



Σχολή Κοινωνικών Επιστημών
Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων

Διπλωματική Εργασία

Προοπτικές Ανάπτυξης Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στον
Δήμο Ερυμάνθου, Περιφερειακής Ενότητας Αχαΐας

Δημήτριος Κοσμόπουλος

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Πολυξένη Μοίρα

Πάτρα, Μάρτιος 2024

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του φοιτητή («συγγραφέας/ δημιουργός») που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



Προοπτικές Ανάπτυξης Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στον
Δήμο Ερυμάνθου, Περιφερειακής Ενότητας Αχαΐας

Δημήτριος Κοσμόπουλος

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

Πολυξένη Μοίρα

Καθηγήτρια ΠΑΔΑ μέλος ΣΕΠ

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής:

Δημήτριος Μυλωνόπουλος

Καθηγητής ΠΑΔΑ μέλος ΣΕΠ

Πάτρα, Μάρτιος 2024

*Θα ήθελα να ευχαριστήσω τα στελέχη της δημοτικής αρχής και τους προέδρους των δημοτικών
κοινοτήτων που δέχθηκαν να παραχωρήσουν συνέντευξη στο πλαίσιο της εργασίας μου.*

Επίσης, ευχαριστώ θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτρια κα Μοίρα Πολυζένη για την καθοδήγησή της.

Την εργασία την αφιερώνω στην οικογένειά μου.

Περίληψη

Ο Δήμος Ερυμάνθου διαθέτει τουριστικούς πόρους που μπορούν να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού. Ωστόσο, η ανάπτυξη παραμένει σε πρώιμο στάδιο. Σκοπός της παρούσης εργασίας είναι η διερεύνηση των προοπτικών ανάπτυξης EMT στον Δήμο και η υποβολή τεκμηριωμένων προτάσεων. Τα ερευνητικά δεδομένα προέκυψαν από έρευνα στο διαδίκτυο, συνεντεύξεις με στελέχη της δημοτικής αρχής και τους προέδρους των δημοτικών κοινοτήτων και την παρατήρηση κάποιων βασικών πόρων από τον ερευνητή. Η έρευνα δείχνει ότι ο Δήμος έχει τη δυνατότητα να προσελκύσει εναλλακτικούς εκδρομείς σε συγκεκριμένες EMT. Ειδικότερα, μπορεί να αναπτυχθεί ο θρησκευτικός τουρισμός είτε ως αυτόνομη μορφή είτε ως πλέγμα δραστηριοτήτων μαζί με τον πολιτιστικό τουρισμό. Επιπλέον, είναι εφικτή η ανάπτυξη του ορεινού και του αθλητικού τουρισμού σε μια ομάδα προϊόντων που συνδυάζει τις δύο μορφές. Η δημοτική αρχή και η τοπική κοινωνία έχουν θετική στάση και αναγνωρίζουν ότι η ανάπτυξη θα συμβάλλει στην δημογραφική αναγέννηση της περιοχής και την τόνωση της τοπικής οικονομίας. Προκειμένου να υπάρξει ανάπτυξη, είναι σκόπιμο να αυξηθεί η προσφορά καταλυμάτων ώστε να υπάρχει η δυνατότητα διανυκτέρευσης. Προτείνεται επίσης η σύσταση ενός DMMO, που θα παρακολουθεί, θα συντονίζει και θα προωθεί την ανάπτυξη. Ο οργανισμός πρέπει να στελεχωθεί από προσωπικό που έχει γνώσεις και εμπειρία στον τομέα του τουρισμού. Μέσω της χρήσης ψηφιακών εργαλείων ο Δήμος μπορεί να προβάλει τους πόλους έλξης και να παρακολουθεί την εξέλιξη της ζήτησης. Η εγγύτητα του Δήμου με την πόλη της Πάτρας, προσφέρεται για την προσέλκυση τόσο των κατοίκων της πόλης, όσο και των 30000 φοιτητών που διαμένουν σε αυτή, προκειμένου να δημιουργηθεί μια χρήσιμη μάζα επισκεπτών. Η αξιοποίηση εκδηλώσεων υψηλής επισκεψιμότητας μέσω της ενσωμάτωσης συμπληρωματικών δραστηριοτήτων κρίνεται σκόπιμη, ώστε να δοθεί κίνητρο στους επισκέπτες να παρατείνουν τη διαμονή τους. Η στρατηγική branding πρέπει να εστιάσει στον αργό τουρισμό συνδέοντας την περιοχή με έναν αυθεντικό τρόπο ζωής, την επαφή με τη φύση, τη χαλάρωση και την συναναστροφή με τους ντόπιους.

Λέξεις – Κλειδιά

Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, Εναλλακτικός Τουρισμός, Αργός Τουρισμός

Development Prospects of Alternative Forms of Tourism in the Municipality of Erymanthos, Regional Unit of Achaia

Dimitrios Kosmopoulos

Abstract

The Municipality of Erymanthos possesses the tourism resources which can be leveraged for the development of Alternative Forms of Tourism (AFT). However, development remains at an incipient stage. The purpose of this study is to examine the development prospects of AFT in the Municipality of Erymanthos and to put forward substantiated proposals. The research data were collected through online research, interviews with senior officials of the municipal authority and the presidents of the municipal communities as well as observations of key resources conducted by the researcher. The research indicates that the Municipality has the potential to attract alternative excursionists to specific AFT. In particular, religious tourism can be developed either as a standalone form or as grid of activities in combination with cultural tourism. Furthermore, it is feasible to integrate mountain and sports tourism into a unified product combining both forms. The municipal authority and the local community hold a positive stance, recognizing that the development will contribute to the demographic revitalization of the area and the stimulation of the local economy. If development is to occur, it is imperative that the supply of accommodations be increased to ensure overnight stays. The establishment of a DMMO that will monitor, coordinate and promote development is also proposed. The organization should be staffed with qualified personnel, experienced in the tourism sector. Using digital tools, the municipality can promote the tourist attractions and monitor demand. The proximity of the municipality to the city of Patras makes it conducive to attracting both the city's residents and the 30000 students living there, thereby creating a useful pool of visitors. Utilizing high-attendance events through the integration of complementary activities is proposed in order to provide incentives for visitors to extend their stay. The focus of the branding strategy should be on slow tourism, linking the area to an authentic way of life, a connection with nature, relaxation and interaction with the locals.

Keywords

Alternative Forms of Tourism, Alternative Tourism, Slow Tourism

Περιεχόμενα

Περίληψη	v
Abstract	vi
Περιεχόμενα	vii
Κατάλογος Εικόνων / Σχημάτων	x
Κατάλογος Πινάκων	xi
Συντομογραφίες και Ακρωνύμια	xii
1. Εισαγωγή	1
1.1 Η μετάβαση στον εναλλακτικό τουρισμό	1
1.2 Τα δυνητικά οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού	3
1.2.1 Οικονομικά οφέλη	3
1.2.2 Περιβαλλοντικά οφέλη	3
1.2.3 Κοινωνικοπολιτισμικά οφέλη	3
1.3 Σημασία του θέματος	4
1.4 Ερευνητικοί στόχοι και μεθοδολογία	5
1.5 Διάρθρωση της εργασίας	6
2. Βιβλιογραφική επισκόπηση	8
2.1 Έννοια και βασικές μορφές τουρισμού	8
2.1.1 Η έννοια του τουρισμού	8
2.1.2 Ο τουρισμός ως σύστημα	10
2.1.3 Βασικές μορφές τουρισμού	11
2.1.4 Μαζικός τουρισμός	12
2.1.5 Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού	13
2.2 Εναλλακτικός τουρισμός	14
2.2.1 Η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού	14
2.2.2 Χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού	14
2.2.3 Ο εναλλακτικός τουρισμός ως υποσύνολο του αργού τουρισμού	15
2.2.4 Τα κίνητρα του εναλλακτικού τουρίστα	17
2.2.5 Το υπόδειγμα του Dann	18
2.3 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού	21
2.3.1 Πολιτισμικός τουρισμός	21
2.3.2 Αθλητικός τουρισμός	22
2.3.3 Αγροτουρισμός	23
2.3.4 Θρησκευτικός τουρισμός	24
2.3.5 Ορεινός τουρισμός	25
2.4 Προϋποθέσεις ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού	27
2.4.1 Πόλοι έλξης	27
2.4.2 Τουριστική υποδομή και υπηρεσίες	28
2.4.3 Εκπαίδευση και κατάρτιση	28
2.4.4 Ανάμειξη του δημόσιου τομέα	29
2.4.5 Σύσταση ενός οργανισμού διαχείρισης προορισμού	30
2.4.6 Κατάλληλος σχεδιασμός	31
2.4.7 Λοιπές προϋποθέσεις ανάπτυξης	33
3. Μεθοδολογία της έρευνας	34
3.1 Ερευνητική προσέγγιση	34
3.2 Συλλογή δεδομένων	35
3.2.1 Μέθοδοι συλλογής	35

3.2.2 Συνεντεύξεις	36
3.2.3 Δειγματοληψία συνεντεύξεων	37
3.2.4 Δομή και ερωτήματα συνεντεύξεων	38
3.2.5 Παρατήρηση	38
3.2.6 Τριγωνισμός δεδομένων	40
3.3 Ανάλυση δεδομένων	41
3.3.1 Καταγραφή δεδομένων	41
3.3.2 Κωδικοποίηση δεδομένων	42
3.3.3 Ανάλυση λεκτικών δεδομένων	44
3.3.4 Ανάλυση δεδομένων παρατήρησης	44
3.4 Περιορισμοί της μεθοδολογίας	46
4. Αποτελέσματα της έρευνας	47
4.1 Περιγραφή του Δήμου Ερυμάνθου	47
4.2 Τουριστική ζήτηση	49
4.3 Υποδομές και υπηρεσίες	51
4.3.1 Οδικό δίκτυο	51
4.3.2 Καταλύματα	52
4.3.3 Επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής	52
4.3.4 Λοιπές υπηρεσίες	53
4.4 Τουριστικοί πόροι	53
4.4.1 Καταγραφή εν δυνάμει τουριστικών πόρων	53
4.4.2 Πόροι πολιτισμικού τουρισμού	53
4.4.3 Πόροι θρησκευτικού τουρισμού	57
4.4.4 Πόροι αθλητικού τουρισμού	59
4.4.5 Πόροι αγροτουρισμού	60
4.4.6 Πόροι ορεινού τουρισμού	61
4.5 Ανθρώπινο δυναμικό	62
4.6 Στάσεις και αντιλήψεις τοπικών πολιτικών φορέων	63
4.6.1 Αντιλήψεις αναφορικά με την ανάπτυξη	63
4.6.2 Βούληση και όραμα	67
4.6.3 Προτάσεις για μελλοντικές δράσεις	68
4.6.4 Προκλήσεις	70
5. Συμπεράσματα και προτάσεις	71
5.1 Πόροι, υποδομές και υπηρεσίες	71
5.2 Ζήτηση	73
5.3 Στάσεις και αντιλήψεις τοπικών φορέων	74
5.4 Γενικό συμπέρασμα	76
5.5 Προτάσεις	76
5.5.1 Δημιουργία τμήματος διαχείρισης EMT	76
5.5.2 Ψηφιακό μάρκετινγκ και παρακολούθηση ζήτησης	77
5.5.3 Αύξηση της προσφοράς καταλυμάτων	78
5.5.4 Εκπαίδευση	78
5.5.5 Αξιοποίηση εκδηλώσεων	79
5.5.6 Branding	80
5.6 Περιορισμοί της έρευνας	81
5.7 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα	81
Βιβλιογραφία	83
Παράρτημα Ι: Αντικειμενικοί σκοποί, υποθέσεις, προϋποθέσεις ανάπτυξης	95
Παράρτημα ΙΙ: Ερωτήσεις προς το Στέλεχος 1	96

Παράρτημα III: Ερωτήσεις προς το Στέλεχος 2	97
Παράρτημα IV: Ερωτήσεις στους προέδρους των κοινοτήτων	98
Παράρτημα V: Ερωτήσεις προς το Στέλεχος 3	99
Παράρτημα VI: Εν δυνάμει πόλοι έλξης	100
Παράρτημα VII: Παρατηρήσεις του ερευνητή	104

Κατάλογος Εικόνων / Σχημάτων

Εικόνα 4.1 Χάρτης Δήμου Ερυμάνθου	48
Εικόνα 4.2 Ανδριάντας Ανδρέα Παπανδρέου στο Καλέντζι	55
Εικόνα 4.3 Δεμέστιχα	56
Εικόνα 4.4 Μονή Χρυσοποδαρίτισσας - Χρυσοπηγή	57
Εικόνα 4.5 Βυζαντινός Ναός Αγίου Αθανασίου - Χαλανδρίτσα	58
Εικόνα 4.6 Φυσικό περιβάλλον - Λακκώματα	61
Σχήμα 1.1 Διεθνείς τουριστικές αφίξεις (σε εκατομμύρια) τα έτη 1950-2023	1
Σχήμα 2.1 Ταξινόμηση εισερχόμενων ταξιδιωτών	9
Σχήμα 2.2 Το τουριστικό σύστημα του Leiper	11
Σχήμα 2.3 Σχέση μεταξύ βιώσιμου, αργού και εναλλακτικού τουρισμού	16
Σχήμα 2.4 Τυπολογία τουριστών κατά τον Plog	18
Σχήμα 2.5 Κύκλος Ζωής Τουριστικής Περιοχής	20
Σχήμα 2.6 Παράγοντες επιλογής εναλλακτικού προορισμού	21
Σχήμα 2.7 Στάδια σχεδιασμού τουριστικής ανάπτυξης	33
Σχήμα 3.1 Παραγωγική προσέγγιση της έρευνας	41
Σχήμα 4.1 Υπάρχουσα ζήτηση – απαντήσεις προέδρων δημοτικών κοινοτήτων	50
Σχήμα 4.2 Δυνητική ενασχόληση με τον Αγροτουρισμό	60
Σχήμα 4.3 Εφικτότητα της ανάπτυξης – δημοτικές κοινότητες.....	64
Σχήμα 4.4 Δυνητικά οφέλη ανάπτυξης – πρόεδροι κοινοτήτων.....	65
Σχήμα 4.5 Στάση απέναντι στην ανάπτυξη – πρόεδροι κοινοτήτων.....	66
Σχήμα 4.6 Επαγγελματική ενασχόληση με EMT – πρόεδροι κοινοτήτων.....	66

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 2.1 Κατηγορίες τουριστικών πόρων	27
Πίνακας 3.1 Κωδικοί ανάλυσης δεδομένων συνεντεύξεων	43
Πίνακας 3.2 Πίνακας καταχώρησης λεκτικών δεδομένων	43
Πίνακας 3.3 Έντυπο καταγραφής/αξιολόγησης τουριστικών πόρων.....	45
Πίνακας 4.1 Δημογραφικά στοιχεία Δήμου Ερυμάνθου	48
Πίνακας 4.2 Δημογραφικά στοιχεία Δήμου Πατρών	48
Πίνακας 4.3 Εκδηλώσεις υψηλής επισκεψιμότητας	50
Πίνακας 4.4 Εν δυνάμει τουριστικοί πόροι ανά κατηγορία	53
Πίνακας 4.5 Επαγγελματική ιδιότητα μελών δημοτικού συμβουλίου	62

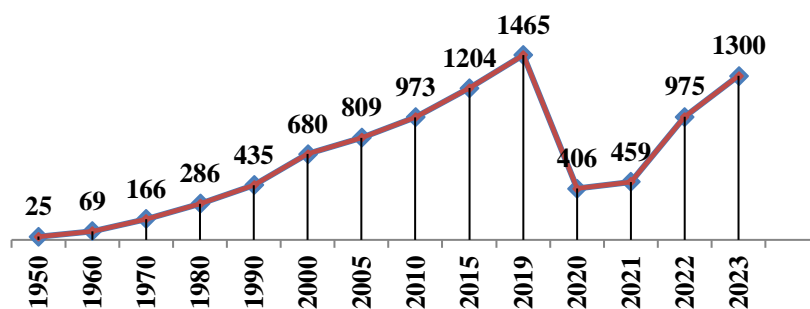
Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

AFT	Alternative Forms of Tourism
DMMO	Destination Marketing & Management Organization
DMO	Destination Management Organization
TALC	Tourism Area Life Cycle
UNEP	United Nations Environment Programme
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
WTTC	World Travel & Tourism Council
ΑΕΠ	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
EEMT	Ειδικές & Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού
ΕΛΣΤΑΤ	Ελληνική Στατιστική Αρχή
EMT	Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού
ΟΗΕ	Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών
ΠΟΤ	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού
Δ.Ε.	Δημοτική Ενότητα

1. Εισαγωγή

1.1 Η μετάβαση στον εναλλακτικό τουρισμό

Από το 1950 κι έπειτα ο τουρισμός αναπτύσσεται ταχύτατα, συμβάλλοντας στην οικονομική ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών μέσω της αύξησης του εισοδήματος, της απασχόλησης, των φορολογικών εσόδων και της διεύρυνσης της παραγωγικής βάσης των τουριστικών προορισμών (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019). Ειδικότερα, το 2023, η συμβολή του τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ ανήλθε στο 9.1%, δημιουργώντας 27 εκατομμύρια νέες θέσεις εργασίας (WTTC, 2024), με τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις να ανέρχονται στα 1.3 δισεκατομμύρια επισκέπτες (Statista, 2024).



Σχήμα 1.1 Διεθνείς τουριστικές αφίξεις (σε εκατομμύρια) παγκοσμίως τα έτη 1950-2023

ΠΗΓΗ: Statista, 2024 Επεξεργασία: Δ. Κοσμόπουλος

Η αλματώδης ανάπτυξη, μέχρι και το τέλος της δεκαετίας του 1980, βασίστηκε σχεδόν αποκλειστικά, σε ένα τύπο ζήτησης όπου κυριαρχούσαν τα μαζικά και οργανωμένα ταξίδια σε δημοφιλείς προορισμούς που προσέφεραν ένα τυποποιημένο τουριστικό προϊόν το οποίο προωθούσαν, κατά βάση, tour operators (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2020). Μετά το 1980, σταδιακά εμφανίζονται κάποια νέα (σύνθετα και αρκετά εξειδικευμένα) προϊόντα που έρχονται να πλαισιώσουν το υπάρχον πρότυπο του μαζικού τουρισμού (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2020). Σύμφωνα με τους Κοκκώση, Τσάρτα και Γκρίμπα (2020), τα εν λόγω προϊόντα είναι αυτά τα οποία σήμερα ονομάζονται *Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού* (EEMT), τμήμα των οποίων αποτελεί ο *εναλλακτικός τουρισμός*.

Οι συγγραφείς επισημαίνουν ότι διάφοροι οικονομικοί, περιβαλλοντικοί, τεχνολογικοί και κοινωνικοί παράγοντες συνέβαλαν στην ανάδειξη των EEMT. Ειδικότερα, η στροφή του

ενδιαφέροντος προς την εκπαίδευση, τον πολιτισμικό εμπλουτισμό και την αναζήτηση της αυθεντικότητας σε συνδυασμό με την ευαισθητοποίηση για το περιβάλλον την αειφορία και την ευεξία, οδήγησαν στην αναζήτηση εναλλακτικών προορισμών και στη στροφή σε ένα πιο παραδοσιακό τρόπο ζωής στην ύπαιθρο. Επιπλέον, εκτός από την επιθυμία για την προστασία του περιβάλλοντος και την αναζήτηση ενός πιο υγιεινού τρόπου ζωής, υπάρχει μια γενικότερη φθίνουσα τάση των μαζικών αγορών (mass markets) και μια μετάβαση στην εποχή της *μαζικής εξατομίκευσης* (mass customization), όπου η προσωποποιημένη εμπειρία κατέχει κεντρικό ρόλο (Wheelen, Hunger, Hoffman, Bamford, 2018). Σε κάθε περίπτωση, η ζήτηση φαίνεται να έχει αλλάξει, καθώς έχει εμφανιστεί αυτός ο τύπος των τουριστών που η Roop (1993) περιγράφει ως «*νέους τουρίστες*» που έχουν εμπειρία και θέλουν να βιώσουν την περιπέτεια, μακριά από τη μαζικότητα. Αυτοί οι τουρίστες είναι ανεξάρτητοι και προβαίνουν μόνοι τους στην έρευνα και την κράτηση για το ταξίδι τους.

Οι παραπάνω αλλαγές στην ζήτηση, οδήγησαν στην προσαρμογή της προσφοράς και στην ανάδειξη εναλλακτικών προορισμών (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2020). Ωστόσο, ένας κομβικός παράγοντας που συνέβαλε στην στροφή προς ένα εναλλακτικό τουριστικό προϊόν είναι οι αρνητικές επιδράσεις του μαζικού τουρισμού (Μοίρα, 2022· Inkson & Minnaert, 2020· Κοκκώσης & Τσάρτας, 1999). Η μόλυνση του νερού, η ατμοσφαιρική ρύπανση, τα υψηλά επίπεδα θορύβου, η ανεξέλεγκτη απόρριψη σκουπιδιών, οι διαταραχές των οικοσυστημάτων, οι πιέσεις στις υποδομές, η εμπορευματοποίηση της κουλτούρας και η αύξηση της εγκληματικότητας είναι μόνο κάποιες από αυτές (Inkson & Minnaert, 2020· Κοκκώσης & Τσάρτας, 1999). Οι παραπάνω επιδράσεις, ειδικά όταν το οικονομικό όφελος από τον τουρισμό δεν διοχετεύεται άμεσα στην τοπική κοινωνία, μπορεί να οδηγήσουν σε ένα είδος *απέχθειας* απέναντι στους τουρίστες (Inkson & Minnaert, 2020). Για παράδειγμα, στην πόλη της Βαρκελώνης ο υπερτουρισμός προκάλεσε την φοβία των κατοίκων απέναντι στους τουρίστες και την απαίτησή τους για ένα πιο αειφορικό μοντέλο ανάπτυξης (Ramos & Mundet, 2020). Η αποκαλούμενη «*Τουρισμοφοβία*» (Tourism-Phobia), έλαβε μεγάλες διαστάσεις στα ΜΜΕ εξαιτίας των ισχυρών αντιδράσεων των κατοίκων απέναντι στην μαζική προσέλευση τουριστών (Ramos & Mundet, 2020· Μοίρα, 2022). Προβλήματα παρουσιάζονται και σε δημοφιλείς Ελληνικούς προορισμούς, όπως την Σαντορίνη, όπου οι ταξιδιώτες κρουαζιέρας δοκιμάζουν τα όρια τόσο των υποδομών, όσο και των κατοίκων (Αθηνάκης, 2024). Τα παραπάνω προβλήματα, όπως αναφέρθηκε, συνέβαλαν στην απαίτηση για μια εναλλακτική πρόταση με πολλαπλά δυνητικά οφέλη.

1.2 Τα δυνητικά οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού

1.2.1 Οικονομικά οφέλη

Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού μπορεί να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας και συμπληρωματικά εισοδήματα για την τοπική κοινωνία, συμβάλλοντας παράλληλα στην διασύνδεση του τουρισμού με την γεωργία και την κτηνοτροφία, δημιουργώντας νέες παραγωγικές δραστηριότητες (Βαρβαρέσος, 2009· Ανδριώτης, 2008). Η οικονομική ανάπτυξη έχει οφέλη και σε μακροοικονομικό επίπεδο, μέσω των εσόδων από τη φορολογία και την είσπραξη δημοτικών τελών (Βαρβαρέσος, 2009· Ανδριώτης, 2008· Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019). Παράλληλα, αυξάνεται η αξία τόσο της γης, όσο και των αγροτοκτηνοτροφικών προϊόντων (Βαρβαρέσος, 2009) και ενθαρρύνεται η ανάληψη επιχειρηματικής δράσης από (οικογενειακές) επιχειρήσεις (Inkson & Minnaert, 2020· Βαρβαρέσος, 2009). Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι η οικονομική αναζωογόνηση ενός προορισμού της υπαίθρου μέσω της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού είναι αρκετά οικονομικότερη σε σύγκριση με άλλους τρόπους ανάπτυξης (Wilson et al, 2001).

1.2.2 Περιβαλλοντικά οφέλη

Ο Βαρβαρέσος (2009) και ο Ανδριώτης (2008) θεωρούν ότι ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην προστασία των περιβαλλοντικών πόρων ή ακόμα και στην αναβάθμισή τους, καθώς οι εν λόγω πόροι αποτελούν συστατικό στοιχείο του προϊόντος. Ο Βαρβαρέσος (2009) επισημαίνει επίσης ότι η τοπική κοινότητα ευαισθητοποιείται και αναλαμβάνει δράσεις για την προστασία του περιβάλλοντος όχι μόνο μέσα από έργα που αφορούν την προστασία του, αλλά και από την υιοθέτηση πράσινων μορφών ενέργειας. Τα οφέλη δεν περιορίζονται μόνο στο φυσικό περιβάλλον, καθώς θετικές επιδράσεις προκύπτουν και για το δομημένο, μέσω της ανάπτυξης των δικτύων μεταφορών (Μοίρα, 2022), την ανάπλαση παραδοσιακών οικισμών (Βαρβαρέσος, 2009) και τις βελτιώσεις σε κάθε είδους υποδομή που χρησιμοποιείται από τους ντόπιους (Ανδριώτης, 2008).

1.2.3 Κοινωνικοπολιτισμικά οφέλη

Ένα βασικό όφελος είναι η κινητικότητα στα επαγγέλματα και την κοινωνική δομή, όπως αναφέρουν οι Κοκκώσης και Τσάρτας (2019), που αφορά την ενασχόληση με τουριστικά επαγγέλματα και την επακόλουθη διάχυση του εισοδήματος σε περισσότερες κοινωνικές τάξεις. Αυτό, σύμφωνα με τους συγκεκριμένους ακαδημαϊκούς, αποφέρει υψηλότερα εισοδήματα και κοινωνική αποδοχή των επαγγελματιών του τουρισμού. Η Μοίρα (2022)

αναφέρει επίσης την πιθανή αναβίωση της τοπικής κληρονομιάς. Οι επισκέπτες, μπορούν να θαυμάσουν την κουλτούρα του προορισμού, τα έθιμα και τις παραδόσεις, με συνέπεια την πιθανή αναβίωση εκφάνσεων της κουλτούρας, π.χ. της τοπικής τέχνης που ίσως να έχουν παρακμάσει (Inkson & Minnaert, 2020). Ο θαυμασμός των τουριστών μπορεί να οδηγήσει στην *πολιτιστική υπερηφάνεια* των ντόπιων και την πιο ενεργή συμμετοχή τους στις παραδοσιακές εκδηλώσεις, με σκοπό την ανάδειξη και την προώθηση της τοπικής ταυτότητας (Inkson & Minnaert, 2020· Βαρβαρέσος, 2009). Η τοπική υπερηφάνεια μπορεί να συνδέεται και με το γεγονός ότι οι κάτοικοι νιώθουν ότι διοργανώνουν κάτι σημαντικό στην περιοχή τους, όπως, π.χ., μια αθλητική εκδήλωση που προσελκύει επισκέπτες (Αλεξανδρής, 2018). Επιπρόσθετα, η πολιτισμική αλληλεπίδραση μεταξύ τουριστών και ντόπιων συμβάλλει στην μεταξύ τους συνεργασία και αλληλοκατανόηση, προσδίδοντας μια ανθρωποκεντρική διάσταση στον τουρισμό (Ανδριώτης, 2008, Inkson & Minnaert, 2020· Mings, 1988).

1.3 Σημασία του θέματος

Η περιοχή μελέτης, ο Δήμος Ερυμάνθου, υπάγεται στην περιφερειακή ενότητα Αχαΐας, έχει έκταση 582,9 km² (Δήμος Ερυμάνθου, 2024) και κατά προσέγγιση 8200 κατοίκους (ΕΛΣΤΑΤ, 2021). Οι κάτοικοι απασχολούνται κατά βάση με αγροτικές και κτηνοτροφικές δραστηριότητες. Η περιοχή διαθέτει φυσική ομορφιά, ιδιαίτερη γεωμορφολογία, καθώς και τουριστικούς πόρους που θα μπορούσαν δυνητικά να προσφέρουν τη βάση για την ανάπτυξη ΕΕΜΤ (Δήμος Ερυμάνθου, 2024). Ωστόσο, παρά την ύπαρξη των παραπάνω, ο Δήμος δεν έχει αναπτυχθεί τουριστικά και επί της ουσίας η τουριστική δραστηριότητα είναι εξαιρετικά χαμηλή.

Όπως αναλύθηκε στην προηγούμενη υποενότητα, η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, μπορεί να έχει πολλαπλά οφέλη για μια περιοχή. Βέβαια, προκειμένου να επιτευχθεί η βιώσιμη ανάπτυξη πρέπει να πληρούνται κάποιες προϋποθέσεις (Ανδριώτης, 2008), όπως θα αναλυθεί παρακάτω. Η συγκεκριμένη διπλωματική εργασία φιλοδοξεί να εξετάσει κατά πόσο πληρούνται οι εν λόγω προϋποθέσεις, προκειμένου ο Δήμος να δράσει τα οφέλη από την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού. Επομένως, από αυτή τη σκοπιά η εργασία έχει πρακτικές προεκτάσεις, καθώς μπορεί να αποτελέσει ένα χρήσιμο εργαλείο που θα βοηθήσει τους λήπτες αποφάσεων να σχεδιάσουν, εφόσον υπάρχει η βούληση, με

ένα ορθολογικό, συστηματικό και βασισμένο στην επιστημονική βιβλιογραφία τρόπο, την ανάπτυξη συγκεκριμένων εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην περιοχή.

Επιπρόσθετα, η εργασία μπορεί να έχει και ακαδημαϊκές προεκτάσεις. Ειδικότερα, μέσω της εργασίας, θα προκύψουν δεδομένα αναφορικά με την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού σε περιοχές που βρίσκονται σε εμβρυικά στάδια ανάπτυξης, όπως ο Δήμος Ερυμάνθου. Τα πορίσματα της έρευνας μπορούν να αποτελέσουν σημείο αναφοράς και σύγκρισης για μελλοντικές ερευνητικές προσπάθειες που αφορούν την ανάπτυξη περιοχών που έχουν παρόμοια χαρακτηριστικά με την περιοχή μελέτης. Επίσης, έχει ερευνητικό ενδιαφέρον η παρακολούθηση της εξέλιξης της ανάπτυξης, προκειμένου να καταγραφούν τόσο η αποτελεσματικότητα της στρατηγικής ανάπτυξης, όσο και οι επιδράσεις της υλοποίησής της στην περιοχή. Τα δεδομένα μπορούν να συγκριθούν με άλλες παρόμοιες περιπτώσεις, ώστε να προκύψουν χρήσιμα συμπεράσματα που δυνητικά θα μπορούσαν να εμπλουτίσουν την βιβλιογραφία.

1.4 Ερευνητικοί στόχοι και μεθοδολογία

Ο κύριος στόχος (*aim*) (Durberry & Durberry, 2020a) είναι η διερεύνηση των προοπτικών ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στον Δήμο Ερυμάνθου. Δηλαδή, θα πρέπει να διερευνηθεί κατά πόσο πληρούνται οι βασικές προϋποθέσεις της ανάπτυξης και ποιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού θα μπορούσε η περιοχή μελέτης να υποστηρίξει. Οι αντικειμενικοί σκοποί (*objectives*) (Durberry & Durberry, 2020a) αφορούν τα εξής:

1. Την διαπίστωση της υπάρχουσας τουριστική ζήτησης.
2. Την συστηματική διερεύνηση των βουλήσεων, των αντιλήψεων, των στάσεων και των προσδοκιών της δημοτικής αρχής σχετικά με την ανάπτυξη.
3. Τον εντοπισμό, την συστηματική καταγραφή και τον δειγματοληπτικό έλεγχο της ποιότητας των δυνητικών πόλων έλξης (τουριστικών πόρων) και των υφιστάμενων υποδομών και υπηρεσιών, που θα μπορούσαν να υποστηρίξουν την ανάπτυξη.
4. Την διαπίστωση της ύπαρξης ή μη του απαραίτητου (εξειδικευμένου) ανθρώπινου δυναμικού, που θα μπορούσε να υποστηρίξει την ανάπτυξη.
5. Την διερεύνηση της στάσης της τοπικής κοινωνίας απέναντι στην ανάπτυξη.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι αντικειμενικοί σκοποί προέκυψαν μετά την επισκόπηση της βιβλιογραφίας και άπτονται των βασικών προϋποθέσεων ανάπτυξης (βλ. ενότητα 2.4).

Για την συλλογή των πρωτογενών δεδομένων, θα χρησιμοποιηθούν δύο ποιοτικές μέθοδοι έρευνας: η *συνέντευξη* και η *παρατήρηση* (Beedie, 2020). Η συλλογή των δευτερογενών δεδομένων θα λάβει χώρα μέσα από την έρευνα διαδικτυακών πηγών. Αρχικά θα γίνει η συλλογή των δευτερογενών δεδομένων. Έπειτα, θα πραγματοποιηθούν ημι-δομημένες συνεντεύξεις με εκπροσώπους της δημοτικής αρχής και τοπικούς φορείς που εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα στην τουριστική ανάπτυξη, προκειμένου να διερευνηθούν οι αντιλήψεις τους, οι δράσεις τους, αλλά και οι προθέσεις τους αναφορικά με την ανάπτυξη. Τέλος, μέσω επιτόπιας παρατήρησης, θα αξιολογηθεί η ποιότητα των πόρων, των υποδομών και των υπηρεσιών που θα στηρίζουν ένα ενδεχόμενο στρατηγικό πλάνο ανάπτυξης. Λόγω της μεγάλης γεωγραφικής έκτασης του δήμου και του πλήθους των δυνητικών πόρων, δεν είναι δυνατή η παρατήρηση του συνόλου των πόρων έλξης. Συνεπώς, θα πραγματοποιηθεί δειγματοληπτικός έλεγχος. Από τα ευρήματα, θα προκύψουν χρήσιμα δεδομένα, που θα οδηγήσουν στην εξαγωγή συμπερασμάτων σε σχέση με τις προοπτικές ανάπτυξης, καθώς και στην υποβολή τεκμηριωμένων προτάσεων που θα μπορούσαν να συμβάλλουν προς αυτή την κατεύθυνση.

1.5 Διάρθρωση της εργασίας

Η εργασία αποτελείται από πέντε κεφάλαια. Στην εισαγωγή, και πιο συγκεκριμένα στις δύο πρώτες ενότητες, αναλύονται οι βασικοί παράγοντες που οδήγησαν στην ανάδειξη ενός προτύπου εναλλακτικού τουρισμού και τα δυνητικά του οφέλη. Η ανάλυση των ωφελειών είναι απαραίτητη για να γίνει κατανοητή η σκοπιμότητα της ανάπτυξης του εν λόγω προτύπου, ήτοι τα οφέλη που θα προκύψουν για τον Δήμο Ερυμάνθου. Ακολουθούν η αιτιολόγηση της σημασίας του θέματος, οι στόχοι της έρευνας και η μεθοδολογία.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, πραγματοποιείται η βιβλιογραφική επισκόπηση. Ειδικότερα, στην ενότητα 2.1, αποσαφηνίζονται κάποιες βασικές έννοιες και παρουσιάζεται το σύστημα ταξινόμησης των επισκεπτών που προτείνει ο UNWTO (2008), το οποίο η περιοχή μελέτης θα μπορούσε να εφαρμόσει για την προσήκουσα καταγραφή των τουριστικών μεγεθών. Επιπλέον, μεταξύ άλλων, περιγράφεται το πως ο τουρισμός λειτουργεί ως σύστημα για να γίνουν κατανοητές οι διασυνδέσεις μεταξύ των μερών που το απαρτίζουν. Περιγράφονται επίσης τα χαρακτηριστικά του Μαζικού και των EEMT, προκειμένου να γίνουν κατανοητές οι διαφορές τους. Στην ενότητα 2.2 δίνεται έμφαση στην παρουσίαση

του εναλλακτικού τουρισμού. Ειδικότερα, αναλύονται η έννοια και τα χαρακτηριστικά του και αιτιολογείται η κατηγοριοποίησή του ως υποσύνολο του αργού τουρισμού. Παρουσιάζονται επίσης τα κίνητρα των εναλλακτικών τουριστών και το υπόδειγμα του Dann (1977), ώστε να γίνουν πιο κατανοητά τα κριτήρια επιλογής ενός εναλλακτικού προορισμού. Στην ενότητα 2.3, αναλύονται οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού που θα μπορούσε, υπό προϋποθέσεις, να υποστηρίξει ο Δήμος Ερυμάνθου. Τέλος, στην ενότητα 2.4, περιγράφονται οι προϋποθέσεις ανάπτυξης του εναλλακτικού προορισμού.

Στο τρίτο κεφάλαιο, παρουσιάζεται αναλυτικά η μεθοδολογία της έρευνας. Ειδικότερα, περιγράφονται η (παραγωγική) ερευνητική προσέγγιση που εφαρμόζεται, η συλλογή δευτερογενών δεδομένων μέσω του διαδικτύου και οι ποιοτικές μέθοδοι συλλογής των πρωτογενών δεδομένων, ήτοι η συνέντευξη και η παρατήρηση. Γίνεται επίσης αναφορά στον *τριγωνισμό των δεδομένων* που αποσκοπεί στην πληρότητα και την εγκυρότητα της έρευνας (Altrichter, Posch & Somekh, 2006). Επιπρόσθετα, γίνεται περιγραφή του τρόπου καταγραφής, κωδικοποίησης και ανάλυσης των δεδομένων και αναλύονται οι περιορισμοί της μεθοδολογίας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας. Η δομή του κεφαλαίου βασίζεται στους προαναφερθέντες αντικειμενικούς σκοπούς, τις προϋποθέσεις ανάπτυξης των ΕΕΜΤ που αναλύονται στην ενότητα 2.4 και στις ερευνητικές υποθέσεις που παρουσιάζονται στην ενότητα 3.1. Στο παράρτημα Ι, παρουσιάζεται το πώς αυτές οι τρεις παράμετροι αλληλοσχετίζονται μεταξύ τους.

Στο πέμπτο κεφάλαιο, παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της έρευνας και διατυπώνονται προτάσεις πολιτικής που δύνανται να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή. Τέλος, αναλύονται οι περιορισμοί της έρευνας και προτείνονται πεδία μελλοντικών ερευνητικών προσπαθειών.

Όπως προαναφέρθηκε, η συλλογή των πρωτογενών δεδομένων έλαβε χώρα μέσω ημι-δομημένων συνεντεύξεων με εκπροσώπους της δημοτικής αρχής και τοπικούς φορείς, ήτοι μέλη του δημοτικού συμβουλίου και πρόεδροι των δημοτικών κοινοτήτων. Προς διασφάλιση της ανωνυμίας των ερωτηθέντων, στην εργασία οι συνεντευξιαζόμενοι θα αναφέρονται ως Πρόεδρος 1,2,3... (πρόεδροι των κοινοτήτων) και Στέλεχος 1,2,3 (μέλη του δημοτικού συμβουλίου). **Τα δεδομένα των συνεντεύξεων βρίσκονται στην διάθεση του ΕΑΠ και του συγγραφέα.**

2. Βιβλιογραφική επισκόπηση

2.1 Έννοια και βασικές μορφές τουρισμού

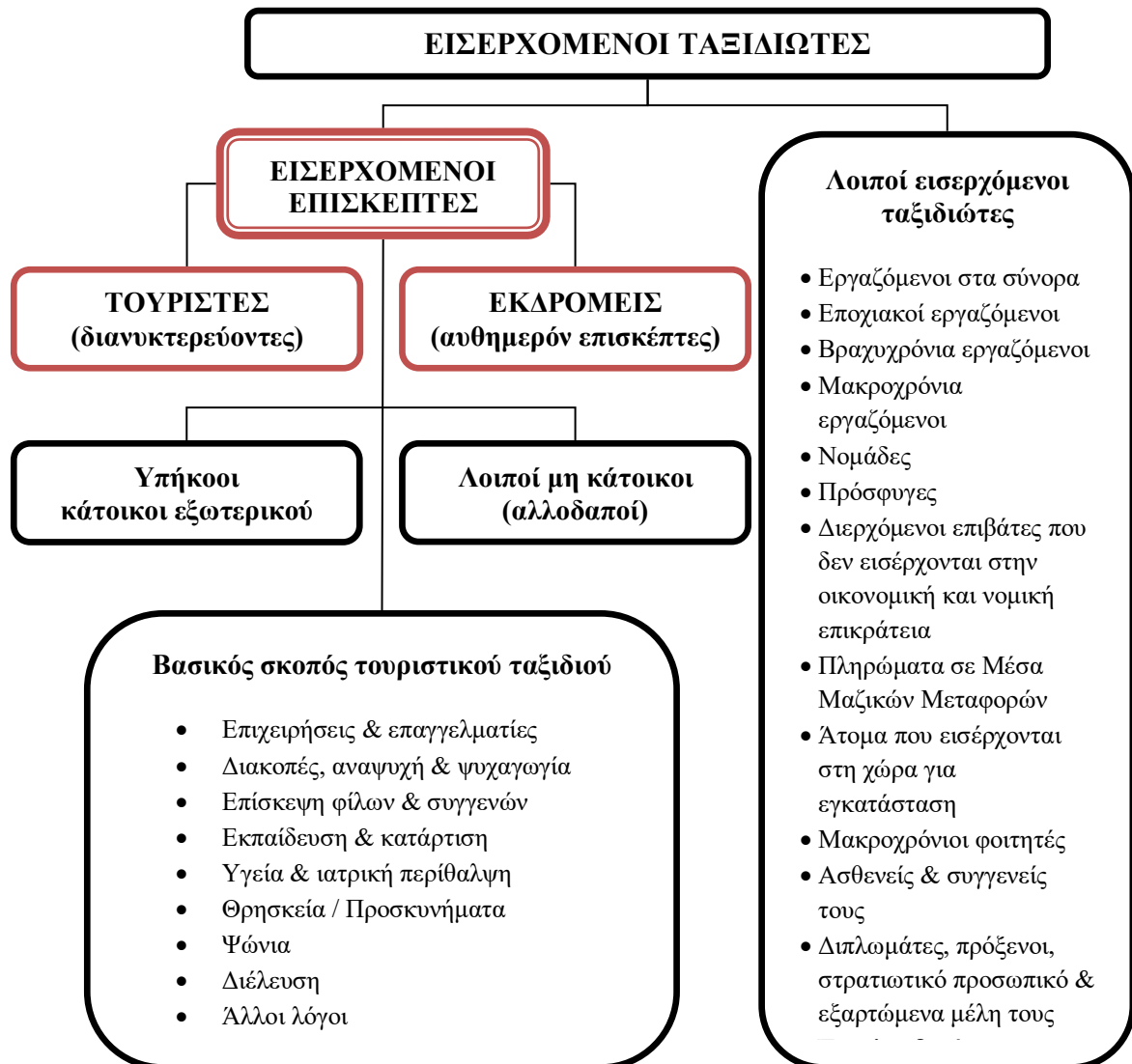
2.1.1 Η έννοια του τουρισμού

Από το ξεκίνημα του 20^{ου} αιώνα, αρκετοί διεθνείς οργανισμοί (η Κοινωνία των Εθνών, ο ΟΗΕ, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, κ.ά.) καθώς και ακαδημαϊκοί του τουρισμού έχουν επιχειρήσει να προσδιορίσουν εννοιολογικά τον τουρισμό και τον τουρίστα (Λαγός, 2018). Σύμφωνα με τον Theobald (2005), οι ορισμοί του τουρισμού διαχωρίζονται σε δύο βασικές κατηγορίες: τους εννοιολογικούς και τους τεχνικούς. Οι εννοιολογικοί παρέχουν μια ολιστική προσέγγιση που περιγράφει το σύνολο των πολύ-επιστημονικών στοιχείων του φαινομένου, ενώ οι τεχνικοί εξειδικεύουν τα κριτήρια βάσει των οποίων οι ταξιδιώτες κατηγοριοποιούνται ως τουρίστες (Theobald, 2005).

Όσον αφορά τους εννοιολογικούς ορισμούς, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ) ορίζει τον τουρισμό ως ένα *«κοινωνικοπολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο, που αφορά την μετακίνηση ατόμων σε προορισμούς μακριά από το σύννηθες περιβάλλον τους για προσωπικούς ή επαγγελματικούς σκοπούς. Αυτά τα άτομα ονομάζονται επισκέπτες (μπορεί να είναι τουρίστες ή εκδρομείς, κάτοικοι ή μη-κάτοικοι) και ο τουρισμός αφορά τις δραστηριότητές τους, που δύνανται να περιλαμβάνουν τουριστικές δαπάνες»* (UNWTO, 2024).

Ο παραπάνω ορισμός αναγνωρίζει ως σημείο εκκίνησης της τουριστικής δραστηριότητας τη μετακίνηση ενός επισκέπτη από το *σύννηθες περιβάλλον* του σε ένα διαφορετικό γεωγραφικό προορισμό, ανεξαρτήτως σκοπού και διάρκειας της μετακίνησης (Fletcher, Fyall, Gilbert, Wanhill, 2013). Το *σύννηθες περιβάλλον* αναφέρεται στον γεωγραφικό χώρο (ενιαίο ή μη) εντός του οποίου ένα άτομο πραγματοποιεί τις συνηθισμένες ασχολίες του (UNWTO, 2008).

Από τον παραπάνω ορισμό, προκύπτει και μια τεχνική διάσταση, καθώς γίνεται λόγος για *επισκέπτες, τουρίστες και εκδρομείς* (Inkson & Minnaert, 2020). Με άλλα λόγια, υπάρχει μια κατηγοριοποίηση των ταξιδιωτών. Συγκεκριμένα, ο ΠΟΤ έχει προβεί σε μια επίσημη λειτουργική ταξινόμηση (σχήμα 2.1) των εισερχόμενων ταξιδιωτών (Fletcher et al, 2013), καθιστώντας πιο αποτελεσματική την στατιστική παρακολούθηση του τουριστικού φαινομένου (Inkson & Minnaert, 2020).



Σχήμα 2.1 Ταξινόμηση εισερχόμενων ταξιδιωτών

Πηγή: UNWTO, 2008 Επεξεργασία: Δ. Κοσμόπουλος

Ο ΠΟΤ ορίζει και ταξινομεί τις παραπάνω κατηγορίες, όπως παρουσιάζονται στο σχήμα 2.1, ως εξής (UNWTO, 2008):

Οι ταξιδιώτες διαχωρίζονται σε επισκέπτες και λοιπούς εισερχόμενους ταξιδιώτες. Οι επισκέπτες περιλαμβάνονται στις στατιστικές του τουρισμού και διακρίνονται σε τουρίστες και εκδρομείς. Ο Επισκέπτης ταξιδεύει σε ένα κύριο προορισμό, διαφορετικό από το σύνηθες περιβάλλον του, για χρονικό διάστημα μικρότερο του ενός έτους και για οποιονδήποτε σκοπό, με εξαίρεση εκείνον της άσκησης αμειβόμενης επαγγελματικής δραστηριότητας στον τόπο υποδοχής. Τουρίστες θεωρούνται οι επισκέπτες εκείνοι που

διαμένουν για περισσότερες από 24 ώρες στον προορισμό πραγματοποιώντας τουλάχιστον μια διανυκτέρευση. *Εκδρομείς* θεωρούνται οι επισκέπτες εκείνοι που διαμένουν για λιγότερο από 24 ώρες στον προορισμό και δεν πραγματοποιούν διανυκτέρευση. Οι *λοιποί εισερχόμενοι ταξιδιώτες* δεν περιλαμβάνονται στις στατιστικές του τουρισμού.

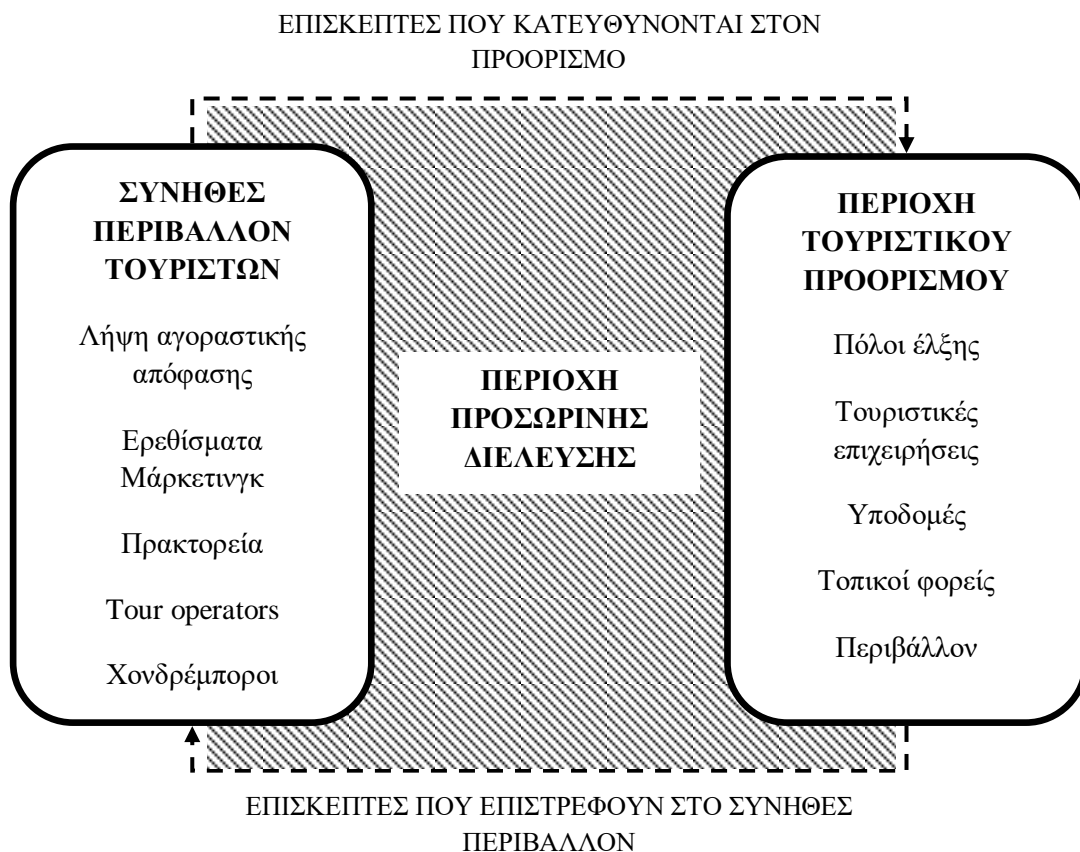
Η παραπάνω ανάλυση επιτρέπει την κατανόηση του τουριστικού φαινομένου από την πλευρά της ζήτησης. Όσον αφορά την προσφορά, σύμφωνα με τον Leiper (1979), αυτή περιλαμβάνει τις επιχειρήσεις, τους οργανισμούς και τις υποδομές/ανωδομές που αποβλέπουν στην κάλυψη των αναγκών και των επιθυμιών των επισκεπτών. Βέβαια, ένας επισκέπτης ενδέχεται να καταναλώσει ένα προϊόν που δεν υπάγεται αποκλειστικά στον τομέα του τουρισμού, αλλά προορίζεται για την εξυπηρέτηση των αναγκών των κατοίκων του προορισμού (Inkson & Minnaert, 2020). Επομένως, απαιτείται ένας ορισμός που να αναγνωρίζει την συγκεκριμένη ιδιαιτερότητα. Για αυτό τον λόγο, ο ΠΟΤ περιγράφει την τουριστική προσφορά ως «*τις παραγωγικές δραστηριότητες που απευθύνονται κατά βάση σε επισκέπτες ή ένα σημαντικό μέρος της παραγωγής τους καταναλώνεται από επισκέπτες*» (UNWTO, 2008: 2).

2.1.2 Ο τουρισμός ως σύστημα

Ο Τουρισμός, ως ένα πολυδιάστατο φαινόμενο, δεν αποτελεί ένα αυτόνομο σύστημα το οποίο λειτουργεί ανεξάρτητα από το περιβάλλον του (Λαγός, 2018). Αντίθετα, είναι ένα σύστημα το οποίο αλληλεπιδρά με αρκετά άλλα συστήματα και υποσυστήματα (Λαγός, 2018). Συνεπώς, η καλύτερη κατανόηση και παρακολούθηση του φαινομένου απαιτεί ένα εννοιολογικό πλαίσιο που να λαμβάνει υπόψη αυτές τις αλληλεπιδράσεις. Για τις ανάγκες της συγκεκριμένης εργασίας υιοθετείται το πλαίσιο του Leiper (1979, 1990 & 2008, οπ. αναφ. στο Fletcher et al., 2013). Σύμφωνα πάντα με τους Fletcher et al (2013), και με βάση τα όσα έχουν ειπωθεί στην παραπάνω ενότητα, ο τουρισμός ως σύστημα έχει την μορφή που παρουσιάζεται στο σχήμα 2.2.

Ειδικότερα, υπάρχουν τρεις βασικές περιοχές: το σύννηθες περιβάλλον των επισκεπτών, ο προορισμός και η περιοχή προσωρινής διέλευσης. Το σύννηθες περιβάλλον συνιστά την περιοχή όπου δημιουργείται η ζήτηση, καθώς εκεί λαμβάνουν τις αγοραστικές αποφάσεις τους οι επισκέπτες, επηρεαζόμενοι, μεταξύ άλλων, από τα ερεθίσματα μάρκετινγκ των προμηθευτών τουριστικών προϊόντων (Inkson & Minnaert, 2020). Η περιοχή προσωρινής διέλευσης αφορά το ταξίδι προς τον προορισμό και την επιστροφή, ενώ ο προορισμός

αποτελεί την περιοχή που βρίσκονται οι τουριστικοί πόροι (Inkson & Minnaert, 2020). Το σύστημα αλληλεπιδρά με άλλα υπερκείμενα συστήματα: το φυσικό, το οικονομικό, το πολιτικό, το νομικό, το τεχνολογικό και το κοινωνικο-πολιτιστικό (Leiper, 1990, οπ. αναφ, στο Inkson & Minnaert, 2020).



Σχήμα 2.2 Το τουριστικό σύστημα του Leiper

Πηγή: Leiper (1979: 404) Επεξεργασία: Δ. Κοσμόπουλος

2.1.3 Βασικές μορφές τουρισμού

Στην βιβλιογραφία περιλαμβάνεται μια μεγάλη γκάμα από μορφές του τουρισμού (Λαγός, 2018). Ωστόσο, για τις ανάγκες της συγκεκριμένης εργασίας, η τουριστική δραστηριότητα κατηγοριοποιείται με βάση τη θέση της ζήτησης σε σχέση με τον προορισμό και με βάση τον τρόπο οργάνωσης, τα χαρακτηριστικά και τον αριθμό των επισκεπτών.

Βάσει της θέσης της ζήτησης σε σχέση με τον προορισμό, εντοπίζονται οι ακόλουθες βασικές κατηγορίες τουριστικής δραστηριότητας, οι οποίες μπορούν να περιγράψουν την τουριστική δραστηριότητα τόσο σε μια χώρα, όσο και σε μια συγκεκριμένη τουριστική περιοχή (Lickorish & Jenkins, 2004):

- *Εγχώριος τουρισμός:* αφορά την δραστηριότητα των μόνιμων κατοίκων εντός της χώρας/περιοχής τους.
- *Εισερχόμενος τουρισμός:* αφορά τις αφίξεις κατοίκων άλλων χωρών στην χώρα/περιοχή υποδοχής.
- *Εξερχόμενος τουρισμός:* αφορά την επίσκεψη των κατοίκων μιας χώρας σε μια άλλη χώρα/περιοχή.

Βάσει του τρόπου οργάνωσης, των χαρακτηριστικών και του αριθμού των επισκεπτών διακρίνονται οι εξής τρεις βασικές μορφές τουρισμού (Λαγός, 2018· Inkson & Minnaert, 2020):

- *Μαζικός τουρισμός*
- *Τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων*
- *Εναλλακτικός τουρισμός*

2.1.4 Μαζικός τουρισμός

Μολονότι δεν υπάρχει ένας καθολικά αποδεκτός ορισμός για τον μαζικό τουρισμό στην τουριστική βιβλιογραφία, πιθανότατα λόγω της πολυπλοκότητας του φαινομένου και του πλήθους των επιστημονικών πεδίων που εμπλέκονται στην μελέτη του, υπάρχουν κάποια στοιχεία που χαρακτηρίζουν τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού (Moira, Mylonopoulos, Kondoudaki, 2017). Ειδικότερα, ο Beaver (2002) αναφέρεται σε μια μορφή τουρισμού μεγάλης κλίμακας που προσφέρει ένα τυποποιημένο προϊόν το οποίο απευθύνεται σε ευρείες ομάδες στόχους και που προϋποθέτει την ανάπτυξη σημαντικών υποδομών στις περιοχές υποδοχής. Αυτή η μαζικότητα, η τυποποίηση και οι εκτεταμένες υποδομές αρκετά συχνά συνδέονται με αρνητικές συνέπειες στην οικονομία, το περιβάλλον, την κουλτούρα και την κοινωνία του προορισμού (Beaver, 2002· Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019· Inkson & Minnaert, 2020), σε τέτοιο βαθμό μάλιστα που μπορούν να οδηγήσουν ακόμα και στην καταστροφή της τουριστικής δραστηριότητας (Μυλωνόπουλος, 2011).

Το παραπάνω πρότυπο μαζικής τουριστικής ανάπτυξης, που κυριαρχεί από το 1970 κι έπειτα, σχετίζεται με την προσφορά οργανωμένων τουριστικών (all-inclusive) πακέτων, κυρίως από μεγάλους tour operators (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019· Μυλωνόπουλος, 2011) και αφορά κατά βάση δραστηριότητες που βασίζονται στα τρία “S” (Sea, Sun, Sand) (Moira, Mylonopoulos, Kondoudaki, 2017). Ως εκ τούτου, οι χωρικές επιλογές του προτύπου, περιορίζονται σε νησιωτικούς ή παραθαλάσσιους προορισμούς που διαθέτουν

τους συγκεκριμένους πόρους ή σε ορεινούς προορισμούς που διαθέτουν το κατάλληλο φυσικό περιβάλλον και υποδομές για χειμερινά ταξίδια σύντομης διάρκειας (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019). Επιπρόσθετα, η ζήτηση έχει εποχικό χαρακτήρα, με αποτέλεσμα την δημιουργία υποδομών που λειτουργούν αποκλειστικά τους καλοκαιρινούς ή χειμερινούς μήνες αιχμής (Μοίρα, 2022). Παράλληλα, η εποχικότητα και η τυποποίηση αυξάνουν την εξάρτηση των προορισμών από τους tour operators, οι οποίοι μέσα από την προβολή και την προώθηση συγκεκριμένων περιοχών που προσφέρουν ήλιο και θάλασσα μπορούν να αναδείξουν υπάρχοντες και νέους τουριστικούς προορισμούς (Μοίρα, 2022· Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019).

2.1.5 Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Ο *τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων* ή αλλιώς *οι ειδικές μορφές τουρισμού* (Special Interest Tourism) ορίζονται από τους Hall & Weiler (1992, οπ. αναφ. στο Trauer, 2006) ως εκείνες οι μορφές όπου ο επισκέπτης επιλέγει ένα ταξίδι με βάση ένα συγκεκριμένο κίνητρο ή ενδιαφέρον που έχει για μια ή περισσότερες δραστηριότητες ή/και προορισμούς. Με άλλα λόγια, το ειδικό ενδιαφέρον μπορεί να αφορά μια δραστηριότητα, μια γεωγραφική περιοχή (Φαρσάρη, 2009) ή κάποιο αξιοθέατο (Λαγός, 2018). Εκτός από την ύπαρξη ενός βασικού κινήτρου ή ενδιαφέροντος, σύμφωνα με τους Κοκκώση και Τσάρτα (2019), αυτή η μορφή τουρισμού χαρακτηρίζεται και από την *ανάπτυξη ειδικών υποδομών που θα ικανοποιήσουν τις συγκεκριμένες ανάγκες των επισκεπτών*. Οι ίδιοι συγγραφείς υποστηρίζουν ότι τμήμα αυτών των μορφών τουρισμού αποτελούν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και προσθέτουν ότι και σε αυτή την περίπτωση υπάρχει τόσο ένα βασικό κίνητρο, όσο και η δημιουργία ειδικής υποδομής. Ωστόσο, επισημαίνουν ότι στον εναλλακτικό τουρισμό τόσο οι επισκέπτες, όσο και οι φορείς της τουριστικής προσφοράς σέβονται το τοπικό περιβάλλον και την κοινωνία και προσθέτουν ότι δύο θεμελιώδη χαρακτηριστικά του ταξιδιού είναι η αυτονομία και η αμελητέα χρήση των υπηρεσιών του μαζικού τουρισμού.

Αν και οι παραπάνω μορφές τουρισμού θεωρούνται συνώνυμες ως έννοιες από διάφορους μελετητές, σύμφωνα με την Φαρσάρη (2009), κάτι τέτοιο είναι ανακριβές. Η συγγραφέας υποστηρίζει ότι στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, υπάρχει ένα πρόδηλο ενδιαφέρον από την πλευρά του επισκέπτη για την βιωσιμότητα του προορισμού, κάτι που δεν ισχύει απαραίτητα στη περίπτωση του τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων. Συνεπώς, ένας τουρίστας ειδικών ενδιαφερόντων δεν πρέπει να θεωρείται απαραίτητα εναλλακτικός.

2.2 Εναλλακτικός τουρισμός

2.2.1 Η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού

Όπως αναλύθηκε παραπάνω, παρά τις όποιες επικαλύψεις, υπάρχουν εννοιολογικές διαφορές μεταξύ των ειδικών και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Μάλιστα, στην τουριστική βιβλιογραφία αφενός υπάρχει μια πληθώρα από διαφορετικές ερμηνείες του εναλλακτικού τουρισμού, αφετέρου χρησιμοποιούνται διάφορες διατυπώσεις για να περιγράψουν την συγκεκριμένη μορφή, όπως «πράσινος τουρισμός», «ήπιος τουρισμός», «οικοτουρισμός», «αργός τουρισμός», κ.ά. (Ανδριώτης, 2008· Beaver, 2002).

Για τις ανάγκες της συγκεκριμένης εργασίας, υιοθετείται ο ορισμός που προτείνεται από τον Ανδριώτη (2008) σύμφωνα με τον οποίο ο εναλλακτικός τουρισμός αφορά μια μικρής κλίμακας τουριστική ανάπτυξη που προάγει μια ενεργητική μορφή διακοπών που σέβεται το φυσικό περιβάλλον και την κουλτούρα των κατοίκων του προορισμού και συμβάλλει στην θετική αλληλεπίδραση ανάμεσα στους τουρίστες και την τοπική κοινωνία, η οποία συμμετέχει ενεργά στην τουριστική ανάπτυξη.

2.2.2 Χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού

Από τους παραπάνω ορισμούς του εναλλακτικού τουρισμού, προκύπτουν κάποια βασικά χαρακτηριστικά του. Καταρχήν, η ανάπτυξή του δεν απαιτεί μεγάλης κλίμακας υποδομές που αποσκοπούν στην εξυπηρέτηση μεγάλου όγκου επισκεπτών. Αντίθετα, απαιτούνται μικρής κλίμακας, ειδικές υποδομές, που θα ανταποκριθούν στην μη μαζική προσέλευση των επισκεπτών και στα ειδικά τους κίνητρα (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2020).

Επίσης, η εμπειρία των διακοπών είναι πιο ενεργητική και δεν ταυτίζεται αποκλειστικά με τα 3S (Μοίρα, 2022· Ανδριώτης, 2008). Οι επισκέπτες, συμμετέχουν σε ενεργητικές δραστηριότητες που συνδέονται με το περιβάλλον, την εκπαίδευση, τις πολιτιστικές εκδηλώσεις, την ψυχαγωγία και την ουσιαστική συναναστροφή με τους ντόπιους (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2020· Ανδριώτης, 2008).

Επιπρόσθετα, η μετακίνηση, η διαμονή και η επιλογή των υπηρεσιών και της ψυχαγωγίας είναι αυτόνομες και δεν είναι εκ των προτέρων οργανωμένες από ένα tour operator σε ένα πακέτο διακοπών (Μοίρα, 2022). Με άλλα λόγια, ο επισκέπτης σχεδιάζει ο ίδιος το προϊόν που θα καταναλώσει, με τη χρήση του Internet, παρακάμπτοντας τα τουριστικά γραφεία και τους tour operators (Μοίρα, 2022).

Η συμμετοχή των κατοίκων του προορισμού στην τουριστική ανάπτυξη είναι ένα ακόμα σημαντικό χαρακτηριστικό του εναλλακτικού τουρισμού. Οι ντόπιοι αναλαμβάνουν τον ρόλο του επενδυτή, του εργαζόμενου ή του οικοδεσπότη (Ανδριώτης, 2008). Επομένως, αποτελούν μια κομβική παράμετρο ανάπτυξης ενός προτύπου εναλλακτικού τουρισμού στον περιοχή τους (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019). Για παράδειγμα, στον αγροτουρισμό η ανάληψη επιχειρηματικής δράσης από μικρές τοπικές επιχειρήσεις μπορεί να οδηγήσει σε ένα βιώσιμο οικοσύστημα που μπορεί να ωφελήσει την οικονομία, τον πολιτισμό και το τοπικό περιβάλλον, καθιστώντας παράλληλα πιο ανταγωνιστικό τον προορισμό (Cunha, Kastenholtz & Carneiro, 2020).

Επιπλέον, η εμφάνιση του εναλλακτικού τουρισμού με διάφορες μορφές (Inskeep, 1991) και το γεγονός ότι αυτές οι μορφές μπορούν δυνητικά να αναπτυχθούν ως ένα πλέγμα δραστηριοτήτων έχει συμβάλει στην εξάλειψη της εποχικότητας, καθώς προσφέρονται επιλογές για ταξίδια καθ' όλο το έτος (Μοίρα, 2022· Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2020). Αυτή η ποικιλία επιλογών και το πλήθος των διαφορετικών ειδικών κινήτρων ή ενδιαφερόντων αυξάνουν και τις χωρικές επιλογές των επισκεπτών (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2020). Ο επισκέπτης δεν περιορίζεται στην επιλογή προορισμών με ήλιο και θάλασσα, αλλά μπορεί να επιλέξει από ένα πλήθος περιοχών που διαθέτουν τους ειδικούς φυσικούς, πολιτισμικούς, ιστορικούς και ανθρωπογενείς πόρους που επιθυμεί (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019).

Σε κάθε περίπτωση, ο εναλλακτικός τουρισμός έχει ως εγγενές γνώρισμα την αναζήτηση ποιοτικών και αυθεντικών εμπειριών (Μοίρα, 2022· Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2020) και παράλληλα θεωρείται μια μορφή τουρισμού που έχει κατά βάση θετικές επιπτώσεις για τον προορισμό (Ανδριώτης, 2008).

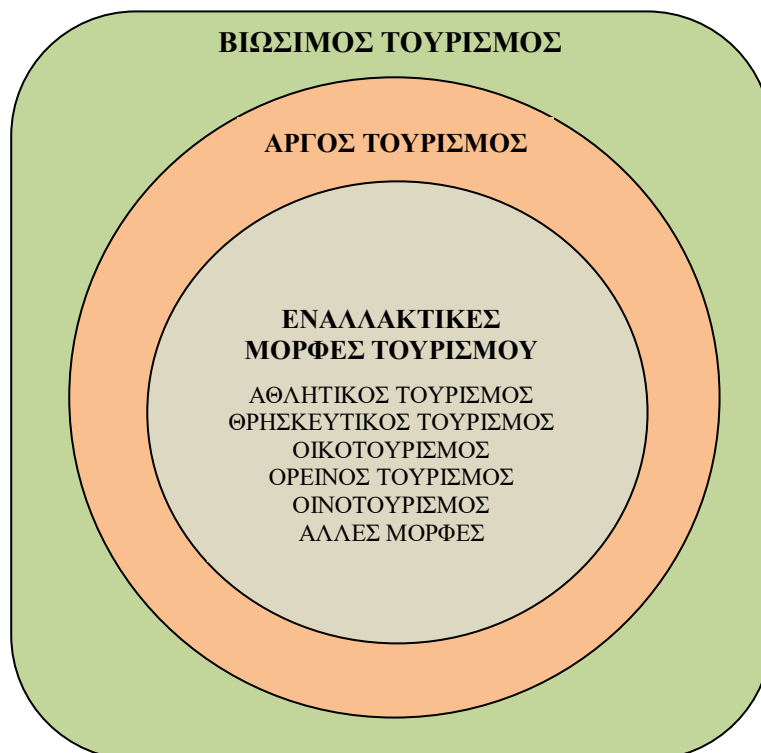
2.2.3 Ο εναλλακτικός τουρισμός ως υποσύνολο του αργού τουρισμού

Ο *αργός τουρισμός* αφορά την υιοθέτηση ενός πιο αργού ρυθμού κατά τη διάρκεια του τουριστικού ταξιδιού με σκοπό την σωματική και πνευματική χαλάρωση και μια βαθιά κατανόηση αλλά και σύνδεση με την κουλτούρα του προορισμού (Moira, Mylonopoulos & Kondoudaki, 2017). Παράλληλα, η βιώσιμη ανάπτυξη αποτελεί βασικό συστατικό της φιλοσοφίας του αργού τουρισμού ο οποίος προάγει την ποιότητα και την αυθεντικότητα των διακοπών έναντι της ποσότητας και της μαζικότητας (Moira, Mylonopoulos & Kondoudaki, 2017). Με τον όρο *βιώσιμη ανάπτυξη* αναφερόμαστε σε εκείνες τις μορφές

τουρισμού που σέβονται όχι μόνο τους επισκέπτες, αλλά και την φιλοξενούσα κοινωνία, καθώς λαμβάνονται σοβαρά υπόψη οι επιπτώσεις του τουρισμού στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον του προορισμού (UNEP & UNWTO, 2005).

Στο παραπάνω πλαίσιο, οι «αργοί τουρίστες» εμπλέκονται σε δραστηριότητες, όπως επισκέψεις πολιτιστικών και ιστορικών σημείων ενδιαφέροντος, γευσιγνωσία τοπικών προϊόντων, πεζοπορία, ποδηλασία και περιπάτους στη φύση, συμμετοχή σε αγροτικές εργασίες, κ.ά. (Moira, Mylonopoulos & Kondoudaki, 2017). Με άλλα λόγια, συμμετέχουν σε δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού (Μοίρα, 2022).

Βάσει των παραπάνω, για τις ανάγκες τις εργασίας, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως θα αναλυθούν στην επόμενη ενότητα, θεωρούνται υποσύνολο του αργού τουρισμού, ο οποίος έρχεται σε πλήρη αντίθεση με τη μαζικότητα και τις αρνητικές επιδράσεις του μαζικού τουρισμού και ως εκ τούτου αποτελεί μια βιώσιμη μορφή τουριστικής ανάπτυξης (Moira, Mylonopoulos & Kondoudaki, 2017· Μοίρα, 2022).



Σχήμα 2.3 Σχέση μεταξύ βιώσιμου, αργού και εναλλακτικού τουρισμού

Πηγή: Μοίρα (2022: 278) **Επεξεργασία/Προσαρμογή:** Δ. Κοσμόπουλος

2.2.4 Τα κίνητρα του εναλλακτικού τουρίστα

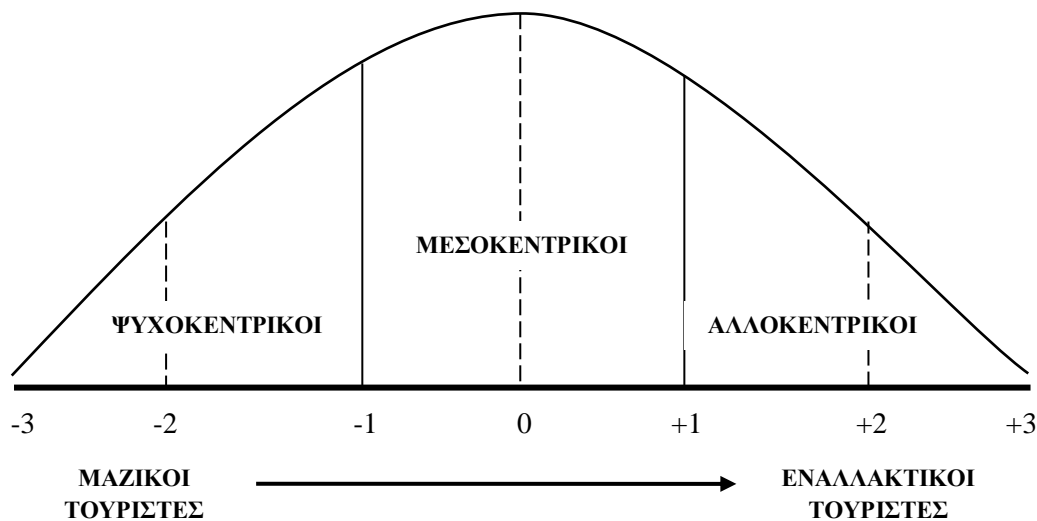
Το κίνητρο αφορά την ύπαρξη μιας ή ενός συνόλου αναγκών που ωθούν έναν δυνητικό επισκέπτη να πραγματοποιήσει ένα τουριστικό ταξίδι (Pizam & Mansfield, 1999). Βάσει των παραπάνω περιγραφών του μαζικού και του εναλλακτικού τουρισμού, προκύπτει ότι τα κίνητρα του εναλλακτικού τουρίστα διαφέρουν από εκείνα του μαζικού. Ειδικότερα, ο εναλλακτικός τουρίστας δεν ταξιδεύει σε μεγάλες ομάδες, επιζητά αυτονομία και ενεργητικές διακοπές, συμμετοχή σε περιπετειώδεις δραστηριότητες, επαφή με τον ντόπιο πληθυσμό και κουλτούρα, εξερεύνηση των τοπικών φυσικών, ιστορικών και πολιτιστικών σημείων ενδιαφέροντος, αποφεύγοντας παράλληλα τα μεγάλα και σύγχρονα καταλύματα και τα πολυσύχναστα δημοφιλή τουριστικά μέρη (Cazes, 1989· Laarman & Durst, 1987). Με άλλα λόγια, οι εναλλακτικοί τουρίστες έχουν ως βασική ανάγκη να βιώσουν μη οικεία περιβάλλοντα στις διακοπές τους.

Ο Plog (1991) έχει αναπτύξει μια τυπολογία που διαχωρίζει του τουρίστες σε δύο κύριες και μια ενδιάμεση κατηγορία:

- *Αλλοκεντρικοί τουρίστες*
- *Μεσοκεντρικοί τουρίστες*
- *Ψυχοκεντρικοί τουρίστες*

Οι αλλοκεντρικοί είναι εναλλακτικοί τουρίστες που αναζητούν «αναλλοίωτους» προορισμούς, ενώ οι ψυχοκεντρικοί είναι μαζικοί τουρίστες που αναζητούν δημοφιλείς προορισμούς με σύγχρονες υποδομές και ανωδομές (Inkson & Minnaert, 2020). Ανάμεσα στα δύο άκρα του συνεχούς (βλ. σχήμα 2.3) υπάρχουν οι *μεσοκεντρικοί* που αναζητούν προορισμούς που δεν είναι ούτε ιδιαίτερα αναπτυγμένοι, ούτε πλήρως άγνωστοι (Inkson & Minnaert, 2020· Ανδριώτης, 2008). Οι μεσοκεντρικοί μπορεί να επιλέξουν κάποιο οργανωμένο πακέτο διακοπών, ωστόσο, δεν αποκλείεται η συμμετοχή τους και σε δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού (Ανδριώτης, 2008).

Ο Plog (1991), κατατάσσει τους τουρίστες στο συνεχές, βάσει του βαθμού αναζήτησης του εναλλακτικού, του αυθεντικού και του μη προβλέψιμου. Σύμφωνα με τον Smith (1978), όσο πιο δεξιά του συνεχούς κατατάσσεται ένας τουρίστας, τόσο μικρότερες αρνητικές επιπτώσεις προκαλεί στον προορισμό, και το αντίθετο.



Σχήμα 2.4 Τυπολογία τουριστών κατά τον Plog

Πηγή: Plog (1991) Επεξεργασία/Προσαρμογή: Δ. Κοσμόπουλος

2.2.5 Το υπόδειγμα του Dann

Βάσει της μέχρι τώρα ανάλυσης, οι εναλλακτικοί (αλλοκεντρικοί κατά βάση) επισκέπτες έχουν συγκεκριμένα ειδικά κίνητρα και ενδιαφέροντα που τους παρακινούν στην επιλογή ενός εναλλακτικού προορισμού. Ένα υπόδειγμα που περιγράφει το πως οι επισκέπτες επιλέγουν ένα προορισμό είναι εκείνο του Dann (1977). Σύμφωνα με τον μελετητή, η απόφαση για το τουριστικό ταξίδι προκύπτει από ένα συνδυασμό προτρεπτικών και ελκυστικών παραγόντων. Οι *προτρεπτικοί παράγοντες* (push factors) αφορούν προσωπικά κίνητρα. Οι *ελκυστικοί παράγοντες* (pull factors) αφορούν τα στοιχεία που προσελκύουν έναν τουρίστα σε ένα προορισμό.

Διάφοροι μελετητές έχουν κατηγοριοποιήσει τους, κατά τον Dann (1977), προτρεπτικούς παράγοντες των επισκεπτών. Ειδικότερα, οι McIntosh, Goeldner και Ritchie (1995), έχουν αναπτύξει τέσσερις κατηγορίες: *φυσικά κίνητρα*, *πολιτισμικά κίνητρα*, *διαπροσωπικά κίνητρα* και *κίνητρα γοήτρου*. Ο Crompton (1979), έχει επιπλέον εντοπίσει, μεταξύ άλλων, το κίνητρο της *απόδρασης από το σύννηθες περιβάλλον* και την *χαλάρωση*.

Με βάση τα χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού, οι παραπάνω κατηγορίες μπορούν να εξειδικευτούν ως εξής (Inkson & Minnaert, 2020· Ανδριώτης, 2008):

- Φυσικά κίνητρα: αθλητικές και πνευματικές δραστηριότητες που συμβάλλουν στην σωματική και πνευματική χαλάρωση.

- Πολιτιστικά κίνητρα: επαφή με την τοπική κουλτούρα και πολιτισμό.
- Διαπροσωπικά κίνητρα: επαφή και γνωριμία με τον ντόπιο πληθυσμό.
- Κίνητρα γοήτρου: προσωπική βελτίωση μέσω εναλλακτικών δραστηριοτήτων.
- Απόδραση από το σύνηθες περιβάλλον: φυγή από την ρουτίνα και τους ξέφρενους ρυθμούς ενός αστικού περιβάλλοντος.

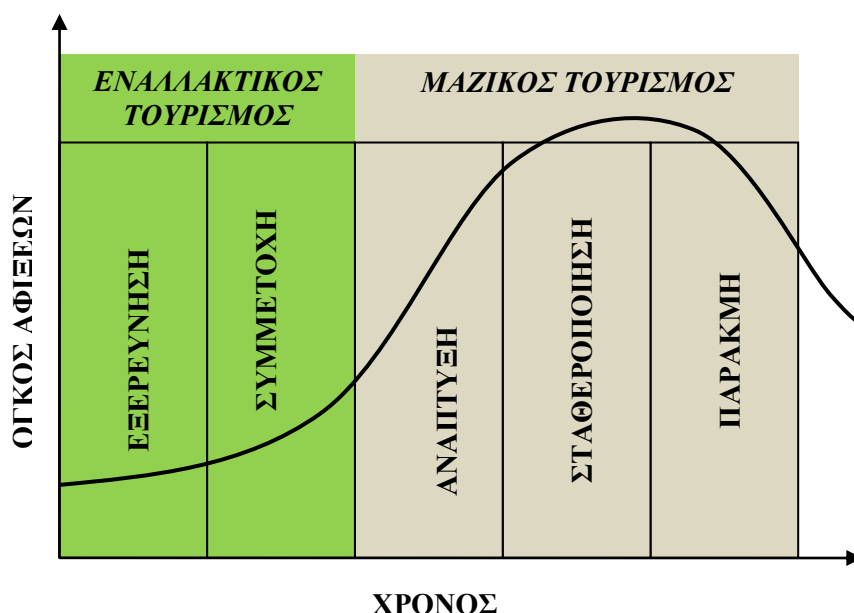
Ο εναλλακτικός προορισμός, βάσει των όσων έχουν ειπωθεί παραπάνω και σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2008), αφορά ένα ήσυχο περιβάλλον που δεν είναι τουριστικά κορεσμένο, με την τοπική κοινωνία να διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην παραγωγή του προϊόντος. Ένα υπόδειγμα που μπορεί να συμβάλλει στην κατανόηση των χαρακτηριστικών του εναλλακτικού προορισμού είναι ο κύκλος ζωής της τουριστικής περιοχής (TALC) του Butler (2006). Σύμφωνα με τον συγγραφέα, ένας προορισμός έχει ένα κύκλο ζωής που αποτελείται από τα παρακάτω στάδια (Butler, 2006· Inkson & Minnaert, 2020):

1. *Εξερεύνηση*: Μικρός αριθμός αλλοκεντρικών κυρίως τουριστών επισκέπτονται τον προορισμό, χρησιμοποιούν τις τοπικές εγκαταστάσεις και έρχονται σε άμεση αλληλεπίδραση με τους ντόπιους. Ο τουρισμός έχει αμελητέο αντίκτυπο στην οικονομία και την κοινωνική ζωή του προορισμού.
2. *Συμμετοχή*: Σταδιακά η τοπική κοινωνία δημιουργεί τουριστικές εγκαταστάσεις, ενώ οι δημόσιοι φορείς πιέζονται για τη δημιουργία και βελτίωση των υποδομών. Παράλληλα, διαμορφώνεται μια διακριτή τουριστική περίοδος που συνοδεύεται από διαφημίσεις και κάποια εμπλοκή των tour operators και των πρακτορείων στην προσφορά.
3. *Ανάπτυξη*: Υπάρχει αύξηση των επενδύσεων και δημιουργία σύγχρονων και πιο μεγάλων εγκαταστάσεων, ενώ παράλληλα δημιουργούνται ανθρωπογενείς πόροι που πλαισιώνουν τους φυσικούς και πολιτιστικούς. Ο έλεγχος της ανάπτυξης μετατοπίζεται από τον ντόπιο πληθυσμό και φορείς σε εξωτερικούς οργανισμούς και περιφερειακούς και εθνικούς λήπτες αποφάσεων, ενώ ο αριθμός των μεσοκεντρικών πλέον τουριστών μπορεί να υπερβεί εκείνον του ντόπιου πληθυσμού.
4. *Σταθεροποίηση*: Η οικονομία του προορισμού εξαρτάται άμεσα από τον τουρισμό και εντείνονται οι ενέργειες μάρκετινγκ για επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Πλέον, τα ηνία τα έχουν μεγάλες εθνικές ή διεθνείς τουριστικές επιχειρήσεις και

υπάρχουν αντιδράσεις κατά της τουριστικής ανάπτυξης, ειδικά από τους ντόπιους που δεν εμπλέκονται ενεργά στον τουρισμό.

5. *Στασιμότητα*: Ο πολύ γνωστός πλέον προορισμός προσελκύει ψυχοκεντρικούς επισκέπτες. Ωστόσο, έχει κορεστεί και δεν αυξάνεται ο ρυθμός αύξησης των επισκεπτών. Οι υποδομές και οι πόροι επιβαρύνονται και κυριαρχεί ο μαζικός τουρισμός.
6. *Παρακμή*: Συρρικνώνονται ο αριθμός των αφίξεων, η προσφορά εγκαταστάσεων και υπηρεσιών και η ανάμειξη των ντόπιων στον τουρισμό. Σταδιακά, μπορεί να χαθεί ο τουριστικός χαρακτήρας του προορισμού.

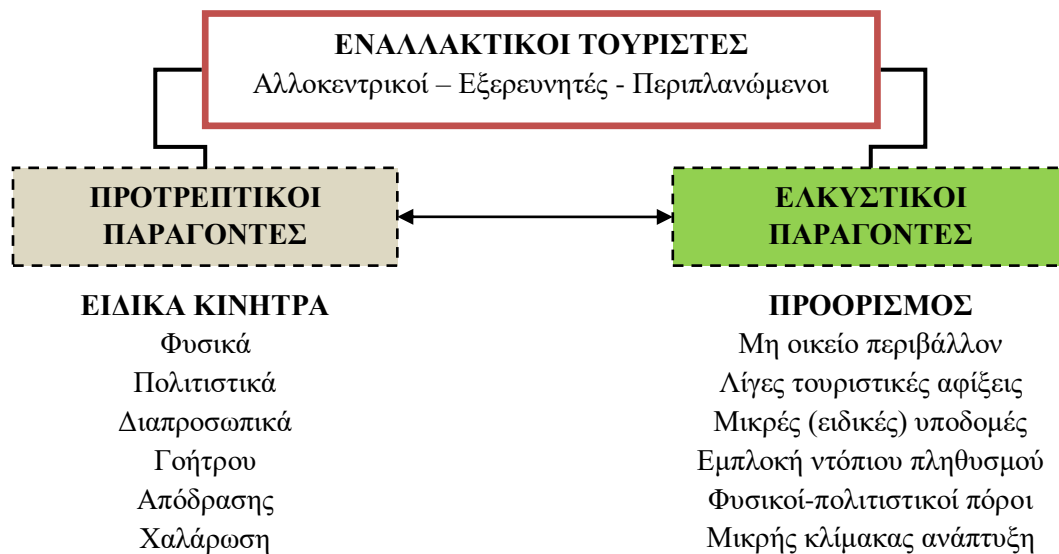
Οι εναλλακτικοί τουρίστες συνήθως επιλέγουν έναν προορισμό που βρίσκεται στα δύο πρώτα στάδια του κύκλου ζωής: την εξερεύνηση ή τη συμμετοχή (Ανδριώτης, 2008). Τα είδη των τουριστών που επισκέπτονται τον προορισμό είναι οι αλλοκεντρικοί ή κατά τον Cohen (1972) οι *εξερευνητές* που ταξιδεύουν ανεξάρτητα και αναζητούν την γνήσια επαφή με τον τοπική κοινωνία και κουλτούρα και την εξερεύνηση του προορισμού και οι *περιπλανώμενοι* που επιθυμούν να ζήσουν ακριβώς όπως οι ντόπιοι κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.



Σχήμα 2.5 Κύκλος Ζωής Τουριστικής Περιοχής

Πηγή: Butler (2006: 5) Επεξεργασία/Προσαρμογή: Δ. Κοσμόπουλος

Βάσει των παραπάνω, η σχέση μεταξύ προτρεπτικών και ελκυστικών παραγόντων στον εναλλακτικό τουρισμό μπορεί να λάβει την παρακάτω μορφή:



Σχήμα 2.6 Παράγοντες επιλογής εναλλακτικού προορισμού

Πηγή: Dann (1977) Επεξεργασία: Δ. Κοσμόπουλος

2.3 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού

Από το 1970 κι έπειτα, και ειδικά μετά τη δεκαετία του 1980, διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού έχουν αναδυθεί, μεταξύ άλλων, ως «αντίδοτο» στις αρνητικές προεκτάσεις του μαζικού τουρισμού (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκριμπά, 2020· Triarchi & Karamanis, 2017). Οι εν λόγω μορφές εμφανίζονται με διάφορες ονομασίες και μοντέλα, όπως *οικοτουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, τουρισμός υπαίθρου, αθλητικός τουρισμός, δημιουργικός τουρισμός, τουρισμός περιπέτειας, εκπαιδευτικός τουρισμός, αεροπορικός τουρισμός, αγροτουρισμός, περιηγητικός τουρισμός, ορεινός τουρισμός, τουρισμός υγείας και φυσικής ζωής, συνεδριακός τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, γαστρονομικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός*, κ.ά. (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019· Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκριμπά, 2020· Triarchi & Karamanis, 2017· Λαγός, 2018· Μοίρα, 2022· Ανδριώτης, 2008). Για τις ανάγκες της εργασίας, θα αναλυθούν οι μορφές εκείνες που δύνανται να αναπτυχθούν στην περιοχή μελέτης, ήτοι τον Δήμο Ερυμάνθου.

2.3.1 Πολιτισμικός τουρισμός

Η εύρεση ενός κοινώς αποδεκτού ορισμού του πολιτισμικού τουρισμού από την ακαδημαϊκή κοινότητα παρουσιάζει δυσκολίες (Schouten, 2007· Christou, 2005). Ωστόσο, ο Richards (1997) παρέχει έναν τεχνικό ορισμό που ικανοποιεί της ανάγκες της παρούσης

εργασίας. Ειδικότερα, ο συγγραφέας υποστηρίζει ότι αυτή η μορφή τουρισμού αφορά την κάθε μετακίνηση ενός ατόμου από το σύνηθες περιβάλλον του με σκοπό την επίσκεψη πολιτισμικών ατραξιόν. Αυτές οι ατραξιόν αφορούν διάφορα στοιχεία της πολιτισμικής κληρονομιάς του τουριστικού προορισμού που μπορεί να περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, τις εξής δραστηριότητες (Μοίρα, 2022· Christou, 2005):

- Επισκέψεις σε χώρους και μνημεία αρχαιολογικού ή ιστορικού ενδιαφέροντος και παραδοσιακούς οικισμούς.
- Παρακολούθηση ή και συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις και εορτασμούς.
- Πολιτιστικές θεματικές διαδρομές.
- Κατανάλωση τοπικών οίνων και φαγητού.

Η κατανάλωση κρασιών (οινοτουρισμός) και φαγητών (γαστρονομικός τουρισμός) έχει πολιτισμικές διαστάσεις και για τις ανάγκες της εργασίας θεωρούνται ως υποκατηγορίες του πολιτισμικού τουρισμού (Μοίρα, 2022). Ωστόσο, πρέπει να επισημανθεί ότι οι εν λόγω μορφές δεν αφορούν μόνο την κατανάλωση. Ειδικότερα, σύμφωνα με τους Μοίρα και Μυλωνόπουλο (2014, οπ. αναφ. στο Μοίρα, 2022), η γαστρονομία αφορά όλη τη διαδικασία από την συλλογή της πρώτης ύλης και την προετοιμασία του φαγητού μέχρι και την κατανάλωσή του σε ένα συγκεκριμένο κοινωνικό συγκείμενο. Ο οινοτουρισμός, πέραν της κατανάλωσης, αφορά την επίσκεψη ειδικά διαμορφωμένων εγκαταστάσεων και ξενάγηση στους αμπελώνες, την συμμετοχή στην καλλιέργεια και την παραγωγή ή ακόμα και την κατασκευή ειδικών καταλυμάτων φιλοξενίας των επισκεπτών (Μοίρα, 2022).

2.3.2 Αθλητικός τουρισμός

Σύμφωνα με τους Gammon και Robinson (2003), ο αθλητικός τουρισμός αφορά το ταξίδι ενός ατόμου ή μιας ομάδας ατόμων μακριά από το σύνηθες περιβάλλον τους με βασικό ή δευτερεύον κίνητρο την συμμετοχή σε μια αθλητική δραστηριότητα. Η Gibson (2006) υποστηρίζει ότι υπάρχουν τρεις βασικοί τύποι αθλητικού τουρισμού: ο ενεργητικός, ο παθητικός και της νοσταλγίας. Η συγγραφέας υποστηρίζει ότι ένας αθλητικός τουρίστας ταξιδεύει (προσωρινά) μακριά από το σύνηθες περιβάλλον του για να συμμετάσχει ενεργά σε αθλητικές δραστηριότητες, για να παρακολουθήσει αθλητικές δραστηριότητες ή για να επισκεφτεί ατραξιόν που συνδέονται με τον αθλητισμό. Όσον αφορά τη νοσταλγία, οι Ζαχαράτος και Τσάρτας (1999) επισημαίνουν ότι αυτή συνδέεται με τις παρελθούσες εμπειρίες των τουριστών στην παιδική ηλικία. Έτσι, ο αθλητικός τουρίστας μπορεί, π.χ.,

να επιθυμεί να αναβιώσει τις εμπειρίες που έζησε στον παρελθόν ως ερασιτέχνης ή επαγγελματίας αθλητής κατά την διάρκεια των διακοπών του. Επιπλέον, οι συγγραφείς αναφέρονται στο κίνητρο της φαντασίας, βάσει του οποίου ένας τουρίστας συμμετέχει σε αθλητικές δραστηριότητες προκειμένου να νιώσει (επαγγελματίας) αθλητής.

Ο Αλεξανδρής (2018) κατατάσσει τους αθλητικούς τουρίστες στις εξής πέντε κατηγορίες:

- *Ενεργοί τουρίστες*: τουρίστες που λαμβάνουν ενεργά μέρος σε αθλητικές δραστηριότητες με βασικό σκοπό την αναψυχή.
- *Παθητικοί τουρίστες*: τουρίστες που έχουν ως βασικό κίνητρο την παρακολούθηση αθλητικών δραστηριοτήτων και οργανώσεων.
- *Επαγγελματίες ή ερασιτέχνες αθλητές*: έχουν ως βασικό κίνητρο τη συμμετοχή σε αγώνες ή το να προετοιμαστούν για την συμμετοχή τους σε αυτούς.
- *Χορηγοί* που επισκέπτονται τον προορισμό όπου αγωνίζονται οι αθλητές στους οποίους επενδύουν.
- *Δημοσιογράφοι και ΜΜΕ* που επισκέπτονται τον προορισμό για να καλύψουν τα αθλητικά γεγονότα.

2.3.3 Αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός αναπτύσσεται κατά κύριο λόγο σε αγροτικές περιοχές και περιλαμβάνει επιχειρηματικές δραστηριότητες που αποβλέπουν στην ικανοποίηση των ειδικών αναγκών των επισκεπτών, αξιοποιώντας τους φυσικούς, ανθρώπινους και πολιτισμικούς πόρους του προορισμού (Λαγός, 2018· Ανδριώτης, 2008).

Οι επισκέπτες συναναστρέφονται με την τοπική κοινότητα και έρχονται σε επαφή τόσο με το φυσικό περιβάλλον του προορισμού, όσο και με την καθημερινότητα των κατοίκων (Μοίρα, 2022· Ανδριώτης, 2008). Ειδικότερα, μπορεί να παρακολουθήσουν ή να συμμετάσχουν σε αγροτικές εργασίες, να επισκεφτούν τα καφενεία και τις ταβέρνες, να παρευρεθούν σε πανηγύρια και να γευτούν τοπικά φαγητά και κρασιά (Μοίρα, 2022). Διάφοροι μελετητές (Frochot, 2005· Kastenholz, Davis & Paul, 1999), έχουν εντοπίσει συγκεκριμένους τύπους αγροτουριστών:

- *Ενεργητικοί αγροτουρίστες* που συμμετέχουν σε αρκετές αγροτικές εργασίες και επιδιώκουν τη συναναστροφή με τους ντόπιους.
- *Φυσιολάτρες* που χαλαρώνουν απολαμβάνοντας το φυσικό τοπίο.

- Λάτρες της χαλάρωσης που έχουν ως βασικό κίνητρο την απόδραση από τη ζωή και την ρουτίνα του αστικού περιβάλλοντος.
- Παραδοσιακοί αγροτουρίστες που επιθυμούν την επαφή με την κουλτούρα και τον τρόπο ζωής των αγροτικών περιοχών.

Βάσει των παραπάνω, και σύμφωνα με τους Bateman και Ray (1994), οι ντόπιοι μπορούν να εμπλακούν σε διάφορες επιχειρηματικές δραστηριότητες και να αυξήσουν το εισόδημά τους ποικιλοτρόπως, μέσω της προσφοράς καταλύματος στους επισκέπτες, της πώλησης τοπικών προϊόντων και τεχνουργημάτων, τις ξεναγήσεις στα αγροκτήματα, τη συμμετοχή των επισκεπτών σε αγροτικές εργασίες, κ.ά.

2.3.4 Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός αναφέρεται στις δραστηριότητες στις οποίες εμπλέκονται μεμονωμένοι ταξιδιώτες ή ομάδες ταξιδιωτών όταν επισκέπτονται θρησκευτικού ενδιαφέροντος τόπους, μνημεία, ναούς ή κτίσματα για ιστορικούς, θρησκευτικούς, εκπαιδευτικούς ή πολιτιστικούς λόγους (Μοίρα, 2022). Όπως υποστηρίζουν οι Jackowski και Smith (1992), ανάλογα με το βασικό κίνητρο του ταξιδιού οι εν λόγω επισκέπτες μπορεί να διαχωριστούν σε *προσκυνητές* και *θρησκευτικούς τουρίστες*. Στο προσκύνημα υπερέχει το πνευματικό στοιχείο και οι επισκέπτες αναζητούν συγκεκριμένους χώρους, μνημεία ή συνθήκες προκειμένου να επιδοθούν με ένα τυπικό τρόπο σε προσευχή και την εκτέλεση της ιεροτελεστίας που υπαγορεύει η θρησκεία τους (Jackowski & Smith, 1992· Μοίρα, 2009). Οι θρησκευτικοί τουρίστες αναζητούν γνώσεις και εμπειρίες μέσα από την επίσκεψη του θρησκευτικού κέντρου, την συμμετοχή στις θρησκευτικές εκδηλώσεις και την επαφή με τους ανθρώπους που συναναστρέφονται (Jackowski & Smith, 1992).

Σε κάθε περίπτωση, ο Rinschede (1992) επισημαίνει ότι οι θρησκευτικοί τουρίστες και οι προσκυνητές δεν έχουν πάντα αμιγώς θρησκευτικά κίνητρα, καθώς μπορεί να παρατείνουν τη διαμονή τους προκειμένου να επισκεφτούν κάποια τουριστικά αξιοθέατα. Η Smith (1992) επισημαίνει ότι τα κίνητρα ενός ταξιδιώτη μπορεί να μεταβάλλονται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού και να αφορούν όχι μόνο το προσκύνημα ή την αναζήτηση της γνώσης, αλλά ακόμα και κοσμικά στοιχεία.

Ανεξάρτητα από το εάν οι μετέχοντες σε θρησκευτικά ταξίδια κατηγοριοποιούνται ως προσκυνητές ή θρησκευτικοί τουρίστες, η εν λόγω μορφή τουρισμού προϋποθέτει την ύπαρξη τόσο των θρησκευτικής σημασίας πόρων, όσο και των υπηρεσιών εξυπηρέτησης

των τουριστών (Μοίρα, 2009· Iliev, 2020). Η Μοίρα (2009: 49-61), ταξινομεί τους θρησκευτικούς πόρους στις παρακάτω δώδεκα κατηγορίες:

1. *Θρησκευτικώς ενεργά κτίσματα* όπου διενεργούνται κανονικά οι θρησκευτικές τελετές και δέχονται επισκέπτες, δίχως να διαταράσσεται η λειτουργία τους.
2. *Θρησκευτικώς μη-ενεργά κτίσματα* που λειτουργούν πλέον ως μουσεία.
3. *Θρησκευτικά μνημεία ενσωματωμένα στο φυσικό περιβάλλον*, ενεργά ή μη.
4. *Χώροι θρησκευτικής έρευνας* όπου διάφοροι μελετητές διεξάγουν την έρευνά τους.
5. *Θρησκευτικά μουσεία* που φιλοξενούν εκθέματα θρησκευτικού χαρακτήρα.
6. *Εκθεσιακοί χώροι θρησκευτικών αντικειμένων*.
7. *Θρησκευτικά σύμβολα*, π.χ. αγάλματα αγίων.
8. *Ιεροί φυσικοί πόροι*, π.χ. βουνά και ποταμοί.
9. *Περιοχές δράσης ιερών προσώπων*.
10. *Θρησκευτικές εκδηλώσεις και εορτασμοί*, π.χ. θρησκευτικά πανηγύρια.
11. *Συνέδρια θρησκευτικού περιεχομένου*.
12. *Θρησκευτικές διαδρομές* που ακολούθησαν ιερά πρόσωπα για να διαδώσουν τη θρησκεία τους.

Βάσει των παραπάνω, και για τις ανάγκες της εργασίας, ως θρησκευτικός τουρισμός θεωρείται οποιαδήποτε τουριστική δραστηριότητα, όπως περιγράφεται παραπάνω από τη Μοίρα (2022), ανεξάρτητα από το αν τα κίνητρα του τουρίστα είναι αμιγώς ή μερικώς θρησκευτικά.

2.3.5 Ορεινός τουρισμός

Σύμφωνα με τους Κοκκώση, Τσάρτα και Γκρίμπα (2020), ο ορεινός τουρισμός αφορά ένα σύντομο (κατά κανόνα) ταξίδι σε μια ορεινή περιοχή όπου οι επισκέπτες εμπλέκονται σε μιας ήπιας μορφής ορειβατικές, περιπατητικές ή αθλητικές δραστηριότητες. Ειδικότερα, κατά τον Ανδριώτη (2008), ο ορεινός τουρισμός μπορεί να λάβει διάφορες μορφές και να περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως αναρρίχηση, χιονοδρομία, εξερεύνηση σπηλαίων, κατάβαση ποταμών με ειδικές λέμβους/σκάφη, πεζοπορία, ποδηλασία ανωμάλου δρόμου, ιππασία, κ.ά. Η πληθώρα των δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού επιβεβαιώνεται και από τα ερευνητικά ευρήματα των Μοίρα και Δρίβα (2017) οι οποίοι σε μια μεγάλη πανελλαδική έρευνα κατέγραψαν τις επιθυμητές δραστηριότητες των επισκεπτών ενός κέντρου ορεινού τουρισμού. Οι δημοφιλέστερες δραστηριότητες που

εντόπισαν οι μελετητές είναι, μεταξύ άλλων, η πεζοπορία, η ορειβασία, η απόλαυση του τοπίου, η κατανάλωση καφέ, ροφημάτων και προϊόντων της τοπικής γαστρονομίας, η παρατήρηση της χλωρίδας και της πανίδας, η παρακολούθηση και η συμμετοχή σε εκδηλώσεις, η κατασκήνωση, καθώς και διάφορες υπαίθριες αθλητικές δραστηριότητες. Οι ερευνητές κατέγραψαν ως βασικά κίνητρα την ανάγκη των επισκεπτών για επαφή με το φυσικό περιβάλλον, την ανάγκη για άθληση, την ανάγκη για την απόδραση από το άγχος του αστικού τρόπου ζωής και την «αλπική εμπειρία» που αφορά τη θέα, το παιχνίδι και τον «καθαρό αέρα».

Οι ορεινές περιοχές έχουν κάποια ειδικά χαρακτηριστικά τα οποία έχουν συγκεκριμένες προεκτάσεις για τον τουρισμό. Ένα χαρακτηριστικό είναι η *ποικιλομορφία* (diversity) του ανάγλυφου, της χλωρίδας, της πανίδας (Price & Nevile, 2003) και της κουλτούρας (Stepp, 2000), η οποία μπορεί να συμβάλλει στην δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για την περιοχή (Sharma, 2000). Ειδικότερα, όπως αναλύθηκε παραπάνω, η παρατήρηση της χλωρίδας και της πανίδας, η συμμετοχή σε εκδηλώσεις και η απόλαυση της θέας αποτελούν επιθυμητές δραστηριότητες για τους δυνητικούς τουρίστες. Κατά συνέπεια, τα διαφορετικά είδη ζώων και φυτών, η εναλλαγή των τοπίων και οι διάφορες εκφάνσεις της τοπικής κουλτούρας μπορεί να προσελκύσουν συγκεκριμένες *κόγχες* (niches) της αγοράς. Οι *κόγχες* αποτελούν ένα ακόμα βασικό χαρακτηριστικό των ορεινών περιοχών και αφορούν συγκεκριμένα τουριστικά προϊόντα που παράγει η ορεινή περιοχή για την κάλυψη των ειδικών κινήτρων των εναλλακτικών τουριστών (Sharma, 2000). Η *δύσκολη προσβασιμότητα* (difficult access) είναι επίσης σημαντικό χαρακτηριστικό, καθώς μπορεί να έχει τόσο αρνητικές, όσο και θετικές προεκτάσεις για τον τουρισμό. Αν και μπορεί να εμποδίσει την προσέλευση των τουριστών, είναι πιθανό να συμβάλλει στην δημιουργία υψηλής αξίας τουριστικών προϊόντων, όπως υποστηρίζουν οι Nepal και Chipeniuk (2005). Οι ερευνητές φέρνουν ως παράδειγμα τα Καναδικά Βραχώδη όρη και τα παράλια όρη της Βρετανικής Κολομβίας, υποστηρίζοντας ότι διάφορες παραλλαγές του ορεινού τουρισμού ευδοκιμούν εκεί. Οι ίδιοι εντοπίζουν επίσης το χαρακτηριστικό της *αισθητικής* (aesthetics) που αφορά εκτός από την ποιότητα του τοπίου, τον ψυχαγωγικό, πνευματικό και «παρθένο» χαρακτήρα του, ο οποίος μπορεί να προσελκύσει νέα και περιπετειώδη άτομα που επιζητούν την πνευματική ανάταση, τουρίστες που επιθυμούν να εντυπωσιάσουν με τις εμπειρίες τους (exhibitionists) και τουρίστες που «μεταναστεύουν» προκειμένου να απολαύσουν ανέσεις που δεν υπάρχουν στο σύννηθες περιβάλλον τους (amenity migrants).

2.4 Βασικές προϋποθέσεις ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού

2.4.1 Πόλοι έλξης

Όπως αναλύθηκε στην υποενότητα 2.2.5, ο Dann (1977) υποστηρίζει ότι πρέπει να υπάρχουν οι απαιτούμενοι *ελκυστικοί παράγοντες* (pull factors), προκειμένου να δελεαστεί ένας τουρίστας να επισκεφτεί ένα προορισμό. Ο Ανδριώτης (2008) χαρακτηρίζει αυτούς τους παράγοντες ως *πόλους έλξης* και επίσης αναγνωρίζει τη σημασία τους για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού. Οι εν λόγω παράγοντες λαμβάνουν τη μορφή συγκεκριμένων τουριστικών πόρων τους οποίους οι Κοκκώσης και Τσάρτας (1999) κατατάσσουν σε τρεις βασικές κατηγορίες, σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα:

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ		
ΦΥΣΙΚΟΙ & ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΙ	ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΙ & ΙΣΤΟΡΙΚΟΙ	ΑΝΘΡΩΠΟΓΕΝΕΙΣ
Φυσικό περιβάλλον Ορεινοί όγκοι Τοπία Άγρια φύση Λίμνες κ.ά.	Ιστορικά μνημεία Ήθη και έθιμα Θρησκεία Πολιτιστικές εκδηλώσεις Παραδοσιακή τέχνη κ.ά.	Παραδοσιακοί οικισμοί Μουσεία Κτίρια Ιστορικά κέντρα Θεματικά πάρκα κ.ά.

Πίνακας 2.1 Κατηγορίες τουριστικών πόρων

Πηγή: Κοκκώσης & Τσάρτας (1999: 81) **Επεξεργασία:** Δ. Κοσμόπουλος

Οι Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα (2020), δίνουν κάποια συγκεκριμένα παραδείγματα πόρων που απαιτούνται στον εναλλακτικό τουρισμό. Συγκεκριμένα, στον αγροτουρισμό είναι απαραίτητη η ύπαρξη μιας ποικιλόμορφης χλωρίδας και πανίδας και τοπίων φυσικής ομορφιάς. Θα πρέπει επίσης να υπάρχει αγροτική, κτηνοτροφική και οινική παραγωγή, ενώ η ύπαρξη γραφικών χωριών, ιστορικών μνημείων, εκκλησιών και η διοργάνωση τοπικών πολιτιστικών εκδηλώσεων θεωρούνται σημαντικοί παράγοντες ανάπτυξης. Για τον πολιτισμικό τουρισμό, οι συγγραφείς, επισημαίνουν, μεταξύ άλλων, τη σημασία των υλικών και άυλων στοιχείων της τοπικής παράδοσης, όπως τα μουσεία, τις πινακοθήκες, τον τρόπο ζωής και την ιστορία της περιοχής. Ο αθλητικός τουρισμός (υπαίθρου) και ο ορεινός τουρισμός, προϋποθέτουν το κατάλληλο φυσικό περιβάλλον και οργανωμένα μονοπάτια για πεζοπορία, ποδηλατικές διαδρομές, κ.ά. Οι απαραίτητοι θρησκευτικοί πόροι, όπως ταξινομούνται από τη Μοίρα (2009), παρουσιάστηκαν στην ενότητα 2.3.4.

2.4.2 Τουριστική υποδομή και υπηρεσίες

Για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού είναι απαραίτητη η ανάπτυξη γενικών και ειδικών τουριστικών υποδομών, καθώς και η παροχή των υπηρεσιών εκείνων που θα ικανοποιήσουν τους επισκέπτες (Ανδριώτης, 2008· Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2020· Κοκκώσης & Τσάρτας, 1999). Οι γενικές υποδομές αφορούν τα οδικά δίκτυα, τις μεταφορές, την αποκομιδή των απορριμμάτων, την ηλεκτροδότηση και την υδροδότηση της τουριστικής περιοχής, τις υποδομές υγείας (νοσοκομεία, κέντρα υγείας, φαρμακεία), κτλ (Ανδριώτης, 2008). Οι ειδικές υποδομές αφορούν τα στοιχεία που επιτρέπουν την ανάπτυξη συγκεκριμένων μορφών εναλλακτικού τουρισμού, όπως, για παράδειγμα, ένα θεματικό μουσείο αγροτικής ζωής στον αγροτουρισμό (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2020) ή ένα σκοπευτήριο που μπορεί να φιλοξενήσει μια εθνική αθλητική διοργάνωση στον αθλητικό τουρισμό (Αλεξανδρής, 2018).

Η παροχή των απαιτούμενων υπηρεσιών προϋποθέτει την δημιουργία επιχειρήσεων μεταφοράς, διαμονής, σίτισης και ψυχαγωγίας (καταλύματα, εστιατόρια, καφεενεία/μπαρ, ταξί, κ.ά.) καθώς και επιχειρήσεων που θα παράγουν παραδοσιακά «εναλλακτικά» τοπικά προϊόντα, όπως οινοποιεία, τυροκομεία, εργαστήρια παραγωγής λαϊκών τεχνουργημάτων, κ.ά. (Ανδριώτης, 2008). Σημαντική είναι επίσης η λειτουργία καταστημάτων πώλησης των προϊόντων αυτών και άλλων τοπικών προϊόντων (Wilson et al, 2001).

2.4.3 Εκπαίδευση και κατάρτιση

Οι απαραίτητες γνώσεις και η κατάλληλη εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού που δραστηριοποιείται στον τουρισμό αποτελούν κρίσιμο παράγοντα επιτυχίας στην ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Σταυρινούδης & Παρθένης, 2009). Ωστόσο, τα άτομα που δραστηριοποιούνται ή που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στον εναλλακτικό τουρισμό, συχνά, έχουν έλλειμμα γνώσεων (Busby & Rendle, 2000). Το «κενό» γνώσης μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής εξαιτίας της ιδιαιτερότητας του τουριστικού προϊόντος, το οποίο αποτελεί ένα μίγμα υλικών και άυλων στοιχείων, όπως μεταφορά, διαμονή, σίτιση, ψυχαγωγία, υπηρεσίες, κ.ά. (Τσιότρας, 2016· Kotler et al, 2019). Ειδικότερα, ο καθηγητής Τσιότρας (2016) επισημαίνει ότι ένας επισκέπτης αντιλαμβάνεται την συνολική ποιότητα του τουριστικού προϊόντος σταθμίζοντας όλα τα (παραπάνω) επιμέρους στοιχεία του, με αποτέλεσμα η ποιότητα της υπηρεσίας μιας επιχείρησης να επηρεάζεται από την ποιότητα των

υπολοίπων. Επομένως, ειδικά σε περιπτώσεις όπου το ανθρώπινο δυναμικό δεν έχει επαγγελματική εμπειρία, πρέπει να διενεργούνται οι απαραίτητες εκπαιδευτικές δράσεις (Ανδριώτης, 2008).

Στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, εκτός από τους επαγγελματίες και τις επιχειρήσεις, εμπλέκονται διάφοροι δημόσιοι οργανισμοί και φορείς, δημιουργώντας ένα σύστημα αλληλεπιδράσεων όπου ο ένας παράγοντας επηρεάζει τον άλλον (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019). Οι συγκεκριμένοι φορείς και οργανισμοί, όπως θα αναλυθεί παρακάτω, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη προορισμών (Σταυρινούδης & Παρθένης, 2009). Επομένως, η εκπαίδευση και εξειδίκευση στις ΕΕΜΤ πρέπει να απευθύνεται και στα στελέχη των εν λόγω οργανισμών, ειδικά των τοπικών (Σταυρινούδης & Παρθένης, 2009), σε όλα τα ιεραρχικά επίπεδα.

2.4.4 Ανάμειξη του δημόσιου τομέα

Η ενεργή ανάμειξη του δημόσιου τομέα, ειδικά σε τοπικό επίπεδο, είναι κομβική για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού (Wilson et al, 2001· Inkson & Minnaert, 2020· Κοκκώσης & Τσάρτας, 2019· Σταυρινούδης & Παρθένης, 2009). Ειδικότερα, ο δημόσιος τομέας μέσω του συντονισμού, του σχεδιασμού, των νόμων (Hall, 2008), της εκπαίδευσης (Σταυρινούδης & Παρθένης, 2009) και της χρηματοδότησης (Wilson et al, 2009) μπορεί να συμβάλλει στη βιώσιμη ανάπτυξη ενός εναλλακτικού προορισμού.

Όσον αφορά τον συντονισμό, ο δημόσιος τομέας μπορεί να φέρει σε επαφή και να συντονίσει τις δραστηριότητες όλων των ομάδων ενδιαφέροντος που εμπλέκονται στην ανάπτυξη μιας τουριστικής περιοχής, βοηθώντας τις στο να αναπτύξουν κοινούς στόχους (Inkson & Minnaert, 2020).

Ο σωστός στρατηγικός σχεδιασμός, αποτελεί έναν ακόμη σημαντικό παράγοντα της ανάπτυξης (Wilson et al, 2001). Ο δημόσιος τομέας επιλέγει τις μορφές τουρισμού που θα αναπτυχθούν, τον τρόπο που θα γίνει η ανάπτυξη, τα βήματα και τους δείκτες μέτρησης της επίτευξης των στόχων (Inkson & Minnaert, 2020).

Μέσω των νόμων και των κανονισμών, λαμβάνεται μέριμνα για την υγιεινή και ασφάλεια των επισκεπτών, την προστασία του περιβάλλοντος, την παροχή χρηματοοικονομικών κινήτρων για την ανάπτυξη ΕΕΜΤ (π.χ. χαμηλότοκα δάνεια, εκπτώσεις φόρου, κ.ά.), αλλά και προστασίας του δημόσιου συμφέροντος από μη βιώσιμες πρακτικές του ιδιωτικού τομέα (Inkson & Minnaert, 2020).

Στην συντριπτική τους πλειοψηφία οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις ΕΕΜΤ στην Ελλάδα είναι μικρομεσαίες (Φαρσάρη & Σωτηριάδης, 2009). Συχνά, το μικρό τους μέγεθος συνεπάγεται την έλλειψη των απαιτούμενων πόρων για την ανταγωνιστικότητά τους (Buhalis, 1999). Για την αντιμετώπιση της συγκεκριμένης έλλειψης είναι απαραίτητη η χρηματοδότησή τους από τον δημόσιο τομέα, καθώς και η δημιουργία δικτύων που θα επιτρέψουν την διάχυση της τεχνογνωσίας για την διαχείριση των ΕΕΜΤ (Φαρσάρη & Σωτηριάδης, 2009). Παράλληλα, όπως ήδη έχει αναλυθεί, η δημιουργία των κατάλληλων υποδομών είναι καθοριστική. Άρα, το δημόσιο πρέπει να αναλάβει την χρηματοδότηση των υποδομών που δεν μπορεί να καλύψει ο αποτελούμενος από ΜΜΕ ιδιωτικός τομέας (Wilson et al, 2001).

2.4.5 Σύσταση ενός Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού

Σε ένα τουριστικό προορισμό εφαρμόζονται προγράμματα και διαδικασίες προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι που έχουν τεθεί αναφορικά με τον τουρισμό, ώστε να υπάρξει τουριστική ανάπτυξη, όπως υποστηρίζει η Keyser (2002). Η συγγραφέας περιγράφει τις παραπάνω δραστηριότητες ως *μάνατζμεντ προορισμού* (destination management), το οποίο οι Ritchie και Crouch (2003) χαρακτηρίζουν ως κομβικό παράγοντα δημιουργίας βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Οι συγγραφείς υποστηρίζουν ότι η σύσταση ενός *Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού* (DMO), που αποτελείται από ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς που εκπροσωπούν τον τοπικό τουρισμό, δύναται να συμβάλλει στην επίτευξη των στόχων μέσω της κατάλληλης ηγεσίας και του συντονισμού των δραστηριοτήτων, κάτι που έχει αναγνωριστεί από αρκετούς προορισμούς (Inkson & Minnaert, 2020).

Σήμερα, οι εν λόγω οργανισμοί λειτουργούν (κατά βάση) αυτόνομα και εκπροσωπούν τα ιδιωτικά και δημόσια συμφέροντα του προορισμού, συμβάλλοντας στην αξιοποίηση όλων των πόρων (γνώση, εμπειρία, πόροι, κεφάλαιο, κ.ά.), ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητα της τουριστικής περιοχής (Kotler, Haider & Rein, 1993). Μέσω της δημιουργίας δικτύων και την ανάληψη δραστηριοτήτων όπως, π.χ., την εκπαίδευση και την προβολή, συντελούν στην αποτελεσματικότερη χρήση των πόρων, κάτι που η κάθε ομάδα ενδιαφέροντος δεν θα μπορούσε να πετύχει μεμονωμένα με χαμηλό κόστος (Inkson & Minnaert, 2020). Σε κάθε περίπτωση, η συνεργασία μεταξύ των ιδιωτικών και δημόσιων φορέων και ο στρατηγικός σχεδιασμός αποτελούν σημαντικές προϋποθέσεις ανάπτυξης (Wilson et al, 2001). Ένας DMO μπορεί να ενισχύσει τη συμμετοχική λήψη αποφάσεων

κατά τον στρατηγικό σχεδιασμό (Inkson & Minnaert, 2020) και μπορεί να βοηθήσει όλα τα εμπλεκόμενα μέρη να γνωρίσουν και να κατανοήσουν τις πολιτικές και στρατηγικές, με αποτέλεσμα την καλύτερη λειτουργία του τοπικού τουριστικού συστήματος και την βελτίωση του προϊόντος (Bramwell & Lane, 2000).

Πιο συγκεκριμένα, το αποτελεσματικό μάνατζμεντ προορισμού περιλαμβάνει τις εξής βασικές δραστηριότητες (Inkson & Minnaert, 2020· Ritchie & Crouch, 2003):

- Τον συντονισμό των επιχειρήσεων και των οργανισμών (δημοσίων και ιδιωτικών) που παράγουν τα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος, συμπεριλαμβανομένης της τοπικής αυτοδιοίκησης και της τοπικής κοινωνίας, ώστε να έχουν μια κοινή κατεύθυνση και έναν ενιαίο στρατηγικό στόχο, δημιουργώντας παράλληλα τις οργανωτικές δομές που θα διευκολύνουν την υλοποίηση του.
- Την προβολή του προϊόντος και την πληροφόρηση για την πρόταση αξίας του προορισμού σε δυνητικούς επισκέπτες, καθώς και την ενημέρωση των φορέων που εμπλέκονται στην τουριστική ανάπτυξη για τις τάσεις της αγοράς.
- Την παροχή υπηρεσιών στους επισκέπτες, όπως, π.χ., την ενημέρωσή τους κατά την άφιξη τους στον προορισμό μέσω ενός γραφείου πληροφόρησης, την δημιουργία ενός ιστότοπου που εκτός από πρόσβαση σε πληροφόρηση μπορεί να δίνει τη δυνατότητα κρατήσεων, οργανωμένες ξεναγήσεις, κ.ά.
- Παροχή εκπαίδευσης στους παραγωγούς των υπηρεσιών που αφορούν, μεταξύ άλλων, την λεκτική επικοινωνία και την εξυπηρέτηση.
- Την αξιοποίηση και την προσήκουσα συντήρηση και διαφύλαξη των τουριστικών πόρων και υποδομών.
- Τη δημιουργία δικτύων μεταξύ φορέων όπως την τοπική αυτοδιοίκηση, τον Εθνικό Οργανισμό Τουρισμού, Εμπορικά Επιμελητήρια, πηγές χρηματοδότησης, κ.ά.

Οι παραπάνω δραστηριότητες μπορούν να υλοποιηθούν από έναν DMO (Inkson & Minnaert, 2020). Η επιτυχημένη υλοποίηση προϋποθέτει την αποτελεσματική επικοινωνία με όλους τους φορείς, ισχυρή ηγεσία και ισορροπημένη εκπροσώπηση των εμπλεκόμενων στην τουριστική ανάπτυξη μερών (Dredge, 2006).

2.4.6 Κατάλληλος σχεδιασμός

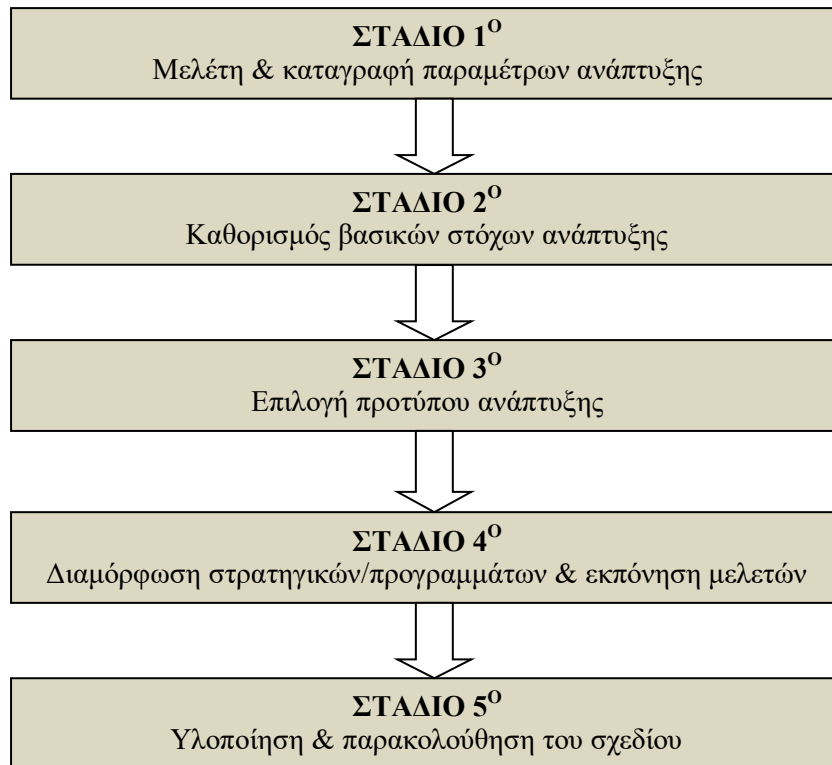
Ο κατάλληλος σχεδιασμός της ανάπτυξης αποτελεί ένα καθοριστικό παράγοντα επιτυχίας, προκειμένου να αποφευχθεί η μαζικοποίησή του εναλλακτικού προϊόντος (Ανδριώτης,

2008) και οι αρνητικές προεκτάσεις που έπονται μιας τέτοιας εξέλιξης (βλ. υποενότητα 2.1.4). Εξάλλου, δεδομένης της ανάγκης για κοινωνική συμμετοχή και συναίνεση, όπως αναλύεται στην επόμενη υποενότητα, θα πρέπει η τοπική κοινωνία να είναι βέβαιη για τον αιεσιφορικό χαρακτήρα της ανάπτυξης. Ο κατάλληλος σχεδιασμός μπορεί να διασφαλίσει την βεβαιότητα αυτή (Gunn, 1994).

Με τον όρο σχεδιασμό, αναφερόμαστε σε μια συστηματική διαδικασία οργάνωσης της ανάπτυξης, κατά τη οποία τίθενται στόχοι και ακολουθούνται συγκεκριμένα βήματα για την υλοποίησή τους (Φαρσάρη & Σωτηριάδης, 2009). Η σκοπιμότητα του σχεδιασμού δικαιολογείται από τον κατακερματισμό των αρμοδιοτήτων και την ανάγκη συντονισμού που εκπηγάζει από αυτόν, καθώς και από τον πολύπλοκο χαρακτήρα της ανάπτυξης (Φαρσάρη & Σωτηριάδης, 2009).

Οι Κοκκώσης και Τσάρτας (2019) εντοπίζουν πέντε στάδια στην εν λόγω διαδικασία. Κατά το πρώτο, ερευνούνται και καταγράφονται τα βασικά στοιχεία, που αποτελούν τον ακρογωνιαίο λίθο της ανάπτυξης. Σύμφωνα με τους συγγραφείς αυτά είναι οι πόροι, οι υποδομές και οι υπηρεσίες (γενικές και ειδικές), το πλάνο μάρκετινγκ, το θεσμικό πλαίσιο, μελέτες και έρευνες της τουριστικής ζήτησης και οι ανθρώπινοι πόροι. Η συλλογή των στοιχείων αποσκοπεί στον εντοπισμό των πλεονεκτημάτων, αλλά και των αδυναμιών της περιοχής. Στο δεύτερο, προσδιορίζονται οι στόχοι της ανάπτυξης. Στο τρίτο, επιλέγεται το πρότυπο της ανάπτυξης, το οποίο στην περίπτωσή μας αφορά αυτό που οι συγγραφείς ονομάζουν *Πρότυπο Βιώσιμου Τουρισμού με χρήση EEMT* (σελ. 71). Στο τέταρτο, διαμορφώνονται οι στρατηγικές υλοποίησης των στόχων, διαμορφώνονται τα προγράμματα και εκπονούνται ειδικές μελέτες. Στο πέμπτο στάδιο, δημιουργείται ένας φορέας επίβλεψης της εφαρμογής, π.χ. ένας DMO, ελέγχεται ο βαθμός υλοποίησης των στόχων μέσω των κατάλληλων δεικτών, ρυθμίζονται τα απαιτούμενα θεσμικά ζητήματα, π.χ., επενδυτικά κίνητρα, χωροταξικές ρυθμίσεις, κ.ά., και εκπονούνται τα απαραίτητα προγράμματα προβολής.

Κατά τη διάρκεια της υλοποίησης, ο βαθμός βιωσιμότητας της ανάπτυξης θα πρέπει να παρακολουθείται, μέσω σωστά επιλεγμένων δεικτών (Φαρσάρη & Σωτηριάδης, 2009).



Σχήμα 2.7 Στάδια σχεδιασμού τουριστικής ανάπτυξης

Πηγή: Κοκκώσης & Τσάρτας (2019: 87) **Επεξεργασία:** Δ. Κοσμόπουλος

2.4.7 Λοιπές προϋποθέσεις ανάπτυξης

Εκτός από τις παραπάνω προϋποθέσεις, είναι σημαντικό να δοθεί έμφαση και σε κάποιους άλλους παράγοντες, όπως τη συμμετοχή της κοινωνίας στην ανάπτυξη (Ανδριώτης, 2008· Wilson et al, 2001). Οι ντόπιοι μπορούν να αναλάβουν διάφορους ρόλους στην παραγωγή του προϊόντος (βλ. υποενότητα 2.2.2), ενώ η συμπεριφορά τους απέναντι στους επισκέπτες επηρεάζει την ποιότητα των υπηρεσιών (Swarbrooke, 1996). Επομένως, θα πρέπει να διασφαλιστεί, πριν από οποιαδήποτε αναπτυξιακό σχέδιο, η συγκατάθεση της τοπικής κοινωνίας (Murphy, 1985· Ανδριώτης, 2008). Ο Βελισσαρίου (2009) αναφέρει επίσης, μεταξύ άλλων, τρεις σημαντικές προϋποθέσεις. Υποστηρίζει ότι η εύκολη οδική πρόσβαση είναι σημαντική, καθώς οι εναλλακτικοί τουρίστες, στην πλειοψηφία τους, μεταβαίνουν στον προορισμό με δικό τους όχημα. Επίσης, τονίζει ότι η απόσταση του προορισμού από κάποιο αστικό κέντρο αποτελεί μια δυνητική πηγή τουριστών. Τέλος, θεωρεί ότι αν υπάρχει ήδη μια χρήσιμη μάζα τουριστών που επισκέπτεται την περιοχή, τότε αυτή μπορεί να λειτουργήσει ως εφαλτήριο περαιτέρω ανάπτυξης.

3. Μεθοδολογία της έρευνας

3.1 Ερευνητική προσέγγιση

Με βάση τους Durbarry (2020) και Bryman (2016), υπάρχουν δύο βασικές ερευνητικές προσεγγίσεις στην έρευνα: η *παραγωγική* (deductive) και η *επαγωγική* (inductive). Όπως υποστηρίζουν, στην παραγωγική έρευνα, με βάση την υπάρχουσα θεωρία, αναπτύσσεται μια υπόθεση και κατόπιν ο ερευνητής συλλέγει δεδομένα, προκειμένου να επιβεβαιώσει ή να απορρίψει την υπόθεσή του. Στην επαγωγική πρώτα συλλέγονται δεδομένα και κατόπιν αναπτύσσεται η σχετική θεωρία που θα ερμηνεύσει το υπό μελέτη φαινόμενο ή σχέση.

Στην παρούσα εργασία υιοθετείται η παραγωγική προσέγγιση. Ειδικότερα, μετά από την επισκόπηση της βιβλιογραφίας εντοπίστηκαν οι βασικές προϋποθέσεις της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού (ενότητα 2.4). Έπειτα, διατυπώνεται η γενική υπόθεση ότι ο Δήμος Ερυμάνθου πληροί τις εν λόγω προϋποθέσεις. Η γενική υπόθεση εξειδικεύεται στις εξής υπο-υποθέσεις, που εκπορεύονται τόσο από τα ερευνητικά ερωτήματα (ενότητα 1.4), όσο και από τις προϋποθέσεις ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού (ενότητα 2.4):

1. Ο Δήμος διαθέτει τους κατάλληλους πόρους τόσο σε είδος όσο και σε ποιότητα.
2. Ο Δήμος διαθέτει τις απαραίτητες υποδομές και υπηρεσίες.
3. Οι τοπικοί (πολιτικοί) φορείς είναι θετικά διακείμενοι απέναντι στην ανάπτυξη κι έχουν τη βούληση να το πράξουν.
4. Ο Δήμος είναι διατεθειμένος να προβεί στην σύσταση ενός DMO, εφόσον δεν υπάρχει ένας κεντρικός οργανισμός διαχείρισης του τουρισμού.
5. Υπάρχει το κατάλληλα καταρτισμένο/εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό.
6. Ο Δήμος διαθέτει ή σκοπεύει να εκπονήσει ένα στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης.
7. Η τοπική κοινωνία είναι σύμφωνη με την ανάπτυξη.
8. Οι τουριστικοί πόροι του Δήμου είναι (εύκολα) προσβάσιμοι.
9. Ο Δήμος έχει γεωγραφική εγγύτητα με αστικά κέντρα.
10. Υπάρχει ήδη ένας (μικρός) αριθμός τουριστών ή εκδρομέων στην περιοχή.

Προκειμένου να ελεγχθούν οι παραπάνω υποθέσεις, θα πραγματοποιηθεί η συλλογή των απαραίτητων δεδομένων μέσω της *ποιοτικής έρευνας* (Flick, 2017). Τα αποτελέσματα της έρευνας θα οδηγήσουν σε συμπεράσματα για το αν επιβεβαιώνονται ή απορρίπτονται (και σε τι βαθμό) οι υποθέσεις, με απώτερο σκοπό την υποβολή τεκμηριωμένων προτάσεων.

3.2 Συλλογή δεδομένων

3.2.1 Μέθοδοι συλλογής

Στο πεδίο των κοινωνικών επιστημών, και κατ' επέκταση στον τουρισμό, καταγράφονται τρεις βασικές μέθοδοι έρευνας: οι ποσοτικές, οι ποιοτικές και οι μεικτές (Bryman, 2016). Οι ποσοτικές μέθοδοι χαρακτηρίζονται από τη συλλογή αριθμητικών δεδομένων (Bryman, 2016) και στατιστικές αναλύσεις με σκοπό τον εμπειρικό έλεγχο μιας θεωρίας, βάσει ενός εννοιολογικού μοντέλου (Durberry & Ramseook-Munhurrin, 2020). Στον αντίποδα, οι ποιοτικές προσεγγίσεις (κατά κανόνα) δεν βασίζονται σε στατιστικές αναλύσεις για την εξαγωγή συμπερασμάτων (Veal, 2006) και έχουν έναν ερμηνευτικό χαρακτήρα που ενέχει μεγαλύτερη υποκειμενικότητα σε σύγκριση με τις ποσοτικές μεθόδους (McDaniel & Gates, 2012). Οι μεικτές μέθοδοι αποτελούν έναν συνδυασμό ποσοτικών και ποιοτικών μεθόδων (Bryman, 2016).

Όπως υποστηρίζουν οι Durberry & Ramseook-Munhurrin (2020), η επιλογή της μεθόδου εξαρτάται από τα ερευνητικά ερωτήματα και την καταλληλότητά της μεθόδου για την εξέτασή τους. Στην παρούσα εργασία, διερευνούνται, μεταξύ άλλων, στάσεις, αντιλήψεις, διαδικασίες, καταστάσεις και προοπτικές οι οποίες δεν ποσοτικοποιούνται. Συνεπώς, από τη στιγμή που η έρευνα εστιάζει σε αντιλήψεις και αλληλεπιδράσεις και ο σκοπός δεν είναι η γενίκευση των ευρημάτων, αλλά η εξειδίκευσή τους σε σχέση με τον Δήμο Ερυμάνθου, η ποιοτική μέθοδος είναι η πλέον κατάλληλη (Veal, 2006).

Οι ποιοτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται στην παρούσα εργασία για την συλλογή των πρωτογενών δεδομένων είναι η *συνέντευξη* και η *παρατήρηση* (Beedie, 2020· Flick, 2017). Τα δευτερογενή δεδομένα αναζητούνται μέσα από διαδικτυακές κατά βάση πηγές και από τα αρχεία της δημοτικής αρχής και άλλων οργανισμών. Η διαδικτυακή έρευνα εστιάζει στον εντοπισμό των δυνητικών πόλων έλξης του Δήμου, στις υποδομές και τις υπηρεσίες και προηγείται της ποιοτικής. Έτσι, αντλούνται και πληροφορίες που συμβάλλουν στην καλύτερη διαμόρφωση των ερωτήσεων των συνεντεύξεων. Επιπρόσθετα, αναζητούνται δεδομένα αναφορικά με τις παρούσες ενέργειες της δημοτικής αρχής, την επαγγελματική ιδιότητα των πολιτικών φορέων (ώστε να διερευνηθεί η συνάφεια του επαγγέλματός τους με τον τουριστικό τομέα), καθώς και γεωγραφικά - δημογραφικά δεδομένα, προκειμένου αφενός να διαπιστωθεί η εγγύτητα του δήμου με μεγάλα αστικά κέντρα, και αφετέρου να γίνει μια εκτίμηση των δυνητικών ομάδων-στόχων του τουριστικού προϊόντος.

3.2.2 Συνεντεύξεις

Για τη συλλογή των δεδομένων, έλαβαν χώρα τηλεφωνικές και προσωπικές συνεντεύξεις με φορείς του Δήμου που δύνανται να επηρεάσουν την τουριστική ανάπτυξη. Ο στόχος ήταν να εντοπιστούν και να καταγραφούν οι στάσεις και οι αντιλήψεις τους αναφορικά με τις προοπτικές ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού, προκειμένου να διαπιστωθεί αν υπάρχει τόσο η βούληση, όσο και οι προϋποθέσεις. Επιπρόσθετα, μέσω των συνεντεύξεων αντλούνται πληροφορίες αναφορικά με το είδος και την ποιότητα των τουριστικών πόρων, των υποδομών, των υπηρεσιών και του ανθρώπινου κεφαλαίου που μπορεί δυνητικά να στηρίξει την ανάπτυξη.

Οι συνεντεύξεις μπορούν να λάβουν διάφορες μορφές ανάλογα με το βαθμό που οι συνθήκες τους και τα ερωτήματά τους έχουν προκαθοριστεί εκ των προτέρων (Beedie, 2020). Σύμφωνα με τον Beedie (2020), οι συνεντεύξεις μπορούν να τοποθετηθούν σε ένα συνεχές, όπου στο ένα άκρο βρίσκονται οι *δομημένες* και στο άλλο οι *μη-δομημένες*. Ο συγγραφέας επισημαίνει ότι στις δομημένες τα ερωτήματα είναι προσχεδιασμένα και κοινά για όλα τα άτομα που δίνουν συνέντευξη δίχως αποκλίσεις και ως εκ τούτου αυτός ο τύπος ομοιάζει με μια ποσοτική προσέγγιση. Αντίθετα, στις μη-δομημένες υπάρχει μεγάλη ευελιξία του ατόμου που δίνει τη συνέντευξη να μιλήσει για το θέμα προς συζήτηση, με τις παρεμβάσεις του ερευνητή να είναι ελάχιστες. Στο ενδιάμεσο του συνεχούς βρίσκονται οι *ημι-δομημένες* συνεντεύξεις στις οποίες τα ερωτήματα είναι συγκεκριμένα, καθοδηγώντας τις απαντήσεις, δίχως όμως να αποκλείουν τη συνεισφορά του ατόμου που δίνει τη συνέντευξη (Beedie, 2020). Επιπρόσθετα, οι Meuser και Nagel (2009), αναφέρονται σε μια ειδική μορφή ημι-δομημένων συνεντεύξεων που ονομάζεται *συνέντευξη ειδικών* (expert interview). Οι μελετητές αναφέρουν ότι στον συγκεκριμένο τύπο αυτό που έχει σημασία είναι οι ειδικές γνώσεις του ερωτώμενου σε ένα πεδίο. Οι ειδικοί μπορούν να προσφέρουν γνώσεις για δράσεις, οργανωτικά θέματα, διαδικασίες και τεχνικά ζητήματα και παράλληλα μπορούν να δώσουν και την υποκειμενική τους (ωστόσο τεκμηριωμένη) εκτίμηση για ζητήματα της ειδικότητάς τους (Bogner & Menz, 2009).

Για την παρούσα εργασία απαιτείται η συλλογή συγκεκριμένων στοιχείων που αφορούν τις προϋποθέσεις ανάπτυξης, δίχως όμως να αποκλείεται η συνεισφορά των ερωτώμενων, που με τις γνώσεις τους, και λόγω ιδιότητας, μπορούν να αναδείξουν και ζητήματα που δεν έχουν υποπέσει στην αντίληψη του ερευνητή. Συνεπώς, διενεργούνται ημι-δομημένες συζητήσεις με ειδικούς. Συγκεκριμένα, ερωτήθηκαν στελέχη της δημοτικής αρχής, και

από τις δύο πολιτικές παρατάξεις, που οι αρμοδιότητές τους δύνανται να επηρεάσουν την ανάπτυξη προκειμένου να διασφαλιστεί πλουραλισμός απόψεων, αλλά και να διαπιστωθεί κατά πόσο οι πολιτικές παρατάξεις συμπλέουν μεταξύ τους. Επιπρόσθετα, διενεργήθηκαν συνεντεύξεις με τους προέδρους των κοινοτήτων. Οι πρόεδροι γνωρίζουν την περιοχή τους και μπορούν να δώσουν σημαντικές πληροφορίες τόσο για την υπάρχουσα κατάσταση των δυνητικών πόρων και υποδομών, όσο και για τις μελλοντικές προοπτικές ανάπτυξης EMT.

Οι συνεντεύξεις με τους προέδρους των κοινοτήτων πραγματοποιήθηκαν τηλεφωνικά, εξαιτίας του μεγάλου αριθμού τους (33 κοινότητες) και της γεωγραφικής διασποράς που δημιουργήσε περιορισμούς. Οι συνεντεύξεις με τα στελέχη του δημοτικού συμβουλίου πραγματοποιήθηκαν δια ζώσης και ηχογραφήθηκαν, λόγω του μεγαλύτερου όγκου (και ποιότητας λόγω θέσης στον δήμο) των δεδομένων.

3.2.3 Δειγματοληψία συνεντεύξεων

Σύμφωνα με τους Ramesh και Anjusha Durbarry (2020b), ο βαθμός εγκυρότητας της ποιοτικής έρευνας δεν εξαρτάται αποκλειστικά από το μέγεθος του δείγματος. Αντίθετα, όπως υποστηρίζουν, η ποιότητα και το βάθος των δεδομένων είναι εκείνα που αποτελούν τους καθοριστικούς παράγοντες εγκυρότητας. Την συγκεκριμένη άποψη την συμμερίζεται και ο Henderson (1991).

Στην παρούσα έρευνα αυτό που έχει σημασία είναι η προσέγγιση των ατόμων, που λόγω ιδιότητάς, μπορούν να επηρεάσουν, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, την τουριστική ανάπτυξη, κατά την κρίση του ερευνητή και σε συνάρτηση πάντα με τις προϋποθέσεις ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού που περιγράφονται στη βιβλιογραφία. Δηλαδή, η επιλογή του δείγματος εξαρτάται από τους σκοπούς της έρευνας και τα ερωτήματά της, μετά από κρίση του ερευνητή, που ενδεχομένως περιέχει ένα βαθμό υποκειμενικότητας. Η συγκεκριμένη δειγματοληπτική προσέγγιση ονομάζεται *δειγματοληψία σκοπού* και αποτελεί υποσύνολο της *μη-πιθανοτικής δειγματοληψίας*, σύμφωνα με τους Ramesh και Anjusha Durbarry (2020b). Οι συγγραφείς τονίζουν ότι σε αυτή τη μορφή δειγματοληψίας δεν έχουν όλα τα στοιχεία του πληθυσμού την ίδια πιθανότητα να αποτελέσουν μέρος του δείγματος.

Πράγματι, στην εργασία έχουν επιλεγεί για την μέθοδο της συνέντευξης οι ειδικοί εκείνοι που μπορούν να δώσουν ποιοτική και σε βάθος πληροφόρηση (βλ. υποενότητα 3.2.2). Το

συνολικό μέγεθος του δείγματος ανέρχεται σε 34 συνεντεύξεις, καθώς δεν κατέστη δυνατή η λήψη συνέντευξης από δύο εκ των 33 προέδρων των κοινοτήτων.

3.2.4 Δομή και ερωτήματα συνεντεύξεων

Τα ερωτήματα των συνεντεύξεων είναι διαφορετικά, σε κάποιο βαθμό, ανάλογα με την ιδιότητα των ειδικών. Υπάρχει μια ομάδα ερωτήσεων για το Στέλεχος 1 (παράρτημα II), μια ομάδα για το Στέλεχος 2 (παράρτημα III), μια για τους προέδρους των κοινοτήτων (παράρτημα IV) και μια ομάδα για το Στέλεχος 3 (παράρτημα V). Τα ερωτήματα αποτέλεσαν απλά τη βάση των συνεντεύξεων, καθώς λόγω του ημι-δομημένου χαρακτήρα τους, ειδικά στην περίπτωση των προέδρων των κοινοτήτων, υπήρχαν είτε παραλείψεις ερωτημάτων είτε προσθήκες. Σε κάποιες περιπτώσεις οι συνεντευξιαζόμενοι έδιναν πληροφορίες δίχως την υποβολή ερωτήματος από τον ερευνητή.

Τα ερωτήματα των συνεντεύξεων είναι προετοιμασμένα με βάση τους ερευνητικούς στόχους και τις υποθέσεις και ενθαρρύνουν την γνωστοποίηση των στάσεων των ειδικών αναφορικά με την τουριστική ανάπτυξη (Beedie, 2020). Προκειμένου να υπάρξει ένας ανοικτός διάλογος που θα συμβάλλει στον εντοπισμό των στάσεων, ο Beedie (2020) υποστηρίζει ότι η συνέντευξη θα πρέπει να ξεκινήσει με κάποια ερωτήματα *ανάκλησης της μνήμης*, να συνεχίσει με ερωτήματα *αντίδρασης* και να καταλήξει στα *διερευνητικά* ερωτήματα. Η δομή που προτείνει ο συγγραφέας δεν υιοθετείται σε σημαντικό βαθμό, καθώς τα ερωτήματα των συνεντεύξεων είναι κυρίως διερευνητικά και αποσκοπούν στον εντοπισμό στάσεων, πεποιθήσεων και βουλήσεων. Οι ερωτήσεις που υποβλήθηκαν (άμεσα) κατά τις συνεντεύξεις παρατίθενται στα παραρτήματα II, III, IV και V, όπως αναφέρονται στην παραπάνω παράγραφο.

3.2.5 Παρατήρηση

Μετά την ολοκλήρωση των συνεντεύξεων, ακολούθησε η *παρατήρηση* (Beedie, 2020), η οποία σύμφωνα με τους Flick (2017) και Veal (2006) μπορεί να λάβει τις εξής μορφές:

- *Συγκαλυμμένη ή φανερή παρατήρηση*, ανάλογα με το αν ο παρατηρητής φανερώνει την ιδιότητά του στα άτομα που παρατηρεί.
- *Συμμετοχική ή μη-συμμετοχική*, με βάση το αν ο παρατηρητής συμμετέχει στην δραστηριότητα που παρατηρεί.
- *Συστηματική ή μη-συστηματική*, βάσει του βαθμού τυποποίησης του τρόπου παρατήρησης. Στην συστηματική υπάρχουν γραπτές υποδείξεις για τον τρόπο

υλοποίησης και τα αποτελέσματα καταγράφονται σε μια μορφή που δύναται να αναλυθεί ποσοτικά. Στη μη-συστηματική δεν υπάρχουν οι συγκεκριμένοι κανόνες καταγραφής και ανάλυσης.

- *Παρατήρηση σε τεχνητές ή φυσικές καταστάσεις.* Στις τεχνητές τα υποκείμενα της παρατήρησης μεταβαίνουν σε ένα τεχνητά διαμορφωμένο μέρος, όπως, π.χ., ένα εργαστήριο. Στις φυσικές καταστάσεις η παρατήρηση λαμβάνει χώρα στο φυσικό της πεδίο, π.χ., ένα μουσείο όπου παρατηρείται η συμπεριφορά των επισκεπτών.

Για τις ανάγκες της συγκεκριμένης εργασίας, ο ερευνητής μετέβη σε σημεία του Δήμου Ερυμάνθου, όπου βρίσκονται εν δυνάμει τουριστικοί πόροι (όπως τους έχουν επισημάνει οι ειδικοί και βάσει έρευνας στο διαδίκτυο), με σκοπό να αξιολογηθεί η ποιότητά τους και οι προοπτικές τους. Κατά τις επισκέψεις του ερευνητή ελήφθη φωτογραφικό υλικό (και βίντεο) το οποίο είναι αποθηκευμένο σε ψηφιακά αρχεία.

Λόγω της μεγάλης γεωγραφικής έκτασης του δήμου και του αριθμού των δυνητικών πόρων, η παρατήρηση έλαβε χώρα δειγματοληπτικά. Συγκεκριμένα, βάσει της κρίσης του ερευνητή, επιλέχθηκαν οι πόροι εκείνοι που σύμφωνα με τους Σαραντάκου και Καραχάλη (2024) είναι «εμβληματικοί» και μπορούν να αποτελέσουν την αιχμή της ανάπτυξης. Βεβαίως, δεν κατέστη δυνατή η παρατήρηση του συνόλου των «εμβληματικών» πόρων. Ωστόσο, επιλέχθηκαν δυνητικοί πόλοι έλξης για την κάθε μορφή εναλλακτικού τουρισμού που θα μπορούσε να στηρίξει ο Δήμος. Επιπρόσθετα, ο ερευνητής μετέβη στις κοινότητες εκείνες όπου δεν κατέστη δυνατή η λήψη συνέντευξης με τον πρόεδρο, ώστε να υπάρχει μια καλύτερη αίσθηση αναφορικά με το τι συμβαίνει στο πεδίο. Τέλος, πραγματοποιήθηκε παρατήρηση και σε ένα μεγάλο μέρος του οδικού δικτύου. Αυτό συνέβη επειδή η *περιοχή προσωρινής διέλευσης* αποτελεί σημαντικό στοιχείο του τουριστικού συστήματος (βλ. σχήμα 2.2). Επομένως, επειδή οι εναλλακτικοί τουρίστες χρησιμοποιούν, κατά κανόνα, το δικό τους όχημα, έπρεπε να διερευνηθεί η ποιότητα της οδικής πρόσβασης (Βελισσαρίου, 2009).

Σύμφωνα με τα παραπάνω, στην περίπτωση της παρατήρησης, πραγματοποιήθηκε *μη πιθανοτική δειγματοληψία*, με ένα συνδυασμό *δειγματοληψίας σκοπού* και *ποσότωσης*, όπως αυτές ορίζονται από τους Ramesh και Anjusha Durbarry (2020b). Επιπρόσθετα, η παρατήρηση είναι φανερή, μη-συμμετοχική και λαμβάνει χώρα σε φυσικές καταστάσεις, καθώς το αντικείμενό της είναι οι πόροι του δήμου στην φυσική τους μορφή, ενώ, όπου

υπήρξε ανάγκη, ο ερευνητής γνωστοποίησε την ταυτότητά του. Η φύση της παρατήρησης είναι μη-συμμετοχική, καθώς αφορά απλά μια καταγραφή και όχι κάποια δραστηριότητα.

3.2.6 Τριγωνισμός δεδομένων

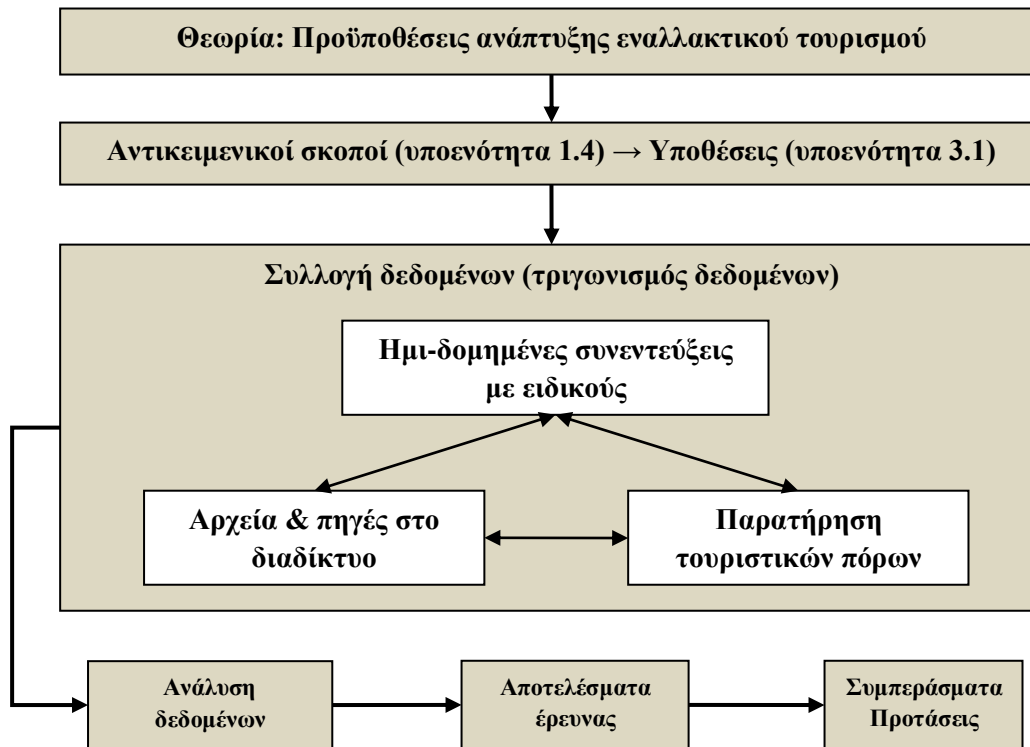
Ο Τριγωνισμός αφορά την εξέταση των ερευνητικών ερωτημάτων από διάφορες οπτικές, μέσω της χρήσης διαφορετικών μεθοδολογιών, ερευνητών και τύπων δεδομένων (Decrop, 1999· Flick, 2017). Σκοπός της εν λόγω προσέγγισης είναι η εγκυρότητα των ευρημάτων και η πληρέστερη ανάλυση της υπό εξέτασης κατάστασης (Altrichter, Posch & Somekh, 2006).

Οι βασικές κατηγορίες τριγωνισμού είναι οι εξής (Denzin, 1970· Saunders, Lewis & Thornhill, 2003· Decrop, 1999):

- *Τριγωνισμός του ερευνητή*: τα ίδια δεδομένα τα εξετάζουν διαφορετικοί ερευνητές.
- *Τριγωνισμός της θεωρίας*: τα ίδια δεδομένα ερμηνεύονται υπό το πρίσμα διαφορετικών οπτικών. Για παράδειγμα, ένας ερευνητής διεξάγει έρευνα μέσα από την οπτική διαφορετικών κλάδων (ψυχολογία, κοινωνιολογία, μανάτζμεντ, κ.ά.).
- *Τριγωνισμός της μεθοδολογίας*: τα δεδομένα συλλέγονται με διαφορετικές ποιοτικές ή ποσοτικές μεθόδους ή συνδυασμό και των δύο.
- *Τριγωνισμός των δεδομένων*: χρησιμοποιούνται διαφορετικές πηγές δεδομένων. Για παράδειγμα, πρωτογενή και δευτερογενή δεδομένα ή διαφορετικοί τύποι δεδομένων, όπως φωτογραφίες, έντυπο υλικό, κ.ά.

Βάσει της μέχρι τώρα ανάλυσης, στην παρούσα εργασία πραγματοποιείται *τριγωνισμός των δεδομένων*. Ειδικότερα, πραγματοποιείται συλλογή πρωτογενών και δευτερογενών δεδομένων από διαφορετικές πηγές, ήτοι αποσπάσματα καταγραφής των συνεντεύξεων, φωτογραφικό υλικό και χειρόγραφες σημειώσεις από την παρατήρηση των πόρων και των υποδομών, πηγές στο διαδίκτυο και αρχεία του δήμου ή άλλων (δημόσιων) οργανισμών.

Η ερευνητική προσέγγιση και η διαδικασία υλοποίησής της παρουσιάζεται στο παρακάτω σχήμα.



Σχήμα 3.1 Παραγωγική προσέγγιση της έρευνας
Πηγή: Durberry (2020: 62) Προσαρμογή: Δ. Κοσμόπουλος

3.3 Ανάλυση δεδομένων

3.3.1 Καταγραφή δεδομένων

Τα ποιοτικά δεδομένα μπορούν να λάβουν διάφορες μορφές, μεταξύ των οποίων κείμενα συνεντεύξεων, σημειώσεις του ερευνητή και εικόνες (Aloudat & Everett, 2020). Στην συγκεκριμένη εργασία, αυτές είναι οι μορφές των δεδομένων που έχουν συλλεχθεί.

Τα δεδομένα των συνεντεύξεων προέκυψαν με δύο βασικούς τρόπους. Στις δια ζώσης συνεντεύξεις, η συνέντευξη ηχογραφήθηκε και κατόπιν απομαγνητοφωνήθηκε, ώστε να είναι διαθέσιμη στον ερευνητή σε ηλεκτρονική μορφή. Η απομαγνητοφώνηση έλαβε χώρα με προσωπική δακτυλογράφηση από τον ερευνητή σε έγγραφο word. Αυτή η διαδικασία συνεισέφερε στον καλύτερο εντοπισμό τάσεων και πιθανών κατευθύνσεων της ανάλυσης (Aloudat & Everett, 2020). Επιπρόσθετα, η ψηφιακή καταγραφή είναι μια πρακτική που υποστηρίζεται από τον Riley (1996), καθώς αναδεικνύει τη σοβαρότητα της διαδικασίας,

δίνοντας παράλληλα την δυνατότητα στον ερευνητή να εστιάσει στον ερωτώμενο κατά τη διάρκεια της συνέντευξης.

Στις τηλεφωνικές συνεντεύξεις, κρατήθηκαν χειρόγραφες σημειώσεις. Επειδή αυτή η πρακτική ενδέχεται να αλλοιώσει σε κάποιο βαθμό το περιεχόμενο της συνομιλίας με τους ερωτώμενους, ο ερευνητής κρατούσε σημειώσεις κατά τη διάρκεια της συνέντευξης, ενώ τα όποια συμπληρωματικά δεδομένα καταγράφηκαν αμέσως μετά τη συνέντευξη (Aloudat & Everett, 2020)

Τα δεδομένα των παρατηρήσεων αφορούν φωτογραφίες και βίντεο του ερευνητή από τους τουριστικούς πόρους που φωτογραφήθηκαν, καθώς και σημειώσεις από την καταγραφή της τοποθεσίας, του είδους, της κατάστασης, της προσβασιμότητας, της αισθητικής και των δυνατοτήτων εκμετάλλευσης του πόρου σε έντυπο, όπως θα αναλυθεί παρακάτω. Το υλικό έχει αποθηκευτεί σε ηλεκτρονικά αρχεία.

3.3.2 Κωδικοποίηση δεδομένων

Σύμφωνα με τους Miles και Huberman (1994), τα δεδομένα που συλλέγονται μπορούν να ομαδοποιηθούν ανάλογα με το περιεχόμενό τους. Αυτές οι ομάδες ή «πακέτα» δεδομένων, όπως σημειώνουν, μπορούν να φέρουν ένα τίτλο (που περικλείει το περιεχόμενό τους) που ονομάζεται *κωδικός*. Η κωδικοποίηση συμβάλλει στην εστίαση στις πτυχές της έρευνας που είναι οι πλέον σημαντικές, ενώ βοηθά επίσης στην ανάλυση των δεδομένων (Everett & Aloudat, 2020). Στην βιβλιογραφία παρουσιάζονται διάφοροι τρόποι κωδικοποίησης (Bogdan & Biklen, 1992· Lofland, 1971). Εντούτοις, ο Patton (2002) επισημαίνει ότι στην ποιοτική ανάλυση δεν υπάρχουν κοινώς αποδεκτοί κανόνες.

Στην συγκεκριμένη εργασία, το ενδιαφέρον αφορά το κατά πόσο ο Δήμος πληροί κάποιες προϋποθέσεις ανάπτυξης. Στην περίπτωση αυτή απαιτείται μια ευέλικτη προσέγγιση και όχι μια δομή βασισμένη σε στατιστικές αναλύσεις (Aloudat & Everett, 2020). Συνεπώς, υιοθετείται η προσέγγιση του *δεδομένου περιγράμματος* (template approach) των Crabtree και Miller (1999). Σύμφωνα με αυτή, οι κωδικοί προκύπτουν μετά από ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, πριν τη λήψη δεδομένων, και ενσωματώνουν το βασικό πλαίσιο ανάλυσης. Επιπλέον, μπορούν να τροποποιηθούν ή να συμπληρωθούν κατά την πορεία της έρευνας.

Στην παρούσα εργασία, οι κωδικοί είχαν δημιουργηθεί *a priori*, βάσει της επισκόπησης της βιβλιογραφίας και του εντοπισμού των προϋποθέσεων ανάπτυξης. Ωστόσο, κατά την πορεία της, τροποποιήθηκαν με βάση τα ερευνητικά ερωτήματα και τις υποθέσεις.

ΚΩΔΙΚΟΣ	ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΝΟΣ ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
1. Τουριστική Ζήτηση	1. Διαπίστωση της υπάρχουσας τουριστικής ζήτησης
2. Υποδομές και υπηρεσίες	3. Εντοπισμός, καταγραφή και δειγματοληπτικός έλεγχος ποιότητας πόλων έλξης, υφιστάμενων υποδομών και υπηρεσιών που θα μπορούσαν να στηρίξουν την ανάπτυξη
2.1 Οδικό δίκτυο	
2.2 Επισιτιστικά	
2.3 Καταλύματα	
3. Πόλοι έλξης	
4. Τοπικά προϊόντα	
5. Ανθρώπινο δυναμικό	4. Διαπίστωση της ύπαρξης ή μη του απαραίτητου ανθρώπινου δυναμικού που θα μπορούσε να υποστηρίξει την ανάπτυξη
6. Στάσεις - βουλήσεις	2. Διερεύνηση των βουλήσεων, των αντιλήψεων, των στάσεων και των προσδοκιών της δημοτικής αρχής απέναντι στην ανάπτυξη
6.1 Βούληση – παρούσες ενέργειες	
6.2 Προκλήσεις	
6.3 Απαιτούμενες δράσεις	
7. Στρατηγικό πλάνο	
8. DMO	
9. Συνεργασίες – δίκτυα	
10. Χρηματοδότηση	
11. Εφικτότητα ανάπτυξης	Αντικειμενικοί σκοποί 2 και 5
12. Επαγγελματική ενασχόληση με EMT	5. Διερεύνηση της στάσης της τοπικής κοινωνίας απέναντι στην ανάπτυξη
13. Συγκατάθεση κοινωνίας	
14. Δυναμικά οφέλη ανάπτυξης	

Πίνακας 3.1 Κωδικοί ανάλυσης δεδομένων συνεντεύξεων

Πηγή: Aloudat & Everett (2020) Προσαρμογή: Δ. Κοσμόπουλος

Στον παραπάνω πίνακα, παρουσιάζονται οι κωδικοί και το ερευνητικό ερώτημα στο οποίο αναφέρονται. Τα λεκτικά δεδομένα των συνεντεύξεων σε πρώτη φάση καταχωρήθηκαν σε αρχεία word. Έπειτα, ταξινομήθηκαν ανά κωδικό και καταχωρήθηκαν σε φύλλα εργασίας excel, τα οποία έχουν την μορφή που παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα:

ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΙ	ΚΩΔΙΚΟΣ x_1	ΚΩΔΙΚΟΣ x_2	ΚΩΔΙΚΟΣ x_n
Ερωτώμενος x_1	Λεκτικά δεδομένα	Λεκτικά δεδομένα	Λεκτικά δεδομένα
Ερωτώμενος x_2	Λεκτικά δεδομένα	Λεκτικά δεδομένα	Λεκτικά δεδομένα
Ερωτώμενος x_n	Λεκτικά δεδομένα	Λεκτικά δεδομένα	Λεκτικά δεδομένα

Πίνακας 3.2 Πίνακας καταχώρισης λεκτικών δεδομένων

Πηγή: Aloudat & Everett (2020: 246) Προσαρμογή: Δ. Κοσμόπουλος

3.3.3 Ανάλυση λεκτικών δεδομένων

Η ανάλυση του περιεχομένου των συνεντεύξεων (content analysis) αφορά την συχνότητα εμφάνισης κάποιων λέξεων ή/και φράσεων και τη θέση τους στο (απομαγνητοφωνημένο) κείμενο, δίνοντας τη δυνατότητα για μια οιονεί στατιστική ανάλυση στον ερευνητή που μπορεί με έναν σχετικά αντικειμενικό τρόπο να ποσοτικοποιήσει στάσεις, θέματα, τάσεις, κ.ά. (Everett & Aloudat, 2020). Ωστόσο, κατά τους Zhang και Wildemuth (2017), η εν λόγω ανάλυση μπορεί να προχωρήσει σε μεγαλύτερο βάθος, επιτρέποντας την εξαγωγή συμπερασμάτων για την πραγματικότητα μέσω ενός επιστημονικού τρόπου, παρά την όποια υποκειμενικότητα που εμπεριέχει.

Στην συγκεκριμένη εργασία, μετά τη συλλογή, την καταγραφή και την κωδικοποίηση των λεκτικών δεδομένων, ο ερευνητής προέβη στην ανάλυση του περιεχομένου τους. Αυτό έλαβε χώρα σε δύο επίπεδα. Πρώτον, εξετάστηκε η συχνότητα εμφάνισης ορισμένων λέξεων/φράσεων στα κείμενα, ώστε να ανιχνευτούν συγκεκριμένες τάσεις και αντιλήψεις. Δεύτερον, υπήρξε μια υποκειμενική, αλλά συστηματική, εξέταση και αξιολόγηση του περιεχομένου, προκειμένου να εξεταστούν οι υπάρχουσες συνθήκες που επικρατούν στον δήμο αναφορικά με τον τουρισμό, καθώς και οι μελλοντικές προοπτικές της ανάπτυξης, σε συνάρτηση πάντα με τις προϋποθέσεις (ενότητα 2.4) και τα ερευνητικά ερωτήματα.

Η διαδικασία έλαβε χώρα δίχως τη χρήση κάποιου εξειδικευμένου λογισμικού ποιοτικής ανάλυσης. Αυτό, μολονότι χρονοβόρο, ήταν σκόπιμο επειδή επέτρεψε στον ερευνητή να έρθει πιο κοντά στα δεδομένα, δίνοντας τις σωστές κατευθύνσεις στην έρευνα (Aloudat & Everett, 2020). Σε κάθε περίπτωση, η ανάλυση των λεκτικών δεδομένων δεν αποβλέπει στην τοποθέτηση ενός αριθμού στην συχνότητα εμφάνισης μιας αντίληψης ή μιας στάσης. Αντίθετα, επιδιώκει την βαθύτερη κατανόηση του νοήματος των αντιλήψεων των τοπικών φορέων σε πολύ συγκεκριμένα ζητήματα (κωδικούς). Αυτός είναι και ο βασικός λόγος της μη επιλογής λογισμικού ανάλυσης (Aloudat & Everett, 2020).

3.3.4 Ανάλυση δεδομένων παρατήρησης

Τα δεδομένα της παρατήρησης αναλύονται και αξιολογούνται με βάση κάποιους γενικούς δείκτες που προτείνονται από τους Σαραντάκου και Καραχάλη (2024). Ειδικότερα, ο κάθε τουριστικός πόρος αξιολογείται βάσει της κατάστασης, της προσβασιμότητας και της αισθητικής του. Παράλληλα, έχει ληφθεί υπόψη η άποψη των Gunn (1988) και Pearce (1991), που θεωρούν ότι ένας πόρος ενδέχεται να θεωρείται «ατελής» αν δεν πληρούνται

κάποιες προϋποθέσεις και θα πρέπει να διέλθει κάποια στάδια προκειμένου να γίνει άμεσα αξιοποιήσιμος. Με άλλα λόγια, κάποιοι από τους πόλους έλξης του Δήμου Ερυμάνθου, μπορεί να αποτελούν *εν δυνάμει* τουριστικούς πόρους και όχι ολοκληρωμένα αξιοθέατα (Σαραντάκου & Καραχάλης, 2024: 277). Βάσει των παραπάνω, πρέπει να διερευνηθεί (δειγματοληπτικά) αν οι εμβληματικοί πόροι είναι ατελείς. Κατά συνέπεια, οι πόροι έχουν ταξινομηθεί σε τρεις κατηγορίες ως εξής (βλ. παράρτημα VII):

1. «Δυνατότητα εκμετάλλευσης»
2. «Εκμετάλλευση υπό προϋποθέσεις»
3. «Αδυναμία εκμετάλλευσης»

Δυνατότητα εκμετάλλευσης έχουν οι πόροι που η κατάστασή τους, η προσβασιμότητα τους και η αισθητική τους είναι τέτοιες που επιτρέπουν την άμεση αξιοποίησή τους σε κάποια μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Στην εκμετάλλευση υπό προϋποθέσεις υπάγονται οι πόροι που μπορούν να αξιοποιηθούν εφόσον γίνουν κάποιες παρεμβάσεις. Στην αδυναμία εκμετάλλευσης εντάσσονται εκείνοι οι πόροι που είτε λόγω ποιότητας είτε λόγω της φύσης τους δεν μπορούν να αξιοποιηθούν, κατά την κρίση πάντα του ερευνητή.

Για την αξιολόγηση και την ταξινόμηση των τουριστικών πόρων έχει χρησιμοποιηθεί το παρακάτω έντυπο (οι πληροφορίες αποτελούν παράδειγμα σημειώσεων).

ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ	ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΦΑΡΩΝ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ/ΣΧΟΛΙΑ
ΕΙΔΟΣ ΠΟΡΟΥ	Πολιτιστικός (θρησκευτικός)	Άγιος Γεώργιος. Παραδοσιακό εκκλησάκι (200 ετών) στο νεκροταφείο του χωριού
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	Άριστη	Ανακαινισμένο
ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ	Ναι (πολύ καλή)	Οδική πρόσβαση/άσφαλτος. Δρόμος σε καλή κατάσταση
ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ	Εξαιρετική	Ανακαινισμένο, δίχως να αλλοιώνεται ο παραδοσιακός χαρακτήρας του, όμορφες αγιογραφίες, κατασκευτική ατμόσφαιρα. Πανοραμική τοποθεσία
ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ	ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ	ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Πίνακας 3.3 Έντυπο καταγραφής/αξιολόγησης τουριστικών πόρων

3.4 Περιορισμοί της μεθοδολογίας

Η ποιοτική μεθοδολογία έχει δεχθεί κριτική αναφορικά με την αξιοπιστία των ευρημάτων, καθώς, όπως αναφέρει ο Bryman (2016), βασίζεται σε σημαντικό βαθμό σε υποκειμενικές απόψεις και ερμηνείες του εκάστοτε ερευνητή. Το ζήτημα της αξιοπιστίας των ποιοτικών δεδομένων, και ειδικότερα των συνεντεύξεων, επισημαίνεται και από άλλους συγγραφείς (Denscombe, 2007· Beedie, 2020). Όπως επισημαίνουν, τα δεδομένα επηρεάζονται τόσο από τον συνεντευκτή όσο και από τον συνεντευξιαζόμενο και η ανθρώπινη μεροληψία είναι ένας παράγοντας που δύναται να επηρεάσει την αξιοπιστία. Επιπρόσθετα, τα λεκτικά δεδομένα, που εκπηγάζουν από τον διάλογο, έχουν περιορισμούς στην έκφραση σκέψεων και συναισθημάτων (Beedie, 2020). Ένας ακόμα περιορισμός απορρέει από το ότι κάποιες συνεντεύξεις θα ηχογραφηθούν. Αυτό, μπορεί να οδηγήσει σε «αναστολές» από την πλευρά του συνεντευξιαζόμενου, οι οποίες, ωστόσο, σταδιακά φθίνουν όσο εξελίσσεται η συνέντευξη (Denscombe, 2007). Βέβαια, οι ερωτώμενοι, ειδικά εκείνοι των οποίων οι συνεντεύξεις ηχογραφήθηκαν, είναι στελέχη της δημοτικής αρχής τα οποία παραχωρούν συνεντεύξεις με μεγάλη συχνότητα και συνεπώς δεν είχαν «αναστολές». Η ηχογράφηση πραγματοποιήθηκε μετά από συναίνεση των συνεντευξιαζόμενων. Επίσης, περιορισμοί που άπτονται της υποκειμενικότητας εμφιλοχωρούν κατά την παρατήρηση των πόλων έλξης, καθώς η αξιολόγηση της «δυνατότητας εκμετάλλευσης» επαφίεται στην (υποκειμενική) κρίση ερευνητή.

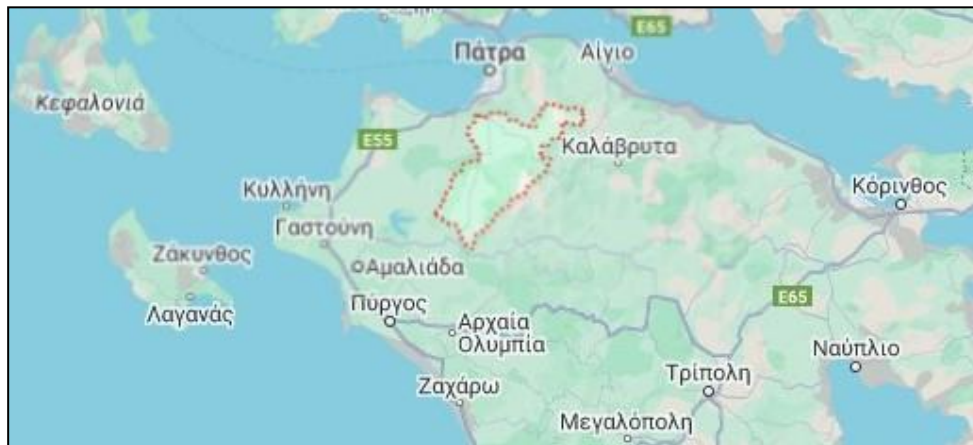
Στην παρούσα εργασία ακολουθούνται κάποιες πρακτικές ώστε να αντιμετωπιστούν τα παραπάνω ζητήματα. Αναφορικά με την εγκυρότητα των δεδομένων των συνεντεύξεων, πρέπει να σημειωθεί ότι ελήφθησαν συνεντεύξεις σχεδόν από το σύνολο των ειδικών του δήμου που έχουν άμεση σχέση με την τουριστική ανάπτυξη, τόσο από την δημοτική αρχή, όσο και από το στέλεχος της αντιπολίτευσης, ώστε να υπάρχει μια σφαιρική εικόνα, αλλά και πλουραλισμός απόψεων. Τα δεδομένα της παρατήρησης σε επίπεδο καταγραφής πόρων δεν ενέχουν υποκειμενισμό, καθώς αφορούν την ύπαρξη ή μη ενός τουριστικού πόρου σε κάποιο συγκεκριμένο σημείο και την προσβασιμότητά του. Όσον αφορά την αξιολόγησή τους από τον ερευνητή, αυτή συνοδεύεται από φωτογραφίες, προκειμένου να υπάρχει μεγαλύτερη αξιοπιστία. Σε κάθε περίπτωση, όπως έχει αναλυθεί στην υποενότητα 3.2.6, ο τριγωνισμός των δεδομένων συμβάλλει στην εγκυρότητα της έρευνας.

4. Αποτελέσματα της έρευνας

4.1 Περιγραφή του Δήμου Ερυμάνθου

Ο Δήμος Ερυμάνθου, της περιφερειακής ενότητας Αχαΐας, έχει έκταση 582,9 km² και αποτελείται από 4 Δημοτικές Ενότητες (ΔΕ) και 33 κοινότητες (Δήμος Ερυμάνθου, 2024):

1. **Δ.Ε. ΦΑΡΡΩΝ:** Χαλανδρίτσα (έδρα δήμου), Μίραλι, Πλατανόβρυση, Καταρράκτης, Καλάνιστρα, Κάλανος, Νέο Κομπηγάδι, Ελληνικό, Καλούσι, Χρυσοπηγή, Λακκώματα, Βασιλικό, Ίσωμα, Φαρές, Σταροχώρι, Κριθαράκια.
2. **Δ.Ε. ΤΡΙΤΑΪΑΣ:** Αγία Βαρβάρα, Αγία Μαρίνα, Αλεποχώρι, Βελιμάχι, Δροσιά, Ερυμάνθεια, Κάλφα, Μάνεσι, Ρουπακιά, Σκιαδά, Σκούρα, Σπαρτιά, Σταυροδρόμι, Χιόνα.
3. **Δ.Ε. ΛΕΟΝΤΙΟΥ:** Δεμέστιχα, Λεόντιο.
4. **Δ.Ε. ΚΑΛΕΤΖΙΟΥ:** Καλέτζι.



Εικόνα 4.1 Χάρτης Δήμου Ερυμάνθου

Πηγή: Δήμος Ερυμάνθου (2024) - Χάρτης Google (δεδομένα 2024).

Ο δήμος διαθέτει (ιστορικά, πολιτιστικά, θρησκευτικά, κ.ά.) σημεία ενδιαφέροντος που θα μπορούσαν να προσελκύσουν (εναλλακτικούς) τουρίστες, τοπική γαστρονομία, καθώς και υποδομές-ανωδομές που μπορούν δυνητικά να υποστηρίξουν την τουριστική ανάπτυξη, όπως οδικό δίκτυο, ταχυδρομείο, Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολιτών, πυροσβεστικό σταθμό, αστυνομικό τμήμα, κέντρο υγείας, ταβέρνες, εστιατόρια, παραδοσιακά καφενεία και άλλες υπηρεσίες (Δήμος Ερυμάνθου, 2024).

Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ (2021) ο δήμος έχει κατά προσέγγιση 8200 κατοίκους. Το επίπεδο εκπαίδευσης και η ηλικιακή διάρθρωση του πληθυσμού έχει ως εξής:

ΔΗΜΟΣ ΕΡΥΜΑΝΘΟΥ			
ΗΛΙΚΙΑΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ		ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	
0-14	1031 (12.5%)	Τριτοβάθμια	528
15-29	1228 (14.9%)	Μεταδευτεροβάθμια (Ι.Ε.Κ., Κολέγια, κτλ)	162
30-44	1408 (17,1%)	Απολυτήριο Λυκείου	2140
45-59	1651 (20,1%)	Πτυχίο επαγγελματικών σχολών/ Απολυτήριο τριτάξιου Γυμνασίου	1088
60-74	1676 (20,4%)	Απολυτήριο Δημοτικού	2893
75+	1218 (14,8%)		
ΣΥΝΟΛΟ	8212	ΣΥΝΟΛΟ	6811

Πίνακας 4.1 Δημογραφικά στοιχεία Δήμου Ερυμάνθου

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2021) Προσαρμογή: Δ. Κοσμόπουλος

Ο Δήμος Ερυμάνθου έχει γεωγραφική εγγύτητα με τον Δήμο Πατρών. Η έδρα του Δήμου Ερυμάνθου απέχει περίπου 20 χιλιόμετρα από την πόλη της Πάτρας και ο εκτιμώμενος χρόνος μετάβασης με χρήση αυτοκινήτου εκτιμάται στα 20 λεπτά (stigma, 2025). Στον πίνακα 4.2 παρουσιάζεται ο πληθυσμός του Δήμου Πατρών κατά ηλικιακές ομάδες και επίπεδο εκπαίδευσης (ΕΛΣΤΑΤ, 2021). Στον Δήμο Πατρών υπάρχουν κατά προσέγγιση 30000 φοιτητές, των οποίων η συνολική καταναλωτική δαπάνη στον δήμο ανέρχεται κατά προσέγγιση στα 300 εκατομμύρια ευρώ το χρόνο (Πελοπόννησος, 2022).

ΔΗΜΟΣ ΠΑΤΡΩΝ			
ΗΛΙΚΙΑΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ		ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	
0-14	30580	Τριτοβάθμια	49501
15-29	42790	Μεταδευτεροβάθμια (Ι.Ε.Κ., Κολέγια, κτλ)	8831
30-44	41620	Απολυτήριο Λυκείου	71126
45-59	46247	Πτυχίο επαγγελματικών σχολών/ Απολυτήριο τριτάξιου Γυμνασίου	23951
60-74	35739	Απολυτήριο Δημοτικού	33626
75+	18943		
ΣΥΝΟΛΟ	215919	ΣΥΝΟΛΟ	187035

Πίνακας 4.2 Δημογραφικά στοιχεία Δήμου Πατρών

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2021) Προσαρμογή: Δ. Κοσμόπουλος

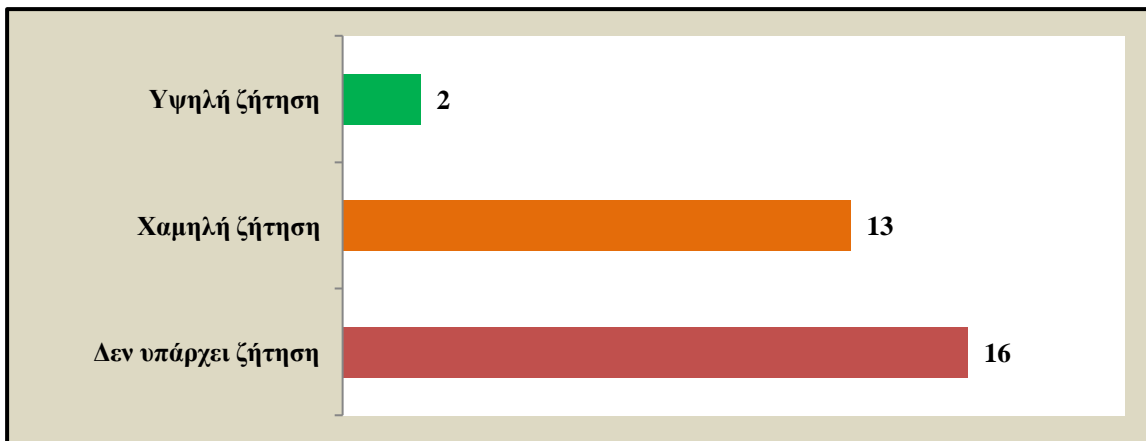
4.2 Τουριστική ζήτηση

Σύμφωνα με το Στέλεχος 2 (2024), δεν υφίσταται κάποιο επίσημο σύστημα καταγραφής των επισκεπτών. Εντούτοις, όπως αναφέρει, «η δημοτική αρχή γνωρίζει εμπειρικά ότι υπάρχουν επισκέπτες». Ειδικότερα, επισημαίνει ότι «υπάρχουν επισκέπτες του Σαββατοκύριακου, καθώς και κάποιοι ξένοι τουρίστες (Γερμανοί και Γάλλοι) που αναζητούν περιπατητικές διαδρομές γύρω από το φράγμα και τις λίμνες».

Κάποιοι βασικοί λόγοι επισκεψιμότητας, σύμφωνα με το ίδιο Στέλεχος, είναι «οι περιπατητικές διαδρομές, η ποδηλασία (βουνού), ο ανεμοπτερισμός, η ορειβασία, η αναρρίχηση, η τοξοβολία και η σκοποβολή».

Το Στέλεχος 2 έκανε ιδιαίτερη μνεία στην Αγροτική Έκθεση Χαλανδρίτσας η οποία «συγκέντρωσε περίπου 30000 επισκέπτες». Η μεγάλη επιτυχία της 21ης έκθεσης και το ρεκόρ συμμετοχών που κατέγραψε, αναφέρονται και στον ηλεκτρονικό τύπο (The Best, 2024).

Από την ανάλυση των λεκτικών δεδομένων των προέδρων των δημοτικών κοινοτήτων, προκύπτει ότι στις περισσότερες κοινότητες είτε δεν υπάρχει ουσιαστική επισκεψιμότητα, είτε ότι η επισκεψιμότητα είναι χαμηλή (Πρόεδρος 20, 2024· Πρόεδρος 16, 2024· Πρόεδρος 23, 2024· Πρόεδρος 17, 2025· Πρόεδρος 30, 2025· Πρόεδρος 28, 2024· Πρόεδρος 12, 2025· Πρόεδρος 5, 2024· Πρόεδρος 29, 2025· Πρόεδρος 27, 2024· Πρόεδρος 18, 2025· Πρόεδρος 15, 2024· Πρόεδρος 26, 2025· Πρόεδρος 25, 2025· Πρόεδρος 21, 2024· Πρόεδρος 6, 2025· Πρόεδρος 2, 2024· Πρόεδρος 3, 2024· Πρόεδρος 22, 2025· Πρόεδρος 7, 2024· Πρόεδρος 4, 2024· Πρόεδρος 19, 2024· Πρόεδρος 13, 2024· Πρόεδρος 1, 2024· Πρόεδρος 31, 2024· Πρόεδρος 9, 2024· Πρόεδρος 8, 2025· Πρόεδρος 10, 2024· Πρόεδρος 24, 2024· Πρόεδρος 11, 2024· Πρόεδρος 14, 2024). Ωστόσο, τα δεδομένα δείχνουν ότι υπάρχει υψηλή επισκεψιμότητα στους οικισμούς Μίχα και Τσαπουρνιά, ειδικά την περίοδο των εορτών, με κυρίαρχο κίνητρο την ορειβασία (Πρόεδρος 29, 2025· Πρόεδρος 30, 2025). Υψηλή επισκεψιμότητα εντοπίζεται επίσης και κατά την περίοδο κάποιων θρησκευτικών ή άλλων πολιτιστικών εκδηλώσεων, όπως παρουσιάζονται στον πίνακα 4.3 (Πρόεδρος 16, 2024· Πρόεδρος 24, 2024· Πρόεδρος 10, 2024· Πρόεδρος 28, 2024· Πρόεδρος 3, 2024). Στο σχήμα 4.1, παρουσιάζονται οι απαντήσεις των προέδρων των κοινοτήτων αναφορικά με την υπάρχουσα ζήτηση, σε σύνολο 31 συνεντεύξεων.



Σχήμα 4.1 Υπάρχουσα ζήτηση - απαντήσεις προέδρων δημοτικών κοινοτήτων

Εκδήλωση	Αριθμός επισκεπτών (εκτίμηση προέδρων κοινοτήτων)
Αγροτική Έκθεση Χαλανδρίτσας	30000 (The Best, 2024)
Πανσέληνος του Αυγούστου (Μουσική βραδιά υπό το φως του φεγγαριού στο Μίραλι)	Εκατοντάδες για 5-7 ημέρες (διαμένουν στα τροχόσπιτά τους)
«Γιορτή του Κρασιού» (Φαρραί - αρχές Σεπτεμβρίου)	2000 άτομα
«Γιορτή Καλαμποκιού» (Σταροχώρι)	1500 άτομα
Μονή Νοτενών (εορτασμός 23 Αυγούστου)	4-5 χιλιάδες εκδρομείς.
Εμποροπανήγυρη-Ζωοπανήγυρη (Ερυμάνθεια - 2 ^ο Σ/Κ Οκτωβρίου)	Συρρέει αρκετός κόσμος

Πίνακας 4.3 Εκδηλώσεις υψηλής επισκεψιμότητας

Εκτός από τις παραπάνω εκδηλώσεις, κάποιοι λόγοι της υπάρχουσας επισκεψιμότητας που αναφέρονται από τους προέδρους των δημοτικών κοινοτήτων είναι οι εξής:

- Αναρρίχηση / ορειβασία / πεζοπορία
- Επαφή με το φυσικό περιβάλλον
- Ποδηλασία βουνού
- Συμμετοχή σε αγροτικές εργασίες (σε μια μεμονωμένη περίπτωση)
- Επισκέψεις σε αρχαιολογικό χώρο
- Επισκέψεις στο φράγμα Πείρου-Παραπείρου (ολιγόλεπτη παραμονή)
- Επίσκεψη σε ταβέρνες
- Επίσκεψη σε σπήλαιο για την εικόνα της Αγίας Μαρίας
- Επισκέπτες που έχουν σπίτια σε κοινότητες (παραθεριστές)

4.3 Υποδομές και υπηρεσίες

4.3.1 Οδικό δίκτυο

Σύμφωνα με το Στέλεχος 2 (2024), η ποιότητα του οδικού δικτύου «*δυσχεραίνει την κατάσταση*». Χαρακτηριστικά αναφέρει ότι ένας επισκέπτης θα πρέπει να γνωρίζει καλά το δρόμο, προκειμένου να επισκεφτεί, για παράδειγμα, το Αλεποχώρι το οποίο είναι ένας χαρακτηρισμένος παραδοσιακός οικισμός εξαιρετικής ομορφιάς. Τόνισε παράλληλα ότι η δημοτική αρχή καταβάλλει διαρκείς προσπάθειες για την βελτίωση του δικτύου, του οποίου η κατάσταση αναμένεται να βελτιωθεί στο μέλλον. Τέλος, ανέφερε ότι «*όταν έρθουν τουρίστες και τονωθεί η τοπική οικονομία, αντίστοιχα θα υπάρξει και κίνητρο για περισσότερα έργα*». Το γεγονός της κακής ποιότητας του οδικού δικτύου σε ορισμένες κοινότητες επισημαίνεται και από την αντιπολίτευση (Στέλεχος 3, 2025).

Σε πρόσφατο δημοσίευμα του τοπικού τύπου αναφέρεται ότι το τεχνικό πρόγραμμα του δήμου ψηφίστηκε ομόφωνα από το δημοτικό συμβούλιο και περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, έργα βελτίωσης συγκεκριμένων τμημάτων του οδικού δικτύου (Πελοπόννησος, 2025).

Στο πλαίσιο του δειγματοληπτικού ελέγχου της ποιότητας του οδικού δικτύου, ο ερευνητής μετέβη οδικώς σε διάφορα σημεία του Δήμου, σε όλες τις Δημοτικές Ενότητες. Τα ευρήματα της παρατήρησης καταδεικνύουν ότι πράγματι υπάρχουν σημεία, όπως αυτό που ανέφερε το Στέλεχος 2 που χρήζουν βελτίωσης. Πιο συγκεκριμένα, εντοπίστηκαν κάποιες περιοχές όπου η ποιότητα της ασφάλτου ήταν σχετικά κακή, υπήρχαν κάποια σημεία επικινδυνότητας και οι δρόμοι ήταν ελικοειδείς, κυρίως στις ορεινές περιοχές. Ωστόσο, κατά την υποκειμενική κρίση του ερευνητή, η πρόσβαση ήταν εφικτή σε όλες τις περιοχές και τους πόλους έλξης όπου έλαβε χώρα η παρατήρηση. Παράλληλα, οι πιο «δύσκολες» διαδρομές ήταν σε αρκετές περιπτώσεις γραφικές και όμορφες με πολλά σημεία ενδιαφέροντος καθ' οδόν (φυσικό περιβάλλον, γραφικά γεφυράκια, πέτρινες βρύσες, γραφικά εκκλησάκια, κτλ). Ως εκ τούτου, το συμπέρασμα του ερευνητή είναι ότι, παρά τις όποιες ατέλειες, η ποιότητα του οδικού δικτύου δεν αποτελεί αποτρεπτικό παράγοντα επίσκεψης για κάποιον «*αλλοκεντρικό*» (Plog, 1991) επισκέπτη ή τουρίστα που κατά τον Cohen (1972) χαρακτηρίζεται ως «*περιπλανώμενος*» ή «*εξερευνητής*» (βλ. υπο-ενότητες 2.2.4 και 2.2.5).

4.3.2 Καταλύματα

Ο περιορισμένος αριθμός των καταλυμάτων αποτελεί άλλο ένα ζήτημα, σύμφωνα με το Στέλεχος 2 (2024). Βάσει των λεγομένων των προέδρων των κοινοτήτων, (Πρόεδρος 30, 2025· Πρόεδρος 29, 2025), καταλύματα υπάρχουν μόνο στους παραθεριστικούς οικισμούς Μίχα και Τσαπουρνιά. Επίσης, αναφέρθηκε μια κατοικία Airbnb στην Δροσιά (Πρόεδρος 7, 2024). Στην επίσημη ιστοσελίδα του Δήμου Ερυμάνθου (2024) αναφέρονται δύο ξενώνες οι οποίοι προσφέρονται για διαμονή, ένας εκ των οποίων είναι ο Τουριστικός Ξενώνας του ΕΟΤ στο Καλέντζι. Εντούτοις, ο ξενώνας δεν λειτουργεί και πλέον ανήκει στο ΤΑΙΠΕΔ, ενώ έχουν λάβει χώρα δύο άγονοι διαγωνισμοί για την επαναλειτουργία του (Πρόεδρος 26, 2025).

Σε μια αναζήτηση στα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (2025) για τα ξενοδοχεία και τα κάμπινγκ βρέθηκε μόνο ο παραπάνω ξενώνας. Σε κάθε περίπτωση, μια έρευνα στο διαδίκτυο κατέδειξε ότι υπάρχουν κάποιοι ξενώνες και καταλύματα στους οικισμούς Μίχα και Τσαπουρνιά (visit-erymanthos.gr, 2014/2025· Δήμος Ερυμάνθου, 2024), στο Καλέντζι (The Big Stone Resort, 2024), καθώς και στην έδρα του δήμου την Χαλανδρίτσα (Κτήμα Γουρδούπη, 2025).

Βάσει των παραπάνω, υπάρχουν κάποια καταλύματα στους οικισμούς Μίχα, Τσαπουρνιά, Καλέντζι και Χαλανδρίτσα, ωστόσο, η συνολική δυναμικότητα είναι περιορισμένη.

4.3.3 Επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής

Σύμφωνα με το Επιμελητήριο Αχαΐας (οπ. αναφ. στο epimelitirioprotagonistis.gr, 2025), υπάρχουν 63 επιχειρήσεις/επαγγελματίες που απασχολούνται σε δραστηριότητες παροχής ποτών (καφετέριες, μπαρ, καφεενεία, κ.ά.), και 41 επιχειρήσεις/επαγγελματίες που απασχολούνται σε δραστηριότητες εστιατορίων και κινητών μονάδων εστίασης. Από τα λεκτικά δεδομένα των συνεντεύξεων των προέδρων των κοινοτήτων προκύπτει ότι σε κάποιες (λίγες) κοινότητες δεν υπάρχουν επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής (Πρόεδρος 4, 2024· Πρόεδρος 8, 2025· Πρόεδρος 31, 2024). Ωστόσο, ο ερευνητής διαπίστωσε (κατά τις διαδρομές που πραγματοποίησε στα πλαίσια της παρατήρησης) ότι ακόμα κι αν δεν υπάρχει κάποιο κατάστημα εστίασης σε κάποια κοινότητα, ο επισκέπτης μπορεί να εξυπηρετηθεί σε ένα γειτονικό χωρίο, δίχως να πρέπει να διανύσει σημαντική απόσταση.

4.3.4 Λοιπές υπηρεσίες

Στον δήμο υπάρχουν δύο κέντρα υγείας, φαρμακεία, τραπεζικό υποκατάστημα, Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολιτών, ταχυδρομεία, αστυνομικό τμήμα, πυροσβεστικό κλιμάκιο, κτηνιατρεία, κ.ά. (visit-erymanthos.gr, 2014/2025· Δήμος Ερυμάνθου, 2024).

4.4 Τουριστικοί πόροι

4.4.1 Καταγραφή εν δυνάμει τουριστικών πόρων

Σύμφωνα με την ιστοσελίδα του Δήμου Ερυμάνθου (2024), τα στελέχη της δημοτικής αρχής (Στέλεχος 1, 2025· Στέλεχος 2, 2024· Στέλεχος 3, 2025), των παρατηρήσεων του ερευνητή και των προέδρων των κοινοτήτων (Πρόεδρος 20, 2024· Πρόεδρος 16, 2024· Πρόεδρος 23, 2024· Πρόεδρος 17, 2025· Πρόεδρος 30, 2025· Πρόεδρος 28, 2024· Πρόεδρος 12, 2025· Πρόεδρος 5, 2024· Πρόεδρος 29, 2025· Πρόεδρος 27, 2024· Πρόεδρος 18, 2025· Πρόεδρος 15, 2024· Πρόεδρος 26, 2025· Πρόεδρος 25, 2025· Πρόεδρος 21, 2024· Πρόεδρος 6, 2025· Πρόεδρος 2, 2024· Πρόεδρος 3, 2024· Πρόεδρος 22, 2025· Πρόεδρος 7, 2024· Πρόεδρος 4, 2024· Πρόεδρος 19, 2024· Πρόεδρος 13, 2024· Πρόεδρος 1, 2024· Πρόεδρος 31, 2024· Πρόεδρος 9, 2024· Πρόεδρος 8, 2025· Πρόεδρος 10, 2024· Πρόεδρος 24, 2024· Πρόεδρος 11, 2024· Πρόεδρος 14, 2024), υπάρχουν 160 σημεία ενδιαφέροντος ή εν δυνάμει πόλοι έλξης. Στο παράρτημα VI, παρουσιάζεται το σύνολο των δυνητικών πόρων, ανά κοινότητα.

Κατηγορίες δυνητικών πόρων	Αριθμός
Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	87
Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	42
Ανθρωπογενείς	25
Υποδομές Αθλητισμού	3
Εκθέσεις (Αγροτική Έκθεση Χαλανδρίτσας)	1
Mega-υποδομές (Φράγμα Πείρου-Παραπείρου)	1
Αθλητικές Διοργανώσεις (Ράλι Αχαΐας)	1
ΣΥΝΟΛΟ	160

Πίνακας 4.4 Εν δυνάμει τουριστικοί πόροι ανά κατηγορία

Στον παραπάνω πίνακα, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των πόρων αφορά τον πολιτισμό και την ιστορία, ενώ υπάρχουν αρκετά σημεία ενδιαφέροντος που άπτονται του φυσικού περιβάλλοντος. Υπάρχουν επίσης 25 ανθρωπογενείς πόροι. Οι υποδομές αθλητισμού, η Αγροτική έκθεση, το Φράγμα και το Ράλι Αχαΐας, αποτελούν σημαντικούς πόλους έλξης, όπως θα αναλυθεί στην συνέχεια. Σε κάθε περίπτωση, η αποτύπωση είναι ποσοτική και δεν αφορά την ποιότητα και την (δυννητική) απήχηση των σημείων ενδιαφέροντος. Στις παρακάτω υποενότητες παρουσιάζονται, ανά μορφή εναλλακτικού τουρισμού, οι πόροι που μπορούν άμεσα να αποτελέσουν εφαλτήριο ανάπτυξης της εκάστοτε μορφής.

4.4.2 Πόροι πολιτισμικού τουρισμού

Αρχαιολογικοί χώροι

Ο Μυκηναϊκός οικισμός στην Χαλανδρίτσα, ανήκει στο υπουργείο πολιτισμού και έχει μεγάλη ιστορική αξία (Δήμος Ερυμάνθου, 2024). Από την επίσκεψη του ερευνητή στο σημείο διαπιστώθηκε ότι ο χώρος είναι εύκολα προσβάσιμος, υπάρχει σήμανση, καθώς και ειδικά διαμορφωμένος χώρος στάθμευσης λεωφορείων και το μνημείο έχει αναδειχθεί, μέσω κατάλληλων έργων. Ο οικισμός είναι επισκέψιμος συγκεκριμένες ημέρες και ώρες.

Πολιτιστικές εκδηλώσεις

Σύμφωνα με τον πίνακα 4.3, οι σημαντικότερες πολιτιστικές εκδηλώσεις είναι:

- Η Πανσέληνος του Αυγούστου στο Μίραλι, κατά την οποία υπάρχουν τουρίστες οι οποίοι διαμένουν για αρκετές ημέρες στην περιοχή (στα τροχόσπιτά τους).
- Η Γιορτή του Κρασιού στο Φαρράι.
- Η Γιορτή του Καλαμποκιού στο Σταροχώρι.
- Η εμποροπανήγυρη-ζωοπανήγυρη στην Ερυμάνθεια.
- Η Αγροτική Έκθεση της Χαλανδρίτσας.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η Αγροτική Έκθεση Χαλανδρίτσας αποτελεί ένα θεσμό που προσελκύει πολύ μεγάλο αριθμό επισκεπτών και που η δημοτική αρχή «προσπαθεί και πρέπει να γιγαντώσει», σύμφωνα με το Στέλεχος 2 (2024). Κατά τη διάρκεια της έκθεσης, διοργανώνονται πολιτιστικές εκδηλώσεις και εκτίθενται και αναδεικνύονται τοπικά αγροτικά προϊόντα του Δήμου (Αγροτική Έκθεση Χαλανδρίτσας, 2024· The Best, 2024). Επίσης, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η έκθεση πραγματοποιείται στα γραφικά λιθόστρωτα σοκάκια της κοινότητας (The Best, 2024).

Ιστορικά μνημεία - μουσεία

Τα πιο άμεσα αξιοποιήσιμα μνημεία και μουσεία, βάσει της έρευνας και κατά την κρίση του ερευνητή είναι τα εξής;

- Ο Τριώροφος πύργος του Τσαλαμιδά, ο οποίος αποτελεί ένα ιδιαίτερο είδος λαϊκής αρχιτεκτονικής (visit-erymanthos.gr, 2014/2025), στο Αλεποχώρι.
- Οι Ανδριάντες του Γεωργίου και Ανδρέα Παπανδρέου, στο Καλέντζι.
- Το μουσείο Γεωργίου Παπανδρέου, στο Καλέντζι.
- Το μουσείο λαϊκής τέχνης με σπάνια αντικείμενα, στο Καλέντζι.
- Το μουσείο λαϊκής τέχνης και ιστορίας, το οποίο στεγάζεται σε αναπαλαιωμένο νερόμυλο, στην Χαλανδρίτσα.



Εικόνα 4.2 Ανδριάντας Ανδρέα Παπανδρέου στο Καλέντζι

Πηγή: Δ. Κοσμόπουλος, προσωπικό αρχείο, 2025

Παραδοσιακοί οικισμοί

Το υπουργείο πολιτισμού έχει χαρακτηρίσει επίσημα το Αλεποχώρι ως παραδοσιακό οικισμό (Δήμος Ερυμάνθου, 2024). Εκτός από το Αλεποχώρι, υπάρχουν και κοινότητες που μολονότι δεν είναι επίσημα χαρακτηρισμένες έχουν αρκετά στοιχεία γραφικότητας, όπως προκύπτει και από τα στοιχεία παρατήρησης του ερευνητή. Ειδικότερα, το Καλέντζι είναι ένα αρκετά γραφικό χωριό με λιθόστρωτα δρομάκια και παραδοσιακά κτίσματα. Το ίδιο ισχύει και για τα Δεμέστιχα, όπου στο κέντρο του χωριού υπάρχουν λιθόστρωτα γραφικά δρομάκια, καθώς και παραδοσιακά σπίτια, όπως π.χ. μια οικία των Παλαιολόγων. Έντονα στοιχεία γραφικότητας παρατηρούνται και στην κοινότητα Καλούσι.



Εικόνα 4.3 Δεμέστιχα

Πηγή: Δ. Κοσμόπουλος, προσωπικό αρχείο, 2025

Φαγητό και Ποτά

Η γαστρονομία και το κρασί αποτελούν σημαντικά πολιτισμικά στοιχεία, ακόμα κι αν δεν αποτελούν το πρωταρχικό κίνητρο επιλογής ενός προορισμού (Μοίρα, 2022). Στον Δήμο Ερυμάνθου παράγονται διάφορα αγροτικά (κυρίως) προϊόντα, υψηλής διατροφικής αξίας και ποιότητας τα οποία θα μπορούσαν να αποτελέσουν δευτερογενές κίνητρο επίσκεψης. Αναφέρονται ενδεικτικά (Δήμος Ερυμάνθου, 2024¹ Πρόεδρος 13, 2024² Πρόεδρος 23, 2024³ Πρόεδρος 3, 2024⁴ Πρόεδρος 15, 2024⁵ Πρόεδρος 22, 2025⁶ Πρόεδρος 17, 2025⁷ Πρόεδρος 12, 2025⁸ Πρόεδρος 16, 2024⁹ Πρόεδρος 27, 2024¹⁰ Πρόεδρος 2, 2024):

- Εξαιρετικής ποιότητας ελαιόλαδο
- Τυροκομικά προϊόντα (φέτα, μυζήθρα)
- Παραδοσιακά τοπικά γλυκά
- Τραχανάς, χυλοπίτες
- Αρωματικά φυτά
- Βότανα (τσάι, ρίγανη, φασκόμηλο)
- Κρέας
- Κρασί
- Μέλι

4.4.3 Πόροι θρησκευτικού τουρισμού

Το Στέλεχος 1 (2025) της δημοτικής αρχής έκανε ιδιαίτερη αναφορά στο γεγονός ότι η περιοχή μελέτης έχει θρησκευτικά μνημεία που παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον και θα μπορούσαν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού. Ενδεικτικά, ανέφερε τις εξής τρεις Μονές:

- Μονή των Νοτενών στο Σκιαδά.
- Μονή των Αγίων Πάντων στο Βελιμάχι.
- Μονή της Χρυσοποδαρίτισσας στη Χρυσοπηγή.



Εικόνα 4.4 Μονή Χρυσοποδαρίτισσας - Χρυσοπηγή

Πηγή: Δ. Κοσμόπουλος, προσωπικό αρχείο, 2025

Επιπρόσθετα, το Στέλεχος αναφέρθηκε και σε εκκλησίες που έχουν τεράστια ιστορική και θρησκευτική σημασία στην Χαλανδρίτσα, καθώς και στο πάτημα του Αγίου Ανδρέα στο Λεόντιο. Όσον αφορά τις εκκλησίες στην Χαλανδρίτσα αυτές είναι ο Βυζαντινός Ναός του Αγίου Αθανασίου και ο Ναός της Κοιμήσεως της Θεοτόκου του 12^{ου} με 13^{ου} αιώνα (Δήμος Ερυμάνθου, 2024· Πρόεδρος 13, 2024). Ο Άγιος Αθανάσιος κατασκευάστηκε τον 12^ο αιώνα και είναι ένα από τα πλέον αξιόλογα μνημεία και προσκυνήματα της Αχαΐας (Δήμος Ερυμάνθου, 2024). Στο ιερό του ναού βρίσκεται η εικόνα του Αγίου, η οποία σημαδεύτηκε από τουρκικά βόλια το 1772 (visit-erymanthos.gr, 2014/2025).



Εικόνα 4.5 Βυζαντινός Ναός Αγίου Αθανασίου - Χαλανδρίτσα

Πηγή: Δ. Κοσμόπουλος, προσωπικό αρχείο, 2025

Το πάτημα του Αγίου Ανδρέα αναφέρεται στην παράδοση, σύμφωνα με την οποία ο Άγιος άφησε το αποτύπωμα της πατούσας του σε μια πέτρα, περνώντας από το χωριό ενώ των καταδίωναν οι Ρωμαίοι. Η πέτρα φυλάσσεται σε ειδικό χώρο στο ξωκλήσι του Αγίου στο Λεόντιο (Δήμος Ερυμάνθου, 2024). Ένας ακόμα εμβληματικός πόλος έλξης θρησκευτικού τουρισμού είναι ο ιερός Ναός Αγίου Ιωάννου του προδρόμου στην Χαλανδρίτσα, ο οποίος χρονολογείται από τον 10^ο αιώνα και βρίσκεται στο κέντρο του χωριού στα λιθόστρωτα δρομάκια.

Σε κάθε περίπτωση, υπάρχουν αρκετά θρησκευτικά μνημεία διάσπαρτα στον Δήμο. Στην Πλατανόβρυση βρίσκεται η Βυζαντινή τρίκλιτη Βασιλική της Κοίμησης της Θεοτόκου που κατασκευάστηκε το 1400 και αποτελεί βυζαντινό μνημείο (Δήμος Ερυμάνθου, 2024). Στα λακκώματα, βρίσκεται ο Ιερός Ναός των Ταξιαρχών, που είναι διατηρητέο μνημείο (visit-erymanthos.gr, 2014/2025). Ο ερευνητής μετέβη στον ναό και διαπίστωσε ότι είναι ένας εξαιρετικά διατηρημένος και επιβλητικός ναός. Παράλληλα, από τις διαδρομές που πραγματοποίησε ο ερευνητής, διαπίστωσε ότι υπάρχει πλήθος από εκκλησίες, καθώς και εκκλησάκια σε κάθε κοινότητα του Δήμου τα οποία, εκτός από την πνευματική σημασία τους, έχουν εξαιρετική αισθητική, όπως ο Άγιος Γεώργιος (Καλούσι), ο Άγιος Αθανάσιος (Χιόνα), η Κοίμησης της Θεοτόκου (Ελληνικό), κ.ά.

Ένας ακόμα εμβληματικός πόρος (Σαραντάκου & Καραχάλης, 2024) είναι το μονοπάτι του Παλαιών Πατρών Γερμανού, το οποίο είναι προς αξιοποίηση (Στέλεχος 2, 2024· Στέλεχος 3, 2025). Το μονοπάτι έχει τόσο ιστορική, όσο και θρησκευτική σημασία. Η ιστορική του σημασία έγκειται στο ότι πήρε το όνομά του από την Επανάσταση του 1821 επειδή ο Παλαιών Πατρών Γερμανός ακολούθησε την εν λόγω διαδρομή προκειμένου να πάει στα Καλάβρυτα, σταματώντας ενδιάμεσα στην ιερά μονή της Μακελλαριάς. Επίσης, ιστορικά γεγονότα της επανάστασης συνδέονται με τη διαδρομή (CNN-Greece, 2023). Η θρησκευτική του σημασία απορρέει από το γεγονός ότι ο Μητροπολίτης ήταν κεντρική θρησκευτική φυσιογνωμία και από το ότι το μονοπάτι περνάει από θρησκευτικά μνημεία. Επίσης, το μονοπάτι μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης τόσο για φυσιολάτρες (λόγω του φυσικού κάλλους), όσο και για πεζοπόρους (CNN-Greece, 2023).

4.4.4 Πόροι αθλητικού τουρισμού

Τα στελέχη της δημοτικής αρχής ανέφεραν ότι το κέντρο σκοποβολής (Φαραί) και το κέντρο τοξοβολίας (Βασιλικό) μπορούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού (Στέλεχος 1, 2025· Στέλεχος 3, 2025· Στέλεχος 2, 2024). Μάλιστα, όπως αναφέρθηκε, υπάρχουν αρκετοί ενεργοί αθλητές που συμμετέχουν στα τουρνουά που διεξάγονται (Στέλεχος 2, 2024). Συγκεκριμένα, τον Μάρτιο του 2024, στις εγκαταστάσεις του σκοπευτηρίου Φαρών, έλαβε χώρα το κύπελλο Ελλάδος σκοποβολής (πήλινου στόχου) με τη συμμετοχή σκοπευτών από όλη την επικράτεια, (Τempo, 2024). Στο κέντρο τοξοβολίας, εκτός από τις προπονήσεις που διεξάγονται (Α.Σ.Τ. Πέλοπας, 2025) έχουν διοργανωθεί επίσης αγώνες διαφόρων κατηγοριών (Ελληνική Ομοσπονδία Τοξοβολίας, 2024).

Πόλο έλξης (μηχανοκίνητου) αθλητικού τουρισμού αποτελεί και το Ράλλυ Αχαιός, που αποτελεί σκέλος του πανελληνίου πρωταθλήματος και το οποίο διεξήχθη τον Νοέμβριο του 2024, με τις ειδικές διαδρομές του να ξεκινούν και να περνούν από διάφορα σημεία του Δήμου (Patrasevents.gr, 2024). Οι αγώνες προσελκύουν αρκετούς επισκέπτες (Πρόεδρος 13, 2024).

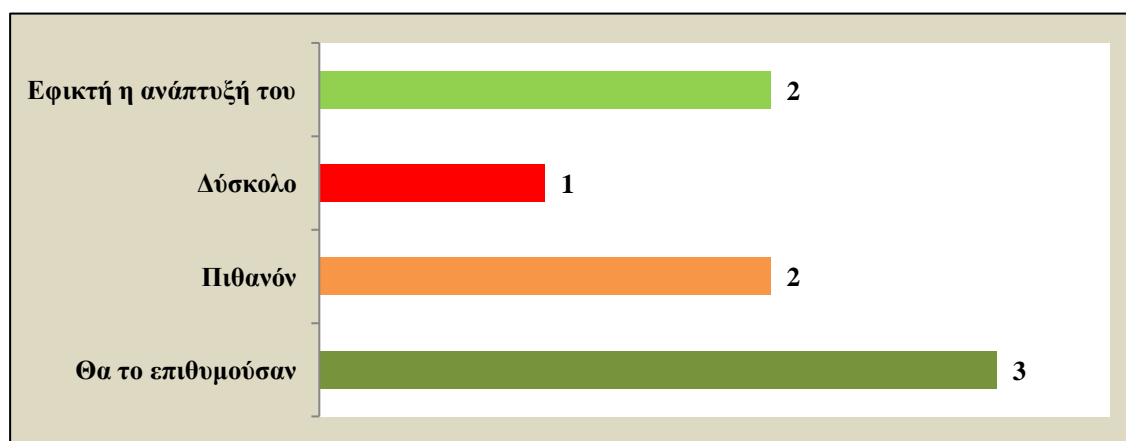
Επιπρόσθετα, η δημοτική αρχή έχει ήδη σχεδιάσει την ανάπτυξη του Ανεμοπτερισμού στο Σκιαδά (Στέλεχος 1, 2025· Στέλεχος 3, 2025). Ειδικότερα, η περιοχή «Σκιαδοβούνι» έχει τις κατάλληλες προδιαγραφές για πτήσεις μεγάλων αποστάσεων και την διοργάνωση μεγάλων αγώνων (visit-erymanthos.gr, 2014/2025).

4.4.5 Πόροι αγροτουρισμού

Για τις ανάγκες της ανάλυσης, έχουν επιλεγεί οι πόροι που δύνανται να προσελκύσουν τους τύπους αγροτουριστών που έχουν εντοπίσει οι Frochot (2005) και Kastenholz, Davis & Paul (1999), όπως αναφέρονται στην υποενότητα 2.3.3.

Όσον αφορά τους ενεργητικούς και τους παραδοσιακούς αγροτουρίστες, επειδή ο Δήμος είναι κατεξοχήν αγροτικός, υπάρχουν οι πόροι που απαιτούνται προκειμένου αυτοί να συμμετέχουν στις αγροτικές εργασίες και να έρθουν σε επαφή με τον αγροτικό τρόπο ζωής. Ωστόσο, κάτι τέτοιο ισχύει στον βαθμό που οι ντόπιοι είναι πρόθυμοι να εμπλακούν επαγγελματικά με το αντικείμενο. Το Στέλεχος 3 ανέφερε χαρακτηριστικά ότι «είμαστε Δήμος στον πρωτογενή τομέα, πρέπει να ρίξουμε βάρος στον πρωτογενή τομέα, να μείνει ο κόσμος και να τρέχει ταυτόχρονα ο αγροτουρισμός» (Στέλεχος 3, 2025). Από το σύνολο των προέδρων των κοινοτήτων που ερωτήθηκαν για το αν υπάρχουν κάτοικοι που ασχολούνται με τον αγροτουρισμό, μόνο για δύο κοινότητες υπήρξαν θετικές απαντήσεις (Πρόεδρος 13, 2024· Πρόεδρος 2, 2024). Στη μια κοινότητα, αναφέρθηκαν κάποιοι Αυστριακοί αγροτουρίστες, ενώ στην άλλη ένας ντόπιος επιχειρηματίας που έχει δημιουργήσει μια εγκατάσταση που έχει και καταλύματα.

Από τους συνολικά 8 προέδρους κοινοτήτων που ερωτήθηκαν άμεσα ή έμμεσα για το αν θεωρούν ότι οι κάτοικοι θα επιθυμούσαν να ασχοληθούν με τον Αγροτουρισμό, εφόσον ενημερωθούν και εκπαιδευτούν, προέκυψαν οι εξής απαντήσεις:



Σχήμα 4.2 Δινητική ενασχόληση με τον Αγροτουρισμό

Όσον αφορά τους λάτρεις της χαλάρωσης και τους φυσιολάτρες, ο ερευνητής διαπίστωσε ότι υπάρχουν αρκετοί φυσικοί πόροι (τοπία, φυσικό περιβάλλον, ποτάμια, άγρια φύση,

κ.ά.) σε διάφορες κοινότητες που μπορούν να αποτελέσουν πόλους έλξης για τους συγκεκριμένους τουρίστες (βίντεο και φωτογραφικά αρχεία στη διάθεση του ερευνητή).



Εικόνα 4.6 Φυσικό περιβάλλον - Λακκόματα

Πηγή: Δ. Κοσμόπουλος, προσωπικό αρχείο, 2025

Από το σύνολο των 31 προέδρων των κοινοτήτων οι 14 εξ αυτών έκαναν άμεση αναφορά σε φυσικούς πόρους που έχουν απήχηση στους φυσιολάτρες, όπως *φυσικό κάλλος, φυσικό περιβάλλον, πανοραμική θέα, (αρχαία) δάση, καταρράκτες, ποτάμια, τοπία, κ.ά.* Όπως δήλωσε χαρακτηριστικά ένας εκ των προέδρων, ένας επισκέπτης του ανέφερε, «δεν έχω ξαναδεί τέτοιο καμβά έξω από το παράθυρο» (Πρόεδρος 25, 2025).

4.4.6 Πόροι ορεινού τουρισμού

Ο βασικός (φυσικός) πόρος, ο οποίος μπορεί να υποστηρίξει μια σειρά από εναλλακτικές δραστηριότητες, είναι ο ορεινός όγκος του Ερυμάνθου. Ο Ερύμανθος ανήκει στο δίκτυο Natura (Υπουργείο Περιβάλλοντος & Ενέργειας, 2020) και διαθέτει πλούσια χλωρίδα και πανίδα (Δήμος Ερυμάνθου, 2024) από ενδιαφέροντα δέντρα, φυτά, πτηνά, αμφίβια είδη, ψάρια, κ.ά. (naturagraeca, 2025). Το Στέλεχος 1 (2025) έκανε ειδική αναφορά στο ότι ο «Ερύμανθος είναι ένα βουνό με ιδιαίτερο κάλλος», το οποίο μπορεί να αξιοποιηθεί για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού.

Σημαντικές δυνατότητες εκμετάλλευσης προσφέρει και το Εθνικό Μονοπάτι Ο31 το οποίο συνδέει την Πάτρα με την Αρχαία Ολυμπία και διέρχεται από τις κοινότητες Καλάνιστρα, Κάλανος, Λακκώματα και Μίχα του Δήμου (toroGuide.gr, 2014). Για το μονοπάτι και τις δυνατότητες εκμετάλλευσής του έκανε λόγο το Στέλεχος 2 (2024).

Επιπρόσθετα, στον ορεινό όγκο, υπάρχουν πεδία αναρρίχησης (Στέλεχος 3, 2025· Πρόεδρος 9, 2024· visiterymanthos.gr, 2014/2025) όπου πραγματοποιούνται αναβάσεις από διάφορους ορειβατικούς συλλόγους (Αθηναϊκός Ορειβατικός Σύλλογος, 2025· Ε.Ο.Σ. Θεσσαλονίκης, 2025).

Μια ακόμα δραστηριότητα ορεινού τουρισμού είναι η Ιππασία (Ανδριώτης, 2008) στις προοπτικές της οποίας έκαναν αναφορά τα στελέχη της δημοτικής αρχής (Στέλεχος 3, 2025· Στέλεχος 2, 2024). Στον Δήμο λειτουργεί ήδη σχολή Ιππασίας (Σχολή Ιππασίας Πατρών, 2024).

4.5 Ανθρώπινο δυναμικό

Σύμφωνα με την επίσημη ιστοσελίδα του δήμου (Δήμος Ερυμάνθου, 2024), δεν υπάρχει κάποιο μέλος του δημοτικού συμβουλίου του οποίου η επαγγελματική ενασχόληση να έχει άμεση σχέση με τον τουριστικό τομέα, γεγονός που επιβεβαιώνεται και από στελέχη της δημοτικής αρχής (Στέλεχος 2, 2024· Στέλεχος 3, 2025· Στέλεχος 1, 2025).

Επάγγελμα	Συχνότητα
Αγρότης	2
Κτηνοτρόφος	2
Ιδιωτικός Υπάλληλος	2
Ελεύθερος Επαγγελματίας	2
Συνταξιούχος Αστυνομικός	2
Τεχνολόγος/ακτινολόγος	1
Δασοφύλακας	1
Διεθνολόγος	1
Χημικός	1
Αξιωματικός Πυροσβεστικού Σώματος	1
Υπάλληλος ΟΣΕ	1
Υδραυλικός	1
Τοπ. μηχανικός πολεοδομίας Πατρών	1
Πολιτικός μηχανικός	1

Πίνακας 4.5 Επαγγελματική ιδιότητα μελών δημοτικού συμβουλίου

Ωστόσο, τόσο το Στέλεχος 1, όσο και το Στέλεχος 3 θα ήταν θετικοί στην προοπτική εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού του Δήμου σε ζητήματα που άπτονται του εναλλακτικού τουρισμού (Στέλεχος 1, 2025· Στέλεχος 3, 2025). Πιο συγκεκριμένα, το Στέλεχος 1 ανέφερε ότι *«είναι μεγάλος πλούτος σε οποιαδήποτε συλλογική προσπάθεια να έχεις ανθρώπους οι οποίοι κουβαλάνε διαφορετικές γνώσεις, διαφορετικές εμπειρίες και διαφορετικό δυναμικό γιατί μόνο έτσι μπορούμε να δούμε ολιστικά την περιοχή και να την αναπτύξουμε με τρόπους που να είναι και δημιουργικοί και προς όφελος των δημοτών»*. Το Στέλεχος 3 στάθηκε στο ότι είναι σημαντικό να έχεις ανθρώπους που *«να γνωρίζουν τι κάνουν και να το αγαπάνε»*, γιατί με τα κατάλληλα στελέχη μπορεί να προχωρήσει η ανάπτυξη, όπως επισήμανε.

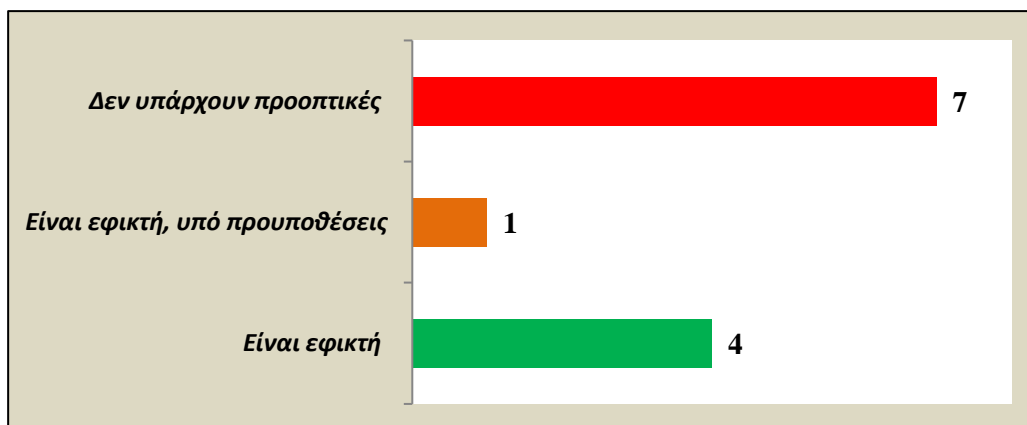
4.6 Στάσεις και αντιλήψεις τοπικών πολιτικών φορέων

4.6.1 Αντιλήψεις αναφορικά με την ανάπτυξη

Εφικτότητα της ανάπτυξης

Στο άμεσο ερώτημα για το αν θεωρούν ότι είναι εφικτή η ανάπτυξη, τόσο το Στέλεχος 2, όσο και το Στέλεχος 3 απάντησαν ότι η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού είναι εφικτή (Στέλεχος 2, 2024· Στέλεχος 3, 2025). Το Στέλεχος 2 προσέθεσε ότι για να υπάρξει ανάπτυξη *«θέλει δρομολόγηση και πλάνο»*, ενώ από την πλευρά της αντιπολίτευσης αναφέρθηκε ότι μολονότι *«ο δήμος δεν είναι Δελφοί ή οτιδήποτε άλλο έχει πολλές δυνατότητες»*, αλλά *«θέλει δουλειά και στελέχη που να μπορούν να τα τρέξουν αυτά»*.

Από τους δώδεκα συνολικά προέδρους δημοτικών κοινοτήτων που ερωτήθηκαν για το αν θεωρούν ότι είναι εφικτή η ανάπτυξη της κοινότητάς τους, οι επτά εξ αυτών δεν πιστεύουν ότι η κοινότητά τους μπορεί να προσελκύσει εναλλακτικούς τουρίστες, ένας πιστεύει ότι αυτό μπορεί να συμβεί, αλλά *«εφόσον γίνουν οι απαραίτητες παρεμβάσεις»*, και τέσσερις θεωρούν ότι η ανάπτυξη είναι εφικτή. (Πρόεδρος 23, 2024· Πρόεδρος 21, 2024· Πρόεδρος 2, 2024· Πρόεδρος 3, 2024· Πρόεδρος 22, 2025· Πρόεδρος 4, 2024· Πρόεδρος 19, 2024· Πρόεδρος 13, 2024· Πρόεδρος 1, 2024· Πρόεδρος 9, 2024· Πρόεδρος 10, 2024· Πρόεδρος 24, 2024).



Σχήμα 4.3 Εφικτότητα της ανάπτυξης - δημοτικές κοινότητες

Δυνητικά οφέλη

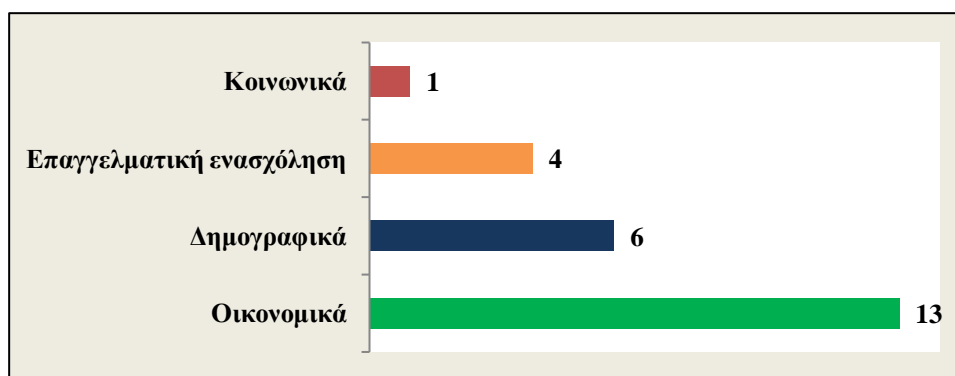
Οι εκπρόσωποι της δημοτικής αρχής συμφωνούν ότι ένα βασικό όφελος της ανάπτυξης είναι η συγκράτηση του τοπικού πληθυσμού στον Δήμο, και ειδικά των νέων ανθρώπων (Στέλεχος 1, 2025, Στέλεχος 3, 2025, Στέλεχος 2, 2024). Κατά την περιοδεία του στις κοινότητες του Δήμου, ο ερευνητής παρατήρησε ότι κάποιες κοινότητες φέρουν σημάδια ερημοποίησης. Κάποιοι πρόεδροι δημοτικών κοινοτήτων θεωρούν ότι η ανάπτυξη δεν είναι εφικτή στα χωριά τους διότι δεν «υπάρχει νεολαία» και ανέφεραν ότι έχουν μείνει ελάχιστοι κάτοικοι (Πρόεδρος 18, 2025· Πρόεδρος 7, 2024· Πρόεδρος 4, 2024).

Τα στελέχη της δημοτικής αρχής αναφέρθηκαν επίσης στα δυνητικά οικονομικά οφέλη της ανάπτυξης. Πιο συγκεκριμένα, στην δημιουργία συμπληρωματικού εισοδήματος για τους ντόπιους και την συνακόλουθη τόνωση της τοπικής οικονομίας, καθώς και την δημιουργία κινήτρου για την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας στον εναλλακτικό τουρισμό (Στέλεχος 1, 2025· Στέλεχος 2, 2024).

Επίσης, όπως ανέφερε το Στέλεχος 2 (2024) «η περιοχή θα γίνει γνωστή», αυτό είναι σημαντικό «καθώς είμαστε μια περιοχή που ακριβώς επειδή υπάρχουν και μεγαλύτεροι τουριστικοί πόλοι έλξης δίπλα μας είμαστε κάπως παραγκωνισμένοι». Το ίδιο Στέλεχος επισήμανε επίσης ότι «η ανάπτυξη θα συμβάλλει στην περηφάνια των κατοίκων οπωσδήποτε».

Οι απόψεις των προέδρων των 16 προέδρων δημοτικών κοινοτήτων που ερωτήθηκαν για τα ενδεχόμενα οφέλη της ανάπτυξης παρουσιάζονται στο παρακάτω σχήμα (Πρόεδρος 16,

2024· Πρόεδρος 17, 2025· Πρόεδρος 28, 2024· Πρόεδρος 5, 2024· Πρόεδρος 27, 2024· Πρόεδρος 15, 2024· Πρόεδρος 26, 2025· Πρόεδρος 25, 2025· Πρόεδρος 6, 2025· Πρόεδρος 2, 2024· Πρόεδρος 19, 2024· Πρόεδρος 13, 2024· Πρόεδρος 8, 2025· Πρόεδρος 24, 2024· Πρόεδρος 11, 2024· Πρόεδρος 14, 2024):



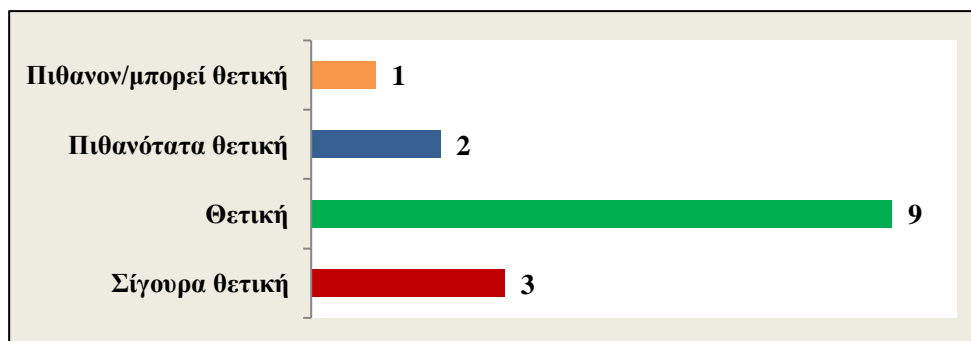
Σχήμα 4.4 Δυνητικά οφέλη ανάπτυξης – πρόεδροι κοινοτήτων

Παρατηρείται ότι σχεδόν το σύνολο των προέδρων (81,2%) θεωρεί ότι η περιοχή θα έχει οικονομικά οφέλη. Επίσης, το 37,5% εξ αυτών αναφέρθηκε στα δημογραφικά οφέλη που αφορούν τη συγκράτηση του πληθυσμού. Τέλος, το 25% έκανε αναφορά στις προοπτικές επαγγελματικής ενασχόλησης με το αντικείμενο.

Στάση της τοπικής κοινωνίας

Οι εκπρόσωποι της δημοτικής αρχής θεωρούν ότι η τοπική κοινωνία θα ήταν θετικά διακείμενη απέναντι στην ανάπτυξη (Στέλεχος 3, 2025· Στέλεχος 2, 2024).

Στο σχετικό ερώτημα οι 16 πρόεδροι δημοτικών κοινοτήτων που ερωτήθηκαν ευθέως έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις (σχήμα 4.5) αναφορικά με αν πιστεύουν ότι η τοπική κοινωνία θα είχε θετική στάση σε ένα πλάνο ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού, εφόσον υπάρξει ενημέρωση (Πρόεδρος 16, 2024· Πρόεδρος 23, 2024· Πρόεδρος 17, 2025· Πρόεδρος 12, 2025· Πρόεδρος 27, 2024· Πρόεδρος 15, 2024· Πρόεδρος 26, 2025· Πρόεδρος 16, 2025· Πρόεδρος 2, 2024· Πρόεδρος 22, 2025· Πρόεδρος 19, 2024· Πρόεδρος 13, 2024· Πρόεδρος 31, 2024· Πρόεδρος 9, 2024· Πρόεδρος 11, 2024· Πρόεδρος 14, 2024):



Σχήμα 4.5 Στάση απέναντι στην ανάπτυξη – πρόεδροι κοινοτήτων

Από τα παραπάνω δεδομένα, προκύπτει ότι οι πρόεδροι θεωρούν ότι η τοπική κοινωνία θα έδινε την συγκατάθεσή της σε ένα πλάνο ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ωστόσο, πρέπει να επισημανθεί ότι δύο εκ των προέδρων που απάντησαν «Θετική», δεν πιστεύουν ότι οι κάτοικοι της κοινότητάς τους θα επιθυμούσαν να ασχοληθούν με τις EMT επαγγελματικά. '

Οι πρόεδροι ερωτήθηκαν για το εάν πιστεύουν ότι οι κάτοικοι θα επιθυμούσαν να ασχοληθούν επαγγελματικά με τον εναλλακτικό τουρισμό, εφόσον υπάρξει ανάπτυξη και έδωσαν τις εξής απαντήσεις (Πρόεδρος 20, 2024' Πρόεδρος 16, 2024' Πρόεδρος 23, 2024' Πρόεδρος 17, 2025' Πρόεδρος 27, 2024' Πρόεδρος 18, 2025' Πρόεδρος 15, 2024' Πρόεδρος 21, 2024' Πρόεδρος 6, 2025' Πρόεδρος 2, 2024' Πρόεδρος 22, 2025' Πρόεδρος 7, 2024' Πρόεδρος 19, 2024' Πρόεδρος 13, 2024' Πρόεδρος 31, 2024' Πρόεδρος 24, 2024' Πρόεδρος 11, 2024' Πρόεδρος 14, 2024):



Σχήμα 4.6 Επαγγελματική ενασχόληση με EMT – πρόεδροι κοινοτήτων

Παρατηρείται ότι από το σύνολο των 18 απαντήσεων, οι 6 (33,3%) υποδηλώνουν ότι οι κάτοικοι είτε δεν θα ήθελαν να ασχοληθούν επαγγελματικά με τον εναλλακτικό τουρισμό ή ότι κάτι τέτοιο θα ήταν δύσκολο (κόκκινες μπάρες). Βάσει των υπόλοιπων απαντήσεων (πράσινες μπάρες) υπάρχουν πιθανότητες (έστω υπό προϋποθέσεις) οι κάτοικοι να εμπλακούν επαγγελματικά. Γίνεται αναφορά και σε συγκεκριμένες μορφές ενασχόλησης, όπως παροχή υπηρεσιών διαμονής και άνοιγμα καταστημάτων.

4.6.2 Βούληση και όραμα

Πρωτοβουλίες

Η Δημοτική αρχή έχει προβεί στις παρακάτω ενέργειες, που αποβλέπουν στην ανάπτυξη του (εναλλακτικού) τουρισμού (Στέλεχος 1, 2025· Στέλεχος 2, 2024).

- Δημιουργία τουριστικού οδηγού που θα αναδεικνύει τους τουριστικούς πόρους της περιοχής.
- Εκπόνηση Τοπικού Πολεοδομικού Σχεδίου, στο οποίο υπάρχει μελέτη για την ανάπτυξη ΕΕΜΤ και αξιοποίηση περιοχών όπως το φράγμα Πείρου-Παραπείρου και της τεχνητής λίμνης Ντασκά.
- Έργα αναπλάσεων για την ανάπτυξη της ομορφιάς της κάθε περιοχής του Δήμου.
- Έχουν δρομολογηθεί τρία έργα αξιοποίησης του ορεινού όγκου που αφορούν την δημιουργία μονοπατιών, τον ανεμοπτερισμού και το ποδήλατο βουνού.
- Έργο για την αξιοποίηση του μονοπατιού του Παλαιών Πατρών Γερμανού.
- Έργα ασφαλτόστρωσης τμήματος του δρόμου που οδηγεί στην Μονή Νοτενών (Πρόεδρος 16, 2024).

Στρατηγικό πλάνο

Σύμφωνα με στελέχη της δημοτικής αρχής (Στέλεχος 1, 2025· Στέλεχος 2, 2024) ο Δήμος έχει όραμα και κινείται προς την κατεύθυνση της τουριστικής ανάπτυξης, προσπαθώντας να εντάξει την περιοχή στον τουριστικό χάρτη. Το Στέλεχος 1 (2025) επισημαίνει ότι υπάρχει ένα στρατηγικό πλάνο τετραετίας-πενταετίας, πάνω στο οποίο δουλεύει ο Δήμος. Εξάλλου, όπως ανέφερε, οι πρωτοβουλίες σε σχέση με την ανάπτυξη «δεν προέκυψαν στο κενό». Το Στέλεχος 3 (2025) ανέφερε ότι δεν έχουν γίνει κάποιες συστηματικές ενέργειες με στρατηγικό σχεδιασμό και θέση στόχων.

Σύσταση DMO

Ο Δήμος Ερυμάνθου δεν έχει κάποιον ειδικό οργανισμό ή κάποιο τμήμα το οποίο να έχει ως αρμοδιότητα την τουριστική ανάπτυξη (Στέλεχος 2, 2024). Οι αποφάσεις για τα ζητήματα που αφορούν τον τουρισμό λαμβάνονται από την αρμόδια εντεταλμένη μαζί με την δημοτική ομάδα και τον Δήμαρχο (Στέλεχος 2, 2024). Σύμφωνα με το Στέλεχος 2 (2025), «σαν ορεινός μικρός δήμος είναι δύσκολο να υπάρχει ένας οργανισμός που ασχολείται αποκλειστικά με τον τουρισμό από την στιγμή που δεν είμαστε ήδη μια τουριστική περιοχή κατεξοχήν». Ωστόσο, όπως προσθέτει, «θα μπορούσε να υπάρχει ένα γραφείο στο δήμο, με κατάλληλη στελέχωση, που να έχει ως αρμοδιότητα την τουριστική ανάπτυξη, μακροπρόθεσμα κάτι τέτοιο είναι εφικτό σταδιακά».

Το Στέλεχος 1 επισημαίνει ότι «Προφανώς είναι κάτι το οποίο το σκεφτόμαστε αλλά ακόμα δεν είμαστε σε τέτοια κατάσταση, αλλά βεβαίως όταν κάτι δίνει προοπτικές και μάλιστα αναπτυξιακές προοπτικές [...] εννοείται ότι θα είμαστε θετικοί σε κάτι τέτοιο, και εννοείται ότι θα πρέπει να δημιουργήσουμε μια δομή έτσι ώστε να διαχειρίζεται όλο αυτό το πράγμα» (Στέλεχος 1, 2025).

Το Στέλεχος 3 (2025) ανέφερε ότι θα ήταν απολύτως θετικό απέναντι στην δημιουργία ενός Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού και επισήμανε ότι κάτι τέτοιο δεν έχει συμβεί μέχρι στιγμής.

4.6.3 Προτάσεις μελλοντικών δράσεων

Τα στελέχη της δημοτικής αρχής πρότειναν, μετά από σχετική ερώτηση, συγκεκριμένες ενέργειες που θα μπορούσαν να συμβάλλουν στην δημιουργία προοπτικών ανάπτυξης. Το Στέλεχος 2 (2024) ανέφερε τις εξής ενέργειες:

- Ολοκλήρωση του τουριστικού οδηγού.
- Υλοποίηση έργων υποδομών.
- Να δοθούν κίνητρα στους νέους, ώστε να ασχοληθούν επαγγελματικά με τον εναλλακτικό τουρισμό.
- Τουριστική εκπαίδευση, προκειμένου να περάσει το μήνυμα στη νέα γενιά.
- Περισσότερη προβολή και καλύτερο μάρκετινγκ (προσέθεσε ότι είναι ένας τομέας που χρήζει βελτίωσης).
- Γιγάντωση του θεσμού της Αγροτικής Έκθεσης Χαλανδρίτσας.

Το Στέλεχος 3 (2025) έκανε ιδιαίτερη αναφορά στα εξής:

- Ανάγκη βελτίωσης του ποιότητας του οδικού δικτύου και της διασυνδεσιμότητας, ώστε ο Δήμος να αποτελέσει σημείο διέλευσης για εκείνους που επιθυμούν να μεταβούν στην Αρχαία Ολυμπία, για παράδειγμα.
- Βελτίωση της συγκοινωνίας και καλύτερη διασύνδεση με την πόλη της Πάτρας.
- Έμφαση στον πρωτογενή τομέα, ο οποίος μπορεί να αξιοποιηθεί και στην μορφή του αγροτουρισμού.
- Αξιοποίηση του αυτοκινητοδρόμου, ως ποδηλατοδρόμου, για παράδειγμα.
- Εκμετάλλευση του ορεινού πλούτου.
- Αξιοποίηση των Ευρωπαϊκών (χρηματοδοτικών) προγραμμάτων, μέσω των κατάλληλων στελεχών.
- Τοποθέτηση περιπτέρων προβολής ΕΕΜΤ στην Αγροτική Έκθεση Χαλανδρίτσας.
- Δημιουργία βάσης πολιτικής προστασίας στον Δήμο.

Οι πρόεδροι των δημοτικών κοινοτήτων (Πρόεδρος 20, 2024· Πρόεδρος 16, 2024· Πρόεδρος 23, 2024· Πρόεδρος 17, 2025· Πρόεδρος 28, 2024· Πρόεδρος 5, 2024· Πρόεδρος 18, 2025· Πρόεδρος 15, 2024· Πρόεδρος 26, 2025· Πρόεδρος 25, 2025· Πρόεδρος 2, 2024· Πρόεδρος 7, 2024· Πρόεδρος 19, 2024· Πρόεδρος 31, 2024· Πρόεδρος 9, 2024· Πρόεδρος 24, 2024· Πρόεδρος 14, 2024) οι οποίοι ερωτήθηκαν αναφορικά με τις δράσεις στις οποίες θα πρέπει να προβεί ο Δήμος ώστε να υπάρξει ανάπτυξη, πρότειναν δράσεις που αφορούσαν παρεμβάσεις για την ανάδειξη και την αποκατάσταση συγκεκριμένων πόλων έλξης που αφορούν τις κοινότητές τους, τον σωστό στρατηγικό σχεδιασμό, την εμπλοκή των προέδρων στην δημιουργία του τουριστικού οδηγού, την έμφαση στην ποιότητα των υπηρεσιών, την ισχυρότερη βούληση από την πλευρά του Δήμου και την αξιοποίηση του φράγματος ως κεντρικού πόλου έλξης, με τη δημιουργία ξενοδοχειακής μονάδας και παραλίμνιων υποδομών. Επίσης, υπήρξαν και κάποιες κοινές προτάσεις, όπως:

- Δημιουργία υποδομών/ανωδομών (οδικό δίκτυο, καταλύματα, καφετέριες, κ.ά.)
- Προβολή
- Αξιοποίηση χρηματοδοτικών εργαλείων
- Εμπλοκή εξειδικευμένου προσωπικού στην τουριστική ανάπτυξη

4.6.4 Προκλήσεις

Οι τοπικοί πολιτικοί φορείς ερωτήθηκαν για τις προκλήσεις που πιστεύουν ότι θα αντιμετωπίσει ο Δήμος στην πορεία προς την ανάπτυξη. Το Στέλεχος 1 (2025) στάθηκε στο γεγονός της μεγάλης διάρκειας της ωρίμανσης των μελετών που απαιτείται στη δημόσια διοίκηση. Όπως ανέφερε, από τη στιγμή που ξεκινάει η ιδέα απαιτείται μια τετραετία ή και πενταετία. Πρόσθεσε επίσης ότι «ειδικά όταν έχεις να κάνεις με αξιοποίηση σημείων τα οποία είναι είτε δασικά, είτε είναι στην περιοχή Natura, έχουμε μια σειρά αδειοδοτήσεων ιδιαίτερα απαιτητικών, να μην πω και αυστηρών, που σημαίνει ότι χρειάζεται μεγάλη προσπάθεια για να καταφέρουμε να τα εντάξουμε».

Το Στέλεχος 2 (2024) από την πλευρά του ανέφερε την ύπαρξη μεγαλύτερων τουριστικών πόλων δίπλα από το δήμο, με αποτέλεσμα οι επισκέπτες να είναι συνήθως περαστικοί. Επισήμανε επίσης την έλλειψη υποδομών και καταλυμάτων και τόνισε ότι «ο δήμος καλύπτει μια αχανή έκταση και είναι δύσκολο να γίνουν πολλές ενέργειες και μεγάλες παντού».

Οι 13 πρόεδροι των δημοτικών κοινοτήτων που ερωτήθηκαν σχετικά αναφέρθηκαν στους περιορισμένους οικονομικούς πόρους και την έλλειψη χρηματοδότησης σε ποσοστό 69% (Πρόεδρος 16, 2024· Πρόεδρος 23, 2024· Πρόεδρος 28, 2024· Πρόεδρος 5, 2024· Πρόεδρος 27, 2024· Πρόεδρος 15, 2024· Πρόεδρος 26, 2025· Πρόεδρος 6, 2025· Πρόεδρος 2, 2024· Πρόεδρος 19, 2024· Πρόεδρος 13, 2024· Πρόεδρος 9, 2024· Πρόεδρος 24, 2024). Κάποιες άλλες προκλήσεις που επισήμαναν αφορούν επίσης:

- Την έλλειψη υποδομών και ανωδομών.
- Την έλλειψη (τουριστικής) εκπαίδευσης.
- Την ανάγκη στήριξης της (τουριστικής επιχειρηματικότητας).
- Την κλιματική αλλαγή (απουσία χιονόπτωσης σε ορεινές περιοχές).
- Την σωστή ανάδειξη των πόλων έλξης.
- Την δυσκολία στην συγκράτηση του νεανικού πληθυσμού.
- Την παραχώρηση από την κτηματική υπηρεσία των εκτάσεων που απαιτούνται (φράγμα Πείρου-Παραπείρου), ώστε να υλοποιηθεί η ανάπλαση.

5. Συμπεράσματα και προτάσεις

5.1 Πόροι, υποδομές και υπηρεσίες

Σύμφωνα με τους Σαραντάκου και Καραχάλη (2024), το πλέον σημαντικό στοιχείο στην αλυσίδα αξίας ενός τουριστικού προορισμού είναι οι πόλοι έλξης. Όπως διαπιστώθηκε, ο Δήμος διαθέτει αρκετά σημεία ενδιαφέροντος που μπορούν δυνητικά να λειτουργήσουν ως πόλοι έλξης. Ωστόσο, δεν αποτελούν όλοι *ολοκληρωμένα τουριστικά αξιοθέατα* που μπορούν να προσελκύσουν εναλλακτικούς τουρίστες άμεσα. (Σαραντάκου & Καραχάλης, 2024). Κατά συνέπεια, το ερώτημα που προκύπτει είναι το αν υπάρχει μια χρήσιμη *μάζα εμβληματικών πόρων*, που θα μπορούσαν να στηρίξουν την ανάπτυξη EMT. Εύλογα, η αποτύπωση δεν μπορεί να είναι ποσοτική, αλλά ποιοτική. Παράλληλα, είναι σημαντικό να ληφθεί υπόψη η οπτική των Κοκκώση, Τσάρτα και Γκρίμπα (2020), βάσει της οποίας μια περιοχή που διαθέτει πόλους έλξης σχετικούς με τις EEMT μπορεί να αναπτυχθεί στη βάση ενός συνεκτικού σχεδίου όπου θα προσφέρεται ένα *πλέγμα δραστηριοτήτων EEMT* σε επισκέπτες που έχουν *ομοειδή κίνητρα*.

Ο Δήμος Ερυμάνθου διαθέτει τους πόρους που θα μπορούσαν να αποτελέσουν εφελκυστικό ανάπτυξης. Συγκεκριμένα, μπορούν να αξιοποιηθούν τα μοναστήρια, τα θρησκευτικά μνημεία, το πάτημα του Αγίου Ανδρέα, το μονοπάτι του Παλαιών Πατρών Γερμανού και οι εκκλησίες και τα εκκλησάκια που υπάρχουν διάσπαρτα στον Δήμο, προκειμένου να αναπτυχθεί ο Θρησκευτικός τουρισμός. Μολονότι αυτή η μορφή τουρισμού μπορεί να αναπτυχθεί και αυτόνομα, λόγω της επάρκειας των κατάλληλων πόρων, προτείνεται η συγκρότηση μιας *ομάδας προϊόντων* EMT (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2020) στην οποία θα συμπεριληφθεί και ο πολιτιστικός τουρισμός, ο οποίος, ενδεχομένως, να μην μπορεί να λειτουργήσει τόσο αποτελεσματικά ως μια αυτόνομη μορφή. Η έρευνα έδειξε ότι υπάρχουν κάποιοι πόροι όπως ιστορικά μνημεία, παραδοσιακοί οικισμοί και στοιχεία γαστρονομίας, που μπορούν να προσελκύσουν επισκέπτες. Εντούτοις, στοχεύοντας σε μια ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο κίνητρο τον πολιτισμό, αλλά και την θρησκεία (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2020), ο Δήμος Ερυμάνθου μπορεί να δημιουργήσει ένα πλέγμα δραστηριοτήτων, προκειμένου να παρατείνει την διάρκεια παραμονής των επισκεπτών, μετατρέποντας τους *εκδρομείς* σε *τουρίστες* (βλ. σχήμα 2.1), καθώς οι επισκέπτες θα έχουν περισσότερες επιλογές. Αυτές οι δραστηριότητες μπορούν να λάβουν την μορφή ενός θεματικού πακέτου «πολιτιστικού τουρισμού» που θα προωθείται ως ενιαίο.

Μια δεύτερη ομάδα προϊόντων είναι ο συνδυασμός των δραστηριοτήτων αθλητικού και ορεινού τουρισμού, με κυρίαρχο κίνητρο τη *γνωριμία με τη φύση και την ύπαιθρο* και βασικές δραστηριότητες την περιήγηση, την παρατήρηση και την άθληση (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2020). Σε σχέση με τον αθλητικό τουρισμό, υπάρχουν διοργανώσεις που μπορούν να προσελκύσουν *ενεργητικούς* (ερασιτέχνες ή/και επαγγελματίες αθλητές), αλλά και *παθητικούς* (θεατές, συνοδοί, κ.ά.) αθλητικούς τουρίστες (Αλεξανδρή, 2018). Εντούτοις, αυτές οι διοργανώσεις αφενός δεν είναι αρκετές σε αριθμό, αφετέρου δεν προϋποθέτουν απαραίτητα την διανυκτέρευση των επισκεπτών. Αναφορικά με τον ορεινό τουρισμό, ο Δήμος διαθέτει πόρους που μπορούν να υποστηρίξουν δραστηριότητες όπως αναρρίχηση, πεζοπορία, κ.ά. Παράλληλα, υπάρχουν οι (φυσικοί) πόροι που μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες των επισκεπτών για *επαφή με το φυσικό περιβάλλον, την απόδραση από το άγχος, την χαλάρωση, τη θέα και τον «καθαρό αέρα»* (Μοίρα & Δρίβας, 2017). Αυτές οι ανάγκες άπτονται και του αγροτουρισμού, καθώς αφορούν τους *φυσιολάτρες* αγροτουρίστες (βλ. 2.3.3). Στην δεύτερη ομάδα προϊόντων θα μπορούσαν να ενταχθούν και μορφές αγροτουρισμού (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2020) που αφορούν τους *ενεργητικούς* αγροτουρίστες (βλ. 2.3.3). Ωστόσο, αν και ο Δήμος βρίθκει από αγροτικές δραστηριότητες, η δραστηριοποίηση των κατοίκων σε αυτή την μορφή τουρισμού είναι ουσιαστικά μηδενική.

Σε κάθε περίπτωση, ένας πόρος με πολύ μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης είναι το φράγμα Πείρου-Παραπείρου το οποίο πρόκειται να αξιοποιηθεί τουριστικά. Το συγκεκριμένο έργο τυγχάνει κοινής αποδοχής από την δημοτική αρχή και μπορεί να αποτελέσει ένα θύλακα τουριστικής ανάπτυξης διάφορων EMT (Κοκκώσης & Τσάρτας, 1999).

Όσον αφορά τους ανθρώπινους πόρους, ο Δήμος δεν διαθέτει αυτή τη στιγμή στελέχη τα οποία να έχουν εξειδίκευση στον τομέα του τουρισμού. Ωστόσο, οι πολιτικές παρατάξεις συμφωνούν ότι το κατάλληλα εκπαιδευμένο/καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό μπορεί να αποτελέσει μοχλό της ανάπτυξης και είναι θετικά διακείμενοι στην προοπτική κατάρτισης στελεχών του Δήμου στις EMT.

Σε σχέση με τις υποδομές/υπηρεσίες, η συζήτηση πρέπει να εστιάσει στο οδικό δίκτυο, τα καταλύματα, την εστίαση και τις υποδομές υγείας, καθώς οι υπόλοιπες γενικές υποδομές όπως ηλεκτροδότηση, υδροδότηση και αποκομιδή των απορριμμάτων δεν αποτελούν, σε αυτή τη φάση, σημαντικές μεταβλητές, καθώς η επισκεψιμότητα είναι αρκετά χαμηλή κι έτσι δεν δημιουργούνται πιέσεις. Συγκεκριμένα, αν και στο οδικό δίκτυο υπάρχουν σημεία

που χρήζουν βελτίωσης, οι εμβληματικοί πόροι, αλλά και οι πόροι στο σύνολό τους, είναι προσβάσιμοι. Παράλληλα, παρά τις όποιες ατέλειες, οι διαδρομές σε αρκετές περιπτώσεις, φέρνουν τον επισκέπτη σε επαφή με το φυσικό τοπίο, ενώ υπάρχουν και αρκετά σημεία με εξαιρετική θέα στα οποία οι οδηγοί μπορούν να κάνουν μια στάση. Τα καταλύματα είναι ένας τομέας στον οποίο πρέπει να γίνουν ενέργειες επειδή η δυναμικότητα είναι αρκετά χαμηλή. Ειδικότερα, αν ο Δήμος επιθυμεί να προσελκύσει τουρίστες και όχι εκδρομείς θα πρέπει να αυξηθεί η προσφορά σε χώρους διαμονής. Όσον αφορά την εστίαση, υπάρχουν διάσπαρτες ταβέρνες και εστιατόρια σε διάφορες κοινότητες, που καλύπτουν την ανάγκη. Οι υποδομές υγείας είναι επαρκείς. Υπάρχουν δύο κέντρα υγείας, ένα στην Ερυμάνθεια και ένα στην Χαλανδρίτσα, καθώς επίσης και διάφορα φαρμακεία. Επίσης, σε περίπτωση κάποιου πιο σοβαρού περιστατικού η εγγύτητα του Δήμου με την Πάτρα, επιτρέπει την (σχετικά γρήγορη) μετάβαση σε κάποιο νοσοκομείο.

5.2 Ζήτηση

Το ερώτημα για το εάν υπάρχει μια χρήσιμη μάζα τουριστών στην περιοχή που μπορεί να λειτουργήσει ως μοχλός ανάπτυξης δεν μπορεί να απαντηθεί με βεβαιότητα. Σίγουρα υπάρχουν εκδρομείς, ο αριθμός των οποίων δεν μπορεί να προσδιοριστεί ποσοτικά. Όσον αφορά τους τουρίστες (διανυκτερεύοντες), λαμβάνοντας υπόψη την χαμηλή δυναμικότητα σε συνολικό αριθμό καταλυμάτων, ενδεχομένως ο αριθμός να είναι αρκετά χαμηλός. Θα πρέπει βέβαια να επισημανθεί ότι υπάρχουν κάποιες μεμονωμένες εκδηλώσεις (βλ. πίνακα 4.3), με προεξάρχουσα την Αγροτική Έκθεση Χαλανδρίτσας, που συγκεντρώνουν υψηλό αριθμό επισκεπτών.

Ένα άλλο ερώτημα που προκύπτει είναι το τι συνιστά χρήσιμη μάζα. Είναι ο αριθμός αυτός καθαυτός ή η ιδιότητα των επισκεπτών; Για παράδειγμα, στην βιβλιογραφία αναφέρονται οι *καθοδηγητές γνώμης* και οι *ειδικοί αγοράς* οι οποίοι μπορούν να επηρεάσουν αποφάσεις για προϊόντα και μάρκες (Μπαλτάς & Παπασταθοπούλου, 2013). Συνυπολογίζοντας και τον ιογενή χαρακτήρα της διάδοσης της πληροφορίας μέσω των κοινωνικών μέσων και των δυνατοτήτων διαμοιρασμού περιεχομένου και εμπειριών μεταξύ των χρηστών, γίνεται εύκολα αντιληπτή η «δύναμη» επηρεασμού που μπορεί να έχουν συγκεκριμένοι επισκέπτες που εμπίπτουν σε μια από τις παραπάνω κατηγορίες (Βλαχοπούλου & Δημητριάδης, 2014· Kotler et al, 2019). Επιπρόσθετα, πόσο εφικτό θα

ήταν για τον Δήμο να δημιουργήσει ένα σύστημα επίσημης καταγραφής των επισκεπτών από τη στιγμή που υπάρχουν πόροι που δεν έχουν κάποια συγκεκριμένη πύλη εισόδου και από τη στιγμή που οι επισκέπτες θα έρχονται οδικώς από διάφορα μέρη;

Ένα ζήτημα που αφορά την δυνητική ζήτηση είναι η εγγύτητα του Δήμου με την πόλη της Πάτρας, που μπορεί να αποτελέσει μια δεξαμενή επισκεπτών για τον Δήμο Ερυμάνθου λόγω εγγύτητας και εύκολης οδικής πρόσβασης. Παράλληλα, εκτός από τους μόνιμους κατοίκους, υπάρχει η δεξαμενή των 30000 φοιτητών, η πλειοψηφία των οποίων ανήκει στην γενιά Z (Inkson & Minnaert, 2020). Η γενιά Z χρησιμοποιεί τα κοινωνικά μέσα για να ανταλλάξει εμπειρίες για προϊόντα (Μπαλτάς & Παπασταθοπούλου, 2013), με κάποιες μελέτες να δείχνουν ότι το 84% δέχεται επιρροές από τα κοινωνικά δίκτυα (ΙΝΣΕΤΕ, 2021). Επίσης, το 54% επιθυμεί την ξεκούραση και τη χαλάρωση σε ένα προορισμό και αναζητά εκδηλώσεις, δραστηριότητες και περιπέτεια (ΙΝΣΕΤΕ, 2021).

5.3 Στάσεις και αντιλήψεις τοπικών φορέων

Αν και η δημοτική αρχή θεωρεί ότι η ανάπτυξη είναι εφικτή, οι περισσότεροι από τους προέδρους των δημοτικών κοινοτήτων που ερωτήθηκαν δήλωσαν ότι κάτι τέτοιο δεν είναι εφικτό για την κοινότητά τους. Ωστόσο, στο ερώτημα για τα δυνητικά οφέλη των EMT το 81,2% των προέδρων αναγνώρισε ότι μπορεί να προκύψουν οικονομικά οφέλη. Το θετικό αντίκτυπο της ανάπτυξης επισημάνθηκε και από τα στελέχη του Δήμου. Οι βασικότερες θετικές επιδράσεις που αναφέρθηκαν αφορούν το οικονομικό αντίκτυπο από την δημιουργία συμπληρωματικού εισοδήματος από την επαγγελματική ενασχόληση με τον τουρισμό και την συγκράτηση του (νεανικού) πληθυσμού. Όσον αφορά την στάση της τοπικής κοινωνίας απέναντι στην ανάπτυξη, η πλειοψηφία των προέδρων θεωρεί ότι οι κάτοικοι θα ήταν θετικοί.

Βάσει των παραπάνω, οι τοπικοί πολιτικοί φορείς και η τοπική κοινωνία θα ήταν θετικοί σε ένα πλάνο ανάπτυξης EMT. Εξάλλου, όσον αφορά την δημοτική αρχή, έχουν ήδη αναληφθεί πρωτοβουλίες προς αυτή την κατεύθυνση. Παράλληλα, η ανάπτυξη θεωρείται εφικτή στον Δήμο, ως ενιαία οντότητα. Ωστόσο, θα πρέπει να δοθεί προσοχή και στις κοινότητες εκείνες όπου δεν υπάρχουν σημαντικοί πόλοι έλξης, προκειμένου να υπάρξει μια διάχυση του οφέλους.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, ο Δήμος έχει ως βάση της αγροτοκτηνοτροφική παραγωγή. Συνεπώς, οι κάτοικοι των κοινοτήτων που δεν έχουν άλλους αξιοποιήσιμους πόρους εκτός από τη εν λόγω παραγωγή μπορούν να ωφεληθούν με δύο βασικούς τρόπους. Πρώτον, μέσω της πώλησης της παραγωγής τους στους επισκέπτες ή σε τουριστικές επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες εστίασης, τροφοδοτώντας τες με τοπικές πρώτες ύλες. Δεύτερον, στοχεύοντας σε ενεργητικούς αγροτουρίστες, προσφέροντάς τους τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε αγροτικές εργασίες έναντι αμοιβής ή ξεναγώντας τους στα ειδικά διαμορφωμένα αγροκτήματά τους. Θα μπορούσαν επίσης να προσφέρουν και κατάλυμα στους αγροτουρίστες, μέσω κάποιας πλατφόρμας διαμοιρασμού, δίχως να χρειαστεί να δαπανήσουν σημαντικά χρηματικά ποσά για την δημιουργία χώρων διαμονής.

Όσον αφορά την διαχείριση της ανάπτυξης, δεν υπάρχει κάποιος κεντρικός οργανισμός (DMO) ή αρμόδιο τμήμα στον Δήμο. Πάρα ταύτα, η δημοτική αρχή είναι διατεθειμένη να προβεί στην συγκρότηση μιας ειδικής δομής που θα έχει ως βασικό σκοπό την διαχείριση της ανάπτυξης EMT. Ωστόσο, κάτι τέτοιο θα γίνεται σταδιακά με βάση την αύξηση της επισκεψιμότητας.

Στο ερώτημα αναφορικά με την ύπαρξη ενός στρατηγικού πλάνου ανάπτυξης, υπάρχει διάσταση απόψεων (βλ. 4.6.2). Εντούτοις, υπάρχει μια σειρά ενεργειών που καταδεικνύει ότι ανεξάρτητα από τον βαθμό τυποποίησης και συστηματοποίησης των ενεργειών του σχεδίου, ο Δήμος Ερυμάνθου έχει στόχο την ανάπτυξη του τουρισμού σε βάθος χρόνου.

Σε κάθε περίπτωση, υπάρχουν αρκετά προσκόμματα στον δρόμο προς την ανάπτυξη. Πιο συγκεκριμένα, θα πρέπει να βρεθούν τα χρηματοδοτικά εργαλεία που θα επιτρέψουν την δημιουργία των κατάλληλων υποδομών και τη βελτίωση συγκεκριμένων τμημάτων του οδικού δικτύου. Η εύρεση χρηματοδότησης αποκτά μεγάλη σημασία επειδή η μεγάλη έκταση του δήμου απαιτεί να γίνουν αρκετά έργα προκειμένου να καλυφθούν όλες οι κοινότητες. Εξάλλου, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, υπάρχουν κοινότητες που θεωρούν ότι δεν είναι εφικτή η ανάπτυξη στην περιοχή τους αυτή καθαυτή. Οι απαιτητικές διαδικασίες αδειοδότησης και το μεγάλο χρονικό διάστημα που απαιτείται συνιστούν άλλο ένα εμπόδιο. Τέλος, η δυσκολία συγκράτησης του νεανικού πληθυσμού και η συνακόλουθη ερημοποίηση κάποιων κοινοτήτων, αποτελούν ένα σημαντικό πρόβλημα. Εκτός από τις αμιγώς κοινωνικές προεκτάσεις του φαινομένου, στερούν τον Δήμο από τους αναγκαίους ανθρώπινους πόρους και την τοπική επιχειρηματικότητα, που αποτελεί κομβικό παράγοντα επιτυχίας στον αγροτουρισμό (Cunha, Kastenholz & Carneiro, 2020).

5.4 Γενικό συμπέρασμα

Η ανάπτυξη των EMT στον Δήμο Ερυμάνθου βρίσκεται στο στάδιο της *εξερεύνησης* (βλ. σχήμα 2.5). Ο δήμος διαθέτει τους πόλους έλξης και τις υποδομές που μπορούν -αυτή τη χρονική στιγμή- να αποτελέσουν τη βάση για την σταδιακή μετάβαση από την *εξερεύνηση* στο στάδιο της *συμμετοχής*. Η ομάδα στόχος στην οποία πρέπει να εστιάσει ο Δήμος είναι -επί του παρόντος- οι *αλλοκεντρικοί εκδρομείς* που βρίσκονται στα σημεία +2 και +3 του συνεχούς της τυπολογίας του Plog (1991). Δεν μπορεί να γίνει, άμεσα τουλάχιστον, λόγος για προσέλκυση *τουριστών*, όπως αυτοί ορίζονται από τον ΠΟΤ (βλ. σχήμα 2.1), επειδή πρέπει πρώτα να δημιουργηθεί ο απαραίτητος αριθμός καταλυμάτων, αλλά και να γίνουν ενέργειες Μάρκετινγκ. Με άλλα λόγια, η *περιοχή τουριστικού προορισμού* (με εξαίρεση τα καταλύματα) και η *περιοχή προσωρινής διέλευσης* πληρούν τις προϋποθέσεις ανάπτυξης EMT. Ωστόσο, πρέπει να γίνουν ενέργειες στο *σύνθετο περιβάλλον των τουριστών* (βλ. σχήμα 2.2).

Συνοψίζοντας, ο Δήμος πληροί τις προϋποθέσεις ανάπτυξης EMT, εφόσον όμως γίνουν οι απαραίτητες ενέργειες. Σε κάθε περίπτωση, μπορεί να αποτελέσει ένα προορισμό *αργού τουρισμού* με άξονες τα πλέγματα δραστηριοτήτων που αναφέρθηκαν παραπάνω. Εφόσον υπάρξει ανάπτυξη, θα υπάρξουν κοινωνικά και οικονομικά οφέλη. Είναι πιθανόν οι (νέοι) κάτοικοι να παραμείνουν ή να επιστρέψουν στον Δήμο προκειμένου να ασχοληθούν με τις EMT επαγγελματικά, ενώ θα υπάρξουν και οικονομικά οφέλη, μέσω της δημιουργίας συμπληρωματικού εισοδήματος. Εντούτοις, απαιτείται προσεκτικός σχεδιασμός, ώστε τα οφέλη να διαχέονται, στον βαθμό του εφικτού, και στις κοινότητες που δεν έχουν πόλους έλξης ικανούς στο να προσελκύσουν αργούς/αλλοκεντρικούς τουρίστες ή εκδρομείς.

5.5 Προτάσεις

5.5.1 Δημιουργία τμήματος διαχείρισης EMT

Η δημοτική αρχή πρέπει να προβεί στην δημιουργία ενός τμήματος στο οργανόγραμμα του δήμου το οποίο θα έχει ως σκοπό την ανάπτυξη των EMT. Το τμήμα θα λειτουργεί ως ένας οιονεί DMMO και θα έχει ως (βασικές) αρμοδιότητες τα εξής (Inkson & Minnaert, 2020· Kotler et al, 2019· Pike, 2004):

- Την διαχείριση και καταγραφή των επισκεπτών.

- Την οργάνωση και τον συντονισμό των εμπλεκόμενων στην ανάπτυξη μερών και την προώθηση της συνεργασίας μεταξύ των τοπικών επιχειρήσεων, των αγροτών, των κτηνοτρόφων και της τοπικής κοινωνίας.
- Το μάρκετινγκ του Δήμου ως προορισμού αργού τουρισμού και την προβολή των σημείων ενδιαφέροντος με σκοπό την βελτίωση της τουριστικής εικόνας της περιοχής.
- Την αξιοποίηση/ανάδειξη των *εμβληματικών* πόρων.
- Την ανάπτυξη/αποκατάσταση των *ατελών* πόρων.
- Την εκπαίδευση και την ενημέρωση των εμπλεκόμενων στην ανάπτυξη στελεχών.
- Την ενημέρωση και εκπαίδευση της τοπικής κοινωνίας για τις EMT.
- Την εύρεση και την διασφάλιση χρηματοδοτικών εργαλείων.

Το τμήμα πρέπει να στελεχωθεί και από άτομα που έχουν εμπειρία ή/και σπουδές στον τουριστικό τομέα, μέσω και της πρόσληψης εξωτερικών συνεργατών. Αργότερα, όσο θα αυξάνεται ο όγκος των επισκεπτών, το τμήμα θα πρέπει σταδιακά να μετασχηματίζεται σε ένα αυτόνομο και κανονικό DMMO.

5.5.2 Ψηφιακό μάρκετινγκ & παρακολούθηση ζήτησης

Μια από τις πρώτες ενέργειες του τμήματος πρέπει να είναι η δημιουργία ενός νέου ιστότοπου, ο οποίος θα λειτουργεί ως κόμβος ενημέρωσης και προβολής του προορισμού (Βλαχοπούλου & Δημητριάδης, 2014). Όπως έχει αναλυθεί, οι αλλοκεντρικοί επισκέπτες λειτουργούν αυτόνομα, συνεπώς, είναι σημαντικό να μπορούν να έχουν πρόσβαση στις απαραίτητες πληροφορίες στην ιστοσελίδα του Δήμου. Ειδικότερα, η ιστοσελίδα πρέπει να δίνει πληροφορίες για τους πόλους έλξης, ειδικά αν πρόκειται για μνημεία ιστορικής σημασίας, για τις ώρες επισκεψιμότητας και τις δραστηριότητες. Προτείνεται επίσης η χρήση εικονικών βοηθών και chat bots, που θα παρέχουν real-time πληροφορίες (Inkson & Minnaert, 2020).

Εκτός από τον ιστότοπο, πρέπει να υπάρχει μια κεντρική και συστηματική διαχείριση των κοινωνικών μέσων, με σκοπό την δημιουργία περιεχομένου για την προβολή του Δήμου και την ενημέρωση των χρηστών (Βλαχοπούλου & Δημητριάδης, 2014). Όλο το περιεχόμενο από τον τουριστικό οδηγό που εκπονείται μπορεί να ενσωματωθεί στην ιστοσελίδα και τα κοινωνικά δίκτυα.

Κατόπιν, πρέπει να εκπονηθεί ένα σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ, το οποίο μπορεί να έχει ως βασικό target-group τους κατοίκους της Πάτρας και τους 30000 φοιτητές. Η ψηφιακή προβολή του Δήμου προσφέρει έναν οικονομικό τρόπο επικοινωνίας της πρότασης αξίας, δίνοντας την δυνατότητα πολύ καλής στόχευσης σε πολύ συγκεκριμένες ομάδες στόχους (Βλαχοπούλου, 2020), όπως, για παράδειγμα, τη γενιά Z στην οποία ανήκουν οι φοιτητές.

Παράλληλα, μέσω της παρακολούθησης της επισκεψιμότητας στα κοινωνικά δίκτυα και του περιεχομένου των χρηστών μπορεί να γίνει μια εκτίμηση της επισκεψιμότητας τόσο σε επίπεδο αριθμών, όσο και σε επίπεδο τοποθεσίας (Wood et al., 2013), προκειμένου να μπορεί ο Δήμος να παρακολουθεί το τουριστικό φαινόμενο (Inkson & Minnaert, 2020).

Το προσωπικό που θα είναι επιφορτισμένο με τα παραπάνω πρέπει να έχει άριστη γνώση των μετρικών του ψηφιακού μάρκετινγκ, καθώς και των ψηφιακών εργαλείων προβολής (Βλαχοπούλου, 2020).

5.5.3 Αύξηση της προσφοράς καταλυμάτων

Αφού στοχεύσει στην αύξηση των εκδρομέων, το επόμενο βήμα είναι η προσέλκυση τουριστών. Για να συμβεί αυτό, πρέπει να αυξηθούν τα καταλύματα για να μπορούν οι επισκέπτες να διανυκτερεύσουν. Ένας σχετικά άμεσος τρόπος είναι μέσω πλατφορμών της οικονομίας διαμοιρασμού, όπως, π.χ., η Airbnb (Inkson & Minnaert, 2020). Αυτές οι πλατφόρμες προωθούν έναν αυθεντικό και τοπικό τύπο εμπειρίας που έχει απήχηση στον εναλλακτικό τουρίστα (Inkson & Minnaert, 2002). Συνεπώς, ο Δήμος πρέπει καταρχήν να ενημερώσει τους ιδιοκτήτες για την συγκεκριμένη προοπτική. Επιπρόσθετα, απαιτείται εκπαίδευση για ζητήματα που άπτονται της ανακαίνισης της κατοικίας, της προβολής της και της εξυπηρέτησης των τουριστών, καθώς οι ιδιοκτήτες ενδέχεται να μην έχουν γνώση αυτών των θεμάτων.

5.5.4 Εκπαίδευση

Το κομμάτι της εκπαίδευσης της τοπικής κοινωνίας είναι πολύ σημαντικό όχι μόνο για την παραπάνω περίπτωση, αλλά και για την περίπτωση του αγροτουρισμού. Ειδικότερα, οι Cunha, Kastenholz και Carneiro (2020), επισημαίνουν την σημασία της εμπλοκής των ντόπιων επιχειρηματιών στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού, ειδικά αν η δραστηριότητα αυτή συνάδει με τον τρόπο ζωής τους. Κατά συνέπεια, αν οι (νέοι) κάτοικοι ενημερωθούν για τις επαγγελματικές προοπτικές που αφορούν τον ενεργητικό αγροτουρισμό και λάβουν

την σωστή εκπαίδευση, ίσως εμπλακούν επαγγελματικά, συνεισφέροντας στην ανάπτυξη της αγροτικής οικονομίας του Δήμου (Cunha, Kastenholz & Carneiro, 2020).

Η διαδικασία της εκπαίδευσης/επιμόρφωσης πρέπει να είναι συστηματική, αλλά και να βασίζεται στις εκπαιδευτικές ανάγκες των εν δυνάμει επαγγελματιών (Τερζίδης, 2008· Nickson, 2013). Παράλληλα, το άυλο συστατικό του προϊόντος, οι υπηρεσίες, αποτελούν αναπόσπαστο και κομβικό κομμάτι της αξίας που αντιλαμβάνονται οι επισκέπτες (Kotler et al, 2019· Αυλωνίτης, Γούναρης & Τσιότσου, 2016). Συνεπώς, η επιμόρφωση πρέπει να είναι ολιστική και να καλύπτει τομείς όπως εξυπηρέτηση πελατών, γλωσσικές δεξιότητες, ψηφιακές δεξιότητες και ο,τιδήποτε άλλο μπορεί να βελτιώσει το επίπεδο της εμπειρίας του επισκέπτη.

5.5.5 Αξιοποίηση εκδηλώσεων

Έχοντας δημιουργήσει τον απαραίτητο αριθμό καταλυμάτων, ο Δήμος μπορεί να προβεί στην αξιοποίηση των εκδηλώσεων που έχουν ήδη επισκεψιμότητα. Για παράδειγμα, όπως υποστηρίζουν οι Chalip & Costa (2006), η ομαδοποίηση διαφορετικών ειδών εκδηλώσεων μπορεί να συμβάλλει στην καλύτερη προσέγγιση των ομάδων στόχων. Αυτό, σύμφωνα με τους ίδιους μπορεί να γίνει προσθέτοντας συμπληρωματικές εκδηλώσεις στις υπάρχουσες, με αποτέλεσμα την αύξηση της αγοράς, της χρονικής διάρκειας της εκδήλωσης και της προβολής. Σε αυτό το πλαίσιο, ο Δήμος θα μπορούσε να εκμεταλλευτεί τις εκδηλώσεις που αναφέρονται στον πίνακα 4.3 ή άλλες αθλητικές διοργανώσεις. Για παράδειγμα, το πανελλήνιο πρωτάθλημα σκοποβολής, ένας σημαντικός αγώνας τοξοβολίας ή ακόμα και το Ράλι Αχαΐας θα μπορούσαν να πλαισιωθούν από μια σειρά πολιτιστικών εκδηλώσεων (συναυλίες με παραδοσιακά φαγητά και κρασί), περιπάτων στη φύση, πεζοπορίας, κ.ά. Θα μπορούσαν επίσης να πραγματοποιηθούν αγώνες που θα περιλαμβάνουν ένα συνδυασμό ήπιων ορεινών αθλητικών δραστηριοτήτων, με κεντρική διοργάνωση έναν διεθνή αγώνα ανεμοπτερισμού. Κατά τη διάρκεια των διοργανώσεων, μπορούν να αναπτυχθούν σχέσεις με τον τύπο και να δημιουργηθεί δημοσιότητα, ειδικά στις περιπτώσεις εκείνες όπως του ανεμοπτερισμού που αποτελεί ένα extreme sport (Kotler et al, 2019). Παράλληλα, πρέπει να δοθούν κίνητρα σε γνωστούς αθλητές των extreme sports προκειμένου να παραστούν στις διοργανώσεις με σκοπό να λειτουργήσουν ως καθοδηγητές γνώμης, διαδίδοντας την συμμετοχή τους ιογενώς στα κοινωνικά μέσα (Kotler et al, 2019). Αυτοί οι influencers θα μπορέσουν να μεταφέρουν εικόνες από τους τουριστικούς πόρους του Δήμου σε ένα ευρύ

κοινό με παρόμοια ενδιαφέροντα, συμβάλλοντας στην αναγνωρισιμότητα της περιοχής (Kotler et al, 2019).

Με παρόμοιο τρόπο πρέπει να αξιοποιηθεί και η Αγροτική Έκθεση Χαλανδρίτσας. Για παράδειγμα, οι εκδρομείς μπορούν να μετατραπούν σε τουρίστες μέσω της συμμετοχής τους σε θεματικές τουριστικές διαδρομές EMT και σε διαγωνισμούς και εκδηλώσεις που σκόπιμα διοργανώνονται πριν, κατά τη διάρκεια, και αμέσως μετά την έκθεση, ώστε να υπάρχει μια χρονική συνέχεια που δημιουργεί την ανάγκη διανυκτέρευσης.

5.5.6 Branding και προβολή

Το branding στην περίπτωση μας αφορά την εικόνα του τουριστικού προορισμού που επιθυμεί να μεταδώσει ο Δήμος Ερυμάνθου, με σκοπό να υποσχεθεί μια αξιομνημόνευτη εμπειρία που σχετίζεται με τους πόλους έλξης και τα χαρακτηριστικά της περιοχής όπως έχουν ήδη αναλυθεί (Kotler et al, 2016). Κατά την άποψη του ερευνητή, η στρατηγική branding πρέπει να εστιάσει στον αργό τουρισμό, ειδικά σε αυτή τη χρονική στιγμή. Πιο συγκεκριμένα, πρέπει να συνδεθεί ο Δήμος με έναν αυθεντικό τρόπο ζωής, την επαφή με τη φύση, τη χαλάρωση και την συναναστροφή με τους ντόπιους. Θα μπορούσε επίσης να υπάρξει μια σύνδεση και με την μυθολογία με τον Ερυμάνθιο Κάπρο και τους άθλους του Ηρακλή, προκειμένου να δημιουργηθεί ένα σύνθημα (slogan) για τον προορισμό που να περικλείει και την ιστορία της περιοχής, με σκοπό να δημιουργηθούν και ιστορικοί δεσμοί με τον προορισμό (Kotler et al, 2016). Για παράδειγμα, «*Ερύμανθος: Εκεί που ο Μύθος συναντά τη φύση*».

Σε κάθε περίπτωση, το slogan είναι δουλειά των ειδικών στην διαφήμιση στους οποίους πρέπει να αναθέσει ο Δήμος την προβολή του. Όσον αφορά το μίγμα προβολής, οι Kotler et al. (2016) υποστηρίζουν ότι οι σημερινοί DMOs προτιμούν τα ψηφιακά μέσα, τα οποία αφενός είναι πιο οικονομικά, αφετέρου προσεγγίζουν αποτελεσματικότερα τις νεότερες ηλικιακές αγορές. Βάσει των παραπάνω, προτείνεται η χρήση ψηφιακών μέσων, μέσω της δημιουργίας και της προώθησης βίντεο και εικόνων που θα δείχνουν τους επισκέπτες σε στιγμές χαλάρωσης μέσα στην φύση, αλλά και σε στιγμές όπου μαζί με τους ντόπιους συμμετέχουν σε πολιτιστικές, θρησκευτικές και αθλητικές εκδηλώσεις, τρώγοντας μαζί σε κάποια παραδοσιακή ταβέρνα ή καφενείο (Kotler et al, 2016). Σκοπός είναι η μετάδοση μιας αυθεντικής εμπειρίας και ενός αργού τρόπου ζωής, όπως αυτός περιγράφεται από τους Moira, Mylonopoloulos και Kondouraki (2017), στην υποενότητα 2.2.3.

5.6 Περιορισμοί της έρευνας

Η έρευνα έχει ορισμένους περιορισμούς. Καταρχήν, το δείγμα των ερωτηθέντων εστιάζει σε τοπικές μορφές ηγεσίας και δεν καλύπτει όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders), όπως τους επισκέπτες, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, τους ντόπιους επιχειρηματίες, τους κατοίκους, κ.ά., που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την ανάπτυξη (Okumus et al., 2020).

Δεύτερον, η ποιοτική έρευνα, όπως αναλύεται στην ενότητα 3.4, ενέχει υποκειμενικότητα, καθώς αποτυπώνει τις υποκειμενικές αντιλήψεις των υποκειμένων (Bryman, 2016). Πιο συγκεκριμένα, οι απόψεις των ερωτηθέντων ενδέχεται να επηρεάζονται από προσωπικές, αλλά και πολιτικές πεποιθήσεις. Παράλληλα, ζητείται από τα στελέχη της δημοτικής αρχής και τους πρόεδρους των τοπικών κοινοτήτων να εκφέρουν άποψη για τη δυνητική στάση της τοπικής κοινωνίας, δίχως να ερωτούνται άμεσα οι κάτοικοι.

Τρίτον, η ανάλυση και η ερμηνεία των δεδομένων, επαφίεται στις αναλυτικές ικανότητες και τις προκαταλήψεις του ερευνητή (Creswell & Creswell, 2018). Για παράδειγμα, οι επιλογές των εμβληματικών πόρων, η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της παρατήρησης, η ανάλυση των λεκτικών δεδομένων και τα συμπεράσματα εναπόκεινται στον ερευνητή.

Τέταρτον, οι τηλεφωνικές συνεντεύξεις δεν ηχογραφήθηκαν. Έτσι, τα λεκτικά δεδομένα δεν απομαγνητοφωνήθηκαν, αλλά έγινε καταγραφή των απαντήσεων των ερωτηθέντων κατά τη διάρκεια της συνέντευξης. Συνεπώς, μπορεί να μην έχουν αποτυπωθεί κατά λέξη τα λεγόμενα των ερωτηθέντων.

Τέλος, οι χρονικοί και οι χωρικοί περιορισμοί δεν επέτρεψαν τον έλεγχο του συνόλου των (εν δυνάμει) πόλων έλξης του Δήμου. Επιπλέον, ενδέχεται να υπάρχουν και άλλοι πόροι οι οποίοι να έχουν διαφύγει της προσοχής τόσο του ερευνητή, όσο και των ερωτηθέντων.

5.7 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Για μελλοντική έρευνα προτείνεται η ανάλυση των χαρακτηριστικών των επισκεπτών του Δήμου, μέσω ερωτηματολογίων. Η μελέτη των χαρακτηριστικών, των αναγκών και των προτιμήσεών τους, θα συμβάλλει στην δημιουργία μιας καλύτερης πρότασης αξίας και σε μια αποτελεσματικότερη στρατηγική προώθησης (Kotler et al., 2019).

Επίσης, η έρευνα θα μπορούσε να εστιάσει στην καταγραφή των επιδράσεων από την ανάπτυξη και γενικότερα στον βαθμό αποδοχής της από την τοπική κοινωνία, μέσω της

χρήσης δεικτών, προκειμένου να διερευνηθεί η σκοπιμότητα της ανάπτυξης (Kotler et al., 2019). Συγκεκριμένα, είναι σκόπιμο να ερευνηθεί ο βαθμός στον οποίο η ανάπτυξη έχει συμβάλει στην συγκράτηση του πληθυσμού, το οικονομικό αντίκτυπο στην τοπική κοινωνία, η εμπλοκή των ντόπιων επαγγελματιών με το τουριστικό προϊόν και γενικότερα η διάχυση του οφέλους.

Τέλος, προτείνεται η έρευνα της αποτελεσματικότητας των στρατηγικών μάρκετινγκ που υιοθετεί ο Δήμος, καθώς και η ενσωμάτωση και τα αποτελέσματα των νέων τεχνολογιών σε αυτές τις στρατηγικές. Θα μπορούσαν, παράλληλα, να γίνουν συγκρίσεις με βέλτιστες πρακτικές που εφαρμόζουν και άλλοι παρόμοιοι με τον Δήμο Ερυμάνθου δήμοι, ώστε να προκύψουν δεδομένα που θα οδηγήσουν σε μια αποτελεσματικότερη τουριστική προβολή.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Beedie, P. (2020). Ποιοτική Έρευνα: μια εφαρμογή στον τουρισμό. Στο *Μέθοδοι Έρευνας για Φοιτητές του Τομέα του Τουρισμού* (σελ. 124-150). Αθήνα: Gutenberg.

CNN-Greece. (2023). *Μονοπάτι Παλαιών Πατρών Γερμανού: Δράσεις για την ανάδειξη της ιστορικής περιοχής στην Πάτρα*. Πρόσβαση 02/02/2025, από <https://www.cnn.gr/ellada/story/377316/monopati-palaion-patron-germanoy-drasis-gia-tin-anadeiksi-tis-istorikis-perioxis-stin-patra>

Durbarry, R. (2020). Η ερευνητική διαδικασία. Στο *Μέθοδοι Έρευνας για Φοιτητές του Τομέα του Τουρισμού* (σελ. 56-66). Αθήνα: Gutenberg.

Durbarry, R., & Ramseook-Munhurrin, P. (2020). Φιλοσοφικές διαμάχες σχετικά με την έρευνα. Στο *Μέθοδοι Έρευνας για Φοιτητές του Τομέα του Τουρισμού* (σελ. 42-55). Αθήνα: Gutenberg.

Durbarry, R., Durbarry, A. (2020a). Αναπτύσσοντας μια ερευνητική πρόταση. Στο *Μέθοδοι Έρευνας για Φοιτητές του Τομέα του Τουρισμού* (σελ. 67-84). Αθήνα: Gutenberg.

Durbarry, R., Durbarry, A. (2020b). Δειγματοληψία. Στο *Μέθοδοι Έρευνας για Φοιτητές του Τομέα του Τουρισμού* (σελ. 214-226). Αθήνα: Gutenberg.

Epimelitirio.protagonistis.gr. (2025). *Δήμος Ερυμάνθου*. Πρόσβαση 18/01/2024, από <https://epimelitirioprotagonistis.gr/services/dimos-erymanthou/>

Everett, S., & Aloudat, A. (2020). Ανάλυση ποιοτικών δεδομένων. Στο *Μέθοδοι Έρευνας για Φοιτητές του Τομέα του Τουρισμού* (σελ. 229-260). Αθήνα: Gutenberg.

Flick, U. (2017). *Εισαγωγή στην Ποιοτική Έρευνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

Inkson, C., & Minnaert, L. (2020). *Τουριστικό Μάνατζμεντ*. Αθήνα: Gutenberg.

Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., & Baloglu, S. (2019). *Μάρκετινγκ Τουρισμού & Φιλοξενίας*. Λευκωσία: Broken Hill.

Lickorish, L., & Jenkins, C. (2004). *Μια εισαγωγή στον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Naturagraeca. (2025). *Διάφοροι Βιότοποι*. Πρόσβαση 04/02/2025, από <https://www.naturagraeca.com/ws/130,192,251,1,1,%CE%95%CF%81%CF%8D%CE%BCE%CE%B1%CE%BD%CE%B8%CE%BF%CF%82>

Patrasevents.gr. (2024). “44^ο Ράλλυ Αχαιός” σε Χαλανδρίτσα και Λεόντιο. Πρόσβαση 02/02/2025, από <https://www.patrasevents.gr/article/699231-44o-ralli-axeos-se-xalandritsa-ke-leontio>

Stigmap. (2025). Εύρεση διαδρομής στο χάρτη-Πλοήγηση-Χιλιομετρικές αποστάσεις πόλεων. Πρόσβαση 10/01/2025, από <https://www.stigmap.gr/ploigisi.php>

Tempo24. (2024). *Με τη στήριξη της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας το Κύπελλο Ελλάδας Σκοποβολής*. Πρόσβαση 02/02/2025, από <https://tempo24.news/eidisi/472137/me-ti-stirixi-tis-perifereias-dytikis-elladas-to-kypello-elladas-skopovolis>

The Best. (2024). *Με επιτυχία ολοκληρώθηκε η 21^η Αγροτική Έκθεση Χαλανδρίτσας-AgreXa 2024*. Πρόσβαση 11/01/2025, από https://www.thebest.gr/article/763871-me-epituchia-oklirothike-i-21i-agrotiki-ekthesi-chalandritsas-agrexa-2024#google_vignette

The Big Stone Resort. (2024). *The Big Stone Resort: Δημιουργήστε αναμνήσεις που διαρκούν για πάντα*. Πρόσβαση 18/01/2025, από <https://www.thebigstoneresort.gr/>

topoGuide.gr. (2014). *Το Εθνικό Μονοπάτι Ο31*. Πρόσβαση 04/02/2025, από <https://www.topoguide.gr/O31/O31.php>

Visit-erymanthos.gr. (2014/2025). *Ενοικιαζόμενα Δωμάτια Δήμητρας Γαλανοπούλου στον Μίχα*. Πρόσβαση 18/01/2025, από <https://www.visit-erymanthos.gr/frontend/points/view/124>

Α.Σ.Τ. Πέλοπας. (2025). *Προπονητικό Κέντρο Τοξοβολίας Βασιλικού*. Πρόσβαση 02/02/2025, από <https://hellasarchery.gr/proponitiko-kentro.html>

Αγροτική Έκθεση Χαλανδρίτσας. (2024). *Agrexa: Αγροτική Έκθεση Χαλανδρίτσας*. Πρόσβαση 01/02/2025, από <https://agrexa.gr/ekthesi-chalandritsas/>

Αθηναϊκός Ορειβατικός Σύλλογος. (2025). *Ανάβαση στον Ερύμανθο – Ωλενός 2224m, 3-03/03*. Πρόσβαση 04/02/0225, από <https://aos.gr/anavasi-ston-erymantho-olenos-2224m-24-25-02/>

- Αθηνάκης, Δ. (2024). «Έμφραγμα» στη Σαντορίνη: Οι ταξιδιώτες κρουαζιέρας επιβαρύνουν τις ήδη εξασθενημένες υποδομές του νησιού. Πρόσβαση 14/09/2024, από <https://www.kathimerini.gr/society/563140432/emfragma-sti-santorini/>
- Αλεξανδρή, Κ. (2018). *Διοίκηση Αθλητικού Τουρισμού*. Θεσσαλονίκη: Αφοί Κυριακίδη Εκδόσεις Α.Ε.
- Ανδριώτης, Κ. (2008). *Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε.
- Αυλωνίτης, Γ., Γούναρης, Σ., & Τσιότσου, Ρ. (2016). *Μάρκετινγκ Υπηρεσιών: Μάνατζμεντ, Στρατηγικές και Νέες Τεχνολογίες*. Λευκωσία: Broken Hill.
- Βαρβαρέσος, Σ. (2009). Η Συνεισφορά των Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού στην Ανάπτυξη της Τουριστικής Δραστηριότητας. Στο Σωτηριάδης, Μ., & Φαρσάρη, Ι. (επιμ.) *Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού: Σχεδιασμός Management και Marketing* (σελ. 151-173). Αθήνα: Interbooks.
- Βελισσαρίου, Ε. (2009). Οργάνωση και Διοίκηση Λειτουργιών στις Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού. Στο Σωτηριάδης, Μ., & Φαρσάρη, Ι. (επιμ.) *Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού: Σχεδιασμός Management και Marketing* (σελ. 219-242). Αθήνα: Interbooks.
- Βλαχοπούλου, Μ. (2020). *Ψηφιακό Μάρκετινγκ: Από τη Θεωρία στην Πράξη*. Αθήνα: Rosili.
- Βλαχοπούλου, Μ., & Δημητριάδης, Σ. (2014). *ηλεκτρονικό επιχειρείν & μάρκετινγκ: καινοτόμα μοντέλα σε ψηφιακό περιβάλλον*. Αθήνα: Rosili.
- Δήμος Ερυμάνθου (2024). *Δήμος Ερυμάνθου: Πύλη Εξυπηρέτησης Πολιτών*. Πρόσβαση από <https://erymanthou.gov.gr/>
- Ε.Ο.Σ. Θεσσαλονίκης. (2025). 28/04-01/05 Τετραήμερη εξόρμηση στον Ερύμανθο. Πρόσβαση 04/02/2025, από <https://www.eosthessalonikis.gr/anavash/418/.html>
- Ελληνική Ομοσπονδία Τοξοβολίας. (2024). *Προκήρυξη Αγώνα Α.Χ. αγων. Κατ., Αναπτ. & Μ.Κ.Τ., Βασιλικό Αχαΐας, Κυριακή 23 Ιουνίου 2024*. Πρόσβαση 02/02/2025, από <https://www.archery.org.gr/prokiryxi-agona-a-ch-a-v-agon-kat-anapt-amp-m-i-k-vasiliko-achaias-kyriaki-23-ioynioy-2024/>

ΕΛΣΤΑΤ (2021). *Δημογραφικά Χαρακτηριστικά 2021*. Πρόσβαση 15/09/2024 , από <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SAM03/->

Ζαχαράτος, Γ., & Τσάρτας, Π. (1999). *Πολιτική και Κοινωνιολογία της Τουριστικής Ανάπτυξης*. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

ΙΝΣΕΤΕ. (2021, Δεκέμβριος). *Ελληνικός Τουρισμός 2030: Σχέδια Δράσης*. Ανακτήθηκε 4 Δεκεμβρίου 2022, από <https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/12/Megatrends.pdf>

Κοκκώσης, Χ., & Τσάρτας, Π. (1999). *Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό*. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Κοκκώσης, Χ., & Τσάρτας, Π. (2019). *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., & Γκρίμπα. (2020). *Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού: Ζήτηση και Προσφορά Νέων Προϊόντων Τουρισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Κτήμα Γουρδούπη. (2025). Πρόσβαση 18/01/2025, από <https://ktimagourdoupi.gr/#>

Λαγός, Δ. (2018). *Τουριστική Οικονομική*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

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

Μοίρα, Π. (2022). *Τουρισμός: Ιστορία, Εξέλιξη, Προοπτικές*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.

Μοίρα, Π., & Δρίβας, Π. (2017). Ορεινός τουρισμός στην Ελλάδα: Δυνατότητες και προοπτικές επέκτασης της τουριστικής περιόδου σε όλη τη διάρκεια του έτους. *e-Περιοδικό Επιστήμης & Τεχνολογίας*, 12(4): 23-35. Πρόσβαση 22/08/2024, από http://ejst.uniwa.gr/issues/issue_52/Moira_52.pdf

Μπαλτάς, Γ., & Παπασταθοπούλου, Π. (2013). *Συμπεριφορά καταναλωτή*. Αθήνα: Rosili.

Μυλωνόπουλος, Δ. (2011). *Τουριστικό Δίκαιο*. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. (2025). *Αναζήτηση Ξενοδοχείων και Κάμπινγκ*. Πρόσβαση 18/01/2025, από [https://www.grhotels.gr/touristikos-odigos/anazitisi-ksenodocheion-kai-](https://www.grhotels.gr/touristikos-odigos/anazitisi-ksenodocheion-kai-kampingk/?s_search&cache_previous_search&location_place_id&location_latitude_longitude&location_region_term_id&location_regional_unit_term_id&location_municipality_t)

[kampingk/?s_search&cache_previous_search&location_place_id&location_latitude_longitude&location_region_term_id&location_regional_unit_term_id&location_municipality_t](https://www.grhotels.gr/touristikos-odigos/anazitisi-ksenodocheion-kai-kampingk/?s_search&cache_previous_search&location_place_id&location_latitude_longitude&location_region_term_id&location_regional_unit_term_id&location_municipality_t)

[erm_id=600&s_island=0&s_listing_island&s_listing_type%5B0%5D=293&s_listing_type%5B1%5D=716&s_listing_rating%5B0%5D=279&s_listing_rating%5B1%5D=205&s_listing_rating%5B2%5D=206&s_listing_rating%5B3%5D=273&s_listing_rating%5B4%5D=208&s_municipality=600&location_term_id=600](#)

Πελοπόννησος. (2022). «Χρυσωρυχείο» της Πάτρας οι 30000 φοιτητές-Αποκαλυπτικά τα οικονομικά στοιχεία του πανεπιστημίου-1 εκατ. Ευρώ την ημέρα. Πρόσβαση 10/01/2025, από <https://pelop.gr/chrysorycheio-tis-patras-oi-30-000-foitites-apokalyptika-ta-oikonomika-stoicheia-tou-panepistimiou-1-ekat-evro-tin-imera/>

Πελοπόννησος. (2025). Ερύμανθος: Αυτά είναι τα έργα που προβλέπεται να εκτελέσει ο Δήμος το 2025. Πρόσβαση 17/01/2025, από https://pelop.gr/erymanthos-afta-einai-ta-erga-pou-provlepetai-na-ektelesei-o-dimos-to-2025/#goog_rewarded

Σαραντάκου, Ε., & Καραχάλης, Ν. (2024). *Σχεδιασμός και Διαχείριση Τουριστικών Προορισμών: Στρατηγικές και χωρικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Σταυρινούδης, Α., & Παρθένης, Σ. (2009). Ο Ρόλος και η Συνεισφορά των Τοπικών, Περιφερειακών και Εθνικών Φορέων και Οργανισμών. Στο Σωτηριάδης, Μ., & Φαρσάρη, Ι. (επιμ.) *Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού: Σχεδιασμός Management και Marketing* (σελ. 127-147). Αθήνα: Interbooks.

Σχολή Ιππασίας Πατρών. (2024). Πρόσβαση 04/02/2025, από <https://www.sxoliippasiaspatron.gr/>

Τερζίδης, Κ. (2008). *Διαχείριση και Ανάπτυξη Ανθρώπινων Πόρων*. Πάτρα: ΕΑΠ.

Τσιότρας, Γ. (2016). *Διοίκηση Ολικής Ποιότητας*. Λευκωσία: Broken Hill.

Υπουργείο Περιβάλλοντος & Ενέργειας. (2020). *Δίκτυο Natura 2000*. Πρόσβαση 04/02/2025, από <https://ypen.gov.gr/perivallon/viopoikilotita/diktyo-natura-2000/>.

Φαρσάρη, Ι. (2009). Εννοιολογικές Προσεγγίσεις. Στο Σωτηριάδης, Μ., & Φαρσάρη, Ι. (επιμ.) *Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού: Σχεδιασμός Management και Marketing* (σελ. 37- 54). Αθήνα: Interbooks.

Φαρσάρη, Ι., & Σωτηριάδης, Μ. (2009). Το Μέλλον και οι Προοπτικές των Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού: Κρίσιμοι Παράγοντες Επιτυχίας. Στο Σωτηριάδης, Μ.,

& Φαρσάρη, Ι. (επιμ.) *Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού: Σχεδιασμός Management και Marketing* (σελ. 373-386). Αθήνα: Interbooks.

Ξενογλώσση

Altrichter, H., Posch, P., & Somekh, B. (2006). *Teachers Investigate Their Work: An Introduction to the Methods of Action Research*. London: Routledge.

Bateman, D., & Ray, C. (1994). Farm Pluriactivity and rural policy: Some evidence from Wales. *Journal of Rural Studies*, 10(1): 1-13. [https://doi.org/10.1016/0743-0167\(94\)90002-7](https://doi.org/10.1016/0743-0167(94)90002-7)

Beaver, A. (2002). *A Dictionary of Travel and Tourism Terminology*. Wallingford: CABI.

Bogdan, R.C., & Biklen, S.K. (1992). *Qualitative Research: An introduction to Theory and Methods*. Needham Heights: Allyn & Bacon.

Bogner, A., & Menz, W. (2009). The Theory-Generating Expert Interview: Epistemological Interest, Forms of Knowledge, Interactions. Στο Bogner, A., Littig, B., & Menz, W. (επιμ.), *Interviewing Experts. Research Methods Series* (σελ. 43–80). London: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230244276_3

Bramwell, B., & Lane, B. (eds) (2000). *Tourism Collaboration and Partnerships: Politics, Practice and Sustainability*. Bristol: Channel View Publications.

Bryman, A. (2016). *Social Research Methods*. Oxford; New York: Oxford University Press.

Buhalis, D. (1999). Tourism on the Greek islands: issues of peripherality, competitiveness and development. *International Journal of Tourism Research*, 1(5): 341-358. Πρόσβαση 01/09/2024, από <https://proxy.eap.gr/login?url=https://www.proquest.com/scholarly-journals/tourism-on-greek-islands-issues-peripherality/docview/214524935/se-2?accountid=16059>

Busby, G, & Rendle, S. (2000). The transition from tourism on farms to farm tourism. *Tourism Management*, 21(6): 635-642. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00011-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00011-X)

Butler, R. (2006). The Concept of a Tourist Area Life Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. Στο Butler, R. (επιμ.) *The Tourism Area Life Cycle, vol.1: Applications and Modifications* (σελ. 3-12). Clevedon: Channel View Publications.

- Cazes, G.H. (1989). Alternative tourism: Reflections on an ambiguous concept. Στο Singh, T.V., Theuns, H.L., & Go, F.M. (επιμ.). *Towards Appropriate Tourism: The case of Developing Countries*, (σελ. 117-127). Frankfurt: Peter Lang.
- Chalip, L., & Costa, C. (2006). Building Sport Event Tourism into the Destination Brand: Foundations for a General Theory. Στο Gibson, H. (επιμ.) *Sport Tourism: Concepts and Theories* (σελ. 86-105). London and New York: Routledge.
- Christou, E. (2005). Heritage and cultural tourism: a marketing approach. Στο Sigala, M., & Leslie, D. (επιμ.). *International cultural tourism: management, implications and cases*, (σελ. 3-15). Oxford; Burlington, MA: Elsevier Butterworth Heinmann.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1): 164-182. Διαθέσιμο στο <https://www-jstor-org.proxy.eap.gr/stable/40970087>
- Crabtree, B.F., & Miller, W.L. (eds) (1999). *Doing Qualitative Research*. London: Sage.
- Creswell, J., & Creswell, D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Approaches*. Los Angeles: Sage.
- Crompton, J.L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4): 408-424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Cunha, C., Kastenholz, E., & Carneiro, M.J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol. 44: 215-226. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.007>
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4): 184-194. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)
- Decrop, A. (1999). Triangulation in Qualitative Tourism Research. *Tourism Management*, 20(1): 157-161. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00102-2](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00102-2)
- Denscombe, M. (2007). *The Good Research Guide for small-scale social research projects*. Maidenhead: Open University Press/McGraw Hill.
- Denzin, N.K. (1970). *The Research Act in Sociology*. Chicago: Aldine.
- Dredge, D. (2006). Policy networks and the local organization of tourism. *Tourism Management*, 27(2): 269-280. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.10.003>

- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2013). *Tourism: Principles and Practice*. Harlow: Pearson.
- Frochot, I. (2005). A benefit segmentation of tourists in rural areas: A Scottish perspective. *Tourism Management*, 26(3): 335-346.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.11.016>
- Gammon, S., & Robinson, T. (2003). Sport and Tourism: A conceptual framework. *Journal of Sport & Tourism*, 8(1): 21-26. <https://doi.org/10.1080/14775080306236>
- Gibson, H. (2006). Sport Tourism: Concepts and Theories. An Introduction. Στο Gibson, H. (επιμ.). *Sport Tourism: Concepts and Theories* (σελ. 1-9). New York: Routledge.
- Gunn, C. (1988). *Vacationscape: Designing tourist regions*. Van Nostrand Reinhold.
- Gunn, C.A. (1994). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. Washington: Taylor & Frances.
- Hall, C. (2008). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Harlow: Prentice-Hall.
- Henderson, K.A. (1991). *Dimension of Choice: A Qualitative Approach to Recreation, Arks and Leisure Research*. State College, PA: Venture.
- Iliev, D. (2020). The evolution of religious tourism: Concept, segmentation and development of new identities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol.45 (December 2020): 131-140. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.07.012>
- Inskip, E. (1991). *Tourism Planning: An integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Jackowski, A., & Smith, V.L. (1992). Polish Pilgrim-Tourists. *Annals of Tourism Research*, 19(1): 92-106. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90109-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90109-3)
- Kastenlolz, E., Davis, D., & Paul, G. (1999). Segmenting tourists in rural areas: The case of North and Central Portugal. *Journal of Travel Research*, 37(4): 353-363. <https://doi.org/10.1177/004728759903700405>
- Keyser, H. (2002). *Tourism Development*. Oxford: Oxford University Press.
- Kotler, P., Haider, D.H., & Rein, I. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment Industry and Tourism to Cities, States and Nations*. New York: Free Press.

- Laarman, J.G., & Durst, P.B. (1987). *Nature Travel and Tropical Forests. FPEI Working Paper 23*. Research Triangle Park. NC: Southeastern Center of Forest Economics Research.
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4): 390-407. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90003-3)
- Lofland, J. (1971). *Analyzing Social Settings*. Belmont, CA: Wadsworth.
- McDaniel, C., & Gates, R. (2012). *Marketing Research*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- McIntosh, R., Goeldner, C., & Ritchie, J. (1995). *Tourism Principles, Practices and Philosophies*. New York: Wiley.
- Meuser, M., & Nagel, U. (2009). The Expert Interview and Changes in Knowledge Production. Στο Bogner, A., Littig, B., & Menz, W. (επιμ.), *Interviewing Experts. Research Methods Series* (σελ. 17–42). London: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230244276_2
- Miles, M.B., & Huberman, M.A. (1994). *Qualitative Data Analysis: An expanded Sourcebook*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Mings, R. C. (1988). Assessing the Contribution of Tourism to International Understanding. *Journal of Travel Research*, 27(2): 33-38. <https://doi.org/10.1177/004728758802700205>
- Moira, P., Mylonopoulos, D., & Kondoudaki, E. (2017). The Application of Slow Movement to Tourism: Is Slow Tourism a New Paradigm? *Journal of Tourism and Leisure Studies*, 2(2): 1-10. <https://doi.org/10.18848/2470-9336/CGP/v02i02/1-10>
- Murphy, P.E., (1985). *Tourism: A Community Approach*. London: Methuen.
- Nepal, S. K., & Chipeniuk, R. (2005). Mountain Tourism: Toward a Conceptual Framework. *Tourism Geographies*, 7(3): 313–333. <https://doi-org.proxy.eap.gr/10.1080/14616680500164849>
- Nickson, D. (2013). *Human Resource Management for the Hospitality and Tourism Industries*. London and New York: Routledge.
- Okumus, F., Altinay, L., Chathoth, P., & Koseoglou, M. (2020). *Strategic Management for Hospitality and Tourism*. London and New York: Routledge.

- Patton, M.Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pearce, P. (1991). Analysing tourist attractions. *Journal of Tourism Studies*, 2(1): 46-55.
- Pike, S. (2004). *Destination Marketing Organisations*. Amsterdam: Elsevier Ltd.
- Pizam, A., & Mansfield, Y. (1999). *Consumer Behavior in Travel and Tourism*. Philadelphia, PA: Haworth Press.
- Plog, S.C. (1991). *Leisure Travel: Making it a Growth Market... Again!* New York: Wiley.
- Poon, A. (1993). *Tourism Technology and Competitive Strategies*. Wallingford. CABI.
- Price, M. F., & Neville, G. R. (2003). Designing strategies to increase the resilience of alpine/montane systems to climate change. Στο L. J. Hansen, J. L. Biringer and J. R. Hoffman (επιμ.) *Buying Time: A User's Manual for Building Resistance and Resilience to Climate Change in Natural Systems* (σελ. 73–94). Gland: WWF.
- Ramos, S. P., & Mundet, L. (2020). Tourism-phobia in Barcelona: dismantling discursive strategies and power games in the construction of a sustainable tourist city. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(1): 113–131. <https://doi-org.proxy.eap.gr/10.1080/14766825.2020.1752224>
- Richards, G. (1997). The social context of cultural tourism. Στο Richards, G. (επιμ.). *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: CAB International.
- Riley, R. W. (1996). Revealing Socially Constructed Knowledge Through Quasi-Structured Interviews and Grounded Theory Analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 5(1–2), 21–40. https://doi.org/10.1300/J073v05n01_03
- Rinschede, G. (1992). Forms of Religious Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1): 51-67. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90106-Y](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90106-Y)
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford: CABI.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2003). *Research Methods for Business Students*. Harlow: Prentice Hall.

- Schouten, F. (2007). Cultural Tourism: Between Authenticity and Globalization. Στο Richards, G. (επιμ.). *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives* (σελ. 25- 37). New York: Routledge.
- Sharma, P. (2000) *Tourism as Development: Case Studies from the Himalaya*. Kathmandu & Innsbruck: Himal Books & STUDIEN Verlag.
- Smith, V. L. (1992). The quest in guest. *Annals of Tourism Research*, 19(1): 1-17. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90103-V](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90103-V)
- Smith, V.L. (1978). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Oxford: Blackwell.
- Statista (2024). *Number of International Tourist Arrivals Worldwide from 1950 to 2023 (in millions)*. Πρόσβαση 14/09/2024, από <https://www.statista.com/statistics/209334/total-number-of-international-tourist-arrivals/>
- Stepp, J. R. (2000) Mountain ethnobiology and development in highland Chiapas, Mexico: Lessons in biodiversity and health, *Mountain Research and Development*, 20(3): 218–219. [https://doi.org/10.1659/0276-4741\(2000\)020\[0218:MEADIH\]2.0.CO;2](https://doi.org/10.1659/0276-4741(2000)020[0218:MEADIH]2.0.CO;2)
- Swarbrooke, J. (1996). Culture, tourism and sustainability in rural areas in Europe: Managing cultural resources for the tourist. Στο Robinson, M., Evan, N., & Callaghan, P. (eds). *Proceedings of the Conference, Tourism and Culture Towards the 21st Century*. Newcastle: University of Northumbria.
- Theobald, W.F (2005). The Meaning, scope and measurement of travel and tourism. Στο W.F Theobald (ed.), *Global Tourism* (3^η έκδ.). Burlington, MA: Elsevier-Science, σ. 3-24.
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism-frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27(2): 183-200. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.10.004>
- Triarchi Ei., & Karamanis, K. (2017). The evolution of alternative forms of tourism: A theoretical background. *Business & Entrepreneurship Journal*, 6(1): 39-59. Πρόσβαση 07/08/2024, από <https://proxy.eap.gr/login?url=https://www.proquest.com/scholarly-journals/evolution-alternative-forms-tourism-theoretical/docview/2572252825/se-2>
- United Nations Environment Programme (UNEP) & UNWTO (2005). *Making Tourism more Sustainable – A Guide for Policy Makers*. New York: UNEP & UNWTO.

- UNWTO. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics*. Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division. Πρόσβαση 25/07/2024, από https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf
- UNWTO. (2024). *Glossary of Tourism Terms*. Πρόσβαση 25/07/2024, από <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms#top>
- Veal, A.J. (2006). *Research Methods for Leisure and Tourism: A practical Guide*. Harlow: Financial Times Prentice Hall.
- Wheelen, T., Hunger, D., Hoffman, A., & Bamford, C. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability*. Harlow: Pearson.
- Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J., & Van Es, J. C. (2001). Factors for Success in Rural Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 40(2): 132-138. <https://doi-org.proxy.eap.gr/10.1177/004728750104000203>
- World Travel & Tourism Council (2024). *Economic Impact Research*. Πρόσβαση 14/09/2024, από <https://wttc.org/research/economic-impact>
- Zhang, Y., & Wildemuth, B.M. (2017). Qualitative analysis of content. Στο B. Wildemuth (επιμ.) *Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science* (σελ. 318-329). Santa Barbara, CA: Libraries Unlimited.

Παράρτημα Ι: Αντικειμενικοί σκοποί, υποθέσεις, προϋποθέσεις ανάπτυξης.

Αντικειμενικοί σκοποί	Προϋποθέσεις ανάπτυξης	Υποθέσεις
1. Διαπίστωση της υπάρχουσας τουριστικής κίνησης.	Υπαρξη μιας χρήσιμης μάζας τουριστών	Υπάρχει ήδη ένας (μικρός) αριθμός τουριστών/εκδρομέων στην περιοχή.
2. Διερεύνηση βουλήσεων, αντιλήψεων, στάσεων και προσδοκιών της δημοτικής αρχής για την ανάπτυξη.	Ανάμειξη δημόσιου τομέα Σύσταση DMO Κατάλληλος σχεδιασμός	Οι τοπικοί (πολιτικοί) φορείς είναι θετικά διακείμενοι απέναντι στην ανάπτυξη κι έχουν τη βούληση να το πράξουν. Ο Δήμος είναι διατεθειμένος να προβεί στην σύσταση ενός DMO, εφόσον δεν υπάρχει ένας κεντρικός οργανισμός διαχείρισης του τουρισμού. Ο Δήμος διαθέτει ή σκοπεύει να εκπονήσει ένα στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης.
3. Εντοπισμός, καταγραφή δειγματοληπτικός έλεγχος ποιότητας πόλων έλξης, υφιστάμενων υποδομών και υπηρεσιών, που θα μπορούσαν να υποστηρίξουν την ανάπτυξη.	Πόλοι έλξης Υποδομή και υπηρεσίες Οδική πρόσβαση Εγγύτητα με κάποιο αστικό κέντρο (αφορά τη γεωγραφική θέση προσφοράς)	Ο Δήμος διαθέτει τους κατάλληλους πόρους τόσο σε είδος όσο και σε ποιότητα. Ο Δήμος διαθέτει τις απαραίτητες υποδομές και υπηρεσίες. Οι τουριστικοί πόροι του Δήμου είναι (εύκολα) προσβάσιμοι. Ο Δήμος έχει γεωγραφική εγγύτητα με αστικά κέντρα.
4. Διαπίστωση της ύπαρξης ή μη του απαραίτητου ανθρώπινου δυναμικού, που θα μπορούσε να υποστηρίξει την ανάπτυξη.	Εκπαίδευση και κατάρτιση	Υπάρχει το κατάλληλα καταρτισμένο/εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό.
5. Διερεύνηση στάσης της τοπικής κοινωνίας απέναντι στην ανάπτυξη.	Συγκατάθεση τοπικής κοινωνίας	Η τοπική κοινωνία είναι σύμφωνη με την ανάπτυξη

Παράρτημα II: Ερωτήσεις προς το Στέλεχος 1

E1: Έχουν γίνει προσπάθειες στο παρελθόν για την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή;

E2: Ποιες είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού;

E3: Έχετε εκπονήσει ή σκοπεύετε να εκπονήσετε κάποιο στρατηγικό πλάνο ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού με συγκεκριμένη στοχοθεσία και ενέργειες;

E4: Ποιο είναι το όραμά σας αναφορικά με την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού; Πόσο μακριά μπορεί αν φτάσει η ανάπτυξη;

E5: Είστε θετικά διακείμενοι στην δημιουργία ενός τμήματος που να ασχολείται αποκλειστικά με τον τουρισμό αρχικά και ενός DMO σε βάθος χρόνου, εφόσον έχει προχωρήσει η τουριστική ανάπτυξη;

E6: Θα ήσασταν θετικός στο να υπάρξει εκπαίδευση (και σε επίπεδο στελεχών) πάνω στον τομέα του εναλλακτικού τουρισμού;

Παράρτημα III: Ερωτήσεις προς το Στέλεχος 2

- E1:** Ποιος είναι ο ρόλος και οι αρμοδιότητες που έχετε στον δήμο Ερυμάνθου;
- E2:** Είχαν γίνει κάποιες προσπάθειες στο παρελθόν για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή από την δημοτική αρχή, τους επαγγελματίες και την τοπική κοινωνία γενικότερα;
- E3:** Ποιος είναι ο αριθμός των τουριστών/εκδρομέων σήμερα; Υπάρχει κάποιο σύστημα καταγραφής και ταξινόμησής τους;
- E4:** Εφόσον υπάρχει επισκεψιμότητα, για ποιους λόγους έρχονται οι επισκέπτες;
- E5:** Υπάρχει κάποιος κεντρικός οργανισμός διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης στον δήμο; Αν ναι, πως λειτουργεί; Ποιος είναι ο ρόλος και οι αρμοδιότητές του;
- E6:** Είστε θετικά διακείμενοι στην δημιουργία ενός οργανισμού διαχείρισης τουρισμού για τον δήμο, στο πλαίσιο ενός στρατηγικού πλάνου τουριστικής ανάπτυξης; Αν ναι, θεωρείτε πως είναι εφικτό; Υπάρχουν (αντικειμενικές) δυσκολίες στην σύσταση του;
- E7:** Υπάρχει συνεργασία του δήμου με φορείς με σκοπό στην τουριστική ανάπτυξη;
- E8:** Υπάρχουν στελέχη στην δημοτική αρχή που έχουν επαγγελματική εμπειρία στον τουρισμό, είναι καταρτισμένα ή έχουν σπουδές στον τομέα;
- E9:** Θεωρείτε ότι η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής θα μπορούσε να έχει δυνητικά οφέλη για την τοπική κοινωνία; Αν ναι, γιατί;
- E10:** Είναι εφικτή η εν λόγω ανάπτυξη;
- E11:** Ποια πιστεύετε ότι θα ήταν η στάση της τοπικής κοινωνίας (αν υπάρξει ενημέρωση και εκπαίδευση) απέναντι σε ένα πλάνο ανάπτυξης EEMT;
- E12:** Σε βάθος χρόνου, και όσο προχωράτε, θα υιοθετούσατε μια πιο συστηματική αναπτυξιακή προσέγγιση, ένα στρατηγικό πλάνο ανάπτυξης;
- E13:** Υπάρχουν οι απαραίτητοι πόλοι έλξης, υπηρεσίες και υποδομές που θα μπορούσαν να υποστηρίξουν την ανάπτυξη του (εναλλακτικού) τουρισμού;
- E14:** Υπάρχει η βούληση/όραμα από τον δήμο για την στήριξη της ανάπτυξης του τουρισμού; Αν ναι, ποιες είναι οι παρούσες ενέργειες προς αυτή την κατεύθυνση;
- E15:** Υπάρχουν δυνατότητες χρηματοδότησης της τουριστικής ανάπτυξης;
- E16:** Ποιες είναι κατά τη γνώμη σας οι μεγαλύτερες προκλήσεις που θα πρέπει να αντιμετωπίσει ο δήμος στην πορεία για την εν λόγω ανάπτυξη;
- E17:** Ποιες είναι κατά τη γνώμη σας οι ενέργειες στις οποίες θα πρέπει να προβεί ο δήμος από εδώ και στο εξής, προκειμένου να υπάρξει βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη;

Παράρτημα IV: Ερωτήσεις στους προέδρους των κοινοτήτων

E1: Υπάρχουν εκδρομείς / τουρίστες που επισκέπτονται την κοινότητά σας. Αν ναι, για ποιους λόγους έρχονται οι επισκέπτες;

E2: Εφόσον υπάρχει επισκεψιμότητα, υπάρχουν οφέλη για την κοινότητα; Αν ναι ποια;

E3: Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην κοινότητά σας, θα μπορούσε να έχει δυνητικά οφέλη για την τοπική κοινωνία; Αν ναι, ποια και γιατί;

E4: Υπάρχουν οι απαραίτητοι πόλοι έλξης, υπηρεσίες και υποδομές που θα μπορούσαν να υποστηρίξουν την ανάπτυξη του (εναλλακτικού) τουρισμού στην κοινότητά σας;

E5: Υπάρχουν καταλύματα ή άλλες τουριστικές επιχειρήσεις στην κοινότητά σας;

E6: Υπάρχουν τοπικά προϊόντα που θα επιθυμούσαν να αγοράσουν οι επισκέπτες;

E7: Υπάρχει η βούληση από την πλευρά του δήμου και τη δική σας για την στήριξη της ανάπτυξης του τουρισμού; Αν ναι, ποιες είναι οι παρούσες ενέργειες προς αυτή την κατεύθυνση;

E8: Ποια πιστεύετε ότι θα ήταν η στάση των κατοίκων της κοινότητας απέναντι σε ένα πλάνο ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού; Θα επιθυμούσαν να ασχοληθούν επαγγελματικά με τον τουρισμό, εφόσον ενημερωθούν και λάβουν την απαραίτητη εκπαίδευση; Γιατί;

E9: Με ποιον τρόπο θα μπορούσε να συμβάλλει ο δήμος στην ανάπτυξη του (εναλλακτικού) τουρισμού στην κοινότητά σας; Γενικότερα στον δήμο;

E10: Ποιες είναι κατά τη γνώμη σας οι μεγαλύτερες προκλήσεις που θα πρέπει να αντιμετωπίσει ο δήμος και η κοινότητά σας στην πορεία για την εν λόγω ανάπτυξη;

Παράρτημα V: Ερωτήσεις προς το Στέλεχος 3

E1: Έχει προχωρήσει κάποιο σχέδιο αναφορικά με την εκμετάλλευση του φράγματος Πείρου-Παραπείρου; Έχουν γίνει συγκεκριμένες ενέργειες;

E2: Υπάρχει κάποιος από τους προέδρους των κοινοτήτων που να έχει γνώση στον τομέα του (εναλλακτικού) τουρισμού;

E3: Εάν υπήρχε μια πρόταση για να εκπαιδευτούν άτομα που δυνητικά θα ήθελαν να ασχοληθούν με τον Αγροτουρισμό, είτε άτομα από το δημοτικό συμβούλιο και πρόεδροι των κοινοτήτων, πως θα το βλέπατε;

E4: Έχουν γίνει κάποιες συστηματικές ενέργειες για τον τουρισμό, με στρατηγικό πλάνο και θέση στόχων;

E5: Θα ήσασταν θετικά διακείμενος στην δημιουργία ενός τμήματος διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης ή ενός DMO σε βάθος χρόνου;

E6: Έχει προοπτικές να αναπτυχθεί ο Δήμος, υπό προϋποθέσεις πάντα, μέχρι ποιο βαθμό ανάπτυξης; Θα έχει αρκετούς επισκέπτες; Έχει νόημα η ανάπτυξη από οικονομική σκοπιά;

E7: Ποιες είναι οι βασικές προκλήσεις στον δρόμο προς την ανάπτυξη;

E8: Θα ήταν θετική η τοπική κοινωνία απέναντι στην τουριστική ανάπτυξη, εφόσον υπάρξει και η κατάλληλη ενημέρωση (για τις ΕΕΜΤ);

Παράρτημα VI: Εν δυνάμει πόλοι έλξης

Κοινότητα	Κατηγορία πόρου	Περιγραφή
Αγία Βαρβάρα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Τρίκλιτο περίτεχνο πέτρινο καμπαναριό
Αγία Μαρίνα	Ανθρωπογενείς	Σπίτι Γεωργίου Παπανδρέου
Αγία Μαρίνα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Σπήλαιο εύρεσης εικόνας της Αγίας Μαρίνας
Αγία Μαρίνα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Αρχαιολογικός Χώρος θέση "Παναγιά"
Αγία Μαρίνα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Γραφικό εκκλησάκι προφήτη Ηλία
Αλεποχώρι	Ανθρωπογενείς	Χαρακτηρισμένος παραδοσιακός οικισμός
Αλεποχώρι	Ανθρωπογενείς	Τριώροφος πύργος Τσαλαμιδά
Αλεποχώρι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Μονή Αγίων Πάντων
Αλεποχώρι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Αναρριχητικές πίστες
Αλεποχώρι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Φυσικό περιβάλλον, Τοπία
Αλεποχώρι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Σπήλαια (ανεξερεύνητα, αναξιοποίητα)
Αλεποχώρι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Διαδρομές για πεζοπορία (δύο μονοπάτια) δίπλα στο ποτάμι
Αλεποχώρι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Επτά καταρράκτες σε μικρή ακτίνα
Αλεποχώρι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Μοναστήρι των Ταξιαρχών (Ιστορικό Μνημείο)
Βασιλικό	Ανθρωπογενείς	Γραφικά παραδοσιακά σπίτια, βρύσες και πηγάδια.
Βασιλικό	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ερείπια Ενετικού Φρουρίου
Βασιλικό	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Εκκλησία Αγίου Γεωργίου (κεντρική του χωριού)
Βασιλικό	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Γραφικό εκκλησάκι Αγίου Αθανασίου
Βασιλικό	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Εκδηλώσεις: αλογοδρομίες, κουλούρες, πανηγύρια
Βασιλικό	ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ	ΚΕΝΤΡΟ ΤΟΞΟΒΟΛΙΑΣ
Βελιμάχι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ιερός Ναός Παναγίας Βελιμαχίου (μνημείο 13ου αιώνα)
Βελιμάχι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ναός Αγίου Ανδρέα (πέτρινη - πάνω από ένα αιώνα ζωής)
Βελιμάχι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ναός Αγίου Γεωργίου 17ου αιώνα
Βελιμάχι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Μοναστήρι Αγίων Πάντων (οικοδομήθηκε 1715-1728)
Βελιμάχι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Μονοπάτια πεζοπορίας, φυσικό περιβάλλον, λίμνη Ντασκά
Δεμέστιχα	Ανθρωπογενείς	Παλιό Εργοστάσιο οиноποίησης Γουστάβου Κλάους
Δεμέστιχα	Ανθρωπογενείς	Γραφικά λιθόστρωτα και παραδοσιακά σπίτια
Δεμέστιχα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Εκκλησία Προφήτη Ηλία
Δροσιά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Μυκηναϊκό νεκροταφείο
Δροσιά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	"Γυφτόκαστρο", πιθανώς Φράγκακο (ερείπια του κάστρου)
Δροσιά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Εκκλησάκι Αγίας Μαρίνας (αναβλύζει νερό στο ιερό του)
Δροσιά	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Υπερ-αιωνόβιος πλάτανος (Πλατεία χωριού)
Δροσιά	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Ποδηλάτες Βουνού ακολουθούν μη-οργανωμένο μονοπάτι
Ελληνικό	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Αρχαίος οικισμός
Ελληνικό	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ιερός Ναός Κοίμησης της Θεοτόκου
Ερυμάνθεια	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Βρέθηκαν ίχνη Κυκλώπειων τειχών-λείψανα αρχαίου ναού
Ερυμάνθεια	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Εμποροπανήγυρη-ζωοπανήγυρη (Ξεκίνησε το 1901)
Ίσωμα	Ανθρωπογενείς	Παραδοσιακά σπίτια-πηγάδια, πλατεία με πανύψηλο πλάτανο
Ίσωμα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ναός Αγίου Δημητρίου (Νεότευκτος)
Ίσωμα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ρωμαϊκό νεκροταφείο (θέση κάμπος)
Ίσωμα	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Ποταμός Πείρος
Καλάνιστρα	Ανθρωπογενείς	Παραδοσιακά σπίτια με πλακόστρωτες αυλές, πέτρινες βρύσες
Καλάνιστρα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ναός Αγίου Χαλαάμπους
Καλάνιστρα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ερείπια οικισμού Μυκηναϊκής εποχής (θέση Πυργάκι)
Καλάνιστρα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ερείπια οικισμού Μεσοελλαδικής & Μυκηναϊκής εποχής
Καλάνιστρα	Ανθρωπογενείς	Πλατεία 1000τμ, μεγαλύτερη στο δήμο με σιντριβάνι

Καλάνιστρα	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Τεράστια πέτρα "Εύα"
Καλάνιστρα	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Το κλίμα
Καλάνιστρα	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Μονοπάτι πεζοπορίας 1,5-2 χλμ με προοπτικές
Κάλανος	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Πέτρινα παραδοσιακά σπίτια, πέτρινες βρύσες, νερόμυλοι
Κάλανος	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ερειπωμένος πύργος Παυλόπουλου
Κάλανος	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Μονοπάτια πεζοπορίας
Κάλανος	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Τοπίο / θέα
Καλέντζι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ανδριάντες Γεωργίου & Ανδρέα Παπανδρέου
Καλέντζι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Μουσείο Γεωργίου Παπανδρέου
Καλέντζι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Μουσείο Λαϊκής τέχνης
Καλέντζι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Φυσικές ομορφιές, αμφιθεατρικά χτισμένο (950μ υψόμετρο)
Καλέντζι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Χωμάτινοι δρόμοι για περιπάτους μέσα στα έλατα
Καλέντζι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Αγώνες ανεμοπτερισμού διεξάγονται κατά διαστήματα
Καλέντζι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Βράχος Γερακούλι (αποτελούσε φυσικό ρολόι των κατοίκων)
Καλέντζι	Ανθρωπογενείς	Γραφικός Οικισμός
Καλέντζι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Κλίμα
Καλούσι	Ανθρωπογενείς	Παραδοσιακά σπίτια και βρύσες
Καλούσι	Ανθρωπογενείς	Εκτροφείο θηραμάτων
Καλούσι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ιερός ναός Αγίου Γεωργίου
Καλούσι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Βράχος "Τρανό Λιθάρι" για αναρρίχηση και Ανεμοπτερισμό
Καλούσι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Φυσικό τοπίο
Κάλφα	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Περικυκλωμένο από βουνά και λόφους με πεύκα, διαρρέεται από τον Πηνειό
Κάλφα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Εκκλησιάκι προφήτη Ηλία
Κάλφα	Ανθρωπογενείς	Διπλή τοξωτή γέφυρα, μοναδική στην Αχαΐα.
Καταρράκτης	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Τάφος Πρωτογεωμετρικής εποχής (θέση Αριδράκου)
Καταρράκτης	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ερείπια οικισμού Μυκηναϊκής εποχής (θέση Δρακότρυπα)
Καταρράκτης	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Παραδοσιακά φαγητά με ντόπιο κρασί και τσίπουρο.
Καταρράκτης	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Φυσικός καταρράκτης με δύο ανεξερεύνητα σπήλαια έχουν σταλαγμίτες & σταλακτίτες
Καταρράκτης	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Αιωνόβια δέντρα, απόκρημνοι γκρεμοί, εκπληκτικό τοπίο
Κριθαράκια	Ανθρωπογενείς	Πέτρινα σπίτια και πηγάδια
Κριθαράκια	ΜΕΓΑ-ΥΠΟΔΟΜΕΣ	ΦΡΑΓΜΑ ΠΕΙΡΟΥ-ΠΑΡΑΠΕΙΡΟΥ
Λακκόματα	Ανθρωπογενείς	Παραδοσιακά πέτρινα σπίτια
Λακκόματα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ιερός ναός των Ταξιαρχών (Διατηρητέο μνημείο)
Λακκόματα	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Μονοπάτια πεζοπορίας/ορειβασίας
Λακκόματα	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Φυσικό περιβάλλον, Τοπία
Λεόντιο	Ανθρωπογενείς	Λιθόστρωτα δρομάκια & καλντερίμια
Λεόντιο	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Αψιδωτός Ναός Θεάς Αρτέμιδος
Λεόντιο	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ξωκλήσι Απόστολου Ανδρέα σύμφωνα με την παράδοση, κυνηγημένος από τους Ρωμαίους, πέρασε από το χωριό και άφησε το αποτύπωμα της πατούσας του σε μια πέτρα, που φυλάσσεται σε ειδικό χώρο στο ξωκλήσι
Λεόντιο	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Πανέμορφο χωριό με πολλά νερά και πλούσια βλάστηση
Λεόντιο	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Καταρράκτες, Πλατάνια, Κεφαλόβρυσο
Λεόντιο	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Μονοπάτι "Παλαιών Πατρών Γερμανού", καταλήγει στην Ιερά Μονή Μακελαριάς.
Μίραλι	Ανθρωπογενείς	Παραδοσιακά πέτρινα σπίτια, λιθόστρωτη πλατεία, πέτρινες βρύσες
Μίραλι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Εκκλησία Αγίου Νικολάου (πέτρινη)
Μίραλι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Παλαιά εκκλησία Αγίου Κωνσταντίνου

Μίραλι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ερείπια αρχαίου οικισμού/νεκροταφείο
Μίραλι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Πανσέληνος του Αυγούστου υπαίθρια μουσική βραδιά
Μίραλι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Το φυσικό περιβάλλον
Νέο Κομπηγάδι	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Ορμητήρια για ανάβαση στον Ερύμανθο
Πλατανόβρυση	Ανθρωπογενείς	Πλατεία με θεόρατα πλατάνια, κούτσουλες με τρεχούμενο νερό
Πλατανόβρυση	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ερείπια οικισμού ιστορικών χρόνων (θέση Ελληνικό)
Πλατανόβρυση	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Μονή Μπαμπιώτη
Πλατανόβρυση	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ναός Αγίας Παρασκευής
Πλατανόβρυση	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Πανηγύρι Αγ. Παρασκευής 26 Ιουλίου, έχει πολύ κόσμο
Πλατανόβρυση	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Σπήλαιο προσκυνήματος πηγή της Αγίας Παρασκευής
Πλατανόβρυση	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ναός Αγίου Αθανασίου
Πλατανόβρυση	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Βυζαντινή τρίκλιτη Βασιλική Κοιμήσεως της Θεοτόκου (Βυζαντινό μνημείο του 1400)
Ρουπακιά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Γραφικό εκκλησάκι Αγίου Ανδρέα
Ρουπακιά	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Πανέμορφο τοπίο γύρω από το εκκλησάκι του Αγίου Χριστοφόρου
Ρουπακιά	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Το πυροφυλάκιο έχει πανοραμική θέα, βλέπεις όλη την Τριταία, θέλεις 4x4.
Ρουπακιά	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Παλιό δάσος περιμετρικά της εκκλησίας με δέντρα που είναι μέχρι 1000 ετών. Παρθένο.
Σκιαδά	Ανθρωπογενείς	Γραφικό χωριό, κτισμένο αμφιθεατρικά
Σκιαδά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ιερός Ναός Αγίου Ιωάννου (πλατεία του χωριού)
Σκιαδά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Μονή των Νοτενών
Σκιαδά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Θαυματουργή εικόνα Παναγίας Νοτενιώτισσας
Σκιαδά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Υπόλοιπα Βυζαντινού Κάστρου "Δόξα Πατρί"
Σκιαδά	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Σκιαδοβούνι: Χώροι απογείωσης ανεμοπτερισμού.
Σκιαδά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ιερός Ναός Αγίου Ιωακείμ.
Σκούρα	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Αρχιτεκτονική φυσιογνωμία
Σκούρα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ξωκλήσια, και δύο παλιές εκκλησίες ο Αγ. Δημήτριος και η Παναγιά που είναι πέτρινα.
Σπαρτιά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ναός Αγίων Αποστόλων (μέσα υπάρχει παλαιός πέτρινος σταυρός στον γύρω χώρο έχει εντοπιστεί παλιό νεκροταφείο)
Σπαρτιά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ναός Αγίου Κωνσταντίνου - αργογραφήθηκε το 1868
Σπαρτιά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ναός Αγίας Τριάδας (περίτεχνο καμπαναριό του 1905)
Σπαρτιά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ναός Αγίου Ιωάννου του Θεολόγου (Βυζαντινό Μοναστήρι)
Σπαρτιά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Κάστρο Γουλά (αλώθηκε από τους Ενετούς το 1400)
Σπαρτιά	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Περιοχή στα Κυπαρίσσια δίπλα από το ποτάμι με βρύσες κι έλατα
Σπαρτιά	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Αναρριχητικό πεδίο Σπαρτιάς (800μ υψόμετρο, δυτικοί πρόποδες Ερυμάνθου)
Σταυροδρόμι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Παλαιομονάστηρο (πέτρινη εκκλησία)
Σταροχώρι	Ανθρωπογενείς	Πέτρινο γεφύρι με καμάρα
Σταροχώρι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Προϊστορικός τύμβος (θέση Αι-Γιάνης)
Σταροχώρι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ερείπια αρχαίου κτηρίου (κτήμα-Σκέντζου)
Σταροχώρι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Γιορτή Καλαμποκιού (κάθε χρόνο τον Αύγουστο)
Σταροχώρι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Γιορτή του Λαδιού το καλοκαίρι
Σταροχώρι	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Εορτασμός Αγίων Αποστόλων το καλοκαίρι
Φαρές	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ρωμαϊκό λουτρό, τεχνικοί τύμβοι, Μυκηναϊκοί τάφοι
Φαρές	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Εισόδια της Θεοτόκου (πέτρινος ναός κεντρική πλατεία)
Φαρές	ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ	ΣΚΟΠΕΥΤΗΡΙΟ
Φαρές	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Γιορτή του κρασιού

Χαλανδρίτσα	Ανθρωπογενείς	Παλαιό πέτρινο σχολαρχείο (φοίτησε Γεώργιος Παπανδρέου)
Χαλανδρίτσα	Ανθρωπογενείς	Παλαιό πέτρινο δημοτικό σχολείο χαρακτηρισμένο διατηρητέο μνημείο
Χαλανδρίτσα	ΕΚΘΕΣΕΙΣ	ΕΚΘΕΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
Χαλανδρίτσα	Ανθρωπογενείς	Μουσείο λαϊκής τέχνης & τοπικής ιστορίας (στεγάζεται σε αναπαλαιωμένο νερόμυλο)
Χαλανδρίτσα	ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ	ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟΔΡΟΜΙΟ
Χαλανδρίτσα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Φράγκικος πύργος, χτίσθηκε το 1216,(μισογκρεμισμένος)
Χαλανδρίτσα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Βυζαντινός Ναός Αγίου Αθανασίου (12ου αιώνα)
Χαλανδρίτσα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ναός Κοιμήσεως της Θεοτόκου (13-14ου αιώνα)
Χαλανδρίτσα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Οικισμός Μυκηναϊκής εποχής
Χαλανδρίτσα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Νεκροταφείο Μυκηναϊκής εποχής
Χαλανδρίτσα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Λιτανεία εικόνας Αγίου Αθανασίου
Χαλανδρίτσα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ιερός Ναός Αγ. Ιωάννη του Προδρόμου (10ος αιώνας)
Χαλανδρίτσα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Εορτασμός Κοίμησης της Θεοτόκου
Χαλανδρίτσα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Παραδοσιακός γάμος, θεατρικές παραστάσεις, χορευτικά
Χαλανδρίτσα	Ανθρωπογενείς	Πέτρινα γεφυράκια που χρήζουν αξιοποίησης
Χαλανδρίτσα	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Αλσάκι με κυπαρίσσια στο λόφο του προφήτη Ηλία
Χαλανδρίτσα	ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ	Ράλλι Αχαΐας
Χαλανδρίτσα	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Πλατάνια, περιοχή φυσικού κάλλους ιδανική για πικ-νικ.
Χιόνα	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Μια Λεύκα πάνω από 100 ετών στο δρόμο με μια βρύση.
Χιόνα	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Άγιος. Αθανάσιος (κεντρική εκκλησία)
Χιόνα	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Κρυμμένη σε δάση από πεύκο, πουρνάρια και μικρούς λόφους
Χρυσοπηγή	Ανθρωπογενείς	Παραδοσιακός νερόμυλος
Χρυσοπηγή	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ιερά Μονή Παναγίας Χρυσοποδαρίτισσας
Χρυσοπηγή	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ναός Αγιάννη της Σποδιάνας (μοναδικές αγιογραφίες)
Χρυσοπηγή	Πολιτισμικοί - Ιστορικοί	Ναός Αγιάννη του προδρόμου
Χρυσοπηγή	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Σπηλιές της περιοχής
Χρυσοπηγή	Φυσικοί - Περιβαλλοντικοί	Μονοπάτι πεζοπορίας και ορειβασίας προς τη Χιονότρυπα

Παράρτημα VII: Παρατηρήσεις του ερευνητή

Πόλος Έλξης	Κατηγορία EMT	Δυνατότητες εκμετάλλευσης	Παρατηρήσεις
Αυτοκινητοδρόμιο (Χαλανδρίτσα)	Αθλητικός τουρισμός	Υπό προϋποθέσεις	Απαιτούνται παρεμβάσεις για να λειτουργήσει ως πίστα για motocross, mountain biking ή κάτι παρόμοιο
Σκοπευτήριο (Φαραί)	Αθλητικός τουρισμός	Ναι	Ακολουθώντας την ΕΟ Πατρών-Τριπόλεως, στρίβεις στο Φαρράι και ακολουθείς ένα ασφαλισμένο δρόμο. Μετά υπάρχει χωματόδρομος για 400μ. Υπάρχει παντού σήμανση το βρίσκεις εύκολα. Προπονούνται αθλητές και έχουν γίνει αγώνες Πανελλαδικής εμβέλειας
Κέντρο τοξοβολίας (Βασιλικό)	Αθλητικός τουρισμός	Υπό προϋποθέσεις	Κέντρο τοξοβολίας που λειτουργεί στο γήπεδο ποδοσφαίρου της κοινότητας. Γίνονται προπονήσεις. Έχουν γίνει αγώνες. Πρόσβαση σχετικά εύκολη, απαιτείται κάποια επιπλέον σήμανση
Αγ. Ιωάννης ο Πρόδρομος (Χαλανδρίτσα)	Θρησκευτικός τουρισμός	Ναι	Εξαιρετικά διατηρημένο μνημείο, εύκολη πρόσβαση, εξαιρετική αισθητική. Βρίσκεται στο κέντρο του χωριού στα γραφικά λιθόστρωτα.
Βυζαντινός Ναός Αγ. Αθανασίου (Χαλανδρίτσα)	Θρησκευτικός τουρισμός	Ναι	Εξαιρετικά διατηρημένος ναός, με εύκολη πρόσβαση και εξαιρετική αισθητική. Βρίσκεται στο γραφικό λιθόστρωτο του χωριού
Ιερά Μονή Χρυσοποδαρίτισσας (Χρυσοπηγή)	Θρησκευτικός τουρισμός	Ναι	Αποτελεί σημείο αναφοράς της περιοχής. Είναι κτισμένη μέσα σε βράχους και αιωνόβια δέντρα. Καλύπτει 1600 μέτρα χωματόδρομο, είναι όμως στρωμένος. Το τοπίο είναι πανέμορφο. Ακούς το ποτάμι που τρέχει κάτω από τη Μονή. Η Μονή είναι πολύ όμορφη.
Ιερός Ναός Αγ. Γεωργίου (Καλούσι)	Θρησκευτικός τουρισμός	Ναι	Ο ναός (και ειδικά το καμπαναριό) είναι πολύ όμορφος και το σημείο που βρίσκεται είναι γραφικό. Πολύ εύκολη πρόσβαση
Ιερός Ναός Ταξιαρχών (Λακκόματα)	Θρησκευτικός τουρισμός	Ναι	Πέτρινο κτίριο, εξαιρετικά διατηρημένο, εύκολη πρόσβαση
Κοίμησης της Θεοτόκου (Ελληνικό)	Θρησκευτικός τουρισμός	Ναι	Πολύ καλά διατηρημένο εσωτερικά και εξωτερικά Δυνατότητα να μπει και στο εσωτερικό του ναού. Πολύ όμορφος ναός με πολύ προσεγμένους εξωτερικούς χώρους, όπου μπορούν να καθίσουν οι επισκέπτες. Πολύ εύκολη πρόσβαση.
Κοίμησης της Θεοτόκου (Χαλανδρίτσα)	Θρησκευτικός τουρισμός	Ναι	Βρίσκεται στο κέντρο της κοινότητας, δίπλα από τον κεντρικό δρόμο και μέσα στα γραφικά λιθόστρωτα δρομάκια Πολύ όμορφη εκκλησία, εξαιρετικά διατηρημένη

Μονή Νοτενών (Σκιαδά)	Θρησκευτικός τουρισμός	Ναι	Αποτελεί σημείο αναφοράς της περιοχής. Είναι κτισμένη σε υψόμετρο. Είναι επισκέψιμη, έχει ωράριο λειτουργίας. Η πρόσβαση είναι καλή. Ακολουθείς ασφαλτοστρωμένο δρόμο από το Σκιαδά και από κάποιο σημείο κι έπειτα έχει χωματόδρομο μήκους περίπου 2,5 km που όμως δεν είναι δύσκολος. Το τοπίο είναι πανέμορφο
Μονοπάτια πεζοπορίας (Αλεποχώρι)	Ορεινός τουρισμός	Ναι	Μονοπάτια πεζοπορίας που εκτείνονται για πάνω από δύο χιλιόμετρα δίπλα από το ποτάμι. Υπάρχει σήμανση. Για να φτάσεις εκεί που ξεκινούν τα μονοπάτια η πρόσβαση είναι σχετικά καλή (άσφαλτος). Ο δρόμος χρήζει βελτίωσης, κάποια σημεία του είναι στενά και κακής ποιότητας, αλλά αυτό δεν αποτελεί αποτρεπτικό παράγοντα. Το τοπίο είναι πανέμορφο στο γραφικό χωριό στο Αλεποχώρι. Περπάτησα για αρκετά μέτρα και από κάτω άκουγα τον ήχο του ποταμιού.
Εργοστάσια Οινοποίησης Γουστάβου Κλάους (Δεμέστιχα)	Πολιτισμικός τουρισμός	Όχι	Το κτίριο είναι εγκαταλελειμμένο και δεν υπάρχει κάτι εσωτερικά εκτός από ερείπια. Είναι εντός της κοινότητας Δεμέστιχων πάνω στο δρόμο του χωριού.
Μυκηναϊκό νεκροταφείο (Χαλανδρίτσα)	Πολιτισμικός τουρισμός	Υπό προϋποθέσεις	Θα πρέπει να υπάρξει καλύτερη προσβασιμότητα και ανάπλαση του χώρου, ώστε να καταστεί αξιοποιήσιμος
Παραδοσιακός οικισμός (Δεμέστιχα)	Πολιτισμικός τουρισμός	Υπό προϋποθέσεις	Γραφικά παραδοσιακά σπιτάκια, λιθόστρωτα στενά δρομάκια, μέσα σε ένα υπέροχο φυσικό τοπίο (εντός του χωριού, και στον δρόμο πριν και μετά από αυτό). Πρέπει να γίνουν κάποιες επεμβάσεις στον οδικό δίκτυο, αλλά κυρίως κάποιες ενέργειες προβολής ή εκδηλώσεις, που να τραβήξουν τους επισκέπτες.
Μυκηναϊκός οικισμός (Χαλανδρίτσα)	Πολιτισμικός τουρισμός	Ναι	Το μνημείο έχει αναδειχθεί. Υπάρχει δρόμος που οδηγεί στον αρχαιολογικό χώρο, που είναι επισκέψιμος. Υπάρχει και ειδικά διαμορφωμένος χώρος για λεωφορεία. Εύκολη οδική πρόσβαση και σήμανση, είναι πάνω στον δρόμο. Διακρίνονται εύκολα τα θεμέλια των αρχαίων σπιτιών. Υπάρχουν υπόστεγα και πίνακες με πληροφορίες.
Γραφικός Οικισμός (Καλούσι)	Πολιτισμικός τουρισμός	Ναι	Παραδοσιακά σπίτια, βρύσες, πλακόστρωτα δρομάκια, εκκλησίες. Δεν είναι χαρακτηρισμένος παραδοσιακός οικισμός, αλλά έχει έντονα στοιχεία γραφικότητας.

Γραφικός Οικισμός (Καλέντζι)	Πολιτισμικός τουρισμός	Ναι	Τα σπίτια είναι γραφικά, υπάρχουν παντού στενά λιθόστρωτα δρομάκια, κτήρια και μνημεία ιστορικής σημασίας, καθώς και γραφικές εκκλησίες. Όλα είναι καλοδιατηρημένα. Υπέροχο φυσικό τοπίο, τόσο εντός του χωριού, όσο και στον δρόμο πριν και μετά από αυτό.
Φυσικό περιβάλλον (Λακκώματα)	Φυσιολάτρες	Ναι	Εξαιρετική αισθητική, ιδανικό για απόδραση/χαλάρωση/επαφή με τη φύση
Φυσικό περιβάλλον (Αλεποχώρι)	Φυσιολάτρες	Ναι	Εξαιρετική αισθητική, ιδανικό για απόδραση/χαλάρωση/επαφή με τη φύση
Τρανό Λιθάρι (Καλούσι)	Φυσιολάτρες	Ναι	Βράχος για Ανεμοπτερισμό (και αναρρίχηση). Από τον κεντρικό δρόμο της κοινότητας οδηγείς για 400μ σε ένα τσιμεντένιο δρόμο, για 800μ σε κακοτράχαλο χωματόδρομο και 100μ περπάτημα. Με κάποια προσοχή ακόμα και όχημα που δεν είναι 4x4 έχει πρόσβαση. Δεν είναι αποτρεπτικός παράγοντας η προσβασιμότητα. Η θέα και τα τοπία είναι εκθαμβωτικά. Μπορεί να αξιοποιηθεί άμεσα για φυσιολατρία και με κάποιες ενέργειες για αναρρίχηση /Ανεμοπτερισμό
Φυσικό Περιβάλλον (Καλούσι)	Φυσιολάτρες	Ναι	Η πρόσβαση στο χωριό είναι πολύ εύκολη και ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει το τοπίο, ακόμα κι από το δρόμο. Η θέα και τα τοπία είναι εκθαμβωτικά.
Φυσικό Περιβάλλον (Κάλανος)	Φυσιολάτρες	Ναι	Φυσικό περιβάλλον, βράχοι, ποτάμια, βλάστηση. Οδική πρόσβαση στην κοινότητα. Απαιτείται ολιγόλεπτο περπάτημα για την πρόσβαση σε συγκεκριμένα σημεία. Πολύ όμορφα τοπία και φυσικοί πόροι, με γραφικά κτίσματα ενσωματωμένα στη φύση
Φυσικό Περιβάλλον (Καλέντζι)	Φυσιολάτρες	Ναι	Εξαιρετική θέα και όμορφα τοπία, ιδανικό για απόδραση/χαλάρωση/επαφή με τη φύση
Φραγμα Πείρου- Παραπείρου	Εφόσον ολοκληρωθεί η ανάπλαση, μπορεί να υποστηρίξει διάφορες ΕΕΜΤ και μπορεί να λειτουργήσει ως κεντρικός πόλος έλξης.		

Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.