



Σχολή Κοινωνικών Επιστημών
Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων

Πτυχιακή / Διπλωματική Εργασία

Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης σε Κοινότητες Χαμηλής
Προβολής: Η Περίπτωση της Κλειτορίας (Μαζέικα) Αχαΐας

Δήμητρα-Χριστίνα Λυκοθανάση

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Πολυξένη Μοίρα

Πάτρα, 2026

© Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, 2017

Η παρούσα Εργασία καθώς και τα αποτελέσματα αυτής, αποτελούν συνιδιοκτησία του ΕΑΠ και του φοιτητή, ο καθένας από τους οποίους έχει το δικαίωμα ανεξάρτητης χρήσης, αναπαραγωγής και αναδιανομής τους (στο σύνολο ή τμηματικά) για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, σε κάθε περίπτωση αναφέροντας τον τίτλο και το συγγραφέα της Εργασίας καθώς και το όνομα του ΕΑΠ όπου εκπονήθηκε.



Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης σε Κοινότητες Χαμηλής Προβολής: Η Περίπτωση της Κλειτορίας (Μαζέικα) Αχαΐας

Δήμητρα-Χριστίνα Λυκοθανάση

Επιτροπή Επίβλεψης Πτυχιακής / Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής:

Πολυξένη Μοίρα

Δημήτριος Μυλωνόπουλος

Καθηγήτρια ΠΑΔΑ Μέλος ΣΕΠ

Καθηγητής ΠΑΔΑ Μέλος ΣΕΠ

Πάτρα, 2026

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τους κατοίκους της Κλειτορίας για την πολύτιμη συνδρομή τους στην ερευνητική διαδικασία.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλω στην Κωνσταντίνα Ρήγα, που αποτέλεσε τον συνδετικό μου κρίκο με την τοπική κοινωνία κατά την απουσία μου στο εξωτερικό μέσω του προγράμματος Erasmus, αλλά και τον Αντιδήμαρχο κ. Δουκλιά για την αμέριστη και ουσιαστική υποστήριξη του.

Επιπλέον, ευχαριστώ θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτρια κα Μοίρα Πολυζένη για την καθοδήγηση της.

Σε προσωπικό επίπεδο, ένα μεγάλο «ευχαριστώ» ανήκει στον Θοδωρή Στάικο, ο οποίος βρίσκεται πάντα δίπλα μου, στηρίζοντας με με υπομονή και αγάπη σε κάθε μου βήμα.

Τέλος, αφιερώνω την εργασία αυτή με απέραντη αγάπη στην Παρασκευή Καρακώστα.

Περίληψη

Η παρούσα ερευνητική εργασία επικεντρώνεται στη διεισδυτική διερεύνηση των προοπτικών, των δυναμικών και των προϋποθέσεων οργάνωσης της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης σε αγροτικές κοινότητες χαμηλής τουριστικής προβολής, εστιάζοντας στην περιοχή μελέτης της Κλειτορίας (παλαιότερα γνωστής ως Μαζείκα) της Περιφερειακής Ενότητας Αχαΐας. Σκοπός της έρευνας είναι η πολυδιάστατη αποτύπωση της υφιστάμενης τουριστικής κατάστασης, ο εντοπισμός των βαθύτερων δομικών, κοινωνικών και οικονομικών εμποδίων που αναστέλλουν την ορθολογική ανάπτυξη, καθώς και η διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου, συμμετοχικού στρατηγικού σχεδίου διαχείρισης προορισμού. Η περιοχή αντιμετωπίζει έντονες δημογραφικές προκλήσεις και πληθυσμιακή συρρίκνωση, ωστόσο διαθέτει ένα εξαιρετικά πλούσιο και ανεκμετάλλευτο απόθεμα φυσικών, πολιτιστικών και γεωλογικών πόρων. Η μεθοδολογική προσέγγιση που ακολουθήθηκε βασίστηκε στον Επεξηγηματικό Ακολουθιακό Σχεδιασμό, ενσωματώνοντας και συνδυάζοντας συστηματικά ποσοτικές και ποιοτικές μεθόδους έρευνας στο πεδίο. Τα πρωτογενή δεδομένα συλλέχθηκαν μέσω της διανομής δομημένων ερωτηματολογίων σε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα 80 μόνιμων κατοίκων και 11 τοπικών επιχειρηματιών, καθώς και μέσω της διεξαγωγής ημι-δομημένων συνεντεύξεων με εκπροσώπους της τοπικής αυτοδιοίκησης και των κοινωνικών φορέων. Τα ερευνητικά αποτελέσματα αναδεικνύουν μια διττή και συχνά αντιφατική πραγματικότητα: αφενός, η τοπική κοινωνία εναποθέτει τεράστιες προσδοκίες στον τουρισμό, αντιλαμβανόμενη τον κλάδο ως το έσχατο εργαλείο οικονομικής αναζωογόνησης και συγκράτησης του νεότερου πληθυσμού στον τόπο του. Αφετέρου, ο επιχειρηματικός ιστός έρχεται καθημερινά αντιμέτωπος με την απουσία εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού, την έλλειψη βασικών υποδομών, την ασφυκτική εποχικότητα της ζήτησης και την παντελή απουσία συνεργατικής κουλτούρας. Η Κλειτορία λειτουργεί σήμερα κυρίως ως «δορυφορικός προορισμός», απορροφώντας παθητικά και ευκαιριακά την υπερχειλίση της τουριστικής κίνησης από το γειτονικό, υπερ-αναπτυγμένο κέντρο των Καλαβρύτων. Συμπερασματικά, η εργασία προτείνει την άμεση θεσμική μετάβαση από την αποσπασματική ημερήσια επισκεψιμότητα σε ένα αυτόνομο μοντέλο εναλλακτικού τουρισμού. Η κρίσιμη αυτή μετάβαση προϋποθέτει την ίδρυση ενός Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού (Micro-DMO) σε μορφή Αστικής Μη Κερδοσκοπικής Εταιρείας, την αυστηρή εφαρμογή του Ευρωπαϊκού Συστήματος Τουριστικών Δεικτών (ETIS), την άντληση ευρωπαϊκών πόρων μέσω της Ολοκληρωμένης Χωρικής Επένδυσης (OXE) και τη στρατηγική διεκδίκηση ένταξης της κοινότητας στο παγκόσμιο δίκτυο “Best Tourism Villages” του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού.

Λέξεις-Κλειδιά

Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, Κοινότητες χαμηλής προβολής, Στρατηγικός σχεδιασμός, Αγροτουρισμός, Οργανισμός Διαχείρισης Προορισμού.

Tourism Development Planning in Low-Visibility Communities: The Case of Kleitoria (Mazeika), Achaia

Dimitra-Christina Lykothanasi

Abstract

This research thesis focuses on the in-depth investigation of the prospects, dynamics and prerequisites of organizing sustainable tourism development in low-visibility rural communities, placing specific emphasis on the study area of Kleitoria (formerly known as Mazeika) in the Regional Unit of Achaia. The primary objective of the research is to comprehensively map the current state of tourism activity, identify the underlying structural, social and economic barriers that impede rational growth, and formulate an integrated, participatory strategic destination management plan. The area faces severe demographic challenges and population shrinkage; nevertheless, it possesses an exceptionally rich and unexploited inventory of natural, cultural and geological resources. The methodological approach adopted was based on the Explanatory Sequential Design, systematically integrating and combining quantitative and qualitative field research methods. Primary data were meticulously collected through the distribution of structured questionnaires to a representative sample of 80 permanent residents and 11 local entrepreneurs, as well as through semi-structured interviews conducted with representatives of local government and cultural institutions. The research findings highlight a dual and often contradictory reality: on one hand, the local community places immense expectations on the tourism sector, perceiving it as the ultimate tool for economic revitalization and for retaining the younger population within the region. On the other hand, the local business fabric constantly struggles with a profound lack of specialized human capital, inadequate basic infrastructure, suffocating seasonality in demand, and a complete absence of a collaborative culture. Currently, Kleitoria functions mostly as a “satellite destination”, passively and opportunistically absorbing the spill-over of tourist traffic from the neighboring, highly developed hub of Kalavryta. In conclusion, the thesis proposes a small-scale Destination Management Organization (Micro-DMO) in the form of a Non-Profit Civil Partnership, the script implementation of the European Tourism Indicator System (ETIS), the utilization of European funding mechanisms through integrated Territorial Investments (ITI), and a strategic effort to secure the community’s inclusion in the UN Tourism “Best Tourism Villages” global network.

2

Keywords

Sustainable tourism development, Low-visibility communities, Strategic planning, Agritourism, Destination Management Organization.

Περιεχόμενα

1	Εισαγωγή	1
1.1	Τουριστική ανάπτυξη σε κοινότητες χαμηλής προβολής.....	1
1.1.1	Η ελληνική ύπαιθρος και οι αναπτυξιακές προκλήσεις.....	2
1.1.2	Η έννοια της χαμηλής τουριστικής προβολής	4
1.1.3	Υπαρκτή αλλά μη οργανωμένη τουριστική δραστηριότητα.....	5
1.2	Αντικείμενο, σκοπός και σημασία της έρευνας.....	6
1.3	Ερευνητικοί στόχοι και μεθοδολογία	7
1.4	Διάρθρωση της εργασίας	9
2	Βιβλιογραφική επισκόπηση	11
2.1	Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.....	11
2.1.1	Διαστάσεις και αρχές βιωσιμότητας στον τουρισμό	12
2.1.2	Τουρισμός και τοπική ανάπτυξη.....	13
2.2	Στρατηγικός σχεδιασμός στον τουρισμό	14
2.2.1	Έννοια και στάδια στρατηγικού σχεδίου	14
2.2.2	Συμμετοχικός σχεδιασμός και τοπικοί φορείς.....	16
2.3	Τουρισμός σε κοινότητες χαμηλής προβολής	17
2.3.1	Χαρακτηριστικά και περιορισμοί	17
2.3.2	Η σημασία των φυσικών πόρων και του πολιτισμού.....	18
2.4	Μορφές τουρισμού κατάλληλες για μικρές αγροτικές κοινότητες.....	19
2.4.1	Αγροτουρισμός	20
2.4.2	Φυσιολατρικός και περιπατητικός τουρισμός	20
2.4.3	Πολιτισμικός και γαστρονομικός τουρισμός.....	21
2.4.4	Τουρισμός εμπειρίας.....	21
3	Περιοχή Μελέτης-Η Κλειτορία (Μαζέικα) Αχαΐας	22
3.1	Γεωγραφικά και φυσικά χαρακτηριστικά	22

3.2	Κοινωνικά και Δημογραφικά Χαρακτηριστικά	23
3.3	Τοπική Οικονομία και Δραστηριότητες	24
3.4	Υφιστάμενη Τουριστική Κατάσταση	25
3.4.1	Μορφή και ένταση της τουριστικής κίνησης.....	25
3.4.2	Προφίλ επισκεπτών και εποχικότητα.	25
3.5	Υφιστάμενες υποδομές και τουριστικές υπηρεσίες.	26
3.6	Δυνητικοί πόλοι έλξης και τοπικοί πόροι	28
3.6.1	Γεωτουριστικό Κεφάλαιο: Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Χελμού-Βουραϊκού & Σπήλαιο των Λιμνών.....	29
3.6.2	Οικοτουρισμός και Τοπική Γαστρονομία: Το οικοσύστημα του Πλανητέρου	29
3.6.3	Αρχαιολογική Κληρονομιά και Μυθολογία: Αρχαίος Κλείτωρ και Πausanias	29
3.6.4	Νεότερη Ιστορία και Θρησκευτικός Τουρισμός: Η Επανάσταση του 1821 ...	30
4	Μεθοδολογία Έρευνας.....	31
4.1	Ερευνητική μεθοδολογία και πηγές δεδομένων	31
4.2	Περιορισμοί της έρευνας	32
4.3	Ποιοτικές και ποσοτικές τεχνικές συλλογής δεδομένων	33
4.4	Αντιλήψεις και στάσεις της τοπικής κοινωνίας.....	34
4.4.1	Αντιλαμβανόμενα οφέλη του τουρισμού.....	35
4.4.2	Ανησυχίες και προβληματισμοί.....	37
4.5	Απόψεις και προσδοκίες των τοπικών επιχειρήσεων	38
4.5.1	Προφίλ και Λειτουργία Επιχειρήσεων.....	38
4.5.2	Η Μάστιγα της Εποχικότητας.....	39
4.5.3	Ψηφιακά Εργαλεία.....	39
4.5.4	Τουριστική Ανάπτυξη και Μορφές Τουρισμού.....	40
4.6	Εμπόδια και περιορισμοί τουριστικής ανάπτυξης	41

Χαμηλής Προβολής: Η Περίπτωση της Κλειτορίας (Μαζέικα) Αχαΐας

4.6.1	Ελλείψεις σε Υποδομές.....	42
4.6.2	Ελλείψεις σε Ανθρώπινο Δυναμικό	42
4.6.3	Κοινωνία, Νοοτροπία και Απουσία Συνεργειών	42
4.6.4	Θεσμικό Πλαίσιο και Χρηματοδότηση	43
4.6.5	Στρατηγικός Σχεδιασμός και Τοπική Αυτοδιοίκηση	44
5	Στόχοι και πλάνο ανάπτυξης της περιοχής μελέτης	46
5.1	Σύνθεση ευρημάτων.....	46
5.1.1	Δυνατά Σημεία και Ευκαιρίες (Strengths & Opportunities).....	46
5.1.2	Αδυναμίες και Εμπόδια (Weaknesses & Barriers)	46
5.1.3	Απειλές και Κοινωνικές Ανησυχίες (Threats & Concerns).....	47
5.2	Στρατηγικοί στόχοι τουριστικής ανάπτυξης.....	47
5.3	Προτεινόμενο πλαίσιο εκκίνησης σχεδιασμού	48
5.4	Προτεινόμενες μορφές τουρισμού και τρόποι οργάνωσης.....	54
5.5	Προτάσεις πολιτικής και δράσεων.....	56
6	Συμπεράσματα	60
6.1	Περιορισμοί της έρευνας και μελλοντικές κατευθύνσεις	60
6.1.1	Μέγεθος δείγματος και αναλυτική γενίκευση	60
6.1.2	Προκατάληψη κοινωνικής επιθυμητότητας (Social desirability bias).....	61
6.1.3	Μελλοντικές κατευθύνσεις	61
6.2	Προτάσεις για μελλοντική έρευνας	62
6.3	Γενικό συμπέρασμα και σύνοψη	64
	Βιβλιογραφία	65

Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

ΑΜΚΕ Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία

ΕΣΠΑ Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης

ΚΕΠΕΑ Κέντρο Περιβαλλοντικής Ανάπτυξης

ΟΟΣΑ Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης

ΟΧΕ Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση

ΣΔΙΤ Σύμπραξη Δημοσίου και Ιδιωτικού Τομέα

BTV Best Tourism Villages

DMO Destination Management Organization

ETIS European Tourism Indicator System

ITI Integrated Territorial Investment

LEADER Liaisons Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale (Δεσμοί μεταξύ δράσεων για την ανάπτυξη της αγροτικής οικονομίας)

SToD Satellite Tourism Destination

UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UN Tourism United Nations Tourism (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρ

1 Εισαγωγή

1.1 Τουριστική ανάπτυξη σε κοινότητες χαμηλής προβολής

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους πλέον δυναμικούς τομείς οικονομικής δραστηριότητας διεθνώς, ασκώντας σημαντικές επιδράσεις στην περιφερειακή ανάπτυξη, την απασχόληση και την κοινωνική συνοχή (Sharpley & Roberts, 2004). Ωστόσο, η τουριστική δραστηριότητα διανέμεται άνισα στον χώρο, καθώς επικεντρώνεται κυρίως σε προορισμούς υψηλής ζήτησης που διαθέτουν ανεπτυγμένες υποδομές και ευρεία αναγνωρισιμότητα (Lane & Kastenholtz, 2015). Αντίθετα, οι λεγόμενες κοινότητες χαμηλής τουριστικής προβολής, χαρακτηρίζονται από περιορισμένη αναγνωρισιμότητα, χαμηλά επίπεδα οργανωμένης τουριστικής δραστηριότητας και μειωμένη ένταξη στα κυρίαρχα τουριστικά δίκτυα (Kizos & Iosifides, 2007).

Στο πλαίσιο της αναζήτησης για πιο βιώσιμα και εναλλακτικά τουριστικά μοντέλα ανάπτυξης, παρατηρείται τα τελευταία χρόνια σταδιακή μετατόπιση του επιστημονικού και πολιτικού ενδιαφέροντος προς τις περιοχές αυτές (Bramwell & Lane, 2011). Η εξάντληση των δυνατοτήτων των καθιερωμένων μαζικών τουριστικών προορισμών, σε συνδυασμό με την αυξανόμενη περιβαλλοντική ευαισθησία των ταξιδιωτών και την αναζήτηση αυθεντικών εμπειριών τοπικού χαρακτήρα, έχουν ενισχύσει το ενδιαφέρον για ήπιες μορφές τουρισμού μικρής κλίμακας, που αξιοποιούν τα ιδιαίτερα φυσικά, πολιτιστικά και κοινωνικά γνωρίσματα των τοπικών κοινωνιών (Sharpley & Telfer, 2014).

Παρά τους εγγενείς περιορισμούς ως προς την ύπαρξη ανεπτυγμένων υποδομών και την οργανωμένη προώθηση, οι κοινότητες χαμηλής τουριστικής προβολής συχνά διαθέτουν αξιόλογο φυσικό, πολιτιστικό και κοινωνικό απόθεμα. Το αγροτικό περιβάλλον, η πολιτιστική κληρονομιά, οι παραδοσιακές παραγωγικές πρακτικές και η κοινωνική συνοχή μπορούν να λειτουργήσουν ως βασικοί αναπτυξιακοί πόροι για την προώθηση ήπιων και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, με την προϋπόθεση ύπαρξης κατάλληλης στρατηγικής (Kastenholtz et al., 2012).

Σε αυτό το πλαίσιο, ο τουρισμός προσεγγίζεται όχι ως αυτοτελής αναπτυξιακή δραστηριότητα, αλλά ως συμπληρωματικό εργαλείο τοπικής ανάπτυξης, το οποίο οφείλει να εντάσσεται στις ευρύτερες κοινωνικές και οικονομικές δομές της κοινότητας. Εντούτοις, η έλλειψη

εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού, οι περιορισμένοι χρηματοδοτικοί πόροι, η αδυναμία ανάπτυξης συνεργατικών σχημάτων και η αποσπασματική επιχειρηματικότητα αποτελούν σημαντικούς ανασταλτικούς παράγοντες για τη συγκροτημένη τουριστική ανάπτυξη (Kizos & Iosifides, 2007).

Η αποτελεσματική τουριστική ανάπτυξη σε κοινότητες χαμηλής προβολής συνδέεται άμεσα με την υιοθέτηση συμμετοχικών και ολοκληρωμένων προσεγγίσεων, σχεδιασμού, όπου η τοπική κοινωνία καλείται να διαδραματίσει πρωταγωνιστικό ρόλο (Τσάρτας, 2009).

1.1.1 Η ελληνική ύπαιθρος και οι αναπτυξιακές προκλήσεις

Η διαδικασία της αστικοποίησης στην Ελλάδα συνδέεται άρρηκτα με τις μεταπολεμικές κοινωνικοοικονομικές μεταβολές και τη σταδιακή αναδιάρθρωση του παραγωγικού και χωρικού μοντέλου της χώρας. Ήδη από την δεκαετία του 1950, η ελληνική ύπαιθρος άρχισε να χάνει σημαντικό μέρος του πληθυσμού της, καθώς μεγάλα τμήματα του αγροτικού πληθυσμού μετακινήθηκαν προς τα αστικά κέντρα ή μετανάστευσαν στο εξωτερικό αναζητώντας καλύτερες συνθήκες απασχόλησης και διαβίωσης (Ψημμένος, 2003). Το φαινόμενο αυτό εντάσσεται στο ευρύτερο πλαίσιο της ταχείας εκβιομηχάνισης και της συγκέντρωσης οικονομικών δραστηριοτήτων στις πόλεις οι οποίες λειτούργησαν ως πόλοι έλξης για εργατικό δυναμικό και επενδύσεις.

Κατά την περίοδο 1950-1970, η αστικοποίηση στην Ελλάδα έλαβε έντονα και συχνά άναρχα χαρακτηριστικά, με την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη να συγκεντρώνουν δυσανάλογα μεγάλο μέρος του πληθυσμού και των παραγωγικών δραστηριοτήτων. Σύμφωνα με τον Καραγιάννη (2006), η συγκεντρωτική ανάπτυξη και η απουσία χωρικού και περιφερειακού σχεδιασμού οδήγησαν στη διαμόρφωση έντονων ανισοτήτων μεταξύ κέντρου και περιφέρειας. Η ύπαιθρος αντιμετωπίστηκε περισσότερο ως χώρος παροχής εργατικού δυναμικού και λιγότερο ως αυτόνομος αναπτυξιακός χώρος, γεγονός που συνέλαβε στη μακροχρόνια αποδυνάμωση της τοπικής οικονομίας και κοινωνικής συνοχής.

Παράλληλα, η σταδιακή υποχώρηση του πρωτογενούς τομέα, συνδυασμό με τον κατακερματισμό της αγροτικής γης και τη χαμηλή παραγωγικότητα, περιόρισε τη δυνατότητα βιώσιμης απασχόλησης στην ύπαιθρο (Βαρβαρέσος, 2000). Η αγροτική οικονομία παρέμεινε σε μεγάλο βαθμό μονοδιάστατη και εξαρτημένη από επιδοτήσεις, χωρίς να αναπτυχθούν εναλλακτικές δραστηριότητες που θα μπορούσαν να συγκρατήσουν τον πληθυσμό στις

αγροτικές περιοχές (Λουκάκης, 2004). Ως αποτέλεσμα, η πληθυσμιακή συρρίκνωση συνοδεύτηκε από γήρανση του πληθυσμού, εγκατάλειψη οικισμών και αποδυνάμωση των τοπικών κοινωνικών δομών.

Η ένταξη της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Ένωση και η εφαρμογή αγροτικών και περιφερειακών πολιτικών από την δεκαετία του 1980 και έπειτα δεν ανέστρεψαν ουσιαστικά τις μακροχρόνιες τάσεις αστικοποίησης, διότι δεν ήταν απλώς ένα δημογραφικό φαινόμενο. Ήταν μία σύνθετη διαδικασία κοινωνικής και οικονομικής αναδιάρθρωσης, η οποία επηρέασε καθοριστικά την φυσιογνωμία της ελληνικής υπαίθρου και η αντίληψη ότι αποτελεί έναν ομοιογενή και παθητικό χώρο δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα. Οι αγροτικές κοινότητες διαφοροποιούνται σημαντικά ως προς τα φυσικά χαρακτηριστικά, το πολιτιστικό τους υπόβαθρο, την κοινωνική συνοχή και το επίπεδο της τοπικής οργάνωσης. Το φυσικό της περιβάλλον περιλαμβάνει ορεινούς όγκους, αγροτικά οικοσυστήματα, παραδοσιακές καλλιέργειες και περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους. Η τοπική πολιτιστική κληρονομιά περιλαμβάνει την παραδοσιακή αρχιτεκτονική, τα ήθη, τα έθιμα, τη γαστρονομία, τις τοπικές παραγωγικές δραστηριότητες και άλλα πολιτισμικά χαρακτηριστικά, τα οποία ενισχύουν την αυθεντικότητα και τη μοναδικότητα των αγροτικών προορισμών.

Η αναγνώριση αυτής της εσωτερικής ετερογένειας αποτελεί βασική προϋπόθεση για τον σχεδιασμό στοχευμένων αναπτυξιακών πολιτικών, ενώ η συστηματική αξιοποίηση του φυσικού και πολιτιστικού κεφαλαίου της ελληνικής υπαίθρου μπορεί να λειτουργήσει ως μοχλός οικονομικής ανάπτυξης και ενίσχυσης της κοινωνικής συνοχής.

1.1.2 Η έννοια της χαμηλής τουριστικής προβολής

Η έννοια της χαμηλής τουριστικής προβολής αναφέρεται σε τουριστικούς προορισμούς που δεν έχουν ενταχθεί στον κυρίαρχο τουριστικό χάρτη και δεν αποτελούν αντικείμενο συστηματικής προώθησης μέσω οργανωμένων μηχανισμών προβολής και μάρκετινγκ. Τέτοιες περιοχές συνήθως απουσιάζουν από τα βασικά τουριστικά δίκτυα και δεν παρουσιάζονται συστηματικά σε επίσημους τουριστικούς οδηγούς, γεγονός που επηρεάζει αρνητικά την αναγνωρισιμότητα τους τόσο στην εγχώρια όσο και στη διεθνή τουριστική αγορά. Επιπλέον, οι περιοχές αυτές χαρακτηρίζονται από περιορισμένες τουριστικές υποδομές και έλλειψη οικονομικών και οργανωτικών πόρων για την υλοποίηση συστηματικών δράσεων μάρκετινγκ, ενώ συχνά απουσιάζει και κάποιο στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης. Η ανεπαρκής θεσμική υποστήριξη σε τοπικό επίπεδο, σε συνδυασμό με την κατακερματισμένη επιχειρηματική δραστηριότητα, λειτουργούν ανασταλτικά, ακόμα και αν υπάρχει αξιόλογο φυσικό ή πολιτιστικό απόθεμα (Λαγός, 2010).

Υπό αυτές τις συνθήκες, η τουριστική ανάπτυξη εμφανίζεται συχνά αποσπασματική ή παραμένει σε λανθάνουσα μορφή, περιορίζοντας τη δυνατότητα αξιοποίησης των τοπικών πόρων και την ένταξη του τουρισμού σε μια ευρύτερη αναπτυξιακή πολιτική. Ωστόσο, η χαμηλή τουριστική προβολή δεν πρέπει να θεωρείται αποκλειστικά ως μειονέκτημα. Αντιθέτως, μπορεί να αποτελέσει αφετηρία για την διαμόρφωση στρατηγικών τουριστικής ανάπτυξης μικρής κλίμακας, με έμφαση στη βιωσιμότητα, τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας και την ανάδειξη της αυθεντικότητας του τόπου (Lane, 1994). Η κατανόηση της έννοιας αυτής αποτελεί βασικό θεωρητικό υπόβαθρο για την ανάλυση της μελέτης περίπτωσης που ακολουθεί.

1.1.3 Υπαρκτή αλλά μη οργανωμένη τουριστική δραστηριότητα

Σημαντικό χαρακτηριστικό πολλών μικρών αγροτικών και ορεινών κοινοτήτων χαμηλής τουριστικής προβολής αποτελεί η ύπαρξη μιας περιορισμένης αλλά υπαρκτής τουριστικής δραστηριότητας, η οποία αναπτύσσεται αποσπασματικά και χωρίς να εντάσσεται σε ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο σχεδιασμού και οργάνωσης. Η τουριστική αυτή κίνηση συχνά σχετίζεται με επισκέψεις αναψυχής, τη διατήρηση οικογενειακών και κοινωνικών δεσμών, τη συμμετοχή σε τοπικές πολιτιστικές και θρησκευτικές εκδηλώσεις, καθώς και με δραστηριότητες στη φύση, όπως πεζοπορία και επαφή με το φυσικό τοπίο.

Στις περισσότερες περιπτώσεις, η επισκεψιμότητα αυτή δεν συνοδεύεται από την ύπαρξη επαρκών και οργανωμένων υπηρεσιών φιλοξενίας, ούτε από τη διαμόρφωση σαφώς προσδιορισμένων τουριστικών προϊόντων. Ο Ανδριώτης (2011) έχει αναφέρει ότι, ο τουρισμός στις μικρές κοινότητες συχνά βασίζεται σε άτυπες μορφές φιλοξενίας και σε περιορισμένη επιχειρηματική δραστηριότητα, γεγονός που περιορίζει τη δυνατότητα αξιοποίησης των τοπικών πόρων και της επισκεψιμότητας.

Η συγκεκριμένη τουριστική δραστηριότητα παρουσιάζει έντονο εποχικό χαρακτήρα, μικρή διάρκεια παραμονής των επισκεπτών και περιορισμένη οικονομική απόδοση για τις τοπικές επιχειρήσεις και την τοπική οικονομία συνολικά. Επιπλέον, η απουσία σαφούς καθορισμού αναπτυξιακών στόχων, προτεραιοτήτων και ρόλων μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων-τοπική αυτοδιοίκηση, επιχειρηματίες και τοπική κοινωνία-καθιστά την τουριστική δραστηριότητα ευάλωτη, ασυντόνιστη και συχνά αποκομμένη από τις πραγματικές ανάγκες και δυνατότητες της κοινότητας (Bramwell & Lane, 2011).

Ωστόσο, η ύπαρξη ακόμη και περιορισμένης τουριστικής κίνησης μπορεί να λειτουργήσει ως αφετηρία για την ανάπτυξη ενός πιο οργανωμένου και βιώσιμου τουριστικού μοντέλου στις μικρές αγροτικές κοινότητες. Η αναγνώριση των υφιστάμενων μορφών επισκεψιμότητας, η συστηματική καταγραφή των φυσικών και πολιτιστικών πόρων και η ενεργή συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στη διαδικασία σχεδιασμού, αποτελούν κρίσιμους παράγοντες για την επιτυχή τουριστική ανάπτυξη σε τοπικό επίπεδο.

1.2 Αντικείμενο, σκοπός και σημασία της έρευνας

Αντικείμενο της παρούσας μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας αποτελεί η διερεύνηση των προοπτικών οργάνωσης και στρατηγικού σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης σε κοινότητες χαμηλής τουριστικής προβολής, με έμφαση σε περιοχές της ελληνικής υπαίθρου με υπαρκτή αλλά μη οργανωμένη τουριστική δραστηριότητα.

Η περιοχή μελέτης, η δημοτική ενότητα της **Κλειτορίας**, η οποία σήμερα είναι γνωστή και ως **Μαζέικα** ή **Κάτω Κλειτορία**, υπάγεται στην περιφερειακή ενότητα Αχαΐας και από το 2010 ανήκει στον διευρυμένο Δήμο Καλαβρύτων. Ο πληθυσμός της ανέρχεται στους 670 κατοίκους (ΕΛΣΤΑΤ, 2021). Πρόκειται για μικρή αγροτική κοινότητα, με περιορισμένη τουριστική αναγνωρισιμότητα, η οποία ωστόσο διαθέτει αξιόλογους φυσικούς, πολιτιστικούς και κοινωνικούς πόρους που μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για την ανάπτυξη ενός οργανωμένου και βιώσιμου τουριστικού μοντέλου.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι αρχικά η καταγραφή και ανάλυση της υφιστάμενης τουριστικής ταυτότητας της περιοχής μελέτης. Παράλληλα, επιδιώκεται ο εντοπισμός των βασικών προβλημάτων, περιορισμών και δομικών εμποδίων που δυσχεραίνουν την ανάπτυξη οργανωμένης τουριστικής δραστηριότητας. Επιπλέον, η εργασία στοχεύει στη διερεύνηση των δυνατοτήτων αξιοποίησης των τοπικών φυσικών, πολιτιστικών και κοινωνικών πόρων μέσω ενός ολοκληρωμένου πλαισίου στρατηγικού τουριστικού σχεδιασμού, το οποίο συμπεριλαμβάνει τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και της ενεργού συμμετοχής των κατοίκων. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην αποτύπωση των αντιλήψεων, στάσεων και προσδοκιών της τοπικής κοινωνίας και κυρίως των υφιστάμενων επιχειρηματικών φορέων αναγνωρίζοντας τον καθοριστικό ρόλο της συμμετοχής στη διαμόρφωση και στην αποτελεσματική εφαρμογή κάθε αναπτυξιακής στρατηγικής.

Η σημασία της έρευνας έγκειται τόσο στη θεωρητική όσο και στην εφαρμοσμένη της διάσταση. Σε θεωρητικό επίπεδο, η εργασία συμβάλλει στη βιβλιογραφική συζήτηση γύρω από τον τουρισμό σε κοινότητες χαμηλής προβολής, ένα πεδίο που παραμένει σχετικά περιορισμένα διευρυμένο στην ελληνική επιστημονική βιβλιογραφία. Σε πρακτικό επίπεδο, τα αποτελέσματα της έρευνας και το προτεινόμενο πλαίσιο στρατηγικού σχεδιασμού μπορούν να λειτουργήσουν ως εργαλείο υποστήριξης για φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης και τοπικές επιχειρήσεις, συμβάλλοντας στη διαμόρφωση ρεαλιστικών και κοινωνικά αποδεκτών

πολιτικών τουριστικής ανάπτυξης για παρόμοιες αγροτικές κοινότητες της ελληνικής υπαίθρου.

1.3 Ερευνητικοί στόχοι και μεθοδολογία

Ο κύριος στόχος της συγκεκριμένης μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας, είναι η διερεύνηση των προϋποθέσεων οργάνωσης και στρατηγικού σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης σε κοινότητες χαμηλής τουριστικής προβολής. Μέσα από την ανάλυση της υφιστάμενης τουριστικής δραστηριότητας, των διαθέσιμων φυσικών και πολιτιστικών πόρων, σκοπός είναι η διαμόρφωση ενός προσαρμοσμένου πλαισίου βιώσιμης και συμμετοχικής τουριστικής ανάπτυξης για την περιοχή της Κλειτορίας Αχαΐας. Για την επίτευξη του στόχου, η έρευνα επιχειρεί να απαντήσει στα ακόλουθα βασικά ερωτήματα:

- Ποια είναι τα χαρακτηριστικά της υφιστάμενης τουριστικής δραστηριότητας στην περιοχή της Κλειτορίας (Μαζείκα) Αχαΐας και σε ποιο βαθμό μπορεί αυτή να θεωρηθεί οργανωμένη ή αποσπασματική;
- Ποια εμπόδια και περιορισμοί (θεσμικοί, οικονομικοί, κοινωνικοί) επηρεάζουν την ανάπτυξη του τουρισμού σε κοινότητες χαμηλής προβολής, όπως η Κλειτορία;
- Ποιοι φυσικοί, πολιτιστικοί και κοινωνικοί πόροι της περιοχής διαθέτουν δυνητική τουριστική αξία και πως μπορούν να αξιοποιηθούν με όρους βιωσιμότητας;
- Ποιες μορφές τουρισμού μικρής κλίμακας είναι συμβατές με τα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες της περιοχής μελέτης;
- Ποιες είναι οι αντιλήψεις, οι στάσεις και οι προσδοκίες των κατοίκων και των τοπικών επιχειρήσεων σχετικά με την παρούσα κατάσταση και τις μελλοντικές προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης;
- Πως μπορεί να διαμορφωθεί ένα ρεαλιστικό και κοινωνικά αποδεκτό πλαίσιο στρατηγικού σχεδιασμού, το οποίο να συντονίζει τους διαθέσιμους πόρους και να υποστηρίζει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής;

Για την απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων της παρούσας εργασίας υιοθετείται μια συνδυαστική ερευνητική προσέγγιση και αξιοποιεί τόσο ποιοτικά όσο και δευτερογενή δεδομένα. Συγκεκριμένα, η διερεύνηση της υφιστάμενης τουριστικής δραστηριότητας και του βαθμού οργάνωσης της πραγματοποιείται μέσω ανάλυσης διαθέσιμων στατιστικών στοιχείων, επίσημων εγγράφων της τοπικής αυτοδιοίκησης και επιτόπιας παρατήρησης. Ο εντοπισμός των βασικών εμποδίων και περιορισμών που επηρεάζουν την τουριστική ανάπτυξη προσεγγίζεται μέσω ημιδομημένων συνεντεύξεων με κατοίκους, τοπικούς επιχειρηματίες και εκπροσώπους φορέων, επιτρέποντας την διατύπωση διαφορετικών οπτικών και εμπειριών. Παράλληλα, η καταγραφή και αξιολόγηση των φυσικών, πολιτιστικών και κοινωνικών πόρων της περιοχής μελέτης βασίζεται στον εντοπισμό τους και η ανάλυση τους θα βασιστεί σύμφωνα με την σχετική βιβλιογραφία, ώστε να γίνει σωστή εκτίμηση της δυνητικής τουριστικής τους αξίας με όρους βιωσιμότητας. Οι αντιλήψεις, οι στάσεις και οι προσδοκίες της τοπικής κοινωνίας διερευνώνται μέσω ποιοτικών μεθόδων, ώστε να αποτυπωθεί η πραγματική γνώμη των ανθρώπων αναφορικά με την εφαρμογή μιας πιθανής αναπτυξιακής παρέμβασης.

Τέλος, η σύνθεση των ευρημάτων σε συνδυασμό με τις θεωρητικές προσεγγίσεις του στρατηγικού και συμμετοχικού τουριστικού σχεδιασμού επιτρέπει τη διαμόρφωση ενός ρεαλιστικού και κοινωνικά αποδεκτού πλαισίου, προσαρμοσμένο στα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες της περιοχής της Κλειτορίας.

1.4 Διάρθρωση της εργασίας

Η παρούσα μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία αποτελείται από 6 κεφάλαια. Στην εισαγωγή παρουσιάζεται το γενικό θεωρητικό και εννοιολογικό πλαίσιο της έρευνας. Ειδικότερα, αναλύεται η τουριστική ανάπτυξη σε κοινότητες χαμηλής τουριστικής προβολής, οι αναπτυξιακές προκλήσεις της ελληνικής υπαίθρου, η έννοια της χαμηλής τουριστικής προβολής και η ύπαρξη μη οργανωμένης τουριστικής δραστηριότητας. Παράλληλα, προσδιορίζεται το αντικείμενο, ο σκοπός και η σημασία της έρευνας καθώς και οι ερευνητικοί στόχοι και η μεθοδολογική προσέγγιση που ακολουθείται και το πλαίσιο που διατυπώνονται τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, πραγματοποιείται η βιβλιογραφική επισκόπηση και η θεωρητική θεμελίωση της εργασίας. Ειδικότερα, εξετάζονται οι βασικές έννοιες και οι αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, η σχέση του τουρισμού με την τοπική ανάπτυξη και ο ρόλος του στρατηγικού και συμμετοχικού σχεδιασμού στον τουρισμό. Επιπλέον, αναλύονται τα χαρακτηριστικά και οι περιορισμοί του τουρισμού σε κοινότητες χαμηλής προβολής και παρουσιάζονται ορισμένες μορφές τουρισμού μικρής κλίμακας, κατάλληλες για αγροτικές περιοχές. Το κεφάλαιο αυτό βασίζεται σε εκτενή ανασκόπηση ελληνικής και διεθνούς βιβλιογραφίας και συμβάλλει στην ερμηνεία των εμπειρικών ευρημάτων που ακολουθούν.

Στο τρίτο κεφάλαιο, παρουσιάζεται η περιοχή μελέτης, η Κλειτορία (Μαζέικα) Αχαΐας. Πιο συγκεκριμένα, αναλύονται τα γεωγραφικά, φυσικά, κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά της περιοχής, η τοπική οικονομία και οι βασικές παραγωγικές δραστηριότητες. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην αποτύπωση της υφιστάμενης τουριστικής κατάστασης, στο προφίλ και την εποχικότητα των επισκεπτών, στον εντοπισμό των υφιστάμενων τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών. Το κεφάλαιο αυτό βασίζεται σε δευτερογενή δεδομένα μέσω του διαδικτύου και σε ποιοτικές μεθόδους συλλογής των πρωτογενών δεδομένων (συνέντευξη, παρατήρηση) και στην επιτόπια παρατήρηση.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, παρουσιάζονται η μεθοδολογία της εμπειρικής έρευνας και η ανάλυση των πρωτογενών δεδομένων. Επιπλέον, αναλύονται οι ερευνητικές μέθοδοι και τα εργαλεία συλλογής δεδομένων σε ποσοτικό και ποιοτικό επίπεδο. Εξετάζονται οι αντιλήψεις και οι στάσεις της τοπικής κοινωνίας σχετικά με τον τουρισμό, τα αντιλαμβανόμενα οφέλη και οι βασικοί προβληματισμοί, καθώς και οι απόψεις και οι προσδοκίες των τοπικών επιχειρήσεων.

Παράλληλα, η έρευνα εντοπίζει τα κύρια προβλήματα και τους περιορισμούς που μπορεί να προκύψουν από την τουριστική ανάπτυξη, μέσα από τα ερωτηματολόγια και τις ημιδομημένες συνεντεύξεις.

Στο πέμπτο κεφάλαιο, επιχειρείται η σύνθεση των ευρημάτων και η διαμόρφωση ενός πλαισίου στρατηγικού σχεδιασμού για την περιοχή μελέτης. Μέσα από εργαλεία στρατηγικής ανάλυσης, όπως η μέθοδος SWOT (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats), προσδιορίζονται οι στρατηγικοί στόχοι τουριστικής ανάπτυξης, οι κατάλληλες μορφές τουρισμού και οι τρόποι οργάνωσης τους για την συγκεκριμένη περιοχή.

Στο έκτο και τελευταίο κεφάλαιο, παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της έρευνας, οι περιορισμοί της μελέτης και διατυπώνονται προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

2 Βιβλιογραφική επισκόπηση

2.1 Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

Η έννοια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης έχει αναδειχθεί, τις τελευταίες δεκαετίες, ως κεντρικό ζητούμενο στον σχεδιασμό και τη διαχείριση του τουρισμού, ιδιαίτερα σε περιοχές με ευαίσθητα φυσικά και κοινωνικά συστήματα. Η Έκθεση Brundtland (World Commission on Environment and Development-WCED, 1987), αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα κείμενα που διαμόρφωσαν τη σύγχρονη έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, σύμφωνα με το οποίο: *« η βιώσιμη ανάπτυξη είναι η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος, χωρίς να υπονομεύει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιούν τις δικές τους ανάγκες »*. Ο όρος «αειφορική τουριστική ανάπτυξη», είναι ταυτόσημος με τη βιώσιμη και εξετάζει και στην επιστήμη της βιολογίας και της δασολογίας τις διαδικασίες συνεχούς ανανέωσης και αναπαραγωγής της χλωρίδας και της πανίδας. Η προώθηση αυτής της πολιτικής αποτέλεσε την απάντηση στις ανησυχίες και στην κριτική για τις επιπτώσεις της μαζικής τουριστικής ανάπτυξης (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011).

Στο πλαίσιο του τουρισμού, η βιωσιμότητα προϋποθέτει μια ισορροπημένη συνύπαρξη τριών βασικών διαστάσεων: της περιβαλλοντικής της κοινωνικής και της οικονομικής. Η περιβαλλοντική διάσταση αφορά την προστασία και ορθολογική διαχείριση των φυσικών πόρων, η κοινωνική διάσταση σχετίζεται με τη διατήρηση της ταυτότητας ενός τόπου, την κοινωνική συνοχή και την ποιότητα της ζωής των κατοίκων, ενώ η οικονομική συνδέεται με τη δημιουργία σταθερών και μακροπρόθεσμων ωφελειών για τις τοπικές οικονομίες (United Nations World Tourism Organization-UNWTO, 2004).

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αποκτά ιδιαίτερη σημασία για μικρές αγροτικές περιοχές, όπου οι διαθέσιμοι πόροι είναι περιορισμένοι και η φέρουσα ικανότητα του τόπου μπορεί εύκολα να υπερβεί τα όρια.

2.1.1 Διαστάσεις και αρχές βιωσιμότητας στον τουρισμό

Το μεγάλο ενδιαφέρον για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη εξηγείται από την ανάγκη για ένα πρότυπο ανάπτυξης, το οποίο να «δραστηριοποιείται» αρμονικά στην τοπική, κοινωνική, οικονομική, πολιτιστική και περιβαλλοντική δομή της κάθε περιοχής, με τους κατάλληλους υποστηρικτικούς όρους, όπως υπηρεσίες, υποδομές, τεχνογνωσία, για τη συνεχή ανατροφοδότηση της. Σύμφωνα με τους Χ. Κοκκώση, Π. Τσάρτα και Ε. Γκρίμπα (2011), οι βασικές παράμετροι συγκρότησης των αρχών της βιωσιμότητας είναι οι εξής:

- *Ειδικός σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης, με στόχο την ισορροπία ανάμεσα στην κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον.*
- *Ενίσχυση όλων των μέτρων (τοπικές αναπτυξιακές πρωτοβουλίες, λειτουργικές διασυνδέσεις ανάμεσα σε διαφορετικούς κλάδους της οικονομίας, έρευνα, εκπαίδευση, μάρκετινγκ) που συμβάλλουν στις διαδικασίες ανατροφοδότησης της ανάπτυξης.*
- *Ειδικό θεσμικό πλαίσιο που θα προωθεί τις διαδικασίες της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και την τοπική συμμετοχή.*
- *Προώθηση μέτρων και πολιτικών που συμβάλλουν στην προστασία και την ανάδειξη του τοπικού, φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος.*
- *Χρήση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως βασικού άξονα της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης.*

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αφορά τόσο τις αναπτυγμένες περιοχές τουρισμού, όσο και τις αναπτυσσόμενες περιοχές και συμβάλλει στη βελτίωση του τουριστικού αναπτυξιακού προτύπου. Πρόκειται, για μια συνεχιζόμενη και δυναμική διαδικασία, η οποία επηρεάζεται συνεχώς από τις ανάλογες τοπικές, θεσμικές και παραγωγικές ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής.

2.1.2 Τουρισμός και τοπική ανάπτυξη

Ο τουρισμός αναγνωρίζεται από την διεθνή και ελληνική βιβλιογραφία ως ένας από τους βασικούς μοχλούς τοπικής ανάπτυξης, ιδίως σε περιοχές που χαρακτηρίζονται από διαρθρωτικές αδυναμίες, όπως η οικονομική μονοκαλλιέργεια, η πληθυσμιακή συρρίκνωση και η περιορισμένη πρόσβαση σε επενδυτικούς πόρους (Ανδριώτης, 2011). Στο πλαίσιο της τοπικής ανάπτυξης, ο τουρισμός δεν λειτουργεί αποκλειστικά ως πηγή εισοδήματος, αλλά ως πολυδιάστατη διαδικασία που επηρεάζει την οικονομία, την κοινωνική συνοχή και την χωρική οργάνωση των τοπικών κοινωνιών (Sharpley, 2002).

Σε οικονομικό επίπεδο, η τουριστική δραστηριότητα μπορεί να συμβάλλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, στην ενίσχυση της τοπικής επιχειρηματικότητας και στη διαφοροποίηση της παραγωγικής βάσης. Ιδίως σε αγροτικές περιοχές, ο τουρισμός συχνά λειτουργεί συμπληρωματικά με τον πρωτογενή τομέα, ενισχύοντας την προστιθέμενη αξία των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών μέσω της σύνδεσης τους με τουριστικές εμπειρίες (Ανδριώτης, 2011).

Ο τουρισμός μπορεί να αλλάξει εντελώς την ταυτότητα και τον χώρο μιας κοινότητας, προκαλώντας τόσο θετικές όσο και αρνητικές επιδράσεις. Αυτό συμβαίνει γιατί, η ταυτότητα ενός τόπου (*place identity*) διαμορφώνει τις αντιλήψεις των κατοίκων και οι διαρκείς επαφές με επισκέπτες, μπορούν να αλλάξουν τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται τον εαυτό τους και τον τόπο τους (Wang & Chen, 2015). Ταυτόχρονα, η ενεργή συμμετοχή των κατοίκων στον σχεδιασμό και τη διαχείριση της τουριστικής δραστηριότητας ενισχύει την αίσθηση του ανήκειν και συμβάλλει στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Αντιθέτως, η εξωγενής ανάπτυξη, χωρίς την σύμφωνη γνώμη των κατοίκων ενδέχεται να προκαλέσει κοινωνικές εντάσεις και φαινόμενα περιθωριοποίησης (Τσάρτας, 2011).

Σε χωρικό και αναπτυξιακό επίπεδο, ο τουρισμός δύναται να αποτελέσει παράγοντα αναζωογόνησης της υπαίθρου, συμβάλλοντας στην αναβάθμιση βασικών υποδομών, στην αξιοποίηση περιοχών που παρουσιάζουν σημάδια εγκατάλειψης ή υποβάθμισης και στην ενίσχυση της ελκυστικότητας ενός τόπου ως χώρου μόνιμης ή εποχιακής απασχόλησης.

2.2 Στρατηγικός σχεδιασμός στον τουρισμό

Ο στρατηγικός σχεδιασμός στον τουρισμό αποτελεί βασική προϋπόθεση για μια συστηματική και ισορροπημένη ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών, ιδιαίτερα σε συνθήκες αυξημένου ανταγωνισμού, περιορισμένων πόρων και έντονων περιβαλλοντικών και κοινωνικών πιέσεων. Όπως υποστήριξαν οι Κοκκώσης κ.α. (2011), αρκετοί προορισμοί για να καταφέρουν να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους δημιούργησαν μια «τοπική ταυτότητα», ώστε να διαφοροποιηθούν. Πιο συγκεκριμένα, «αναβιώνουν» ή και «εφευρίσκουν» συνήθειες, έθιμα, εορτές και εκδηλώσεις, με σκοπό να προσφερθεί στον επισκέπτη-τουρίστα μια διαφορετική εμπειρία, εμπλουτίζοντας ταυτόχρονα το τουριστικό προϊόν. Η συγκεκριμένη διαδικασία προϋποθέτει μια οργανωμένη και συστηματική προσέγγιση, η οποία βασίζεται στον προσεκτικό σχεδιασμό και επιτρέπει σε κάθε προορισμό να εντοπίσει και να αναδείξει τις μορφές αναψυχής και εμπειριών που μπορεί να προσφέρει στους επισκέπτες του.

2.2.1 Έννοια και στάδια στρατηγικού σχεδίου

Σύμφωνα με τον Murphy (1985), ο σχεδιασμός αφορά την πρόγνωση και τον συντονισμό των αλλαγών που γίνονται σε ένα σύστημα, ώστε να προαχθεί μια μεθοδευμένη ανάπτυξη και να αυξηθούν τα κοινωνικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά οφέλη της αναπτυξιακής διαδικασίας. Ο σχεδιασμός αποτελείται από μια διατεταγμένη ακολουθία λειτουργιών, που σχεδιάζονται για την επίτευξη ενός ενιαίου στόχου ή απλώς την ισορροπία μεταξύ διάφορων στόχων. Γίνεται αντιληπτό ότι, ο σχεδιασμός βασίζεται στην πρόβλεψη των αλλαγών που επιφέρει ο τουρισμός σε ένα σύστημα, και ο τουριστικός σχεδιασμός δεν περιορίζεται στην αντιμετώπιση των προβλημάτων που ήδη έχουν δημιουργηθεί. Ο τουριστικός σχεδιασμός δρα προληπτικά, επιτρέποντας στις τοπικές κοινωνίες να προετοιμαστούν για τις κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης. Είναι ένας μηχανισμός ρύθμισης της ανάπτυξης, ο οποίος διασφαλίζει μια ισορροπία μεταξύ διαφορετικών στόχων, αποφεύγοντας παράλληλα την υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας ενός τόπου.

Ένας σωστός σχεδιασμός σε μια μη τουριστικά αναπτυγμένη περιοχή, της επιτρέπει να δημιουργήσει την επιθυμητή τουριστική κίνηση χωρίς σοβαρές αρνητικές επιπτώσεις. Κάθε προσπάθεια, πρέπει να αρχίζει με μία διαβούλευση μεταξύ των ιδιωτικών και δημοσίων φορέων, ώστε να διαπιστωθεί ότι ο τουρισμός όντως είναι μια επιθυμητή επιλογή, να θέτονται οι στόχοι της ανάπτυξης και ποιες είναι οι ανάγκες της τοπικής κοινωνίας (Ανδριώτης, 2005).

Τα στάδια εξέλιξης του τουριστικού σχεδιασμού σύμφωνα με τους Tosun & Jenkins (1998) είναι τα εξής:

- **Στάδιο της μη σχεδιασμένης τουριστικής ανάπτυξης.** Σε αυτή τη φάση, ο τουριστικός σχεδιασμός αντιμετωπίζεται ως κάτι ξένο και μη αποδεκτό, με αποτέλεσμα η ανάπτυξη του τουρισμού να πραγματοποιείται χωρίς προγραμματισμό, ως μια αυθόρμητη και μη οργανωμένη δραστηριότητα.
- **Στάδιο του εν μέρει τουριστικού σχεδιασμού που προσανατολίζεται προς την προσφορά.** Το στάδιο αυτό χαρακτηρίζεται από, την ανάπτυξη των απαραίτητων βασικών υποδομών με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών, όπως καταλύματα, χώροι εστίασης, μεταφορικά μέσα και λοιπές υποστηρικτικές εγκαταστάσεις.
- **Στάδιο του τουριστικού σχεδιασμού εξ ολοκλήρου προσανατολισμένου προς την προσφορά.** Σε αυτή τη φάση, ο σχεδιασμός επικεντρώνεται κυρίως στην ίδρυση και ανάπτυξη επιχειρήσεων που ανταποκρίνονται στη διαρκώς αυξανόμενη τουριστική ζήτηση, χωρίς όμως να λαμβάνεται επαρκώς υπόψη τα προβλήματα και οι επιπτώσεις που προκαλεί ο πολλαπλασιασμός των τουριστικών δραστηριοτήτων.
- **Στάδιο τουριστικού σχεδιασμού που προσανατολίζεται προς την αγορά και τη ζήτηση.** Σε αυτή τη φάση, ο τουριστικός σχεδιασμός δίνει έμφαση στην αύξηση της τουριστικής ζήτησης, επιδιώκοντας την προσέλκυση συνεχώς περισσότερων επισκεπτών, καθώς και στη διαμόρφωση παρεμβάσεων που στοχεύουν στη μέγιστη δυνατή ικανοποίηση τους.
- **Στάδιο της σύγχρονης προσέγγισης του τουριστικού σχεδιασμού.** Ύστερα από τη ραγδαία αύξηση των τουριστικών αφίξεων και την εφαρμογή αποσπασματικών και βραχυπρόθεσμων πρακτικών ανάπτυξης, τα περιβαλλοντικά, κοινωνικοπολιτισμικά και οικονομικά προβλήματα εντείνονται, γεγονός που οδηγεί στην αυξανόμενη ευαισθητοποίηση και κινητοποίηση των αρμόδιων φορέων του τουριστικού σχεδιασμού.

Οι τοπικές κοινωνίες, οι οποίες δεν έχουν καταλήξει σε κάποια στρατηγική και ενθαρρύνουν διάφορα είδη τουριστικών δραστηριοτήτων, συχνά εκτίθενται σε ανεπιθύμητες μορφές επενδύσεων και αντιμετωπίζουν πολλαπλές δυσκολίες (Ανδριώτης, 2005).

2.2.2 Συμμετοχικός σχεδιασμός και τοπικοί φορείς

Η ενεργή συμμετοχή της τοπική κοινωνίας και των τοπικών φορέων στον τουριστικό σχεδιασμό θεωρείται κρίσιμος παράγοντας για την επιτυχία και τη βιωσιμότητα των αναπτυξιακών πολιτικών.

Σύμφωνα με τον Timothy (1998), η εμπλοκή των κατοίκων και των τοπικών οργανισμών στη διαδικασία λήψης αποφάσεων συμβάλλει στη διαμόρφωση πολιτικών που ανταποκρίνονται καλύτερα στις πραγματικές ανάγκες και προσδοκίες της κοινωνίας υποδοχής, ενισχύοντας έτσι την αποδοχή και τη μακροχρόνια αποτελεσματικότητά τους. Ο συμμετοχικός σχεδιασμός επιτρέπει στους τοπικούς φορείς-δήμοι, επαγγελματικοί σύλλογοι, πολιτιστικοί οργανισμοί-άτυπες ομάδες κατοίκων-να συμβάλλουν ενεργά στη διαμόρφωση της τουριστικής στρατηγικής.

Μέσα από αυτή τη διαδικασία, οι τοπικές κοινωνίες αποκτούν μεγαλύτερο βαθμό ελέγχου και ευθύνης για την αναπτυξιακή πορεία της περιοχής τους, γεγονός που ενισχύει το αίσθημα συλλογικής ιδιοκτησίας και μειώνει τις πιθανότητες κοινωνικών συγκρούσεων. Η συμμετοχή των τοπικών φορέων, συμβάλλει στη καλύτερη αξιοποίηση των ενδογενών πόρων, τόσο υλικών όσο και άυλων, όπως η τοπική γνώση, η πολιτιστική κληρονομιά και τα κοινωνικά δίκτυα. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, ο τουριστικός σχεδιασμός να προσαρμόζεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής αποφεύγοντας γενικευμένες ή επιβαλλόμενες λύσεις, όπως συνηθίζεται με τα μοντέλα σχεδιασμού top-down (από πάνω προς τα κάτω).

Δεν πρέπει να ξεχνάμε πως, η συμμετοχική διαδικασία ενισχύει τη διαφάνεια και τη νομιμοποίηση των πολιτικών αποφάσεων, καθώς οι κάτοικοι αισθάνονται ότι οι αποφάσεις που λαμβάνονται δεν τους επιβάλλονται, αλλά αποτελούν προϊόν συλλογικής διαβούλευσης. Η κοινωνική συνοχή δημιουργεί τις προϋποθέσεις για μια πιο ισορροπημένη και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

2.3 Τουρισμός σε κοινότητες χαμηλής προβολής

2.3.1 Χαρακτηριστικά και περιορισμοί

Οι κοινότητες χαμηλής τουριστικής προβολής χαρακτηρίζονται από συγκεκριμένα δημογραφικά, οικονομικά και χωρικά γνωρίσματα, τα οποία επηρεάζουν τις δυνατότητες και τα όρια της τουριστικής ανάπτυξης. Πρόκειται για μικρού μεγέθους αγροτικές ή ημιορεινές περιοχές, με περιορισμένο πληθυσμό και χαμηλό αριθμό αστικοποίησης, όπου η τοπική οικονομία βασίζεται κυρίως σε παραδοσιακούς παραγωγικούς τομείς, όπως η γεωργία και η κτηνοτροφία (Lane, 1994).

Ένα βασικό χαρακτηριστικό των περιοχών αυτών, είναι η περιορισμένη ανάπτυξη τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών. Αναλυτικότερα, η έλλειψη καταλυμάτων, οργανωμένων δραστηριοτήτων αναψυχής και δικτύων υποστήριξης του τουρισμού, περιορίζει τη δυνατότητα προσέλκυσης και παραμονής επισκεπτών, ενώ παράλληλα μειώνει την ανταγωνιστικότητα των προορισμών σε σχέση με πιο αναπτυγμένες τουριστικές περιοχές. Η απουσία συστηματικών δράσεων προβολής και μάρκετινγκ, επίσης εντείνει τη χαμηλή αναγνωρισιμότητα των περιοχών αυτών τόσο στο εσωτερικό όσο και στο διεθνές τουριστικό κοινό (Kizos & Iosifides, 2007).

Οι κοινότητες χαμηλής προβολής συχνά αντιμετωπίζουν έντονα δημογραφικά προβλήματα, όπως πληθυσμιακή συρρίκνωση και μετανάστευση των νεότερων ηλικιακών ομάδων προς τα αστικά κέντρα. Οι περιορισμένες ευκαιρίες απασχόλησης, σε συνδυασμό με τα χαμηλά εισοδήματα, δυσχεραίνουν την τοπική ανάπτυξη και μειώνουν τα ποσοστά ανθρώπινου δυναμικού που θα μπορούσε να ανταποκριθεί στις ανάγκες μιας πιθανής τουριστικής ανάπτυξης. Επιπλέον εμπόδια αποτελούν, η έλλειψη επιχειρηματικής κουλτούρας, η περιορισμένη πρόσβαση σε χρηματοδότηση και η απουσία συνεργασιών μεταξύ τοπικών φορέων, λειτουργούν ανασταλτικά για τη διαμόρφωση ενός τουριστικού προϊόντος (Kizos & Iosifides, 2007).

Ωστόσο, οι περιοχές αυτές συχνά διαθέτουν σημαντικό φυσικό και πολιτιστικό απόθεμα, το οποίο μπορεί να αποτελέσει βάση για ήπιες και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός και ο φυσιολατρικός τουρισμός. Η αξιοποίηση των ενδογενών πόρων σε συνδυασμό με τον στρατηγικό σχεδιασμό και τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, μπορεί να

συμβάλλει στη σταδιακή άρση των περιορισμών και στη δημιουργία βιώσιμων αναπτυξιακών προοπτικών για τις κοινότητες χαμηλής τουριστικής προβολής (Lane, 1994).

2.3.2 Η σημασία των φυσικών πόρων και του πολιτισμού

Το φυσικό περιβάλλον και η πολιτιστική κληρονομιά συνιστούν βασικούς άξονες διαφοροποίησης και ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για μικρές, αγροτικές και λιγότερο αναπτυγμένες τουριστικά περιοχές. Στο πλαίσιο των κοινοτήτων χαμηλής τουριστικής προβολής, οι πόροι αυτοί αποτελούν κρίσιμοι παράγοντες διαμόρφωσης της τουριστικής ταυτότητας και ενίσχυσης της ελκυστικότητας του προορισμού. Ειδικότερα, οι φυσικοί πόροι, όπως το τοπίο, η βιοποικιλότητα, τα οικοσυστήματα και τα γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά, δημιουργούν το υπόβαθρο για την ανάπτυξη ήπιων και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, για παράδειγμα ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο φυσιολατρικός και ο περιπατητικός τουρισμός. Η ποιότητα και η διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος συνδέονται άμεσα με την εμπειρία των επισκεπτών και τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα της τουριστικής δραστηριότητας, καθώς οποιαδήποτε υποβάθμιση μπορεί να περιορίσει τις αναπτυξιακές δυνατότητες των προορισμών και να μειώσει την ανταγωνιστικότητά τους (Buckley, 2009* Weaver, 2001).

Η πολιτιστική κληρονομιά, τόσο στην υλική όσο και στην άυλη διάσταση της, αποτελεί θεμελιώδες στοιχείο της τοπικής ταυτότητας και σημαντικό εργαλείο για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού. Οι παραδόσεις, τα έθιμα, η τοπική γαστρονομία, η αρχιτεκτονική και τα μνημεία προσδίδουν μοναδικό χαρακτήρα στους προορισμούς και συμβάλλουν στη δημιουργία αυθεντικών τουριστικών εμπειριών. Η ανάδειξη και ερμηνεία της πολιτιστικής κληρονομιάς, ενισχύουν την προστιθέμενη αξία του τουριστικού προϊόντος και ενδυναμώνει τη σχέση των τοπικών κοινωνιών με τον τόπο τους (UNESCO, 2012).

Η αποτελεσματική διασύνδεση φυσικών και πολιτιστικών πόρων μπορεί να δημιουργήσει ολοκληρωμένα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες τάσεις της τουριστικής ζήτησης (Lane & Kastenholtz, 2015).

2.4 Μορφές τουρισμού κατάλληλες για μικρές αγροτικές κοινότητες

Οι μικρές αγροτικές κοινότητες, ιδιαίτερα εκείνες με χαμηλή τουριστική προβολή, διαθέτουν περιορισμένες δυνατότητες ανάπτυξης μαζικού τουρισμού, γεγονός που καθιστά αναγκαία την αναζήτηση εναλλακτικών και θεματικών μορφών τουρισμού. Οι μορφές αυτές βασίζονται στην αξιοποίηση των ενδογενών πόρων και αποσκοπούν στην ανάδειξη της τοπικής ταυτότητας και στην παροχή αυθεντικών εμπειριών στους επισκέπτες.

Στο ελληνικό θεσμικό πλαίσιο, ο θεματικός τουρισμός εισήχθη επίσημα με τον Ν.4582/2018 (ΦΕΚ Α'208/11.12.2018), ο οποίος ορίζει ότι οι ειδικές μορφές τουρισμού απευθύνονται σε επισκέπτες με ειδικά ενδιαφέροντα και στοχεύουν στην παροχή εμπειριών που χαρακτηρίζονται από αυθεντικότητα, σεβασμό ως προς το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον και ουσιαστική αλληλεπίδραση με την τοπική κοινωνία. Ο θεματικός τουρισμός συνδέεται με την ενίσχυση της τοπικής οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης, και την ανάδειξη των ιδιαίτερων πολιτισμικών χαρακτηριστικών κάθε περιοχής.

Σύμφωνα με το ισχύον θεσμικό πλαίσιο, στις μορφές θεματικού τουρισμού περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων ο τουρισμός υπαίθρου, ο αθλητικός τουρισμός, ο αεροπορικός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο τουρισμός γαστρονομίας, ο θρησκευτικός-προσκυνηματικός τουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός, ο εκπαιδευτικός τουρισμός και ο τουρισμός υγείας.

Για τις μικρές αγροτικές κοινότητες ιδιαίτερη σημασία αποκτούν οι μορφές τουρισμού, οι οποίες μπορούν να αναπτυχθούν με περιορισμένες υποδομές και με αξιοποίηση των τοπικών πόρων, όπως είναι ο αγροτουρισμός, ο φυσιολατρικός, ο περιπατητικός, ο πολιτιστικός και ο γαστρονομικός τουρισμός.

2.4.1 Αγροτουρισμός

Σύμφωνα με την Μ. Πολυξένη (2022), ο αγροτουρισμός είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, με την οποία ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου, με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση. Ειδικότερα, ο αγροτουρισμός αποτελεί υποκατηγορία του πολιτισμικού τουρισμού, η οποία φέρνει σε επαφή τον επισκέπτη με την φύση και τις δραστηριότητες της υπαίθρου και χαρακτηριστικό του στοιχείο είναι η κοινωνικότητα. Στα περισσότερα μέρη της Ελλάδας οργανώνονται αγροτουριστικές εκδηλώσεις για όλα σχεδόν τα προϊόντα της ελληνικής υπαίθρου σε συνδυασμό με πολιτιστικές εκδηλώσεις (πχ παραδοσιακοί χοροί). Τέλος, η δραστηριότητα του αγροτουρισμού συνδυάζεται υποχρεωτικά με την παραγωγή αγροτικών προϊόντων.

2.4.2 Φυσιολατρικός και περιπατητικός τουρισμός

Ο φυσιολατρικός και ο περιπατητικός τουρισμός αναφέρονται σε μορφές τουριστικής δραστηριότητας που αναπτύσσονται στο φυσικό περιβάλλον, αξιοποιούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τοπίου, όπως τα ορεινά και δασικά οικοσυστήματα, τα δίκτυα μονοπατιών, τις προστατευόμενες περιοχές και τις τοπικές φυσικές ιδιαιτερότητες. Οι συγκεκριμένες μορφές τουρισμού συνδέονται άμεσα με τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης, διότι βασίζονται στην προστασία και ανάδειξη του φυσικού κεφαλαίου και προσφέρουν εναλλακτικές δυνατότητες οικονομικής δραστηριότητας στις αγροτικές κοινότητες. Παράλληλα, ενισχύεται η τοπική οικονομία μέσω της προσέλκυσης επισκεπτών και της αύξησης της ζήτησης για τοπικά προϊόντα και υπηρεσίες, όπως καταλύματα, εστίαση και δραστηριότητες αναψυχής. Η ανάδειξη και η συντήρηση παραδοσιακών μονοπατιών και φυσικών μνημείων συμβάλλει στη διατήρηση της πολιτιστικής και περιβαλλοντικής κληρονομιάς.

2.4.3 Πολιτισμικός και γαστρονομικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός και ο γαστρονομικός τουρισμός αποτελούν σημαντικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες βασίζονται στην ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και της τοπικής γαστρονομίας. Σύμφωνα με την έκθεση της UNESCO (2012), ο πολιτισμικός τουρισμός δεν περιορίζεται στην επίσκεψη μνημείων και μουσείων, αλλά περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων που σχετίζονται με την άυλη πολιτιστική κληρονομιά, όπως τα τοπικά έθιμα, οι γιορτές, η μουσική, οι παραδοσιακές τέχνες και οι κοινωνικές πρακτικές. Η γαστρονομία ως αναπόσπαστο στοιχείο της πολιτιστικής ταυτότητας, λειτουργεί ως μέσο αφήγησης της ιστορίας και της ταυτότητας ενός τόπου, ενισχύοντας την εμπειρία του επισκέπτη και διαφοροποιώντας το τουριστικό προϊόν μιας περιοχής. Ο επισκέπτης μπορεί να συμμετέχει σε γευσιγνωσίες, να παρακολουθήσει μαθήματα μαγειρικής, να δοκιμάσει τα τοπικά προϊόντα και να επισκεφτεί τους χώρους παρασκευής (οινοποιία, ελαιολαδοποιία, τυροκομεία κλπ.). Η γαστρονομία λειτουργεί ως φορέας πολιτιστικής ταυτότητας και αυθεντικότητας. Μέσα από την τοπική κουζίνα, ο επισκέπτης έρχεται σε επαφή με την ιστορία, τα ήθη, τα έθιμα και τις αξίες της κοινότητας, ενώ παράλληλα στηρίζει την τοπική παραγωγή και επιχειρηματικότητα.

2.4.4 Τουρισμός εμπειρίας

Ο τουρισμός εμπειρίας είναι μια σύγχρονη μορφή τουριστικής δραστηριότητας που βασίζεται στην ενεργή, βιωματική συμμετοχή των επισκεπτών σε τοπικές δραστηριότητες, με σκοπό την απόκτηση αυθεντικών εμπειριών. Σύμφωνα με το θεμελιώδες έργο των Pine & Gilmore (1998), η οικονομία της εμπειρίας, (experience economy), χαρακτηρίζεται από τη μετάβαση από την παροχή απλών υπηρεσιών, στη δημιουργία αξέχαστων εμπειριών για τον επισκέπτη. Για τον τουρισμό, αυτό σημαίνει ότι οι ταξιδιώτες δεν αρκούνται πλέον στην απλή κατανάλωση τουριστικών προϊόντων, αλλά επιδιώκουν να συμμετέχουν ενεργά σε δραστηριότητες που τους φέρνουν σε επαφή με την τοπική κοινωνία, τον πολιτισμό, τη φύση και τις παραδόσεις της περιοχής που επισκέπτονται. Ο τουρισμός εμπειρίας στοχεύει στη δημιουργία συναισθηματικής σύνδεσης μεταξύ επισκέπτη και προορισμού, ώστε η εμπειρία να μείνει αξέχαστη και μοναδική (Tung & Richie, 2011).

3 Περιοχή Μελέτης-Η Κλειτορία (Μαζείκα) Αχαΐας

3.1 Γεωγραφικά και φυσικά χαρακτηριστικά

Η Κλειτορία, ευρύτερα γνωστή και με την παλαιότερη ονομασία «Μαζείκα» (έως το 1928), αποτελεί έναν ιστορικό και κεντρικό οικισμό της Δημοτικής Ενότητας Κλειτορίας, στον Δήμο Καλαβρύτων της Περιφερειακής Ενότητας Αχαΐας, ο οποίος εντάσσεται διοικητικά στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας. Ο οικισμός βρίσκεται στο νοτιοανατολικό τμήμα της Αχαΐας, σε απόσταση περίπου 35 χιλιομέτρων από τα Καλάβρυτα και 65 χιλιομέτρων από την Τρίπολη.

Από γεωγραφική άποψη, η Κλειτορία είναι χτισμένη αμφιθεατρικά σε χαμηλό ύψωμα, σε υψόμετρο περίπου 520-535 μέτρων, στους πρόποδες του όρους Χελμός (Αροάνια Όρη), σε μία θέση με ιδιαίτερη φυσική και χωρική σημασία. Ειδικότερα, δεσπόζει στο κέντρο του ευφόρου κάμπου της «Κατσάνας» ή «Μαζείκου» - γνωστού σήμερα ως κάμπου του Αροάνιου – στο σημείο όπου ο χείμαρρος Κλείτορας, που πηγάζει από τις πλαγιές του όρους Τάρταρη, συμβάλλει στον ποταμό Αροάνιο, τα καθαρά νερά του οποίου περιβάλλουν την ευρύτερη περιοχή.

Η φυσική ταυτότητα της περιοχής διαμορφώνει ένα ιδιαίτερα σύνθετο και πλούσιο περιβάλλον με σημαντική βιοποικιλότητα. Η γειτνίαση με τον ορεινό όγκο του Χελμού συμβάλλει στη διαμόρφωση εκτεταμένης ορεινής βλάστησης και προσφέρει άφθονα τρεχούμενα νερά καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Το τοπίο αποτελείται από κατάφυτες πλαγιές, φαράγγια και πηγές, στοιχεία που την καθιστούν ιδανική αφετηρία για περιηγήσεις σε προστατευόμενα οικοσυστήματα. Χωρικά απέχει 25 χιλιόμετρα από τα ιστορικά Καλάβρυτα, 98 χιλιόμετρα από την Πάτρα, 60 χιλιόμετρα από την Τρίπολη και περίπου 200 χιλιόμετρα από την Αθήνα. .

Αυτή η στρατηγική της θέση στον χάρτη της προσέδωσε διαχρονικά τον ρόλο ενός σημαντικού συγκοινωνιακού κόμβου της κεντρικής Πελοποννήσου.

3.2 Κοινωνικά και Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Η δημογραφική εικόνα της Κλειτορίας αντανακλά τις ευρύτερες προκλήσεις της ελληνικής υπαίθρου, όπως η υπογεννητικότητα και η τάση αστικοποίησης.

Μέχρι το 1912, ήταν ο μεγαλύτερος Δήμος της επαρχίας, με πληθυσμό 4.938 το 1907 (Ν. Γιάνναρης, 1985). Εντούτοις, σε σύγκριση με άλλους απομακρυσμένους ορεινούς οικισμούς, επιδεικνύει αξιοσημείωτη δημογραφική ανθεκτικότητα. Ιστορικά, το χωριό αναπτύχθηκε ραγδαία μετά την Επανάσταση το 1821, όταν οι κάτοικοι από το γειτονικό Μάζι μετοίκησαν στην περιοχή, χτίζοντας ένα ισχυρό κεφαλοχώρι που επέζησε ακόμα και από την ολοκληρωτική καταστροφή και η λεηλασία του από τα γερμανικά στρατεύματα τον Δεκέμβριο του 1943 («Επιχείρηση Καλάβρυτα»).

Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ), κατά την απογραφή του 2011 ο μόνιμος πληθυσμός του οικισμού ανερχόταν σε 650 κατοίκους. Στην πλέον πρόσφατη απογραφή του 2021, η Δημοτική Κοινότητα Κλειτορίας κατέγραψε 670 μόνιμους κατοίκους. Αυτή η σταθερότητα του πληθυσμού, και μάλιστα η οριακή αύξηση, είναι ενδεικτική της ικανότητας του οικισμού να διατηρεί τον κοινωνικό του ιστό ζωντανό. Από το σύνολο του πληθυσμού, οι 253 κάτοικοι καταγράφονται ως οικονομικά ενεργοί, ενώ οι 421 ως οικονομικά μη ενεργοί. Αυτό υποδηλώνει ένα δημογραφικό προφίλ με μεγάλο αριθμό συνταξιούχων, γεγονός που καθιστά επιτακτική ανάγκη δημιουργίας νέων οικονομικών ευκαιριών (όπως ο τουρισμός) ώστε να παραμείνουν τα νεότερα ηλικιακά στρώματα.

3.3 Τοπική Οικονομία και Δραστηριότητες

Ως το εμπορικό και διοικητικό κέντρο για περίπου 15 μικρότερα χωριά της ευρύτερης περιοχής (Άγιος Νικόλαος, Δρυμός, Καστριά, Λυκούρια, Πλανητέρο κ.ά.), η οικονομία της Κλειτορίας διατηρεί έναν δυναμικό χαρακτήρα.

Ο πρωτογενής τομέας παραμένει η ραχοκοκαλιά της τοπικής οικονομίας. Στον εύφορο κάμπο του Αοράνιου, οι κάτοικοι διατηρούν πλούσιες καλλιέργειες (μηλιές, καρυδιές, αχλαδιές, μουριές, κηπευτικά), ενώ έντονη είναι η δραστηριότητα σε κτηνοτροφικές εγκαταστάσεις και μελισσοκομεία. Τα τοπικά προϊόντα (γαλακτοκομικά, κρέατα, μέλι, αρωματικά φυτά) φημίζονται για την εξαιρετική τους ποιότητα και αποτελούν πρώτη ύλη στην γαστρονομική ταυτότητα του τόπου.

Παρά τις απώλειες σε κρατικές δομές, η Κλειτορία εξακολουθεί να λειτουργεί ως το βασικό οικονομικό κέντρο. Στον οικισμό συνεχίζουν να λειτουργούν δημοτικές υπηρεσίες, διάφορα εμπορικά καταστήματα και επιχειρήσεις εστίασης (εστιατόρια, ταβέρνες και καφετέριες). Ιδιαίτερης εκπαιδευτικής και οικονομικής σημασίας είναι η λειτουργία του Κέντρου Εκπαίδευσης για το Περιβάλλον και την Αειφορία (ΚΕΠΕΑ) Κλειτορίας-Ακράτας. Ιδρύθηκε το 1993 και αποτελεί το πρώτο περιβαλλοντικό κέντρο στην Ελλάδα. Στεγάζεται στη Μαθητική Εστία της Κλειτορίας και προσελκύει ετησίως εκατοντάδες μαθητές και εκπαιδευτικούς από όλη τη χώρα για την υλοποίηση προγραμμάτων και λειτουργεί ως ένας σταθερός πόλος έλξης «εκπαιδευτικού τουρισμού».

3.4 Υφιστάμενη Τουριστική Κατάσταση

3.4.1 Μορφή και ένταση της τουριστικής κίνησης.

Η τουριστική ανάπτυξη στην Κλειτορία αξιολογείται ως «ήπια», σε αντίθεση με τον οργανωμένο και μαζικότερο χαρακτήρα που παρουσιάζουν τα γειτονικά Καλάβρυτα. Παρά το αξιόλογο τουριστικό δυναμικό της περιοχής, η ένταση της τουριστικής δραστηριότητας παραμένει σχετικά περιορισμένη σε σχέση με τις δυνατότητες που διαθέτει. Σύμφωνα με εκτιμήσεις στελεχών της τοπικής αυτοδιοίκησης, αν και διαγράφονται θετικές προοπτικές εξέλιξης, η υφιστάμενη τουριστική κίνηση αφορά κυρίως διερχόμενους τουρίστες (transit tourism). Ειδικότερα, η Κλειτορία λειτουργεί συχνά ως σημείο διέλευσης και στάσης για φαγητό και ανάπαυση για τους επισκέπτες που κατευθύνονται προς το Σπήλαιο των Λιμνών στα Καστριά, το Πλανητέρο ή επιστρέφουν από το Χιονοδρομικό Κέντρο Χελμού.

3.4.2 Προφίλ επισκεπτών και εποχικότητα.

Το τουριστικό ρεύμα προς την Κλειτορία προέρχεται κυρίως από την εγχώρια αγορά και αποτελείται κατά κύριο λόγο από οικογένειες, ζευγάρια και ομάδες μεγαλύτερης ηλικίας, οι οποίοι επιλέγουν την περιοχή λόγω του φυσικού περιβάλλοντος, της ιστορίας του τόπου και της δυνατότητας για ήρεμη και χαλαρή διαμονή. Το προφίλ της τουριστικής ζήτησης παρουσιάζει έντονη εποχικότητα, με αυξημένη κίνηση κυρίως τα Σαββατοκύριακα της χειμερινής περιόδου, καθώς και σε περιόδους εθνικών εορτών και αργιών.

Η αυξημένη επισκεψιμότητα κατά τους χειμερινούς μήνες συνδέεται σε σημαντικό βαθμό με την απορρόφηση μέρους της τουριστικής ζήτησης από τα Καλάβρυτα, γεγονός που ενισχύει τη δραστηριότητα των τοπικών επιχειρήσεων. Όπως επισημαίνουν και οι ίδιοι οι επαγγελματίες της περιοχής, η τουριστική τους κίνηση παρουσιάζει σημαντική άνοδο κατά τη συγκεκριμένη περίοδο. Αντίθετα, τις καθημερινές ημέρες και ιδιαίτερα τους θερινούς μήνες, η παρουσία επισκεπτών είναι περιορισμένη, δημιουργώντας συνθήκες αστάθειας ως προς τη βιωσιμότητα των τοπικών τουριστικών δραστηριοτήτων.

3.5 Υφιστάμενες υποδομές και τουριστικές υπηρεσίες.

Η τουριστική υποδομή της Κλειτορίας, παρότι δεν περιλαμβάνει μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες μαζικού χαρακτήρα, διαθέτει αρκετά καταλύματα που εντάσσονται αρμονικά στο περιβάλλον. Η κύρια ξενοδοχειακή υποδομή της περιοχής στηρίζεται στο ξενοδοχείο 3 αστέρων *Mont Helmos* (δυναμικότητας 31 δωματίων και 1 σουίτας) και στο ξενοδοχείο *Αροάνιος* (11 δωμάτια και πρόσθετα αυτόνομα διαμερίσματα). Το δυναμικό φιλοξενίας συμπληρώνουν οι αυτόνομες κατοικίες, όπως η *Kleitior Stone Villa*, το *Spacious Home* (χωρητικότητας 4 ατόμων) και το *Cozy Home*.

Στη δημοφιλή πλατφόρμα Booking.com εντοπίζονται επισήμως 8 ενεργά καταλύματα στον στενό αστικό ιστό της Κλειτορίας, με εξαιρετικές βαθμολογίες ικανοποίησης που κυμαίνονται από 8,7 έως 10. Αναφορικά με την βραχυχρόνια μίσθωση (Airbnb), καταγράφονται περισσότερα από 64 καταλύματα (εξοχικές κατοικίες, βίλες, σαλέ) στην ευρύτερη περιοχή. Η παρουσία στην πλατφόρμα Trip Advisor κρίνεται ποσοτικά περιορισμένη βάσει ιστορικών δεδομένων, παρότι οι μεμονωμένες κριτικές για τις υποδομές της Κλειτορίας είναι εξαιρετικές. Ο μέγιστος αριθμός ταυτόχρονων επισκεπτών που μπορεί να υποστηρίξει οργανωμένα ο κεντρικός οικισμός της Κλειτορίας υπολογίζεται στα 130 έως 150 άτομα. Εάν συνυπολογιστεί η προσφορά κλινών στους γειτονικούς οικισμούς (πχ Πλανητέρο, Σουδενά), ο αριθμός των επισκεπτών μπορεί να φτάσει τους 300.

Πέραν των υποδομών φιλοξενίας. Η Κλειτορία διαθέτει ένα ικανοποιητικό, αν και μικρής κλίμακας, δίκτυο τουριστικών υπηρεσιών και επιχειρήσεων εστίασης, το οποίο εξυπηρετεί τις ανάγκες των επισκεπτών και αναδεικνύει την τοπική γαστρονομία. Η εστίαση αποτελεί έναν από τους πιο ζωντανούς τομείς της τοπικής οικονομίας, με έμφαση στην παραδοσιακή κουζίνα και τη χρήση τοπικών πρώτων υλών. Στον κεντρικό ιστό του οικισμού λειτουργούν αρκετές παραδοσιακές ταβέρνες και ψησταριές, όπως η «*Παραδοσιακή Ταβέρνα Παλυβός*», το εστιατόριο «*Οι Μουριές*» και η «*Ταβέρνα Παπαγιαννόπουλος*». Οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις συγκεντρώνουν εξαιρετικά υψηλές βαθμολογίες ικανοποίησης στις διαδικτυακές πλατφόρμες (από 4,6 έως 4,8 στα 5 αστέρια), γεγονός που υποδηλώνει υψηλή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών. Επιπλέον, προσφέρουν επιλογές από ντόπια κρέατα και πέστροφα (από το κοντινό Πλανητέρο), ενισχύοντας τη γαστρονομική ταυτότητα του τόπου. Παράλληλα, ο τομέας της αναψυχής καλύπτεται από σύγχρονες και παραδοσιακές καφετέριες/snack bars (π.χ. *Mazei-Café*, *Πέτρινο Café*, *Καφέ Βουτσαράς*, *Barbarella*, το *παρεάκι*), οι οποίες λειτουργούν καθ' όλη

τη διάρκεια της ημέρας, συγκεντρώνοντας την κοινωνική ζωή τόσο των κατοίκων όσο και των επισκεπτών.

Σημαντικό στοιχείο της τουριστικής εμπειρίας αποτελεί η ύπαρξη καταστημάτων λιανικής που διαθέτουν τοπικά αγροδιατροφικά προϊόντα. Επιχειρήσεις και εργαστήρια όπως το «Παραδοσιακό Εύζυμον» και το κατάστημα «Κλείτορος Γη», παρέχουν στους επισκέπτες τη δυνατότητα να προμηθευτούν φημισμένα προϊόντα της περιοχής του Χελμού. Σε αυτά συγκαταλέγονται το Μέλι Ελάτης Χελμού, παραδοσιακά ζυμαρικά (χυλοπίτες, τραχανάς), αρωματικά φυτά (όπως ρίγανη και βουνίσιο τσάι), καρύδια από την κοιλάδα του Αροανίου, καθώς και τοπικά τυροκομικά είδη (φέτα και μυζήθρα).

Σε επίπεδο βασικών υποδομών, οι οποίες είναι απαραίτητες για το αίσθημα ασφάλειας και εξυπηρέτησης των τουριστών, η Κλειτορία λειτουργεί ως διοικητικό και εμπορικό κέντρο της ευρύτερης περιοχής. Διαθέτει πλήρως εξοπλισμένο Κέντρο Υγείας, το οποίο λειτουργεί σε 24ωρη βάση, φαρμακείο, ταχυδρομείο (ΕΛΤΑ), ΑΤΜ της Εθνικής Τράπεζας και Κέντρο Εξυπηρέτησης Πολιτών (ΚΕΠ). Επιπροσθέτως, λειτουργούν φούρνοι, μίνι μάρκετ και παντοπωλεία που εξασφαλίζουν την πλήρη κάλυψη των αναγκών των επισκεπτών.

3.6 Δυνητικοί πόλοι έλξης και τοπικοί πόροι

Η χωρική οργάνωση και η τουριστική ανάπτυξη σε ορεινές και ημιορεινές περιοχές, όπως η Πελοπόννησος, εξαρτώνται άμεσα από την ύπαρξη, την ορθολογική διαχείριση και τη στρατηγική δικτύωση των τοπικών πόρων. Στην περίπτωση της ευρύτερης περιοχής των Καλαβρύτων και της Κλειτορίας, το αναπτυξιακό κεφάλαιο συγκροτείται από ένα εξαιρετικά πλούσιο απόθεμα φυσικών, γεωλογικών, ιστορικών και θρησκευτικών μνημείων, τα οποία βρίσκονται σε άμεση χωρική εγγύτητα με τους βασικούς οικισμούς. Σύμφωνα με τη σύγχρονη βιβλιογραφία, αυτοί οι πόροι, εφόσον ενσωματωθούν σε ένα συνεκτικό και πολυθεματικό τουριστικό προϊόν, δύναται να λειτουργήσουν ως ισχυροί δυνητικοί πόλοι έλξης (pull factors). Μια τέτοια εξέλιξη είναι ικανή να μετασχηματίσει την τοπική οικονομία μέσω της ενδογενούς ανάπτυξης και να εξασφαλίσει την επιδιωκόμενη αποκέντρωση της τουριστικής κίνησης προς της περιφέρεια του Δήμου (Briedenham & Wickens, 2004).

Η ανάγκη αυτή καθίσταται επιτακτική υπό το πρίσμα της δημογραφικής εξέλιξης της περιοχής. Ενδεικτικά, κατά τη δεκαετία 1961-1971 παρατηρήθηκε δημογραφική στασιμότητα και έντονη αστυφιλία προς το κέντρο της Πάτρας. Η τάση αυτή άρχισε να αναστρέφεται ή να σταθεροποιείται σε περιοχές, όπως τα Καλάβρυτα, κυρίως λόγω της λειτουργίας του χιονοδρομικού κέντρου, το οποίο πυροδότησε την τουριστική ανάπτυξη και συγκράτησε τον τοπικό πληθυσμό, προσφέροντας εναλλακτικές πηγές εισοδήματος πέραν της παραδοσιακής γεωργίας και κτηνοτροφίας (Καλαπόδη, 2010).

Προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι σύγχρονες προκλήσεις και να αξιοποιηθούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του τόπου, εκπονήθηκε η Στρατηγική για την Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση (ΟΧΕ) των Δήμων Αιγιαλείας, Καλαβρύτων και Ερυμάνθου. Το συγκεκριμένο κείμενο πολιτικής αποτυπώνει ένα κοινό αναπτυξιακό όραμα και περιλαμβάνει δράσεις για την αναβάθμιση του αστικού περιβάλλοντος, την αποκατάσταση χώρων φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς και τη διάνοιξη μονοπατιών. Στο σχέδιο υπογραμμίζεται ότι η δικτύωση των τοπικών φορέων, στο πλαίσιο μιας ενιαίας στρατηγικής προβολής του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου, αποτελεί θεμελιώδη προϋπόθεση για την ενίσχυση της επισκεψιμότητας των μνημείων (Δήμος Αιγιαλείας, 2024).

Ειδικότερα, η Δ.Ε. Κλειτορίας διαθέτει ένα συμπαγές δίκτυο πόρων, οι οποίοι κατηγοριοποιούνται ως εξής:

3.6.1 Γεωτουριστικό Κεφάλαιο: Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Χελμού-Βουραϊκού & Σπήλαιο των Λιμνών

Η γεωλογική ιστορία της περιοχής αποτελεί το χωρικό υπόβαθρο πάνω στο οποίο αναπτύχθηκε η τοπική βιοποικιλότητα και η ανθρώπινη δραστηριότητα. Το Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Χελμού-Βουραϊκού (Εθνικό Πάρκο από το 2009) καλύπτει μια έκταση 71.200 εκταρίων (UNESCO, 2015). Εντός των ορίων του έχουν θεσμοθετηθεί 43 γεώτοποι, οι οποίοι διαθέτουν ενημερωτική σήμανση και υποστηρίζουν την ανάπτυξη του γεωτουρισμού. Εξ αυτών, οι 19 έχουν αναγνωρισμένη επιστημονική σημασία και οι 12 αξιοποιούνται για εκπαιδευτικούς σκοπούς (Iliorou et al., 2026). Η διατήρηση, προστασία και διαχείριση του Γεωπάρκου εμπίπτουν στην αρμοδιότητα της τοπικής Μονάδας Διαχείρισης, η οποία ενορχηστρώνει προγράμματα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και προωθεί τη βιώσιμη ανάπτυξη. Κορυφαίο γεωλογικό μνημείο παγκόσμιας εμβέλειας στην περιοχή αποτελεί το Σπήλαιο των Λιμνών στα Καστριά, διαμορφωμένο στην κοίτη ενός υπόγειου ποταμού μήκους 1.980 μέτρων. Το σπήλαιο παρουσιάζει και αρχαιολογικό/παλαιοντολογικό ενδιαφέρον, λόγω των ευρημάτων ανθρώπινων και ζωικών οστών.

3.6.2 Οικοτουρισμός και Τοπική Γαστρονομία: Το οικοσύστημα του Πλανητέρου

Σε άμεση συνάρτηση με το φυσικό ανάγλυφο συναντώνται ιδιότυπα οικοσυστήματα, με κορωνίδα το μνημειακό πλατανόδασος στο Πλανητέρο, μια θεσμοθετημένη ζώνη προστασίας του δικτύου Natura 2000 και τις παρακείμενες πηγές του Αροάνιου και του Λάδωνα. Αυτά τα τοπία απaráμιλλης οικολογικής αξίας συνιστούν το ιδανικό πεδίο για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως η πεζοπορία. Παράλληλα, οι υδάτινοι πόροι συνδέονται άρρηκτα με τον πρωτογενή τομέα και την τοπική γαστρονομική ταυτότητα μέσω των παραδοσιακών ιχθυοτροφείων πέστροφας (Richards, 2018).

3.6.3 Αρχαιολογική Κληρονομιά και Μυθολογία: Αρχαίος Κλείτωρ και Πausanias

Σημαντικό πολιτιστικό πόρο αποτελούν τα ερείπια του Αρχαίου Κλείτωρα, γνωστή κατά την αρχαιότητα ως πόλις Κλείτωρ της Αζανιάδος, μιας ισχυρής αρκαδικής πόλης-κράτους και της πρώτης που έκοψε δικό της νόμισμα (Γιάνναρης, 1985). Ιδρυτής θεωρείται ο Κλείτωρ, γιος του Άζανος (Πανόπουλος, 2004). Η προστιθέμενη αξία του αρχαιολογικού χώρου

πολλαπλασιάζεται μέσω της ενσωμάτωσης του μύθου. Χαρακτηριστικό είναι το έργο του Παυσανία («Αρκαδικά»), ο οποίος επισκέφτηκε την περιοχή αναζητώντας τους «φθεγγόμενους ιχθύες» στον ποταμό Αροάνιο, ήταν ψάρια που οι αρχαίοι κάτοικοι ονόμαζαν «ποικιλίες» (η ενδημική πέστροφα) και φημιολογούνταν ότι έβγαζαν ήχο όμοιο με της τσίχλας. Η ιστορική συνέχεια της περιοχής αποτυπώνεται, επίσης στο διατηρητέο «Κλήμα του Παυσανία» στο Παγκράτι, ένα μνημείο της φύσης που γεφυρώνει τη βιοποικιλότητα με την αρχαία περιήγηση.

3.6.4 Νεότερη Ιστορία και Θρησκευτικός Τουρισμός: Η Επανάσταση του 1821

Προχωρώντας στη βυζαντινή και νεότερη περίοδο, κομβικό ρόλο διαδραματίζει η ιστορική Ιερά Μονή του Αγίου Αθανασίου στα Φίλια. Χτισμένη εν μέρει με υλικά από τον Αρχαίο Κλείτορα, η Μονή υπήρξε σημαντικό ορμητήριο κατά την Επανάσταση του 1821. Η άρρηκτη σύνδεση της περιοχής με τον εθνικοαπελευθερωτικό αγώνα κορυφώνεται στους ιστορικούς τόπους της Χελωνοσπηλιάς (Λυκούρια) και της Φροξυλιάς (Τουρλάδα), όπου στα μέσα Μαρτίου 1821 σημειώθηκαν οι πρώτες καθοριστικές ένοπλες συγκρούσεις (Γιάνναρης, 1985).

Η στρατηγική δικτύωση της γεωλογικής υπεροχής, της αρχαίας τοπογραφίας, της θρησκευτικής παράδοσης και της εθνικής μνήμης, είναι σε θέση να συγκροτήσει ένα ολοκληρωμένο δίκτυο πολιτιστικών και περιβαλλοντικών διαδρομών (cultural routes). Μια τέτοια προσέγγιση ανταποκρίνεται στις σύγχρονες τάσεις της τουριστικής ζήτησης για αυθεντικότητα και βιωματική εμπειρία, διαφοροποιώντας στρατηγικά το τουριστικό προϊόν της Κλειτορίας (Briedenhann & Wickens, 2004).

4 Μεθοδολογία Έρευνας

Η αναγκαιότητα διεξαγωγής πρωτογενούς έρευνας στο πλαίσιο μιας διπλωματικής εργασίας κρίνεται θεμελιώδης, καθώς επιτρέπει τη μετάβαση από το θεωρητικό υπόβαθρο στην εμπειρική τεκμηρίωση. Σύμφωνα με την ακαδημαϊκή βιβλιογραφία, η επιστημονική έρευνα συνίσταται στον εντοπισμό ενός γνωστικού κενού, στη διατύπωση συγκεκριμένων ερευνητικών ερωτημάτων και στη συστηματική συλλογή και ανάλυση δεδομένων για την παραγωγή νέας εφαρμόσιμης γνώσης (Creswell & Creswell, 2018). Μέσω της ερευνητικής διαδικασίας, ο ερευνητής καλείται να ελέγξει υποθέσεις, να αξιολογήσει φαινόμενα στο πραγματικό τους περιβάλλον και να αναδείξει λύσεις σε υπαρκτά κοινωνικοοικονομικά προβλήματα (Bryman, 2016). Στην προκειμένη περίπτωση, η έρευνα επιδιώκει να προβάλλει τις αναπτυξιακές προοπτικές της Κλειτορίας. Τα δημογραφικά δεδομένα καταδεικνύουν την σοβαρότητα της κατάστασης, καθιστώντας την τουριστική ανάπτυξη ως μια σημαντική ευκαιρία οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης της περιοχής.

4.1 Ερευνητική μεθοδολογία και πηγές δεδομένων

Η επιλογή της κατάλληλης ερευνητικής μεθοδολογίας, καθορίζεται πρωτίστως από τη φύση των ερευνητικών ερωτημάτων και την πολυπλοκότητα του υπό εξέταση φαινομένου. Για την εκπλήρωση των σκοπών της παρούσας διπλωματικής εργασίας, ο ερευνητικός σχεδιασμός βασίστηκε στη Μικτή Μεθοδολογική Προσέγγιση (Mixed Methods Research Design), η οποία ενσωματώνει τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά δεδομένα σε μια ενιαία μελέτη, επιτρέποντας την πληρέστερη και βαθύτερη κατανόηση του ερευνητικού προβλήματος (Bryman, 2016).

Οι πηγές δεδομένων διακρίνονται σε δευτερογενείς και πρωτογενείς. Η δευτερογενής έρευνα περιέλαβε τη συστηματική ανασκόπηση της υφιστάμενης ελληνικής και διεθνούς ακαδημαϊκής βιβλιογραφίας, στατιστικών δελτίων της ΕΛΣΤΑΤ και ιστορικών απογραφών της περιοχής, παρέχοντας το απαραίτητο θεωρητικό και δημογραφικό πλαίσιο. Η πρωτογενής έρευνα, η οποία αποτελεί τον πυρήνα του παρόντος κεφαλαίου, διεξήχθη στο πεδίο (field research) με στόχο τη συλλογή άμεσων, επικαιροποιημένων στοιχείων από τους άμεσα εμπλεκόμενους (stakeholders) στην τουριστική ανάπτυξη της Κλειτορίας.

Το ερευνητικό δείγμα χωρίστηκε σε τρεις διακριτές ομάδες:

1. Ογδόντα (80) μόνιμους κατοίκους της περιοχής, οι οποίοι κλήθηκαν να αποτυπώσουν τις στάσεις τους απέναντι στις κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού.
2. Έντεκα (11) τοπικούς επιχειρηματίες, οι οποίοι δραστηριοποιούνται στην ευρύτερη περιοχή και καλούνται να σηκώσουν το βάρος της προσφοράς του τουριστικού προϊόντος.
3. Δύο (2) εκπροσώπους της τοπικής αυτοδιοίκησης και των τοπικών πολιτιστικών συλλόγων, οι οποίοι κατέθεσαν την οπτική του θεσμικού και στρατηγικού σχεδιασμού.

4.2 Περιορισμοί της έρευνας

Κάθε επιστημονική μελέτη διέπεται από μεθοδολογικούς περιορισμούς που πρέπει να αναφέρονται με σαφήνεια για την ορθή αξιολόγηση των ευρημάτων. Στην παρούσα εργασία, ένας βασικός περιορισμός εντοπίζεται στο μέγεθος του δείγματος των τοπικών επιχειρηματιών ($n=11$). Αν και η συλλογή των δεδομένων προσφέρει εξαιρετικά πλούσιο ποιοτικό υλικό μέσα από τις ανοιχτές απαντήσεις τους, σε αμιγώς ποσοτικούς όρους ο αριθμός αυτός θεωρείται μικρός για την εξαγωγή ευρειών στατιστικών γενικεύσεων. Ωστόσο, η επάρκεια και η εγκυρότητα αυτού του δείγματος αιτιολογείται πλήρως εάν εξεταστεί υπό το πρίσμα της τοπικής κλίμακας. Η Κλειτορία αποτελεί μια ορεινή κοινότητα περιορισμένου πληθυσμιακού και εμπορικού μεγέθους, όπου η τουριστική δραστηριότητα δεν έχει λάβει μαζικά χαρακτηριστικά. Με βάση τα δεδομένα από τους τοπικούς επαγγελματικούς καταλόγους, ο συνολικός αριθμός των ενεργών αμιγώς τουριστικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται άμεσα στους κλάδους της φιλοξενίας, της εστίασης και των τοπικών προϊόντων στην ευρύτερη περιοχή κυμαίνεται σε ιδιαίτερα χαμηλά επίπεδα (περίπου 15 με 20 επιχειρήσεις συνολικά). Συνεπώς οι 11 συμμετέχουσες επιχειρήσεις δεν αποτελούν ένα τυχαίο μικρό κλάσμα, αλλά αντιπροσωπεύουν ένα συντριπτικό ποσοστό (άνω του 55%) του συνολικού ενεργού τουριστικού ιστού της κοινότητας. Το γεγονός αυτό διασφαλίζει ότι οι 11 επιχειρηματίες εκπροσωπούν επαρκώς το σύνολο της τοπικής αγοράς και ότι τα ευρήματα αντανακλούν με υψηλή αξιοπιστία τις πραγματικές προκλήσεις και τον παλμό της τοπικής οικονομίας.

4.3 Ποιοτικές και ποσοτικές τεχνικές συλλογής δεδομένων

Η προσέγγιση των μεικτών μεθόδων που εφαρμόστηκε βασίστηκε στον «Επεξηγηματικό Ακολουθιακό Σχεδιασμό» (Explanatory Sequential Design). Η δομή αυτή επιτρέπει τη συλλογή ποσοτικών δεδομένων σε πρώτο στάδιο, με σκοπό την ανίχνευση γενικών τάσεων, ενώ ακολουθεί η συλλογή ποιοτικών δεδομένων, με σκοπό την ερμηνεία και την εις βάθος εξήγηση των ποσοτικών ευρημάτων (Creswell & Plano Clark, 2017).

Η **ποσοτική έρευνα** αναφέρεται στη συστηματική διερεύνηση φαινομένων μέσω της συλλογής αριθμητικών δεδομένων και της εφαρμογής στατιστικών τεχνικών με στόχο τη γενίκευση των ευρημάτων σε έναν ευρύτερο πληθυσμό (Bryman, 2016). Ως βασικό εργαλείο συλλογής των ποσοτικών δεδομένων επιλέχθηκε το δομημένο ερωτηματολόγιο, το οποίο διανεμήθηκε ηλεκτρονικά μέσω των μέσων μαζικής δικτύωσης (social media), στους ογδόντα κατοίκους και στους έντεκα επιχειρηματίες των Μαζεϊκών. Η χρήση του ερωτηματολογίου πλεονεκτεί λόγω της δυνατότητας του να συγκεντρώνει μεγάλο όγκο δεδομένων γρήγορα και σε λιγότερο χρόνο. Οι ερωτήσεις περιελάμβαναν κλειστού τύπου επιλογές, καθώς και κλίμακες μέτρησης στάσεων (κλίμακα Likert 5 σημείων, από 1= Καθόλου έως 5=Πολύ), επιτρέποντας την ακριβή μέτρηση των αντιλαμβανόμενων οφελών, των ανησυχιών και των προσδοκιών.

Η **ποιοτική έρευνα**, αντίθετα αποσκοπεί στην εις βάθος κατανόηση των ανθρώπινων εμπειριών, των συμπεριφορών και των υποκειμενικών νοημάτων που αποδίδουν τα άτομα στα κοινωνικά φαινόμενα, δίνοντας έμφαση στο «πώς» και το «γιατί» (Creswell, 2014). Είναι ιδιαίτερη χρήσιμη στην τουριστική έρευνα για την αποκάλυψη πολύπλοκων διαρθρωτικών εμποδίων και κοινωνικών δυναμικών που αδυνατούν να καταγράψουν οι απλοί αριθμοί. Για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας, η ποιοτική συλλογή δεδομένων πραγματοποιήθηκε αφενός μέσω ανοιχτών ερωτήσεων εντός των ερωτηματολογίων των επιχειρηματιών, και αφετέρου μέσω ημι-δομημένων συνεντεύξεων με τους εκπροσώπους των τοπικών φορέων. Ο οδηγός της ημι-δομημένης συνέντευξης παρείχε την απαραίτητη ευελιξία ώστε οι ερωτώμενοι να αναπτύξουν ελεύθερα τις σκέψεις τους σχετικά με τον στρατηγικό σχεδιασμό, τις υποδομές και τη γραφειοκρατία, χωρίς να περιορίζονται από προκαθορισμένες απαντήσεις. Επιπλέον, πριν από κάθε συμμετοχή διασφαλίστηκε η πλήρης ενημέρωση (informed consent), καθώς και η απόλυτη ανωνυμία και εμπιστευτικότητα των δεδομένων, διαβεβαιώνοντας τους ερωτώμενους ότι τα στοιχεία θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ακαδημαϊκούς σκοπούς.

4.4 Αντιλήψεις και στάσεις της τοπικής κοινωνίας

Η επιτυχία και η μακροχρόνια βιωσιμότητα οποιασδήποτε τουριστικής στρατηγικής εξαρτώνται άμεσα από τη συναίνεση και την υποστήριξη της τοπικής κοινωνίας. Είναι γενικά αποδεκτό ότι, η ανάπτυξη του τουρισμού δημιουργεί προβλήματα στις τοπικές κοινωνίες, που σχετίζονται με τον συνωστισμό, την συμφόρηση του οδικού δικτύου και τη διάβρωση του παραδοσιακού τρόπου ζωής. Σύμφωνα με τον Gunn (1994), *οι καλύτερες αποφάσεις μπορούν να ληφθούν με την βοήθεια μιας συμμετοχικής διαδικασίας, ακόμα και αν κάτι τέτοιο είναι πολύ πιο δύσκολο*. Οποιαδήποτε προσέγγιση, η οποία δεν περιλαμβάνει την συμμετοχή των ντόπιων κατοίκων στη διαδικασία ενός σχεδιασμού δεν προσφέρει βιώσιμη αναπτυξιακή προοπτική. Με βάση αυτό το θεωρητικό πρίσμα, το ερωτηματολόγιο που διανεμήθηκε στους κατοίκους διερεύνησε τις στάσεις, τις ανησυχίες και τις αντιλήψεις τους.

Το δημογραφικό προφίλ του δείγματος καλύπτει μια ευρεία αντιπροσωπευτικότητα φύλων και ηλικιακών ομάδων (από 18-30 έως και άνω των 60 ετών). Αξιοσημείωτο εύρημα, το οποίο προσδίδει ιδιαίτερη βαρύτητα στην αντικειμενικότητα των απαντήσεων, είναι ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων κατοίκων δήλωσε πως δεν διατηρεί καμία άμεση ή έμμεση επαγγελματική σχέση με τον τουριστικό τομέα. Συνεπώς, οι απόψεις τους αντικατοπτρίζουν τις ανεπηρέαστες αντιλήψεις της κοινωνίας των πολιτών και όχι συντεχνιακά επιχειρηματικά συμφέροντα.

Όσον αφορά την αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης, τα αποτελέσματα δεν είναι ενθαρρυντικά. Οι κάτοικοι αξιολογούν σχεδόν ομόφωνα την τρέχουσα τουριστική κίνηση στην Κλειτορία ως «Χαμηλή». Επιπλέον, χαρακτηρίζουν την όποια τουριστική δραστηριότητα ως «μáλλον αποσπασματική» έως και «εντελώς τυχαία», επιβεβαιώνοντας την απουσία ενός δομημένου πλάνου διαχείρισης προορισμού (Destination Management). Το αίσθημα εγκατάλειψης εντείνεται από τις απαντήσεις σχετικά με την επάρκεια των υφιστάμενων υποδομών. Οι δρόμοι, η σήμανση και οι δημόσιες υπηρεσίες βαθμολογούνται από τους κατοίκους ως «Καθόλου» ή στην καλύτερη περίπτωση ως «Λίγο» επαρκείς για την εξυπηρέτηση ενός σταθερού ρεύματος επισκεπτών. Το εύρημα αυτό αποτελεί τη βάση του προβληματισμού, καθώς μια περιοχή χωρίς στιβαρές υποδομές δεν δύναται να καταστεί ελκυστικός προορισμός.

4.4.1 Αντιλαμβανόμενα οφέλη του τουρισμού

Παρά τη μάλλον επιφυλακτική αποτίμηση της παρούσας κατάστασης, η τοπική κοινωνία προσανατολίζεται προς το μέλλον με αξιοσημείωτη αισιοδοξία. Οι κάτοικοι αντιλαμβάνονται τον τουρισμό όχι απλώς ως συμπληρωματική πηγή εισοδήματος, αλλά ως τον κύριο δυνητικό μοχλό ανασυγκρότησης της φθίνουσας τοπικής οικονομίας. Η ανάλυση των απαντήσεων στις κλίμακες Likert αναδεικνύει τρεις βασικούς άξονες προσδοκώμενων ωφελειών:

Προσδοκώμενα οφέλη τουριστικής ανάπτυξης στην κοινότητα	Προσδοκώμενο όφελος	Αντίκτυπος για την Περιοχή
Ενίσχυση Τοπικής Οικονομίας	Πολύ Υψηλό (Βαθμολογίες 4-5)	Πολλαπλασιαστικά οφέλη στο εμπόριο, τον πρωτογενή τομέα και την εστίαση.
Δημιουργία Νέων Θέσεων Εργασίας	Πολύ Υψηλό (Βαθμολογίες 4-5)	Ανάσχεση της ανεργίας, δημιουργία ευκαιριών για εξειδικευμένο, και μη, δυναμικό.
Συγκράτηση / Επιστροφή Πληθυσμού	Μέγιστο (Βαθμολογία 5)	Αντιμετώπιση της δημογραφικής συρρίκνωσης της υπαίθρου.

Πίνακας 1: Προσδοκώμενα οφέλη τουριστικής ανάπτυξης στην κοινότητα της Κλειτορίας. Πηγή: Ποσοτική και ποιοτική έρευνα (2026). Προσαρμογή: Δ.Χ. Λυκοθανάση

Η πεποίθηση ότι ο ορισμός μπορεί να συμβάλλει καθοριστικά στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στη συγκράτηση του πληθυσμού στο χωριό αποτελεί το σημαντικότερο εύρημα αυτής της ενότητας. Η Κλειτορία, όπως και πολλά ορεινά χωριά της Ελλάδος, αντιμετωπίζουν την οξεία μάστιγα της αστυφιλίας. Όταν οι κάτοικοι βαθμολογούν με άριστα (5/5) την ελπίδα

ότι ο τουρισμός θα κρατήσει τους νέους στον τόπο τους, ουσιαστικά εναποθέτουν σε αυτόν την επιβίωση της κοινότητας τους.

Ως προς τα στοιχεία που πιστεύουν ότι διαθέτει η περιοχή για να προσελκύσει επισκέπτες κυριαρχεί η άποψη ότι το «Φυσικό Περιβάλλον / Τοπίο» αποτελεί το ισχυρότερο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Ακολουθούν η «Τοπική Γαστρονομία και τα Προϊόντα», καθώς και η δυνατότητα για «Δραστηριότητες Υπαίθρου», όπως η πεζοπορία. Οι απαντήσεις αυτές καταδεικνύουν ότι η κοινωνία αντιλαμβάνεται ορθά τα ενδογενή πλεονεκτήματα του τόπου της, στρεφόμενη ενστικτωδώς προς την ήπια, βιώσιμη μορφή τουρισμού.

4.4.2 Ανησυχίες και προβληματισμοί

Παράλληλα με τον ενθουσιασμό για την οικονομική άνθιση, η έρευνα φέρνει στην επιφάνεια απολύτως ρεαλιστικούς προβληματισμούς της κοινότητας απέναντι στις ενδεχόμενες αρνητικές επιπτώσεις μιας άναρχης τουριστικής ανάπτυξης. Οι ανησυχίες αυτές διακρίνονται σε τρία επίπεδα:

Προβληματισμοί	Επίπεδο Ανησυχίας των Κατοίκων (Κλίμακα 1-5)	Συμπεράσματα
Αλλοίωση / Υποβάθμιση Φυσικού Περιβάλλοντος	Μέτριο (Βαθμολογία 3)	Φόβος για περιβαλλοντική υποβάθμιση από την ανεξέλεγκτη ροή επισκεπτών σε ευαίσθητα οικοσυστήματα.
Διατάραξη Καθημερινότητας	Μέτριο έως Υψηλό (Βαθμολογίες 3-5)	Ανησυχία για κυκλοφοριακή συμφόρηση, ηχορύπανση και περαιτέρω πίεση στις ήδη ανεπαρκείς δημόσιες υποδομές.
Αλλοίωση Πολιτιστικής Ταυτότητας	Διχογνωμία (Βαθμολογίες από 2 έως 5)	Άλλοι κάτοικοι δεν φοβούνται την αλλαγή, ενώ άλλοι εκφράζουν μέγιστη ανησυχία για την «εμπορευματοποίηση» (commodification) των παραδόσεων.

Πίνακας 2: Εμπόδια και προβληματισμοί της κοινότητας της Κλειτορίας γύρω από την ραγδαία τουριστική ανάπτυξη. Πηγή: Ποσοτική και ποιοτική έρευνα (2026). Προσαρμογή: Δ.Χ. Λυκοθανάση

Η μέτρια ανησυχία για το περιβάλλον υποδηλώνει ότι οι κάτοικοι γνωρίζουν την ευπάθεια του ορεινού οικοσυστήματος και εκτιμούν ότι, υπό συνθήκες ορθολογικού σχεδιασμού και αποτελεσματικής διαχείρισης, οι περιβαλλοντικές πιέσεις μπορούν να παραμείνουν διαχειρίσιμες. Αντίθετα, η βαθιά διχογνωμία που καταγράφεται σχετικά με τον κίνδυνο αλλοίωσης της πολιτιστικής ταυτότητας και των παραδόσεων (με βαθμολογίες που κυμαίνονται από 2/5 έως και 5/5) αντανακλά τη διαχρονική σύγκρουση μεταξύ της ανάγκης για εκσυγχρονισμό και του φόβου απώλειας της αυθεντικότητας του παραδοσιακού τρόπου ζωής.

Συμπερασματικά για την τοπική κοινωνία, το ισοζύγιο οφελών-κόστους, καταλήγει με σαφήνεια υπέρ του τουρισμού. Οι κάτοικοι, συναισθανόμενοι την κρισιμότητα της καμπής για τον τόπο τους, δηλώνουν ρητά («Ναι») ότι θα στήριζαν μια προσπάθεια οργανωμένης τουριστικής ανάπτυξης. Μάλιστα, εκφράζουν την επιθυμία («Αρκετά» έως «Πολύ») να συμμετέχουν ενεργά στις διαδικασίες δημόσιας διαβούλευσης και σχεδιασμού, υιοθετώντας ρόλο ενεργών συμμετεχόντων (active stakeholders) στην αναπτυξιακή πορεία του τόπου.

4.5 Απόψεις και προσδοκίες των τοπικών επιχειρήσεων

Η μετάβαση από τις γενικές κοινωνικές αντιλήψεις στον σκληρό πυρήνα της τοπικής οικονομίας αποκαλύπτει μια διαφορετική, εξαιρετικά σύνθετη πραγματικότητα. Η ανάλυση των αποτελεσμάτων των 11 τοπικών επιχειρηματιών της Κλειτορίας (βάσει των πρωτογενών δεδομένων και των κατευθύνσεων της επιβλέπουσας καθηγήτριας) αναδεικνύει μια κοινότητα που, ενώ αναγνωρίζει τις προοπτικές του τουρισμού, έρχεται αντιμέτωπη με δραματικά διαρθρωτικά και οργανωτικά εμπόδια που καθηλώνουν την προσπάθεια ανάπτυξης.

4.5.1 Προφίλ και Λειτουργία Επιχειρήσεων

Το επιχειρηματικό δείγμα της περιοχής περιλαμβάνει ένα ευρύ και ετερόκλητο φάσμα δραστηριοτήτων, οι οποίες αντικατοπτρίζουν τον αγροτουριστικό χαρακτήρα του τόπου. Συνυπάρχουν μονάδες φιλοξενίας (όπως μικροί παραδοσιακοί ξενώνες και ενοικιαζόμενα δωμάτια), χώροι εστίασης (ταβέρνες, καφετέριες), καθώς και αγροτικές επιχειρήσεις (μελισσοκομία, κτηνοτροφία) και μονάδες παραγωγής ή πώλησης τοπικών προϊόντων. Η ποικιλομορφία αυτή αποτελεί πλεονέκτημα για τη δημιουργία ενός σύνθετου τουριστικού πλέγματος.

Εντούτοις, το προφίλ ηλικίας των επιχειρήσεων εγείρει προβληματισμούς. Πολλές επιχειρήσεις δηλώνουν λειτουργία για πάνω από 20 έτη. Αν και το γεγονός αυτό υποδηλώνει πολύτιμη εμπειρία και ανθεκτικότητα, μεταφράζεται συχνά σε μια προσκόλληση σε παραδοσιακές, παρωχημένες μεθόδους διοίκησης. Η αντίσταση στην αλλαγή και η διστακτικότητα απέναντι στην καινοτομία αποτελούν τυπικά χαρακτηριστικά των ώριμων επιχειρήσεων της ελληνικής υπαίθρου. Βεβαίως καταγράφεται και η παρουσία νεοφυών επιχειρήσεων (0-5 έτη).

4.5.2 Η Μάστιγα της Εποχικότητας

Σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες αναφέρουν ότι η τουριστική ζήτηση είναι ασύμμετρη και κορυφώνεται δραματικά κατά τους χειμερινούς μήνες. Ο λόγος είναι η στενή γεωγραφική γειτνίαση με τα Καλάβρυτα και το Χιονοδρομικό Κέντρο. Η περιοχή καρπώνεται τουριστικό συνάλλαγμα τα Σαββατοκύριακα του χειμώνα και τις γιορτές, αλλά αδυνατεί να διατηρήσει αυτόνομη και συνεχή ροή επισκεπτών τους θερινούς ή φθινοπωρινούς μήνες, γεγονός που καθιστά τον οικονομικό προγραμματισμό των επιχειρήσεων εξαιρετικά επισφαλής. Ωστόσο, πρέπει να τονιστεί ότι, χωρίς τη δημιουργία ενός ισχυρού και αυτόνομου branding (destination branding), η Κλειτορία θα παραμείνει εγκλωβισμένη στον ρόλο ενός απλού «δορυφόρου» (satellite destination) και θα συνεχίσει να βιώνει την εποχικότητα στον μέγιστο βαθμό.

Σύμφωνα με τον επιστημονικό ορισμό που διατυπώνουν οι Azmi, Rose και Awang (2024), ως «δορυφορικός τουριστικός προορισμός» (Satellite Tourism Destination - SToD) προσδιορίζεται ένας γεωγραφικός υπο-προορισμός (sub destination) ο οποίος αναπτύσσεται στην περιφέρεια ενός κύριου, εξαιρετικά δημοφιλούς τουριστικού κέντρου, λειτουργώντας κυρίως υποστηρικτικά προς αυτόν προκειμένου να απορροφήσει την υπερχειλίση (spill-over) των επισκεπτών του και να ανακουφίσει την κυκλοφοριακή του συμφόρηση.

Ενώ αυτή η συνθήκη προσφέρει μια αρχική βάση επισκεψιμότητας, η ακαδημαϊκή βιβλιογραφία προειδοποιεί πως η στρατηγική επωνυμίας και η επανατοποθέτηση (repositioning) ενός προορισμού αποτελούν αναγκαιότητα προκειμένου να αποκτήσει ο τόπος τη δική του διακριτή ταυτότητα και να προσελκύσει σταθερή ροή επισκεπτών εκτός της περιόδου αιχμής, αναδεικνύοντας τα ενδογενή του πλεονεκτήματα. Οι σύγχρονες έρευνες (Kim, Stepchenkova & Babalou, 2018) υπογραμμίζουν ότι η επιτυχημένη ανάπτυξη ενός destination brand οφείλει να είναι μια συνεργατική διαδικασία (co-creation), η οποία ενσωματώνει άμεσα τις προσδοκίες των ίδιων των τουριστών με τις αντιλήψεις της τοπικής κοινωνίας. Χωρίς αυτήν την αυτόνομη ταυτότητα, οι δορυφορικές περιοχές απορροφούν παθητικά την υπερχειλίση του κύριου πόλου, αδυνατώντας να χτίσουν τον δικό τους βιώσιμο οικονομικό προγραμματισμό.

4.5.3 Ψηφιακά Εργαλεία

Στη σημερινή εποχή της πληροφορίας, η ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού κρίνεται στον ψηφιακό στίβο. Τα δεδομένα από τα ερωτηματολόγια των επιχειρήσεων δείχνουν ότι η χρήση

ψηφιακών εργαλείων υφίσταται, αλλά παραμένει σε βασικό, ερασιτεχνικό επίπεδο. Η ψηφιακή παρουσία επικεντρώνεται κυρίως στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook, Instagram) και στη διατήρηση ενός Google Business Profile. Παρότι κάποιες νεότερες επιχειρήσεις επενδύουν σε διαδικτυακές διαφημίσεις (Google Ads), η γενική εικόνα καταδεικνύει την απουσία επαγγελματικών σελίδων, συστημάτων ηλεκτρονικών κρατήσεων και ολοκληρωμένων στρατηγικών ψηφιακού μάρκετινγκ (digital marketing strategy), γεγονός που εγκλωβίζει τις επιχειρήσεις σε ένα περιορισμένο, εγχώριο πελατολόγιο.

4.5.4 Τουριστική Ανάπτυξη και Μορφές Τουρισμού

Παρά τις δυσκολίες, υπάρχει καθολική συμφωνία μεταξύ των επιχειρηματιών ότι ο τουρισμός αποτελεί μία διέξοδο για την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, συμφωνώντας ότι οι ενέργειες θα πρέπει να είναι συντονισμένες. Επιπλέον, ως συμβατές μορφές τουρισμού για την ταυτότητα του τόπου θεωρούνται:

- Ο **Αγροτουρισμός** και ο **Γαστρονομικός Τουρισμός**, τα οποία μπορούν να συνδυάσουν τον πλούσιο πρωτογενή τομέα (τυροκομεία, παραγωγή μελιού) με την παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας.
- Ο **Φυσιολατρικός / Περιπατητικός Τουρισμός**, κεφαλαιοποιώντας το ορεινό ανάγλυφο, τα ποτάμια και τις φυσικές ομορφιές.
- Ο **Τουρισμός Εμπειρίας** και ο **Πολιτιστικός Τουρισμός**, προσφέροντας στον επισκέπτη βιωματικές δραστηριότητες και γνώση γύρω από την πλούσια τοπική ιστορία.

4.6 Εμπόδια και περιορισμοί τουριστικής ανάπτυξης

Εάν το όραμα για την τουριστική ανάπτυξη στην Κλειτορία είναι ξεκάθαρο, ο δρόμος προς την υλοποίηση του είναι σπαρμένος με πολυεπίπεδα εμπόδια. Η συνδυαστική ανάλυση των ερωτηματολογίων των επιχειρηματιών και των συνεντεύξεων των θεσμικών εκπροσώπων φέρνει στο φως κρίσιμα προβλήματα τα οποία κατατάσσονται σε τέσσερις βασικούς άξονες: Υποδομές, Ανθρώπινο Δυναμικό, Κοινωνία/Νοοτροπία, και Θεσμικό Πλαίσιο.

Κατηγορία Εμποδίου	Προβλήματα που εντοπίστηκαν στην έρευνα	Συνέπειες για την ανάπτυξη του προορισμού
Υποδομές	Κακό οδικό δίκτυο, δυσπρόσιτη φύση της περιοχής, έλλειψη βασικών τουριστικών υπηρεσιών, εγκατάλειψη μονοπατιών.	Μείωση της προσβασιμότητας και της ελκυστικότητας, αποτροπή προσέλκυσης tour operators.
Ανθρώπινο Δυναμικό	Απουσία επαγγελματισμού, έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού (σεφ, σερβιτόροι, ξενοδοχοϋπάλληλοι).	Μείωση της ποιότητας του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος, αδυναμία υποστήριξης premium υπηρεσιών.
Κοινωνία & Νοοτροπία	Γήρανση πληθυσμού, αναχρονιστικές αντιλήψεις, έλλειψη κουλτούρας συνεργασίας μεταξύ τοπικών επιχειρήσεων.	Αντίσταση στην καινοτομία, απουσία συνεργειών (clustering) που θα έδιναν ενιαία ταυτότητα στον προορισμό.
Θεσμικό Πλαίσιο	Δαιδαλώδης γραφειοκρατία, υψηλή φορολογία, αυξημένο λειτουργικό κόστος, δυσκολία άντλησης κονδυλίων (ΕΣΠΑ).	Ασφυξία της επιχειρηματικότητας, αδυναμία υλοποίησης νέων επενδύσεων, εγκατάλειψη πολιτιστικών μνημείων.

Πίνακας 3: Υφιστάμενα εμπόδια στην τουριστική ανάπτυξη και ανάδειξη της Κλειτορίας. Πηγή: Ποσοτική και ποιοτική έρευνα (2026). Προσαρμογή: Δ.Χ. Λυκοθανάση

4.6.1 Ελλείψεις σε Υποδομές

Η πλειοψηφία των επιχειρηματιών, αλλά και των εκπροσώπων των φορέων, πιστεύει ότι η δυσπρόσιτη φύση της περιοχής και το κακό οδικό δίκτυο αποτελούν σοβαρό εμπόδιο. Η απόσταση από τα μεγάλα αστικά κέντρα και οι περιορισμένες συγκοινωνιακές συνδέσεις απομονώνουν γεωγραφικά την Κλειτορία.

4.6.2 Ελλείψεις σε Ανθρώπινο Δυναμικό

Ίσως η πιο σκληρή διαπίστωση που προκύπτει από την έρευνα είναι η κραυγή αγωνίας των επιχειρηματιών για το προσωπικό. Παρατηρείται δραματική έλλειψη επαγγελματισμού και εξειδικευμένου προσωπικού πρώτης γραμμής όπως σεφ, επαγγελματίες σερβιτόροι και υπάλληλοι υποδοχής ξενοδοχείων. Ένας ερωτώμενος τονίζει χαρακτηριστικά πως «ο επαγγελματισμός απουσιάζει απόλυτα», καθιστώντας αδύνατη την υποστήριξη μιας οργανωμένης και ποιοτικής τουριστικής ανάπτυξης. Το πρόβλημα αυτό αποτελεί άμεση συνέπεια της γήρανσης του πληθυσμού και της εσωτερικής μετανάστευσης των νέων προς τις πόλεις. Χωρίς καταρτισμένο ανθρώπινο κεφάλαιο, δεν είναι εφικτή η αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.

4.6.3 Κοινωνία, Νοοτροπία και Απουσία Συνεργειών

Σε βαθύτερο κοινωνιολογικό επίπεδο, οι ίδιοι οι επιχειρηματίες υποδεικνύουν την «τοπική κοινωνία και τις αναχρονιστικές αντιλήψεις αιώνων» ως ανασταλτικό παράγοντα. Η γήρανση του πληθυσμού φέρνει μαζί της έναν συντηρητισμό και μια καχυποψία απέναντι στο καινούργιο. Το πλέον ζημιογόνο, ωστόσο, είναι η απουσία κουλτούρας συνεργασίας. Ενώ αναγνωρίζουν θεωρητικά τη σημασία των συνεργειών, στην πράξη λειτουργούν μεμονωμένα, αδυνατώντας να δημιουργήσουν τα απαραίτητα δίκτυα.

Αυτή η εσωστρέφεια και η απουσία συνεργατικού πνεύματος έρχονται σε πλήρη αντιπαράθεση με τις ελπίδες που τρέφει η ίδια η κοινότητα. Εδώ εντοπίζεται μια σημαντική αντίφαση: ενώ οι κάτοικοι (όπως προέκυψε στην ενότητα 4.3.1) εναποθέτουν μεγάλες προσδοκίες στον τουρισμό για «συγκράτηση του πληθυσμού» (με απόλυτο βαθμό 5/5), οι επιχειρηματίες διαπιστώνουν «δραματική έλλειψη επαγγελματισμού» και «αναχρονιστικές αντιλήψεις» στη βάση του ανθρώπινου δυναμικού

Το ερώτημα που εύλογα προκύπτει είναι: *πως θα επιτευχθεί η επιθυμητή τουριστική ανάπτυξη όταν η βάση της, δηλαδή το διαθέσιμο ανθρώπινο δυναμικό, θεωρείται ανεπαρκές από τους ίδιους τους επαγγελματίες;*

Η απόκλιση μεταξύ κοινωνικών προσδοκιών και επιχειρηματικής πραγματικότητας αποτελεί συχνό φαινόμενο στην τουριστική ανάπτυξη της υπαίθρου. Όταν οι εργαζόμενοι δεν έχουν τις απαραίτητες δεξιότητες, η ποιότητα των υπηρεσιών μειώνεται και αυτό επηρεάζει αρνητικά τη μακροχρόνια ανάπτυξη του προορισμού.

4.6.4 Θεσμικό Πλαίσιο και Χρηματοδότηση

Η υψηλή φορολογία, το αυξημένο κόστος λειτουργίας και η δαιδαλώδης γραφειοκρατία επιβαρύνουν δραματικά τη βιωσιμότητα των τοπικών μονάδων. Παράλληλα, οι συνεντεύξεις των θεσμικών φορέων αποκαλύπτουν μια τεράστια δυσκολία στην πρόσβαση σε κρίσιμα ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά εργαλεία, όπως το LEADER και το ΕΣΠΑ. Η διαδικασία θεωρείται εξαιρετικά πολύπλοκη, απαιτεί εξειδικευμένες διοικήσεις έργων (project management) που σπανίζουν στην ύπαιθρο. Είναι χαρακτηριστικό πως, λόγω έλλειψης ευέλικτης χρηματοδότησης, εμβληματικά έργα όπως οι ανασκαφές στον Αρχαίο Κλείτορα παραμένουν στάσιμα, στερώντας από την περιοχή έναν ανεκτίμητο πόλο έλξης.

4.6.5 Στρατηγικός Σχεδιασμός και Τοπική Αυτοδιοίκηση

Οι εκπρόσωποι των φορέων και της αυτοδιοίκησης υποστηρίζουν ότι υπάρχει στρατηγικός σχεδιασμός. Προβάλλουν προσπάθειες συνεργασίας με την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, συμμετοχές σε εκθέσεις και ψηφιακές καινοτομίες (όπως η τοποθέτηση πινακίδων με QR codes στα χωριά). Θεωρούν ότι κάνουν βήματα εντός των στενών οικονομικών ορίων ενός μικρού δήμου.

Αντιθέτως, η οπτική των επιχειρηματιών είναι σχεδόν ισοπεδωτική. Ενώ αναγνωρίζουν την αυτοδιοίκηση ως τη κύρια υπεύθυνη δύναμη για τις βαριές υποδομές και την κεντρική προβολή, πολλοί την περιγράφουν «απούσα» ή εντελώς «μη αποτελεσματική» μέχρι σήμερα. Υπάρχει μάλιστα η αίσθηση (σε βαθμό κυνισμού) πως οι έννοιες της “βιώσιμης ανάπτυξης” χρησιμοποιούνται από τους θεσμούς απλώς ως ένα «επικοινωνιακό τέχνασμα» χωρίς πραγματικό αντίκρισμα.

Προκειμένου να αρθεί αυτό το αδιέξοδο και να επιτευχθεί μια πραγματικά οργανωμένη ανάπτυξη, οι συμμετέχοντες (τόσο κάτοικοι όσο και επιχειρηματίες) καταθέτουν μια σειρά από σαφείς και επιτακτικές προτάσεις:

1. **Στρατηγικός Σχεδιασμός:** Ανάγκη για άμεσο καθορισμό μιας διακριτής και ξεκάθαρης ταυτότητας (destination branding) της περιοχής, ώστε η Κλειτορία να πάψει να λειτουργεί αποκλειστικά ως δευτερεύουσα περιοχή απορρόφησης πληθυσμού και δραστηριοτήτων των Καλαβρύτων.
2. **Ολιστικές Παρεμβάσεις:** Στο οδικό δίκτυο, την προσβασιμότητα και τον καθορισμό/σήμανση των περιπατητικών μονοπατιών, που αποτελούν τον πυρήνα του φυσιολατρικού τουρισμού.
3. **Ενίσχυση της Ιδιωτικής Πρωτοβουλίας:** Παροχή κινήτρων, μείωση της τοπικής γραφειοκρατίας και διευκόλυνση της πρόσβασης σε ευρωπαϊκά κονδύλια.
4. **Ενίσχυση των Συλλογικών δράσεων:** Ανάληψη πρωτοβουλιών από τους συλλόγους για τη συνένωση των παραγωγών, τη διαρκή εκπαίδευση του προσωπικού και τη δημιουργία κουλτούρας συνεργασίας.

Το κεφάλαιο, παρά τη καταγραφή των βαρύτατων προβλημάτων, κλείνει με ένα ιδιαιτέρως θετικό και ελπιδοφόρο μήνυμα. Η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρηματιών δηλώνει **πρόθυμη να συμμετάσχει** σε ένα οργανωμένο, διαφανές και ρεαλιστικό τοπικό σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης. Η προθυμία αυτή των ενεργών πολιτών και των επαγγελματιών αποτελεί τη σημαντικότερη, πιο γόνιμη βάση πάνω στην οποία οι αρμόδιες αρχές του τόπου οφείλουν να οικοδομήσουν τις μελλοντικές τους πρωτοβουλίες.

5 Στόχοι και πλάνο ανάπτυξης της περιοχής μελέτης

Η μετάβαση της Κλειτορίας από μια κατάσταση περιστασιακής επισκεψιμότητας σε έναν οργανωμένο τουριστικό προορισμό προϋποθέτει την ανάπτυξη ενός επιστημονικά τεκμηριωμένου στρατηγικού σχεδίου. Ο σχεδιασμός αυτός οφείλει να εντάσσεται στα ήδη υπάρχοντα περιφερειακά και διεθνή πλαίσια ανάπτυξης. Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η σύνθεση των ερευνητικών ευρημάτων και διατυπώνεται ένα στοχευμένο σχέδιο οργάνωσης και ανάπτυξης.

5.1 Σύνθεση ευρημάτων

Η σύνθεση των ευρημάτων της διπλωματικής εργασίας αναδεικνύει την πολυπλοκότητα της τουριστικής ανάπτυξης στην Κλειτορία και λειτουργεί ως συνδετικός κρίκος ανάμεσα στο θεωρητικό πλαίσιο και τον στρατηγικό σχεδιασμό. Η υφιστάμενη κατάσταση της περιοχής μπορεί να αποτυπωθεί μέσα από τη μεθοδολογία στρατηγικής ανάλυσης SWOT (Δυνατά σημεία, Αδυναμίες, Ευκαιρίες, Απειλές).

5.1.1 Δυνατά Σημεία και Ευκαιρίες (Strengths & Opportunities)

Το σημαντικότερο εύρημα της έρευνας είναι ότι η τοπική κοινωνία θεωρεί πως ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στη διατήρηση του πληθυσμού στην επαρχία, περιορίζοντας το φαινόμενο της αστυφιλίας. Επιπλέον, το αξιόλογο φυσικό και πολιτιστικό απόθεμα, τα διατηρητέα ιστορικά κτίρια, καθώς και η εγγύτητα στο Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων, συνιστούν ισχυρές ευκαιρίες για την ανάπτυξη εξειδικευμένων μορφών τουρισμού.

5.1.2 Αδυναμίες και Εμπόδια (Weaknesses & Barriers)

Ωστόσο, η έρευνα ανέδειξε σοβαρά δομικά εμπόδια που απαιτούν άμεση αντιμετώπιση. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται η κακή κατάσταση του οδικού δικτύου, η δυσκολία πρόσβασης στην περιοχή, καθώς και ελλείψεις σε βασικές τουριστικές υπηρεσίες και εξειδικευμένο προσωπικό πρώτης γραμμής, όπως σεφ, σερβιτόροι και εργαζόμενοι στον ξενοδοχειακό κλάδο. Επιπλέον, η έντονη εποχικότητα αναδεικνύεται ως μία από τις σημαντικότερες προκλήσεις για τις τοπικές επιχειρήσεις, καθώς η τουριστική ζήτηση αυξάνεται κυρίως τους χειμερινούς μήνες, εξαιτίας της λειτουργίας του χιονοδρομικού κέντρου. Επιπρόσθετα, εντοπίστηκε ότι η χρήση ψηφιακών εργαλείων και ηλεκτρονικού

μάρκετινγκ από τις τοπικές επιχειρήσεις παραμένει σε ερασιτεχνικό επίπεδο (βασιζόμενη μόνο σε βασικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης), ενώ το αυξημένο λειτουργικό κόστος και η πολύπλοκη γραφειοκρατία δυσχεραίνουν εξαιρετικά την πρόσβαση σε κρίσιμα ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά εργαλεία.

5.1.3 Απειλές και Κοινωνικές Ανησυχίες (Threats & Concerns)

Η έρευνα αποκάλυψε εύλογες κοινωνικές ανησυχίες, όπως τον έντονο φόβο για πιθανή αλλοίωση της πολιτιστικής ταυτότητας της Κλειτορίας και την ανησυχία για την υποβάθμιση του ευαίσθητου φυσικού περιβάλλοντος και τη διατάραξη της καθημερινότητας (πχ μέσω του συνωστισμού και της ηχορύπανσης).

5.2 Στρατηγικοί στόχοι τουριστικής ανάπτυξης

Λαμβάνοντας υπόψη τη σύνθεση ευρημάτων, οι στρατηγικοί στόχοι για την Κλειτορία εστιάζουν στη μεθοδική μετάβαση από τον ημερήσιο τουρισμό στον τουρισμό διανυκτέρευσης και στη διασφάλιση της τοπικής ευημερίας.

1. **Άμβλυνση της εποχικότητας:** Στόχος είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου μέσω της προσέλκυσης επισκεπτών κατά τους φθινοπωρινούς και εαρινούς μήνες (INSETE, 2015).
2. **Αύξηση της Διάρκειας Παραμονής:** Η μετατροπή των “ημερήσιων εκδρομέων” σε τουρίστες που διανυκτερεύουν, μέσω του εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος και της δημιουργίας κινήτρων πολυήμερης εκδρομής.
3. **Ισορροπημένη Περιβαλλοντική και Κοινωνική Ανάπτυξη:** Εφαρμογή πρακτικών “αργού τουρισμού” (slow tourism) για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, τον σεβασμό της φέρουσας ικανότητας και την αποφυγή υπερβολικής συγκέντρωσης δραστηριοτήτων.
4. **Συμμετοχική Διαχείριση και Λήψη Αποφάσεων:** Ενεργή εμπλοκή της τοπικής αυτοδιοίκησης, των επιχειρηματιών και της κοινωνίας των πολιτών στη λήψη αποφάσεων με στόχο την ισότιμη κατανομή των οικονομικών οφελών.

5.3 Προτεινόμενο πλαίσιο εκκίνησης σχεδιασμού

Ο στρατηγικός σχεδιασμός για μια περιοχή όπως η Κλειτορία δεν μπορεί να υλοποιηθεί απομονωμένα. Πρέπει να ενταχθεί στα υπάρχοντα διεθνή, ευρωπαϊκά και εθνικά πλαίσια, αξιοποιώντας τεχνογνωσία και χρηματοδοτικά εργαλεία (Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, 2023· UN Tourism, 2024). Το αρχικό πλαίσιο οργάνωσης βασίζεται σε τρεις άξονες:

Α) Τεχνογνωσία: Το ψηφιακό εργαλείο STAR (UN Tourism) και ETIS

Για την εκκίνηση του σχεδιασμού, προτείνεται η υιοθέτηση των κατευθυντήριων γραμμών του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UN Tourism). Η τοπική αυτοδιοίκηση οφείλει να αξιοποιήσει το δωρεάν ψηφιακό εργαλείο αυτοαξιολόγησης STAR (Self-assessment Tool to Assist Rural Destinations). Το εργαλείο επιτρέπει στις αρχές να μετρήσουν το επίπεδο ανάπτυξης σε πέντε κρίσιμους άξονες: Τουριστική Διακυβέρνηση, Οικονομική και Κοινωνική Βιωσιμότητα, Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα, Τουριστική Ανάπτυξη και Υποδομές. Η σημασία του STAR έγκειται στο γεγονός ότι, με βάση τις απαντήσεις που εισάγονται, παράγει έναν οδηγό προτάσεων (recommendations guide). Αυτός ο οδηγός λειτουργεί ως διαγνωστικό εργαλείο, καθώς αποτυπώνει με μετρήσιμο τρόπο τις αδυναμίες που κατέγραψε η έρευνα πεδίου και υποδεικνύει ρεαλιστικές λύσεις για την εφαρμογή ενός έξυπνου στρατηγικού μοντέλου.

Πέραν του εργαλείου STAR, προτείνεται η εφαρμογή του Ευρωπαϊκού Συστήματος Τουριστικών δεικτών (European Tourism Indicator System – ETIS), το οποίο αναπτύχθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (European Commission, 2016). Το σύστημα ETIS αποτελεί ένα ολοκληρωμένο εργαλείο διαχείρισης και παρακολούθησης της βιωσιμότητας των τουριστικών προορισμών, βασισμένο σε 43 βασικούς δείκτες που καλύπτουν τη διαχείριση του προορισμού, την οικονομική αξία, τον κοινωνικό-πολιτισμικό αντίκτυπο και την περιβαλλοντική επιβάρυνση. Η ενσωμάτωση του ETIS στην Κλειτορία διασφαλίζει ότι η τουριστική ανάπτυξη δεν θα βασιστεί σε εμπειρικές εικασίες, αλλά σε μετρήσιμα δεδομένα, επιτρέποντας στην κοινότητα να παρακολουθεί την πρόοδο της και να προσαρμόζει τη στρατηγική της αποφεύγοντας τον υπερτουρισμό (overtourism). Ένα παράδειγμα ρεαλιστικής εφαρμογής της μεθοδολογίας αναλύεται στον παρακάτω πίνακα σε επτά βήματα, σε μία προσπάθεια να συνδυαστεί η θεωρία με την τοπική πραγματικότητα.

Βήμα Συστήματος ETIS	Θεωρητική Περιγραφή Διαδικασίας	Ρεαλιστική εφαρμογή και πρακτικά βήματα
Βήμα 1 : Ευαισθητοποίηση	Κοινοποίηση της απόφασης για την αξιολόγηση της βιωσιμότητας σε όλους τους εμπλεκόμενους φορείς (stakeholders), με σκοπό τη διασφάλιση της μέγιστης δυνατής συναίνεσης και ενεργής συμμετοχής στη μετάβαση προς ένα βιώσιμο αναπτυξιακό μοντέλο.	Διοργάνωση ανοιχτών συνελεύσεων στο Κέντρο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης Κλειτορίας – Ακράτας (ΚΕΠΕΑ). Παρουσίαση των αποτελεσμάτων της επιτόπιας έρευνας στους κατοίκους και επεξήγηση των κινδύνων της άναρχης τουριστικής ανάπτυξης, ώστε να περιοριστούν οι τοπικές ανησυχίες.
Βήμα 2 : Δημιουργία προφίλ προορισμού	Σαφής ορισμός των γεωγραφικών ορίων του προορισμού, καταγραφή των διαθέσιμων τουριστικών υπηρεσιών, μεταφορικών συνδέσεων και γενικού όγκου επισκεπτών για τη δημιουργία βάσης αναφοράς.	Χαρτογράφηση της Δημοτικής Ενότητας Κλειτορίας. Συγκέντρωση βασικών δεδομένων, δυναμικότητα κλινών στα υφιστάμενα καταλύματα, καταγραφή τοπικών τυροκομείων/παραγωγών και απογραφή των φυσικών και πολιτιστικών πόρων.
Βήμα 3 : Συγκρότηση ομάδας εργασίας	Σύσταση μιας διεπιστημονικής ομάδας (15-20 ατόμων), στην οποία θα συμμετέχουν εκπρόσωποι του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, της κοινωνίας	Συγκρότηση τοπικής επιτροπής αποτελούμενης από τον αρμόδιο Αντιδήμαρχο, μέλη του Πολιτιστικού Συλλόγου, ιδιοκτήτες καταλυμάτων και

	των πολιτών και φορέων παροχής κοινής ωφέλειας.	εστίασης, εκπροσώπους του τοπικού αγροτικού συνεταιρισμού και δασοφύλακες για την προστασία του φυσικού αποθέματος.
Βήμα 4 : Καθορισμός ρόλων και ευθυνών	Κατανομή της συλλογής των 43 βασικών δεικτών στα μέλη της ομάδας εργασίας, ανάλογα με τον τομέα εξειδίκευσης και την ικανότητα πρόσβασης στα αντίστοιχα πρωτογενή δεδομένα.	Ο εκπρόσωπος του Δήμου αναλαμβάνει τους δείκτες κατανάλωσης υδάτινων/ενεργειακών πόρων. Ο Πολιτιστικός Σύλλογος αναλαμβάνει τη μέτρηση της ικανοποίησης των κατοίκων. Οι επιχειρηματίες καταγράφουν τα ποσοστά πληρότητας, την εποχικότητα και τις δαπάνες των επισκεπτών.
Βήμα 5 : Συλλογή και καταγραφή δεδομένων	Συστηματική συλλογή δεδομένων μέσω υφιστάμενων αρχείων ή μέσω νέων ερωτηματολογίων (για τουρίστες, κατοίκους και επιχειρήσεις) και εισαγωγή τους στα ειδικά φύλλα καταγραφής (datasheets)	Διεξαγωγή ερωτηματολογίων κατά τη διάρκεια περιόδων αιχμής (πχ το Μαζιώτικο Πανηγύρι) για τη συλλογή δημογραφικών στοιχείων των επισκεπτών. Καταγραφή του ποσοστού των εστιατορίων που προμηθεύονται τοπικά προϊόντα (πχ φέτα, μέλι) ενισχύοντας την κυκλική οικονομία.

Βήμα 6 : Ανάλυση αποτελεσμάτων	Συνεδρίαση της Ομάδας Εργασίας για την ανάλυση των συλλεχθέντων δεδομένων, τον εντοπισμό κενών, τον καθορισμό προτεραιοτήτων και τη διαμόρφωση ενός βραχυπρόθεσμου σχεδίου δράσης.	Αν η ανάλυση δείξει ότι οι επισκέπτες παραμένουν στην περιοχή για πολύ σύντομο χρονικό διάστημα (τουρισμό διέλευσης), ή ότι η ψηφιακή προβολή είναι ανεπαρκής, τότε η ομάδα θέτει ως βασική προτεραιότητα τη διεκδίκηση χρηματοδότησης για την ανάπτυξη ψηφιακής πλατφόρμας και την αναβάθμιση του δικτύου μονοπατιών. Στόχος είναι η ενίσχυση της εμπειρίας του επισκέπτη.
Βήμα 7 : Συνεχής ανάπτυξη και βελτίωση	Εκπόνηση μακροπρόθεσμης στρατηγικής (πχ 3ετούς πλάνου), συνεχής παρακολούθηση των δεικτών και επικοινωνία των θετικών αποτελεσμάτων στις τουριστικές αγορές ως εργαλείο marketing.	Ενσωμάτωση των αποτελεσμάτων του ETIS στον φάκελο υποψηφιότητας για το δίκτυο “Best Tourism Villages”. Ετήσια δημοσίευση μιας Έκθεσης Βιωσιμότητας της Κλειτορίας που θα προσελκύει οικολογικά ευαισθητοποιημένους επισκέπτες υψηλού εισοδηματικού επιπέδου.

Πίνακας 4: Εφαρμογή πρακτικών ETIS στην μελέτη περίπτωσης της Κλειτορίας με στόχο την τουριστική ανάπτυξη. Πηγή: The European Tourism Indicator System (2016). Προσαρμογή: Δ.Χ. Λυκοθανάση

B) Αναγνωρισιμότητα (Branding): Ένταξη στο Παγκόσμιο Δίκτυο “Best Tourism Villages”

Η ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης κατέδειξε ότι ένα σημαντικό μειονέκτημα της Κλειτορίας είναι η απουσία αναγνωρισιμότητας ως αυτόνομου προορισμού. Για την επίλυση αυτού του προβλήματος, τίθεται ως στρατηγικός στόχος η ένταξη της Κλειτορίας στο παγκόσμιο δίκτυο “Best Tourism Villages” (BTV) του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UN Tourism, 2024). Η συγκεκριμένη πρωτοβουλία επιβραβεύει και προβάλλει διεθνώς αγροτικούς προορισμούς όπου ο τουρισμός λειτουργεί ως μοχλός θετικής αλλαγής, διατηρώντας την τοπική κουλτούρα, προστατεύοντας τη βιοποικιλότητα και παρέχοντας ευκαιρίες συγκράτησης του πληθυσμού.

Στην περίπτωση της Κλειτορίας, η εφαρμογή της πρωτοβουλίας είναι απολύτως ρεαλιστική και τεκμηριωμένη, καθώς η κοινότητα ικανοποιεί αδιαμφισβήτητα τα βασικά προαπαιτούμενα κριτήρια. Αρχικά, το πληθυσμιακό κριτήριο ικανοποιείται πλήρως, καθώς ο πληθυσμός της Κλειτορίας (670 κάτοικοι) υπολείπεται κατά πολύ του ανώτατου ορίου των 15.000 κατοίκων που θέτει το πρόγραμμα. Επιπλέον, ικανοποιείται το κριτήριο της χωρικής ένταξης σε τοπίο με έντονη παρουσία παραδοσιακών δραστηριοτήτων, καθώς η περιοχή κυριαρχείται από την πρωτογενή παραγωγή, την κτηνοτροφία, την παραδοσιακή τυροκομία και τη μελισσοκομία. Η συμμετοχή στο δίκτυο BTV, είτε μέσω της άμεσης βράβευσης είτε μέσω του προγράμματος αναβάθμισης, θα επιτρέψει στην Κλειτορία να ανταποκριθεί στους εννέα τομείς αξιολόγησης του UN Tourism, μετατρέποντας τις αδυναμίες της σε δομικά πλεονεκτήματα:

- 1. Πολιτιστικοί και φυσικοί πόροι:** Η κοινότητα διαθέτει ένα πλούσιο, ακατέργαστο απόθεμα. Η στρατηγική ένταξης θα προβάλλει τον Αρχαίο Κλείτορα, το Σπήλαιο των Λιμνών στα Καστριά, τον Αροάνιο ποταμό και τις Πηγές του Λάδωνα ως πόρους μοναδικής αξίας.
- 2. Προώθηση και διατήρηση πολιτιστικών πόρων:** Η αναβάθμιση και διαφύλαξη του ετήσιου «Μαζιώτικου Πανηγυριού» και του καρναβαλιού της Κλειτορίας, από απλές τοπικές εορτές σε πιστοποιημένους θεσμούς άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελεί άμεση εφαρμογή αυτού του κριτηρίου.
- 3. Οικονομική βιωσιμότητα:** Ο σχεδιασμός προβλέπει την άμεση διασύνδεση των τοπικών τυροκομείων με τους χώρους εστίασης και φιλοξενίας, εξασφαλίζοντας ότι το

τουριστικό συνάλλαγμα παραμένει στην τοπική οικονομία και ενισχύει την επιχειρηματικότητα των νέων.

4. **Κοινωνική βιωσιμότητα:** Επιδιώκεται η ενεργός ενσωμάτωση των γυναικών και των νέων της υπαίθρου στην παροχή τουριστικών υπηρεσιών και την παραγωγή τοπικών εδεσμάτων, προωθώντας την κοινωνική ένταξη και καταπολεμώντας την αστυφιλία.
5. **Περιβαλλοντική βιωσιμότητα:** Η Κλειτορία οφείλει να αναδείξει πολιτικές προστασίας των ευάλωτων οικοσυστημάτων της, όπως η αυστηρή προστασία των πλατανόδασων από την ασθένεια του μεταχρωματικού έλκους, μετατρέποντας την απειλή σε εκπαιδευτικό οικολογικό πρόγραμμα.
6. **Τουριστική ανάπτυξη και ενσωμάτωση στην αλυσίδα αξίας:** Το προτεινόμενο μοντέλο ανάπτυξης συνδυαστικών πακέτων προσφέρει στον επισκέπτη ολιστικές εμπειρίες.
7. **Διακυβέρνηση και προτεραιοποίηση του τουρισμού:** Η προτεινόμενη ίδρυση του Οργανισμού Διαχείρισης Προορισμού (DMO) με τη συμμετοχή του Δήμου, των συλλόγων και των επιχειρηματιών, ικανοποιεί πλήρως την απαίτηση του UN Tourism για συμμετοχική διακυβέρνηση.
8. **Υποδομές:** Η διεκδίκηση και αξιοποίηση πόρων (όπως η ΟΧΕ) για τη βελτίωση του οδικού δικτύου θα αναβαθμίσει το επίπεδο διαβίωσης των κατοίκων και την εμπειρία των επισκεπτών.
9. **Υγεία, προστασία και ασφάλεια:** Η ανάδειξη ενός ασφαλούς, ήπιου και υγειονομικά θωρακισμένου προορισμού, ιδίως για τον τουρισμό της τρίτης ηλικίας, ενισχύει το προφίλ της Κλειτορίας ως ιδανικό καταφύγιο ευεξίας.

Η επιτυχής ένταξη της Κλειτορίας στο “Best Tourism Villages” λειτουργεί διττά: αφενός ως ένας ισχυρός μηχανισμός μάρκετινγκ που τοποθετεί τον τόπο στον παγκόσμιο χάρτη του εναλλακτικού τουρισμού, και αφετέρου ως εργαλείο πιστοποίησης της δέσμευσης της κοινότητας στις αρχές της αειφορίας.

Γ) Χρηματοδότηση: ΟΧΕ «Ορεινή Ανθεκτικότητα» (ΕΣΠΑ 2021-2027)

Κανένας στρατηγικός σχεδιασμός δεν είναι υλοποιήσιμος χωρίς την εξασφάλιση των απαραίτητων χρηματοδοτικών εργαλείων. Σε περιφερειακό επίπεδο, το πλαίσιο εκκίνησης της Κλειτορίας ενσωματώνεται απόλυτα και οργανικά στην Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση (ΟΧΕ) «Ορεινή Ανθεκτικότητα» της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας (Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, 2023). Το εργαλείο αυτό, ενταγμένο στο ΕΣΠΑ 2021-2027, είναι σχεδιασμένο ειδικά για την αντιμετώπιση των ανισοτήτων στις ορεινές περιοχές.

5.4 Προτεινόμενες μορφές τουρισμού και τρόποι οργάνωσης

Αξιολογώντας τα ιδιαίτερα γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά, το πολιτισμικό απόθεμα και τα αποτελέσματα της έρευνας (Κεφάλαιο 4) -όπου καταγράφηκε η εύλογη ανησυχία της τοπικής κοινωνίας για τις επιπτώσεις μιας άναρχης τουριστικής ανάπτυξης -απορρίπτεται το μοντέλο μαζικού τουρισμού. Αντιθέτως, προτείνονται αυστηρά εναλλακτικές και ήπιες μορφές τουρισμού (slow tourism), οι οποίες σέβονται την φέρουσα ικανότητα του τόπου. Βασικός άξονας της οργάνωσης αυτών των μορφών αποτελεί η δημιουργία «συνδυαστικών πακέτων δραστηριοτήτων» (product bundles). Σύμφωνα με τη μεθοδολογία στρατηγικής ανάπτυξης (INSETE, 2015), τα συνδυαστικά πακέτα αξιοποιούν παράλληλα διαφορετικούς τοπικούς πόρους, παρατείνοντας τον χρόνο παραμονής του επισκέπτη και μετατρέποντας μια απλή επίσκεψη σε μια ολοκληρωμένη και κερδοφόρα βιωματική εμπειρία.

Αγροτουρισμός και γαστρονομικός τουρισμός

Ο γαστρονομικός τουρισμός αποτελεί τη φυσική γέφυρα μεταξύ του πρωτογενούς τομέα της Κλειτορίας και της τουριστικής ανάπτυξης. Προτείνεται η ανάπτυξη βιωματικών εργαστηρίων, όπου οι επισκέπτες θα επισκέπτονται τα φημισμένα τοπικά τυροκομεία της περιοχής, θα παρακολουθούν τη διαδικασία παραγωγής της Φέτας Καλαβρύτων και θα έρχονται σε επαφή με τους τοπικούς μελισσοκόμους. Η πρακτική εφαρμογή αυτής της στρατηγικής επικεντρώνεται στον εμπλουτισμό του υφιστάμενου ετήσιου πανηγυριού που διεξάγεται στην Κλειτορία στα τέλη Σεπτεμβρίου. Το παραδοσιακό «Μαζιώτικο Πανηγύρι» οφείλει να μετεξελιχθεί και να πλαισιωθεί από μια οργανωμένη Έκθεση Αγροτικών, Κτηνοτροφικών και Μελισσοκομικών προϊόντων. Η κίνηση αυτή, αφενός προβάλλει την αυθεντική τοπική γαστρονομία, και αφετέρου λειτουργεί ως στρατηγικό εργαλείο άμβλυνσης

της εποχικότητας, προσελκύοντας τουριστικές ροές κατά τους φθινοπωρινούς μήνες, περίοδο κατά της οποίας οι καιρικές συνθήκες ευνοούν τέτοιου είδους δραστηριότητες.

Πολιτιστικός και Θρησκευτικός Τουρισμός

Η ευρύτερη περιοχή είναι πλούσια σε ιστορικά και θρησκευτικά μνημεία, τα οποία ωστόσο παραμένουν σε μεγάλο βαθμό ανεκμετάλλευτα. Ο θρησκευτικός τουρισμός, σε συνδυασμό με τον πολιτιστικό, στοχεύει σε σταθερά και ανθεκτικά τμήματα της τουριστικής αγοράς, όπως η τρίτη ηλικία, που ταξιδεύει καθ' όλη τη διάρκεια του έτους ανεξαρτήτως εποχής. Η πρακτική εφαρμογή προβλέπει τη δημιουργία μιας χαρτογραφημένης πολιτιστικής και θρησκευτικής διαδρομής (Cultural Trail), η οποία θα συνδυάζει οργανωμένες επισκέψεις σε κομβικά σημεία: τη Σκήτη Παπουλάκου στην Κοινότητα Άρμπουνα, τον εντυπωσιακό Σπηλαιώδη Ναό Αναλήψεως στην Κοινότητα Καστριών, την Παναγία με τον Λύκο στην Κοινότητα Γλάστρας, τον ιστορικό Ιερό Ναό Αγίου Ανδρέου στην Κοινότητα Τουρλάδας, τον Ιερό Ναό Ευαγγελίστριας στη Δάφνη και άλλα.

Φυσιολατρικός / Περιπατητικός Τουρισμός

Η γεωμορφολογία της Αχαΐας, με την έντονη ποικιλομορφία των τοπίων της, προσφέρεται ιδανικά για την ανάπτυξη υπαίθριων δραστηριοτήτων. Προτείνεται η οργανωμένη δημιουργία, καθαρισμός και διεθνής πιστοποίηση περιπατητικών διαδρομών που θα διασχίζουν ιστορικά και θρησκευτικά μονοπάτια. Ενδεικτικά παραδείγματα αποτελούν οι πεζοπορικές διαδρομές “Αρχαίος Κλείτωρ – Λυκούργια - Φενεού Διάσελο”, “Κλειτορία - Μονή Αγίου Αθανασίου”, “Κλειτορία - Αγία Λαύρα” κλπ. Παράλληλα, η δημιουργία σηματοδοτημένων ποδηλατικών διαδρομών διαφόρων βαθμών δυσκολίας, για παράδειγμα “Κλειτορία, Αροάνιος προς Πηγές Πλανητέρο” (7km), “Κλειτορία, Αροάνιος προς Πηγές Λάδωνα” (10km), “Κλειτορία, Αροάνιος προς Λάδωνα, Κλήμα Πανσανία, Γεφύρι *Τσερχοτάμπεη*” (75km), τοποθετούν την περιοχή στον χάρτη των αθλητικών προορισμών. Η υλοποίηση αυτών των σχεδίων απαιτεί από τα τοπικά καταλύματα να αποκτήσουν πιστοποιήσεις φιλικότητας προς τους ποδηλάτες (π.χ. παροχή ασφαλούς χώρου στάθμευσης και εργαλείων συντήρησης ποδηλάτων) (Bike Friendly, n.d.).

Εκπαιδευτικός Τουρισμός

Μια καινοτόμος προσέγγιση είναι η μετατροπή μιας υφιστάμενης περιβαλλοντικής απειλής σε αντικείμενο εκπαιδευτικού τουρισμού. Το ευάλωτο οικοσύστημα της περιοχής διατρέχει σοβαρούς κινδύνους, όπως η αρρώστια των πλατάνων εξαιτίας του μεταχρωματικού έλκους. Προτείνεται η ανάπτυξη εξειδικευμένων προγραμμάτων περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης, απευθυνόμενων σε σχολεία, πανεπιστημιακά ιδρύματα και ερευνητές. Μέσω αυτών των προγραμμάτων, οι επισκέπτες ενημερώνονται επιτόπου για τη βιοποικιλότητα, τις πρακτικές προστασίας και τον σεβασμό στη φύση. Τα έσοδα από τα εκπαιδευτικά πακέτα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για περιβαλλοντικές δράσεις, επιτυγχάνοντας τον απόλυτο ορισμό της αειφορίας.

5.5 Προτάσεις πολιτικής και δράσεων

Για την επιτυχή υλοποίηση του παραπάνω πλαισίου, απαιτούνται άμεσες και πρακτικές δράσεις από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς. Στη σύγχρονη ακαδημαϊκή βιβλιογραφία για την τουριστική ανάπτυξη, καθίσταται σαφές ότι η απλή προβολή (marketing) δεν επαρκεί. Όπως επισημαίνουν οι Mariani, Baggio και Buhalis (2022), οι Οργανισμοί Διαχείρισης Προορισμού (Destination Management Organizations – DMOs) διαδραματίζουν στρατηγικό ρόλο στην ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού. Γεφυρώνουν το χάσμα μεταξύ δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, διασφαλίζοντας την ποιότητα και συντονίζοντας τα αντικρουόμενα τοπικά συμφέροντα (Stienmetz & Fesenmaier, 2019).

Το πρακτικό πρώτο βήμα για την διεκδίκηση πόρων (π.χ. από την ΟΧΕ «Ορεινή Ανθεκτικότητα») είναι η ίδρυση μιας **Τοπικής Επιτροπής Τουρισμού υπό τη μορφή ενός Micro-DMO**. Στην Ελλάδα, η αναγκαιότητα αυτών των φορέων έχει πλέον αναγνωριστεί νομοθετικά μέσω του Νόμου 4875/2021 (ΦΕΚ Α 250/23.12.2021), ο οποίος θεσμοθετεί τους «Οργανισμούς Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού» (DMMOS) (Ελληνική Δημοκρατία, 2021). Σύμφωνα με το νομικό πλαίσιο, ένα DMO μπορεί να συσταθεί είτε ως Αναπτυξιακός Οργανισμός Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΑΟΤΑ) είτε ως Αστική Εταιρεία Μη Κερδοσκοπικού Χαρακτήρα (ΑΜΚΕ) με τη συμμετοχή των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.).

Για την περίπτωση της Κλειτορίας, προτείνεται η σύσταση του Οργανισμού υπό τη νομική μορφή της Αστικής Μη Κερδοσκοπικής Εταιρείας (ΑΜΚΕ). Η μορφή αυτή προσφέρει νομική ευελιξία, επιτρέπει τη Σύμπραξη Δημόσιου και Ιδιωτικού Τομέα (ΣΔΙΤ), εξασφαλίζει την

άμεση συμμετοχή του Δήμου Καλαβρύτων και επιτρέπει την απορρόφηση κοινοτικών κονδυλίων.

Υπόδειγμα καταστατικού Micro-DMO Κλειτορίας (Μορφή ΑΜΚΕ)

Προκειμένου να γίνει κατανοητή η ρεαλιστική εφαρμογή της ίδρυσης του φορέα, παραδίδεται ένα ενδεικτικό πρότυπο καταστατικού, προσαρμοσμένο στις επιταγές του Ν. 4875/2021 και στις βέλτιστες πρακτικές αντίστοιχων ελληνικών DMOs (Μπερέτσος και Μουζακιώτης, 2024). Το καταστατικό του ΙΝΣΕΤΕ χρησιμοποιήθηκε ως πρότυπο αναφοράς για τη διαμόρφωση αντίστοιχου καταστατικού για την Κλειτορία (ΙΝΣΕΤΕ, 2022).

Άρθρο 1: Σύσταση – Επωνυμία

Συστήνεται με το παρόν Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία (Α.Μ.Κ.Ε.), που διέπεται από τα άρθρα 741 επ. του Αστικού Κώδικα και τις διατάξεις του Ν. 4875/2021 για τους Οργανισμούς Διαχείρισης Προορισμών, η οποία θα φέρει την επωνυμία «ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΚΛΕΙΤΟΡΙΑΣ Α.Μ.Κ.Ε.» και τον διακριτικό τίτλο «Discover Kleitoria Micro-DMO». Για τις διεθνείς της σχέσεις και συνεργασίες, η Εταιρεία θα χρησιμοποιεί την αγγλική μετάφραση «Kleitoria Destination Management Organization».

Άρθρο 2: Έδρα

Ως έδρα της Εταιρείας, ορίζεται η Κλειτορία της Δημοτικής Ενότητας Κλειτορίας του Δήμου Καλαβρύτων, εντός της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας. Τα γραφεία της Εταιρείας μπορούν να μεταφερθούν εντός της ευρύτερης περιοχής με απόφαση του Διοικητικού της Συμβουλίου.

Άρθρο 3: Σκοπός

Βασική επιδίωξη και αποστολή της Εταιρείας, είναι η προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, η ανάδειξη της φυσικής και πολιτιστικής ταυτότητας της Κλειτορίας και η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και κοινωνίας. Ειδικότερα, οι σκοποί της Εταιρείας περιλαμβάνουν:

Α) Τη διαμόρφωση, κατοχύρωση και προώθηση της τουριστικής ταυτότητας (destination branding) προκειμένου η Κλειτορία να λειτουργήσει ως αυτόνομος προορισμός εναλλακτικού τουρισμού, απεξαρτημένος από την υπερχείλιση γειτονικών μαζικών προορισμών.

Β) Τη στήριξη της τοπικής επιχειρηματικότητας μέσω της δικτύωσης (clustering) του πρωτογενούς τομέα (παραγωγού) με τις μονάδες εστίασης και φιλοξενίας.

Γ) Την ενίσχυση των μηχανισμών ανάπτυξης του τοπικού ανθρώπινου δυναμικού, με την παροχή εκπαίδευσης και την υλοποίηση προγραμμάτων για την αναβάθμιση της επαγγελματικής εξυπηρέτησης.

Άρθρο 4: Μέσα

Για την επίτευξη των παραπάνω σκοπών η Εταιρία χρησιμοποιεί τα προσήκοντα μέσα και ιδίως:

Α) Τον σχεδιασμό και την υλοποίηση ολοκληρωμένης ψηφιακής στρατηγικής (Destination Portal, Social Media, ψηφιακές εφαρμογές ξενάγησης).

Β) Την υποβολή προτάσεων, τη συμμετοχή και τη διαχείριση χρηματοδοτικών προγραμμάτων (π.χ. LEADER, ΟΧΕ Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, ΕΣΠΑ).

Γ) Τη δημιουργία τοπικού σήματος ποιότητας (label) για τα αγροδιατροφικά προϊόντα και τη γαστρονομία της Κλειτορίας.

Δ) Τη συμμετοχή σε εγχώριες και διεθνείς τουριστικές εκθέσεις, καθώς και την υλοποίηση προγραμμάτων συνδιαφήμισης σε συνεργασία με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.).

Ε) Τη διοργάνωση εκπαιδευτικών σεμιναρίων, ημερίδων και τοπικών πολιτιστικών/γαστρονομικών φεστιβάλ.

Άρθρο 5: Διάρκεια

Η διάρκεια της Εταιρίας ορίζεται πενταετής (5 έτη) από την ημερομηνία καταχώρησης της στα οικεία βιβλία εταιριών του Πρωτοδικείου. Η διάρκεια της Εταιρίας μπορεί να παραταθεί με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των εταίρων.

Άρθρο 6: Εταίροι – Διοίκηση

Ιδρυτικά μέλη και εταίροι της Εταιρίας καθίστανται με την υπογραφή του παρόντος:

A) Ο Δήμος Καλαβρύτων (ως εκπρόσωπος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης σύμφωνα με τον Ν.4875/2021).

B) Ο Πολιτιστικός Σύλλογος Κλειτορίας (ως εκπρόσωπος της Κοινωνίας των Πολιτών).

Γ) Επιλεγμένοι εκπρόσωποι των τοπικών επιχειρήσεων (φιλοξενίας, εστίασης, παραγωγής τοπικών προϊόντων).

Η είσοδος νέων εταίρων (φυσικών ή νομικών προσώπων) πραγματοποιείται με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των εταίρων, προάγοντας τον ανοιχτό και συνεργατικό χαρακτήρα του οργανισμού.

Άρθρο 7: Πόροι και Περιουσία

Οι οικονομικοί πόροι της Εταιρίας θα προέρχονται από:

A) Τις αρχικές οικονομικές εισφορές των εταίρων για τον σχηματισμό του αρχικού κεφαλαίου, καθώς και τυχόν τακτικές ή έκτακτες εισφορές.

B) Επιχορηγήσεις, δωρεές και χορηγίες από φυσικά ή νομικά πρόσωπα του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα (εσωτερικού και εξωτερικού).

Γ) Χρηματοδοτήσεις και έσοδα από την υλοποίηση εθνικών και ευρωπαϊκών αναπτυξιακών προγραμμάτων.

Δ) Έσοδα από την παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών, συμβουλευτικής, καθώς και από τη διοργάνωση εκδηλώσεων και φεστιβάλ.

Τα περιουσιακά στοιχεία της Εταιρίας αποτελούν αντικείμενο χρηστής διαχείρισης αποκλειστικά για την προώθηση των καταστατικών της σκοπών. Απαγορεύεται απολύτως οποιαδήποτε διανομή κερδών στους εταίρους, διασφαλίζοντας τον αμιγώς μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα της Εταιρίας.

6 Συμπεράσματα

Η παρούσα διπλωματική εργασία προσέγγισε, μέσα από θεωρητικό και εμπειρικό πρίσμα, τις προκλήσεις και τις προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης στην Κλειτορία Αχαΐας. Η περιοχή μελέτης αποτελεί μια τυπική περίπτωση κοινότητας χαμηλής τουριστικής προβολής η οποία, παρά το πλούσιο φυσικό και πολιτισμικό της απόθεμα, υφίσταται τις συνέπειες της μακροχρόνιας δημογραφικής συρρίκνωσης και της οικονομικής στασιμότητας.

6.1 Περιορισμοί της έρευνας και μελλοντικές κατευθύνσεις

Κάθε επιστημονική μελέτη διέπεται από αντικειμενικούς μεθοδολογικούς και πρακτικούς περιορισμούς, η προσεκτική αναγνώριση των οποίων είναι απολύτως απαραίτητη για την ορθή αξιολόγηση και ερμηνεία των ευρημάτων, καθώς και για τον καθορισμό του πλαισίου εντός του οποίου αυτά μπορούν να εφαρμοστούν (Creswell & Creswell, 2018). Η παρούσα διπλωματική εργασία, κινούμενη στα πλαίσια της μεικτής μεθοδολογικής προσέγγισης, αντιμετώπισε συγκεκριμένους περιορισμούς που άπτονται τόσο του μεγέθους του δείγματος όσο και της φύσης των ποιοτικών δεδομένων σε μικρές, κλειστές κοινωνίες.

6.1.1 Μέγεθος δείγματος και αναλυτική γενίκευση

Ο πρώτος και πλέον εμφανής περιορισμός της έρευνας εντοπίζεται στο μικρό αριθμητικό μέγεθος των τοπικών επιχειρηματιών (11). Σε αμιγώς ποσοτικούς στατιστικούς όρους, ένας τέτοιος αριθμός θεωρείται ανεπαρκής για την εξαγωγή ασφαλών περιγραφικών συμπερασμάτων που να μπορούν να γενικευτούν σε ευρύτερους πληθυσμούς. Ωστόσο, η διερεύνηση αυτού του περιορισμού πρέπει να γίνει υπό το πρίσμα της θεωρίας της μεθοδολογίας. Όπως τεκμηριώνει ο Yin (2018) στο έργο του για τις μελέτες περίπτωσης (case study research), σκοπός μελετών σε τόσο εξειδικευμένα, μικρό-τοπικά περιβάλλοντα δεν είναι η «στατιστική γενίκευση» (statistical generalization), αλλά η «αναλυτική γενίκευση» (analytical generalization). Στόχος είναι δηλαδή, η ανάπτυξη, η επιβεβαίωση ή η επέκταση θεωριών (όπως η θεωρία του “δορυφορικού προορισμού”) μέσα από βαθιά εμπειρικά δεδομένα.

Επιπλέον, η επιλογή των 11 επιχειρηματιών δεν υπήρξε τυχαία, αλλά βασίστηκε στις αρχές της «σκοπίμης δειγματοληψίας» (purposive sampling). Σύμφωνα με τους Palinkas et al (2015), η σκόπιμη δειγματοληψία αποσκοπεί στην επιλογή περιπτώσεων “πλούσιων σε πληροφορίες”

(information-rich cases), οι οποίες διαθέτουν την απαραίτητη εμπειρία για το υπό εξέταση φαινόμενο. Δεδομένου ότι στην Κλειτορία το σύνολο των ενεργών τουριστικών επιχειρήσεων (διαμονή, εστίαση, τοπικά προϊόντα) εκτιμάται αυστηρά σε 15 έως 20 μονάδες, οι 11 συμμετέχουσες επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν ένα συντριπτικό ποσοστό (άνω του 55%) του συνολικού τοπικού οικοσυστήματος. Συνεπώς, ενώ ο αριθμός είναι μικρός σε απόλυτες τιμές, η αντιπροσωπευτικότητα του εντός της κοινότητας είναι εξαιρετικά υψηλή επαρκώς έγκυρη για τους σκοπούς της παρούσας μελέτης.

6.1.2 Προκατάληψη κοινωνικής επιθυμητότητας (Social desirability bias)

Ένας δεύτερος σημαντικός περιορισμός, εγγενής στην κοινωνικής έρευνα μικρών αγροτικών κοινοτήτων, είναι η πιθανή ύπαρξη «προκατάληψης κοινωνικής επιθυμητότητας» (social desirability bias) (Bryman, 2017). Στις απαντήσεις των 80 κατοίκων, αλλά και στις απαντήσεις των τοπικών φορέων ελλοχεύει ο κίνδυνος οι συμμετέχοντες να προσάρμοσαν, συνειδητά ή ασυνείδητα, τις απαντήσεις τους προκειμένου αυτές να φανούν κοινωνικά αποδεκτές. Σε στενά συνδεδεμένες κοινωνίες, οι ερωτώμενοι συχνά αποφεύγουν να ασκήσουν δριμύεια κριτική στους τοπικούς θεσμούς (π.χ. στην τοπική αυτοδιοίκηση) υπό τον φόβο διαταραχής των διαπροσωπικών τους σχέσεων, ή τείνουν να υπερβάλλουν ως προς τη θετική τους στάση απέναντι στην τουριστική ανάπτυξη, θεωρώντας ότι αυτό “αναμένεται” από αυτούς.

6.1.3 Μελλοντικές κατευθύνσεις

Αναγνωρίζοντας τους παραπάνω περιορισμούς, διαγράφονται σαφείς κατευθύνσεις για μελλοντική ακαδημαϊκή έρευνα. Αρχικά, προτείνεται η διεξαγωγή μιας **διαχρονικής μελέτης** στην περιοχή της Κλειτορίας μετά την πάροδο μιας πενταετίας. Ο διαχρονικός σχεδιασμός θα επιτρέψει τη μέτρηση των πραγματικών επιπτώσεων από την εφαρμογή (ή μη) των χρηματοδοτικών εργαλείων (π.χ. της ΟΧΕ “Ορεινή Ανθεκτικότητα”) και της ίδρυσης του προτεινόμενου Micro-DMO. Στη συνέχεια, η έρευνα μπορεί να επεκταθεί μέσω **συγκριτικών μελετών περίπτωσης** (Yin, 2018). Η σύγκριση της Κλειτορίας με άλλους “δορυφορικούς” ορεινούς προορισμούς στην Ελλάδα θα μπορούσε να επιβεβαιώσει εάν το «χάσμα» μεταξύ κοινωνικών προσδοκιών και επαγγελματικής επάρκειας αποτελεί έναν καθολικό κανόνα για την ελληνική ύπαιθρο, ισχυροποιώντας έτσι τη θεωρητική βάση του εναλλακτικού τουρισμού μικρής κλίμακας.

6.2 Προτάσεις για μελλοντική έρευνας

Η δυναμική και πολυδιάστατη φύση του τουριστικού φαινομένου επιβάλλει τη συνεχή ακαδημαϊκή παρακολούθηση και τη μεθοδολογική εξέλιξη των ερευνητικών εργαλείων. Η παρούσα μελέτη, λειτουργώντας ως θεμελιώδης βάση, αναδεικνύει συγκεκριμένα επιστημονικά κενά τα οποία χρήζουν περαιτέρω, εις βάθος διερεύνησης. Βάσει των θεωρητικών διαπιστώσεων, προτείνονται οι ακόλουθες ερευνητικές κατευθύνσεις:

1) Μείωση της κοινωνικής επιθυμητότητας μέσω μεικτών ερευνητικών μεθόδων και ανάλυσης μεγάλων δεδομένων.

Όπως αναφέρθηκε στους περιορισμούς της έρευνας (6.1), τα δεδομένα βασίστηκαν σε απαντήσεις των ίδιων των συμμετεχόντων μέσω ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει πιθανότητα οι απαντήσεις να μην είναι απόλυτα αντικειμενικές. Για μελλοντικές έρευνες, η λύση είναι ο συνδυασμός ποσοτικών και ποιοτικών μεθόδων (mixed methods research) και προτείνεται η χρήση δεδομένων από διαφορετικές πηγές, συνδυάζοντας τις απαντήσεις των συμμετεχόντων με πραγματικά δεδομένα για τη συμπεριφορά τους, όπως οι κινήσεις των επισκεπτών (Huang et al., 2025). Με αυτόν τον τρόπο, τα αποτελέσματα γίνονται πιο αξιόπιστα και αντικειμενικά.

2) Διαχρονική ανάλυση δεδομένων στην έρευνα

Ένα ζήτημα που χρειάζεται πιο συστηματική μελέτη είναι το πώς εξελίσσονται με τον χρόνο οι αντιλήψεις τόσο των κατοίκων όσο και των τουριστών. Το σημείο εκκίνησης για αυτή την κατεύθυνση είναι η έναρξη υλοποίησης έργων της ΟΧΕ και η σύσταση της Micro-DMO. Ως μέσο διερεύνησης οφείλει να καθιερωθεί η διαχρονική παρακολούθηση, η οποία θα επαναλαμβάνει τις μετρήσεις σε ετήσια ή διετή βάση, προκειμένου να χαρτογραφήσει πώς η τουριστική ανάπτυξη μεταβάλλει σταδιακά την κοινωνική συνοχή και εάν η αρχική στήριξη των κατοίκων παραμένει σταθερή απέναντι στην αύξηση της τουριστικής κίνησης.

3) Αξιολόγηση της Συν-δημιουργίας του Destination Brand

Η εξέλιξη της Κλειτορίας από “δορυφορικό” προορισμό σε αυτόνομο τουριστικό brand απαιτεί περαιτέρω διερεύνηση. Το σημείο εκκίνησης είναι η στιγμή που η περιοχή θα αρχίσει να εφαρμόζει το δικό της στρατηγικό πλάνο επωνυμίας. Το ερώτημα που προκύπτει είναι πως το νέο αυτόνομο branding συν-δημιουργείται μέσα από την αλληλεπίδραση της τοπικής κοινωνίας και των επισκεπτών. Η σύγχρονη βιβλιογραφία υπογραμμίζει ότι η επιτυχημένη ανάπτυξη ενός destination brand οφείλει να είναι μια συνεργατική διαδικασία (co-creative process) που ενσωματώνει άμεσα τις προσδοκίες και την εμπλοκή των ίδιων των τουριστών (Kim, Stepchenkova & Babalou, 2018).

4) Μέτρηση των αποτελεσμάτων της ανάπτυξης των κοινοτικών δεξιοτήτων

Χρειάζεται περισσότερη έρευνα για να γίνει κατανοητό το χάσμα ανάμεσα στις υψηλές προσδοκίες των κατοίκων και στις ελλείψεις δεξιοτήτων που εντοπίζουν οι επιχειρηματίες. Ένα πρώτο βήμα είναι η εφαρμογή προγραμμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης, όπως αυτά που προτείνει το πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Ατζέντας Δεξιοτήτων (European Economic and Social Committee, 2021). Για να αξιολογηθεί αν αυτά τα προγράμματα είναι αποτελεσματικά, μπορεί να χρησιμοποιηθεί μια πειραματική προσέγγιση, όπου θα γίνονται μετρήσεις πριν και μετά την εκπαίδευση. Με αυτόν τον τρόπο θα φανεί αν οι δεξιότητες των κατοίκων βελτιώνονται πραγματικά.

6.3 Γενικό συμπέρασμα και σύνοψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία καταλήγει σε ένα θεμελιώδες συμπέρασμα: η τουριστική ανάπτυξη της Κλειτορίας δεν αποτελεί απλώς μια επιχειρηματική επιλογή, αλλά μια αδήριτη στρατηγική αναγκαιότητα για την επιβίωση της κοινότητας. Η ιστορική ανάλυση των δεδομένων απογραφής, που ανέδειξε τη δραματική μείωση του μόνιμου πληθυσμού από τους 1.258 κατοίκους το 1951 στους 670 το 2021 (ΕΛΣΤΑΤ, 2021), συνιστά τον ισχυρότερο δείκτη της δημογραφικής «αιμορραγίας» που απειλεί την ύπαρξη της κοινότητας. Υπό αυτό το πρίσμα, ο τουρισμός προκρίνεται ως ο μοναδικός ρεαλιστικός μοχλός ανάσχεσης της αστυφιλίας και οικονομικής αναζωογόνησης της περιοχής.

Η έρευνα ανακάλυψε μια περιοχή που βρίσκεται εγκλωβισμένη στο μοντέλο του «δορυφορικού προορισμού» (satellite tourism destination), εξαρτώμενη σχεδόν αποκλειστικά από την εποχική υπερχειλίση του Χιονοδρομικού Κέντρου Καλαβρύτων. Η συνθήκη αυτή, σύμφωνα με τη θεωρία, καταδικάζει τις τοπικές επιχειρήσεις να εξαρτώνται έντονα από την εποχικότητα και να λειτουργούν παθητικά, απορροφώντας μόνο τα δευτερογενή οφέλη από τον βασικό τουριστικό πόλο και στερώντας από την Κλειτορία τη δυνατότητα να οικοδομήσει τη δική της αυτόνομη οικονομική οντότητα. Επιπλέον, η έρευνα ανέδειξε ένα κρίσιμο «χάσμα» ικανότητας: ενώ η τοπική κοινωνία προσδοκά τα μέγιστα οφέλη από τον τουρισμό (δημιουργία θέσεων εργασίας 5/5), οι ίδιοι οι επαγγελματίες δηλώνουν πως το ανθρώπινο δυναμικό στερείται βασικού επαγγελματισμού και εξειδίκευσης.

Συνοψίζοντας, η πρόταση της εργασίας για την υιοθέτηση ενός Micro-DMO υπό τη νομική μορφή της ΑΜΚΕ (βάσει του Ν. 4875/2021) αποτελεί τη θεσμική απάντηση στο πρόβλημα της απουσίας συνεργειών. Σε συνδυασμό με τη στοχευμένη απορρόφηση των εγκεκριμένων κονδυλίων της ΟΧΕ «Ορεινή Ανθεκτικότητα» (ΕΣΠΑ 2021-2027), η Κλειτορία διαθέτει πλέον τον χρηματοδοτικό και οργανικό οδικό χάρτη για να μετεξελιχθεί σε αυτόνομο brand. Η στρατηγική «απογαλακτισμού» από τα Καλάβρυτα, μέσω της ανάδειξης του φυσιολατρικού, γαστρονομικού και ιστορικού αποθέματος, και η επένδυση στην επαγγελματική κατάρτιση των κατοίκων, αποτελούν μία εξαιρετική βάση για ένα βιώσιμο μέλλον. Η τουριστική αναγέννηση της Κλειτορίας είναι εφικτή, αρκεί να μετατραπεί η σημερινή αποσπασματική δραστηριότητα σε ένα οργανωμένο, συμμετοχικό και επιστημονικά τεκμηριωμένο αναπτυξιακό πρόγραμμα.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Ανδριώτης, Κ. ([Έτος]). *Τουριστική ανάπτυξη & σχεδιασμός*. Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης.

Βαρβαρέσος, Σ. (2000). *Τουρισμός: Έννοιες, μεγέθη, δομές*. Προπομπός.

Γιάνναρης, Ν. (1985). *Επαρχία Καλαβρύτων: Ιστορική και κοινωνικό-οικονομική έρευνα*. Σύλλογος Καλαβρύτων Νέας Υόρκης «Το Λάβαρο του 1821».

Δήμος Αιγιαλείας. (2024). *ΟΧΕ Αιγιαλείας–Καλαβρύτων–Ερυμάνθου «Ορεινή Ανθεκτικότητα»*. <https://aigialeia.eu/wp-content/uploads/2025/05/0-%CE%9F%CE%A7%CE%95-%CE%91%CE%9D%CE%98%CE%95%CE%9A%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%A4%CE%97%CE%A4%CE%91-2024.pdf>

Δήμος Καλαβρύτων. (2014, 16 Ιανουαρίου). *Σύσταση Δήμου – Ιστορικά στοιχεία*. Ανακτήθηκε από <https://www.kalavrita.gr/dimos/sistasi-dimou>

ΕΕΤΑΑ. (n.d.). *Διοικητικές μεταβολές οικισμών αναλυτικά*. Ανακτήθηκε από https://www.eetaa.gr/eetaa/metaboles/oikmet_details.php?id=10981

Ελληνική Δημοκρατία. (2021, 23 Δεκεμβρίου). *Νόμος 4875: Πρότυποι Τουριστικοί Προορισμοί Ολοκληρωμένης Διαχείρισης, Οργανισμοί Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού, Ιαματικές Πηγές Ελλάδας και άλλες ρυθμίσεις για την ενίσχυση της τουριστικής ανάπτυξης*. Εφημερίδα της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας (ΦΕΚ Α 250). <https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/766867/nomos-4875-2021>

Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ). (2022). *Κωδικοποιημένο καταστατικό της αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρίας με την επωνυμία «Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων»*. ΙΝΣΕΤΕ.

Καλαπόδη, Γ. (2010). *Ο ορεινός τουρισμός και η συμβολή του στην τοπική ανάπτυξη του Ν. Αχαΐας* [Μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας]. Ιδρυματικό Αποθετήριο Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. <http://hdl.handle.net/11615/42183>

- Καραγιάννης, Ε. (2006). *Η εσωτερική μετανάστευση στην Ελλάδα, 1946-2001*. ΕΚΚΕ.
- Καρασούτας, Θ. (2001). *Λαϊκός πολιτισμός Κλειτορολευκασίας Καλαβρύτων*. Εκδόσεις Παρασκήνιο.
- Κοκκώσης, Χ., & Τσάρτας, Π. (2019). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον* (2η έκδ.). Εκδόσεις Κριτική.
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., & Γκρίμπα, Ε. (2011). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού: Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. Εκδόσεις Κριτική.
- Λαγός, Δ. (2010). *Τοπική ανάπτυξη και τουρισμός: Θεωρητικές προσεγγίσεις και μελέτες περίπτωσης*. Κριτική.
- Λιάκος, Α. (2021). *Ο ελληνικός 20ός αιώνας* (4η έκδ.). Εκδόσεις Πόλις.
- Λουκάκης, Δ. (2004). *Η ελληνική ύπαιθρος: Δυναμική και προοπτικές*. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο.
- Μαλλιάρια, Κ. (2017). Κοινωνικές και οικονομικές μεταβολές στην ύπαιθρο: Προκλήσεις και προοπτικές. *Το Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών*, 16, 22-37.
- Μοίρα, Π. ([Έτος]). *Τουριστική γεωγραφία της Ελλάδας*. Interbooks.
- Μοίρα, Π. (2022). *Τουρισμός: Ιστορία, εξέλιξη, προοπτικές*. Εκδόσεις Τζιόλα.
- Μπερέτσος, Μ., & Μουζακιώτης, Π. (2024). *Αναπτυξιακοί Οργανισμοί και Οργανισμοί Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού ως εργαλεία της Τοπικής Αυτοδιοίκησης – Η περίπτωση της Πάρνωνας Α.Ε.* [Έγγραφο πολιτικής]. Parnonas S.A.
<https://www.parnonas.gr/wp-content/uploads/2024/02/%CE%94%CF%81%CE%AC%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%B1%CF%82.pdf>
- Ο.ΦΥ.ΠΕ.Κ.Α. (n.d.). *Οδηγός χλωρίδας & οδηγός γεωποικιλότητας*. Επίσημες Εκδόσεις του Φορέα Διαχείρισης Εθνικού Πάρκου Χελμού – Βουραϊκού.
- ΟΧΕ Αιγιαλείας, Καλαβρύτων & Ερυμάνθου. (2023). *Ολοκληρωμένη Χωρική Επένδυση (ΟΧΕ): Ορεινή ανθεκτικότητα – Η στρατηγική για την περιοχή Αιγιαλείας, Καλαβρύτων και*

Ερυμάνθου (ΕΣΠΑ). <https://aigialeia.eu/wp-content/uploads/2025/05/0-OXE-ANΘΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ-2024.pdf>

Πανόπουλος, Δ. Γ. (2004). *Κάποτε στα Μαζέικα... Φωτογραφικές μαρτυρίες*. Αυτοέκδοση.

Παπαγιαννάκης, Λ. (2005). Η αγροτική ανάπτυξη στην Ελλάδα: Προβλήματα και προοπτικές. *Αγροτική Οικονομία*, 10(2), 45-59.

Πανσανίας. (n.d.). *Ελλάδος περιήγησις: Αρκαδικά (Τόμος 4ος)* (Ν. Παπαχατζής, Μετάφρ. & Σχόλια). Εκδοτική Αθηνών.

Τσάρτας, Π., & Σαραντάκου, Ε. (2022). *Ελληνική τουριστική ανάπτυξη* (2η έκδ.). Εκδόσεις Κριτική.

Ψημμένος, Ι. (2003). *Μετανάστευση και αγροτική ανάπτυξη στην Ελλάδα*. Gutenberg.

Ξενόγλωσση

Aref, F., Ma'rof, R., Gill, S. S., & Abrisham, A. (2010). Community capacity building in tourism development in local communities. *Journal of Sustainable Development*, 3(1), 81–81. <https://doi.org/10.5539/jsd.v3n1p81>

Aristotle University of Thessaloniki. (2019). *The Western Silk Road in Greece*. UNWTO. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/2019-09/aristotleuniversity-nationalswotanalysis-westernsilkroadgreece.pdf>

Azmi, E., Che Rose, R. A., & Awang, A. (2024). A conceptual research of satellite tourism destinations (SToD). *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(9), 133. <https://dx.doi.org/10.47772/IJRISS.2024.8090133>

Bike Friendly. (n.d.). *Bike Friendly Travel*. <https://bikefriendly.travel/en/>

Booking.com. (2026a). *Kleitor Stone Villa-Peloponnese Getaway, Klitoria*. Retrieved April 1, 2026, from <https://www.booking.com/hotel/gr/bila-kleitoros-melathron.en-gb.html>

Booking.com. (2026b). *Mont Helmos Hotel, Klitoria*. Retrieved April 1, 2026, from <https://www.booking.com/hotel/gr/mont-helmos.html>

- Booking.com. (2026c). *Spacious home, Klitoria*. Retrieved April 1, 2026, from <https://www.booking.com/hotel/gr/spacious-home.en-gb.html>
- Booking.com. (2026d). *Τα καλύτερα διαθέσιμα ξενοδοχεία και καταλύματα κοντά στην...* Retrieved April 1, 2026, from <https://www.booking.com/city/gr/klitor.el.html>
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 411-421.
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—Vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71-79. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00063-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00063-3)
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Bryman, A. (2017). *Μέθοδοι κοινωνικής έρευνας* (Α. Αϊδίνης, Επιμ., Π. Σακελλαρίου, Μεταφρ.). Gutenberg.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Durbarry, R. (2020). *Μέθοδοι έρευνας για φοιτητές στον τομέα του τουρισμού* (Α. Σοκοδήμος, Μετάφρ.). Gutenberg.
- European Economic and Social Committee. (2021). *Opinion of the European Economic and Social Committee on “A European skills agenda for sustainable competitiveness, social fairness and resilience”*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:52020AE1303>
- European Union. (2025, April 28). *Evaluating and enhancing rural tourism strategies: Online tool by UN Tourism Rural Pact Community Platform*. Rural Pact Community Platform. https://ruralpact.rural-vision.europa.eu/news/evaluating-and-enhancing-rural-tourism-strategies-online-tool-un-tourism_en
- Foris, D., Florescu, A., Foris, T., & Barabas, S. (2020). Improving the management of tourist destinations: A new approach to strategic management at the DMO level by integrating lean techniques. *Sustainability*, 12(23), 10201. <https://doi.org/10.3390/su122310201>

- Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space* (4th ed.). Routledge.
- Harefa, M. H., Putra, Y., Asdilhira, B., & Furqan. (2025). Impact of destination management organization on the development of Sugihen Tourism Village. *International Journal of Economics and Management*, 3(1), 48–57.
<https://doi.org/10.54209/iem.v3i01.63>
- Huang, L., Zan, J., Lv, K., & Zhao, X. (2025). A systematic review of mixed methods research in tourism and hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 63, 163–176. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2025.03.007>
- Iliopoulos, G., Papadopoulou, P., Golfinopoulos, V., Koumoutsou, E., Kokkoris, I. P., Pappa, I., & Dimopoulos, P. (2026). Chelmos Vouraikos UNESCO Global Geopark: Links between geological and landscape diversity with biodiversity in the context of geotourism. *Geographies*, 6(1), Article 4. <https://doi.org/10.3390/geographies6010004>
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., & Lima, J. (2012). Understanding and managing the rural tourism experience – The case of a historical village in Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 4, 207-214.
- Katemliadis, I., Papatheodorou, A., Doumi, M., & Karachalis, N. (2025). Drivers of efficient destination management in times of transition: Key findings for destination development management and marketing organisations (DDMMOs). *Tourism and Hospitality*, 6(5), 244. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6050244>
- Kim, H., Stepchenkova, S., & Babalou, V. (2018). Branding destination co-creatively: A case study of tourists' involvement in the naming of a local attraction. *Tourism Management Perspectives*, 28, 189–200. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.09.003>
- Kizos, T., & Iosifides, T. (2007). The contradictions of agrotourism development in Greece: Evidence from three case studies. *South European Society and Politics*, 12(1), 59-77.
- Lane, B. (1994). What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2), 7–21.
<https://doi.org/10.1080/09669589409510680>

Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1133-1156.

Mundet, L., Marin, J., & Figueroa, A. (n.d.). *How to develop a road cycling tourism destination: Girona as a case study*. Journal of Outdoor Recreation and Tourism.

Nunkoo, R. (2015). *Handbook of research methods in tourism: Quantitative and qualitative approaches*. Edward Elgar Publishing.

Ocean Park Beach Resort. (2026). *Kalavrita and Livartzi Vacation Rentals*. Retrieved April 1, 2026, from <https://oceanparkbeachresort.com/all/greece/western-greece/kalavrita/livartzi>

Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42(5), 533–544. <https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y>

Planet of Hotels. (2026). *Aroanios apartments - Klitoria, Greece*. Retrieved April 1, 2026, from <https://en.planetofhotels.com/greece/klitoria/arosios-apartments>

Region of Attica. (n.d.). *Destination Management & Marketing Organization (DMMO) of the Region of Attica*. <https://www.patt.gov.gr/en/tourism-extroversion-dmmo/>

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>

Sharpley, R., & Roberts, E. (2004). Rural tourism – 10 years on. *International Journal of Tourism Research*, 6(3), 119-124.

Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2014). *Tourism and development: Concepts and issues* (2nd ed.). Channel View Publications.

Sociocultural Impacts of Tourism on Residents of World Cultural Heritage Sites in China. (2019). *Sustainability*, 11(3), 840. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/3/840>

The transformative impact of cultural tourism from the perspective of local communities: Identity, space, and meaning. (n.d.). Retrieved from

<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/4877320>

Timothy, D. J. (1998). Cooperative tourism planning in a developing destination. *Journal of Sustainable Tourism*, 6(1), 52-68.

UNESCO. (n.d.). *Chelmos Vouraikos UNESCO Global Geopark*.

<https://www.unesco.org/en/igpp/chelmos-vouraikos-unesco-global-geopark>

UN Tourism. (2025, October 17). *UN Tourism announces Best Tourism Villages 2025: 52 communities leading tourism for rural development*.

<https://www.untourism.int/news/un-tourism-announces-best-tourism-villages-2025-52-communities-leading-tourism-for-rural-development>

UN Tourism. (2026). *Best Tourism Villages initiative: Version 8.0 (February 2026)*.

<https://tourism-villages.unwto.org/wp-content/uploads/2026/04/260202-Best-Tourism-Villages-En.pdf>

Wang, S., & Chen, J. S. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738315000389>

Wikipedia. (2026, 10 Μαρτίου). *Σπήλαιο των Λιμνών*. Ανακτήθηκε από

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%80%CE%AE%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%BF_%CF%84%CF%89%CE%BD_%CE%9B%CE%B9%CE%BC%CE%BD%CF%8E%CE%BD

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.

World Commission on Environment and Development. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our common future*. United Nations.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.

