ στην αντίστοιχη νομοθεσία (παράδειγμα: στον Τουριστικό Νόμο) ➤ Εναρμονισμός της εθνικής νομοθεσίας με τους κανόνες και τις κανονιστικές ρυθμίσεις της ΕΕ	Εθνικές κυβερνήσεις Συμβούλια τουρισμού ή συμβουλευτικές επιτροπές με εκπροσώπους όλων των ενδιαφερόμενων μερών



Project funded by
EUROPEAN UNION



2.	Υποστήριξη της ανάπτυξης του ΒΤΚΠ με τη δημιουργία ευνοϊκού επιχειρηματικού και κοινωνικού περιβάλλοντος	➤ Ενθάρρυνση της επιχειρηματικής δραστηριότητας στον τομέα του ΒΤΚΠ ➤ Ενθάρρυνση της κοινοτικής συμμετοχής στη δημιουργία προϊόντων βιωματικού τουρισμού ➤ Στήριξη σε υποδομές και από φορείς για την ανάπτυξη του ΒΤΚΠ ➤ Παροχή κινήτρων για έρευνα και ανάπτυξη, καινοτομίες και έξυπνες λύσεις σχετικά με τον ΒΤΚΠ ➤ Αύξηση απασχολησιμότητας και των προσόντων των εργαζομένων στον ΒΤΚΠ	➤ Χρηματοδότηση, τεχνική υποστήριξη και συμβουλευτικές υπηρεσίες για νεοσύστατες επιχειρήσεις ➤ Διασφάλιση διαθεσιμότητας κονδυλίων, όπως επιχορηγήσεις, βραβεία, δάνεια και άλλα χρηματοδοτικά εργαλεία. Παροχή κινήτρων για επενδύσεις στον ΒΤΚΠ. ➤ Φοροελαφρύνσεις για προϊόντα και υπηρεσίες του ΒΤΚΠ ➤ Ενθάρρυνση καινοτομιών ➤ Κατασκευή και συντήρηση υποδομών μεταφορών, κοινής ωφελείας και επικοινωνιών. Διασφάλιση προσβασιμότητας, ηλεκτροδότησης, υδροδότησης, διαδικτύου υψηλών ταχυτήτων κ.λπ. για τους πολιτιστικούς χώρους ➤ Ανάπτυξη των θεσμικών ικανοτήτων (διεθνή κέντρα τουρισμού, τοπικές αρχές, ενώσεις παραγωγών κ.λπ.) ➤ Δημιουργία συνεργασιών με σχετικούς διεθνείς οργανισμούς ➤ Πιο αυστηρή παρακολούθηση και επιτήρηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ως αντίμετρο στην «μαύρη», άδηλη οικονομία ➤ Εκπαίδευση και πληροφόρηση επαγγελματιών του ΒΤΚΠ ➤ Εκστρατεία ευαισθητοποίησης για την προώθηση του ΒΤΚΠ μεταξύ των τοπικών κοινοτήτων και την ενθάρρυνση της εθελοντικής συμμετοχής και σε πολιτιστικές ανταλλαγές και στην προσωπική αλληλοεπίδραση με τους επισκέπτες	Εθνικές κυβερνήσεις/Αρμόδιες αρχές Πάροχοι υπηρεσιών Ενώσεις παραγωγών προϊόντων
3.	Προς μια ισχυρή προσφορά ΒΤΚΠ	➤ Διασφάλιση ανάπτυξης και οικονομικής βιωσιμότητας του ΒΤΚΠ ➤ Βελτίωση ανταγωνιστικότητας του ΒΤΚΠ	➤ Βελτιωμένο χαρτοφυλάκιο προϊόντων, που περιλαμβάνει μια σειρά από πακέτα που εστιάζουν στον βιωματικό τουρισμό ➤ Διασφάλιση υπηρεσιών υψηλής ποιότητας. Ενίσχυση επιτήρησης και ελέγχου	Εθνικές αρχές/Υπουργείο Τουρισμού/



Project funded by
EUROPEAN UNION



		➤ Προστασία και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς	➤ Κατασκευή απαραίτητων τουριστικών υποδομών και υπερδομών, όπως τα καταλύματα και η εστίαση, τα μουσεία, οι εκθεσιακοί χώροι, τα θέατρα, η τέχνη, τα πολιτιστικά κέντρα κ.λπ. ➤ Δημιουργία περισσότερων εξειδικευμένων πολιτιστικών αξιοθέατων και δρώμενων ➤ Ενθάρρυνση καινοτόμων προϊόντων και διάδοση βέλτιστων πρακτικών ➤ Ψηφιοποίηση των προϊόντων του ΒΤΚΠ και δημιουργία διαδικτυακής προσφοράς εικονικών εμπειριών ➤ Ενθάρρυνση πιστοποίησης και απονομής ετικετών για λόγους διασφάλισης ποιότητας ➤ Βελτίωση συνεργασίας και συντονισμού μεταξύ επαγγελματιών, προμηθευτών, φορέων και τοπικών κοινοτήτων που δραστηριοποιούνται στον ΒΤΚΠ. ➤ Αξιοποίηση των υλικών και άυλων αγαθών που βασίζονται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό ➤ Διοργάνωση πολιτιστικών δρώμενων	Υπουργείο Πολιτισμού Τουριστικές ενώσεις/λοιπές μη κερδοσκοπικές οργανώσεις Επιχειρηματικοί φορείς και πάροχοι υπηρεσιών Τοπικές κοινότητες
4.	Προώθηση του ΒΤΚΠ	➤ Αύξηση του επιπέδου ευαισθητοποίησης για τον ΒΤΚΠ ➤ Βελτίωση της διεθνούς εικόνας των χωρών της ΛΜΘ ως προορισμών για ΒΤΚΠ ➤ Προώθηση εγχώριου ΒΤΚΠ ➤ Μάρκετινγκ και διαχείριση των προορισμών του ΒΤΚΠ	➤ Δημιουργία εθνικών ενώσεων προϊόντων ΒΤΚΠ. Εκπροσώπηση σε αυτές διαφόρων ενδιαφερόμενων μερών που συμμετέχουν στην παραγωγή, προαγωγή, διανομή ή διαχείριση των προϊόντων ΒΤΚΠ ➤ Εθνική εκστρατεία διαφήμισης και προώθησης με επίκεντρο τον ΒΤΚΠ και στόχο τις διεθνείς και εγχώριες αγορές ➤ Έλεγχος επισκεπτών των μνημείων ΒΤΚΠ για τη διασφάλιση της βιώσιμης χρήσης του και της διατήρησής τους	Εθνικές κυβερνήσεις και αρχές/Υπουργείο Τουρισμού Τοπικές αρχές



Project funded by
EUROPEAN UNION



			➤ Διανομή πακέτων ΒΤΚΠ μέσω απευθείας διαδικτυακών πωλήσεων και μέσω μεσολαβητών (τοπικών και διεθνών)	Εθνικές ενώσεις ΒΤΚΠ
--	--	--	---	---------------------------------

Κοινά σύνορα. Κοινές λύσεις.

Συμπεράσματα

Ο ΒΤΚΠ έχει τεράστια προοπτική για μελλοντική ανάπτυξη και θα πρέπει να θεωρείται τομέας προτεραιότητας για την περιφέρεια της ΛΜΘ. Διασφαλίζει την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη, την οικονομική ανάπτυξη και τη συμμετοχή της κοινότητας. Οι χώρες στην περιοχή της ΛΜΘ θα πρέπει να ενώσουν τις δυνάμεις τους για να προωθήσουν τον ΒΤΚΠ σε περιφερειακό επίπεδο και να υιοθετήσουν μια συντονισμένη πολιτική με σκοπό την ανάπτυξή του. Ορισμένες από τις κύριες περιοχές στρατηγικής σημασίας είναι οι εξής:

- Προώθηση της περιφέρειας της ΛΜΘ ως κοινού προορισμού βιωματικού τουρισμού που βασίζεται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό,
- Δημιουργία ισχυρής προσφοράς ΒΤΚΠ, συμπεριλαμβανομένων διασυνοριακών θεματικών διαδρομών και πολιτιστικών προϊόντων,
- Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τομέα με την παροχή εξαιρετικής σχέσης μεταξύ τιμής και πρότασης αξίας,
- Προστασία, διατήρηση και αξιοποίηση των αγαθών που βασίζονται στην κληρονομιά και τον πολιτισμό,
- Διασφάλιση οικονομικών κινήτρων, τεχνικής υποστήριξης, καθώς και υποστήριξης για πρωτοβουλίες και κοινωνικά και επιχειρηματικά εγχειρήματα,
- Ενθάρρυνση έξυπνων τεχνολογικών λύσεων, διαδικτυακών εφαρμογών, και ψηφιοποίησης των προσφορών, των πωλήσεων και της προώθησης του ΒΤΚΠ,
- Προώθηση της διασυνοριακής συνεργασίας με κοινές επιχειρηματικές δραστηριότητες, δραστηριότητες έρευνας, ανάπτυξης, εκπαίδευσης και κατάρτισης.

ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Adrian, Ș. C. (2017). SWOT Analysis of the Romanian Tourism Market Component of the Marketing Plan. *“Ovidius” University Annals, Economic Sciences Series, XVII(2)*.
- Akova, O., & Baynazoğlu, M. (2012). Congress Tourism in Turkey: SWOT Analysis and Related Strategies. *International Conference on Eurasian Economies*. Retrieved from <https://www.avekon.org/papers/513.pdf>
- Aliyeva, L., & Rzaeva, S. M. (2020). The Main Directions of the Development of Tourism in the Economy of Azerbaijan. *55th International Scientific Conference on Economic and Social Development*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/347964100_THE_MAIN_DIRECTIONS_OF_THE_DEVELOPMENT_OF_TOURISM_IN_THE_ECONOMY_OF_AZERBAIJAN
- Associazione Strada Europea della Ceramica. (2018). *European Route of Ceramics*. Retrieved 2021, from <https://www.europeanrouteofceramics.eu/>
- BSC. (2019). Retrieved January 15, 2021, from The Commission on the Protection of the Black Sea Against Pollution, Permanent Secretariat: http://www.blacksea-commission.org/_socio-economy.asp, retrieved on 15.01.2021
- Cultural Routes of Georgia. (2017). *Cultural Routes of Georgia*. Retrieved 2021, from <http://culturalroutes.gov.ge/Contact.aspx>
- Dickinson, P. (2020). Retrieved January 15, 2021, from Atlantis Council: <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/ukrainian-resorts-see-30-growth-as-coronavirus-crisis-boosts-domestic-tourism/>
- Dulgher, M. (2019). *Inbound tourism in the Republic of Moldova, facts and figures*. The Moldova Foundation. Retrieved January 12, 2021, from <https://www.moldova.org/en/inbound-tourism-in-the-republic-of-moldova-facts-and-figures>
- Ecological Counseling Center Cahul. (2012). Assessment of National Tourism Development Strategy - Republic of Moldova. Retrieved from http://www.ceeweb.org/wp-content/uploads/2013/02/Final_NTDS-Assessment_Moldova.pdf
- ENI CBC Black Sea Basin Programme 2014-2020. (2020). Territorial Analysis Interreg NEXT Black Sea Basin Programme. Retrieved from <https://blacksea-cbc.net/wp-content/uploads/2021/01/Territorial-analysis-Interreg-NEXT-Black-Sea-Basin-Programme.pdf>
- European Commission. (2021). *European Neighbourhood Policy And Enlargement Negotiations*. Retrieved from https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/countries/check-current-status_en
- European Neighbourhood Instrument Cross-Border Cooperation. (2015). Joint Operational Programme Black Sea Basin 2014-2020. Retrieved from <https://blacksea-cbc.net/black-sea-basin-2014-2020/reference-documents>
- European Travel Commission. (2020, November). EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS, Quarterly report (Q3/2020) . Retrieved from <https://etc-corporate.org/uploads/2020/11/ETC-Quarterly-Report-Q3-2020-Final-Public.pdf>
- France 24. (2020, December 6). Retrieved January 12, 2021, from France 24: <https://www.france24.com/en/live-news/20201206-pandemic-hits-tiny-moldova-s-hopes-for-wine-tourism-boom>

- GACC. (2012). The Heritage crafts in Georgia, Comprehensive Research and Development Strategy of the Sector .
- Government of the Republic of Moldova. (n.d.). Retrieved January 12, 2021, from Republic Of Moldova, Official Website: <https://moldova.md/en/content/culture>
- HERAS. (2014). Submarine Archeological Heritage of the Western Black Sea Shelf,. Retrieved from <https://www.msp-platform.eu/projects/submarine-archaeological-heritage-western-black-sea-shelf>
- Ivanov, S., & Dimitrova, M. (2013). Managing Tourism in Bulgaria, between Mission Impossible and New Hope. In *European Tourism Planning and Organisation System*. Channel View Publications.
- Karabaza, I., Kozhukhova, T., & Ivanova, N. (2020). Development of Tourism in Ukraine: Trends and Factors that Create the Negative Image . *Scientific Conference on Economics and Entrepreneurship Proceedings*, 38-43.
- Khartishvili, L. (2020). The concept of Experiential Tourism in Georgia. GACC.
- Knoema. (2020). <https://knoema.com>. Retrieved January 12, 2021, from <https://knoema.com/atlas/Ukraine/topics/Tourism>
- Korsun, P. (2017). *Special Ukraine Tours*. Retrieved January 15, 2021, from <https://ukraine-kiev-tour.com/2017/strategy-tourism-resorts-2017-2026.html>
- Ministry of Tourism and Culture, Republic of Turkey. (2020). Retrieved January 16, 2021, from <https://www.ktb.gov.tr>.
- Ministry of Tourism of the Republic of Bulgaria. (2014-2020). *Bulgaria: A Discovery to Share*. Retrieved 2021, from <https://bulgariatravel.org>
- Ministry of Tourism of the Republic of Bulgaria. (2014-2020). *Register of the Tourist Festivals and Events*. Retrieved 2021, from <http://rta.tourism.government.bg/>
- Ministry of Tourism of the Republic of Bulgaria. (2015). National Strategy for Sustainable Tourism Development of the Republic of Bulgaria, 2014-2030.
- Ministry of Tourism of the Republic of Bulgaria. (2021). Retrieved from <https://www.tourism.government.bg/>
- Muresan, M., & Popa, R. (2019). Tourism Industry Evolution in Case of Bulgaria and Romania. *Studia Universitatis Babeş-Bolyai Negotia*, 64, pp. 51-78. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/341033428_Tourism_Industry_Evolution_in_Case_of_Bulgaria_and_Romania
- National Statistics Office of Georgia. (2021). *Geostat Official Website*. Retrieved from <https://www.geostat.ge/en/modules/categories/23/gross-domestic-product-gdp>
- OECD. (2020). *OECD Tourism Trends and Policies 2020, Turkey*. Retrieved from <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/f3b16239-en/index.html?itemId=/content/component/f3b16239-en#:~:text=Tourism%20is%20one%20of%20Turkey's,income%20represented%203.8%25%20of%20GDP.&text=Domestic%20tourism%20is%20growing%20in,million%20trips%20recorded%20>
- Okumus, F., Avci , U., Kılınc, I., & Walls, A. (2012). Cultural Tourism in Turkey: A Missed Opportunity. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(6), 638-658.
- Ozdemir, Y., & Demirel, T. (2018). Prioritization of Tourism Strategies in Turkey Using a SWOT-AHP Analysis. *International Journal of Business and Industrial Marketing*, 3(2), pp. 34-45. Retrieved from

- https://www.researchgate.net/publication/339435083_Prioritization_of_Tourism_Strategies_in_Turkey_Using_a_SWOT-AHP_Analysis
- Parliament of the Republic of Georgia. (2014). Retrieved from <http://www.parliament.ge/en/gavigot-meti-evrokavshirtan-asocirebis-shetanxmebis-shesaxeb/associationagreement1>
- Postelnicu, C., & Dabija, D.-C. (2016). Challenges And Development Prospects For Tourism In Romania. *EcoForum*, 5(1), 1-10. "Stefan cel Mare" University of Suceava, Romania, Faculty of Economics and Public Administration - Economy, Business Administration and Tourism Department.
- PRO EXTOUT. (2021). Needs Assessments Report: Setting Strategic Goals for Heritage- and Culture-based Experiential Tourism in the BSB.
- Republic of Georgia. (n.d.). Marketing, Branding and Promotional Strategy. 23.
- Simon, T., Marzilu, M., Andrei, M.-T., Marinescu, R., & Dimitrascu, C. (2011). Aspects of the tourist development on the Romanian black sea coastline. *Proceedings of the 4th WSEAS international conference on Energy and development - environment - biomedicine*, 65-70.
- Statista. (2021). Romania. Retrieved January 12, 2021, from <https://www.statista.com/forecasts/1153403/tourism-sector-gdp-share-forecast-in-romania>
- Strategic Roadmap for the Development of Specialized Tourism Industry in the Republic of Azerbaijan. (2016). Retrieved from <https://monitoring.az/assets/upload/files/d53a6f3606f2ec987a4084ee6664380e.pdf>
- TESIM. (2018). TESIM ENI CBC. Retrieved from <https://tesim-enicbc.eu/stories/flippers-and-diving-masks-to-enjoy-the-underwater-museum-of-the-black-sea/>
- UNESCO. (1992-2021). World Heritage List. Retrieved from <https://whc.unesco.org/en/list/&order=region>
- UNWTO. (2021). *World Tourism Barometer and Statistical Annex*. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng>
- UNWTO. (2018). Tourism in the BSEC Region. doi:<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420186>
- UNWTO. (2020). International Tourism Highlights, 2020 Edition. doi:<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>
- UNWTO. (2021, January). *World Tourism Barometer and Statistical Annex*. doi:<https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng>
- USAID. (2018). <https://www.usaid.gov>. Retrieved January 12, 2021, from <https://www.usaid.gov/moldova/fact-sheets/fact-sheet-moldova-competitiveness-project-tourism-industry-0>
- WorldData.info. (2019). Retrieved January 12, 2021, from <https://www.worlddata.info>: <https://www.worlddata.info/europe/moldova/tourism.php>, retrieved on 12.01.2021



Εκδότης: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

City_Space_Flux Research Unit

Διεύθυνση: Πανεπιστημιούπολη ΑΠΘ, 54124 Θεσσαλονίκη, Ελλάδα

Τηλ: +302310991430

E-mail: apa@plandevel.auth.gr

Joint Operational Programme Black Sea Basin 2014-2020

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Μάρτιος 2021

Το επιχειρησιακό πρόγραμμα «Joint Operational Programme Black Sea Basin 2014-2020» συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση μέσω του μηχανισμού Ευρωπαϊκής Γειτονιάς και από τις συμμετέχουσες χώρες: Αρμενία, Βουλγαρία, Γεωργία, Ελλάδα, Δημοκρατία της Μολδαβίας, Ουκρανία, Ρουμανία και Τουρκία. Αυτή η έκδοση έχει παραχθεί με την οικονομική υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το περιεχόμενο της έκδοσης είναι αποκλειστική ευθύνη του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι αντανακλά απαραίτητως τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης.