

Ο Πολιτιστικός Τομέας στη Θεσσαλία: Κατάσταση και Προοπτικές

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΥΠΝΗ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

Επιμέλεια Σύνταξης
Δημήτρης Γούσιος, Πρόδρομος Μαρδάκης, Ιωάννης Τόλιας

Η Έκθεση έλαβε υπόψη ή βασίζεται σε κείμενα που συνεισέφεραν οι:
Ανδρουλάκης Γ., Γκόβαρης Χ., Γούσιος Δ., Λέκκα Φ., Λουκά Κ., Μπέλλης Β., Φαρασλής Γ.,
Μωυσιάδης Α., Παπαϊωάννου Ε., Πάτρας Π., Περάκης Κ.

Σύνθεση Ομάδας Εργασίας¹
Ανδρουλάκης Γ., Βασιλειάδης Τ., Γενιτσεφτσής Χ., Γκόβαρης Χ., Γούσιος Δ., Δεληγιάννης Γ., Δημη-
τρίου Ε., Καραγκούνης Δ., Κίσσας Δ., Κουζελέας Σ., Κουρέτας Δ., Λέκκα Φ., Λουκά Κ., Μαρδάκης Π.,
Μπέλλης Β., Μωυσιάδης Α., Παπαϊωάννου Ε., Περάκης Κ., Πάτρας Π., Σδρούλιας Θ., Σκριάπας Κ.,
Τσίποτας Δ., Φαρασλής Γ., Θωμαΐδης Θ., Αγγιγιάννης Γ., Καματέρη Έ., Παπακανάκης Γ., Βακάλης
Θ., Μητρακόπουλος Κ., Μεσαλούρης Δ., Πρίγκος Αλ., Παππάς Β.

¹ Για τη σύνθεση της ΟΕ λήφθηκαν υπόψη οι δυσκολίες επικοινωνίας μεταξύ των διαχειριστών του πολιτισμού και των επιχειρηματιών του τουρισμού λόγω των ασθενών σχέσεων μεταξύ των δύο τομέων και του οριζόντιου χαρακτήρα του πολιτιστικού τομέα. Υιοθετώντας γι' αυτό τη βασική αρχή της «επιχειρηματικής ανακάλυψης» (entrepreneurial discovery) που προτείνεται από τον Οδηγό Εφαρμογής της RIS3 προσκλήθηκαν στη διαδικασία σχεδιασμού στρατηγικής, επιχειρήσεις, επιχειρηματικοί φορείς αλλά και όσα άτομα ή οργανισμοί έχουν κάποια επιχειρηματική γνώση.

Περιεχόμενα

1	Σκοπός και Αντικείμενο	3
2	Η θέση του τομέα στην Περιφερειακή Οικονομία	4
2.1	Κατάταξη και εξειδίκευση σε σχέση με την Επικράτεια	4
2.1.1	Ο Πολιτιστικός Τομέας	4
2.1.2	Ο Τουριστικός Τομέας	9
2.1.3	Η προοπτική της σύνδεσης πολιτιστικού και τουριστικού τομέα	18
2.2	Επιχειρηματική Διάρθρωση	19
2.3	Αλυσίδα αξίας και διαρθρωτικά στοιχεία	19
3	Σύνοψη Διαθέσιμων Κειμένων Στρατηγικής	21
3.1	Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Στρατηγικής για τον Τουρισμό	22
3.2	Η Εθνική Στρατηγική για τον Τουρισμό	22
3.2.1	Στόχοι και προτεραιότητες του ΕΟΤ	23
3.2.2	Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον Τουρισμό	23
3.2.3	Σχέδιο Μάρκετινγκ για την τουριστική προβολή της Περιφέρειας Θεσσαλίας	24
3.3	Η Εθνική Στρατηγική για τον Πολιτισμό	24
3.4	Άλλες Στρατηγικές Εισροές	25
3.4.1	Η συμβολή της ΚΑΠ	25
3.4.2	Πράσινη επιχειρηματικότητα	25
3.5	Συμπέρασμα	25
4	Αποτελέσματα α' κύκλου διαβούλευσης	27
4.1	Πολιτιστικός τομέας	27
4.2	Τουρισμός (Τουριστική Βιομηχανία)	27
4.3	Πολιτισμός και Σύνδεση με τον Τουρισμό	28
4.3.1	Καινοτομικές οριζόντιες παρεμβάσεις σύνδεσης πολιτισμού και τουρισμού	34
5	Εισροές για την Ανάλυση SWOT	35
6	Σύνθεση	38

1 Σκοπός και Αντικείμενο

Η παρούσα έκθεση παρουσιάζει τα αποτελέσματα της Ομάδας Εργασίας (ΟΕ) η οποία συστάθηκε τον Ιούνιο (2013) κατ' εντολή του Περιφερειακού Συμβουλίου Θεσσαλίας με σκοπό να διερευνήσει την κατάσταση και τις προοπτικές του πολιτιστικού τομέα αυτοδύναμα, ή και μέσω της σύνδεσής του με τον τουριστικό τομέα, στο πλαίσιο της διαμόρφωσης μίας Περιφερειακής Στρατηγικής Καινοτομίας βασισμένης στις αρχές της Έξυπνης Εξειδίκευσης (RIS3). Την κατεύθυνση αυτή προσδιόρισε μεταξύ άλλων η διαπίστωση της υστέρησης της Θεσσαλίας στους τομείς του πολιτισμού και τουρισμού με βάση πρόσφατα δεδομένα της οικονομικής διάρθρωσης στην Περιφέρεια (ακαθάριστη προστιθέμενη αξία, απασχόληση).

Η ΟΕ επεξεργάστηκε τη θέση και τις προοπτικές των επιμέρους κλάδων που συνθέτουν τους δύο τομείς ενδιαφέροντος στη Θεσσαλία με βάση τους στόχους και τη μεθοδολογία της Στρατηγικής Έξυπνης Εξειδίκευσης και την ενεργή συμμετοχή επιχειρηματιών και ανθρώπων με επιχειρηματική γνώση από τον δημόσιο, πολιτιστικό, επιχειρηματικό, ερευνητικό/ αναπτυξιακό και κοινωνικό τομέα. Σ' αυτή τη βάση, λαμβάνοντας υπόψη την κατάσταση του

- πολιτιστικού τομέα της Θεσσαλίας, ο οποίος χαρακτηρίζεται από σημαντικούς πόρους, καλές σχετικά υποδομές, μικρό άμεσο οικονομικό αποτέλεσμα και αντίστοιχη συμβολή στην απασχόληση και στο ΑΕΠ, και του
- τουρισμού, που υφίσταται ισχυρό ανταγωνισμό εγκλωβισμένος στη μορφή του μαζικού τουρισμού και αναζητά ένα νέο προσανατολισμό προς την ποιότητα στο πλαίσιο των στρατηγικών της Ε.Ε. και της Ελλάδας για τον πολιτισμό και τον τουρισμό,

η αξιολόγησή τους επιχειρήθηκε από τη σκοπιά της ανάπτυξής τους και της συνεισφοράς τους στην περιφερειακή οικονομία μέσα από την μεταξύ τους σύνδεση και την από κοινού «ανάδυση» ενός υβριδικού πολιτιστικού, δημιουργικού και εδαφικού τουριστικού τομέα. Η διερεύνηση των δυνατοτήτων αυτής της σύνδεσης και οι υποδείξεις από τους επιχειρηματίες φανερώνουν ότι πρόκειται για τους πλέον υποσχόμενους τομείς για τη μελλοντική ανάπτυξη της Περιφέρειας. Ο προσανατολισμός των επιχειρηματιών της θεσσαλικής τουριστικής βιομηχανίας προς αυτόν τον στόχο έθεσε το ζήτημα της εφικτότητας, του τρόπου και της διαδικασίας σύνδεσης αυτών των δύο τομέων δεδομένης της έλλειψης συνεργασιών μεταξύ τους (εγκλωβισμός στο μαζικό τουρισμό, επιχειρηματικό έλλειμμα στον πολιτιστικό παραγωγικό τομέα) αλλά και της ανταπόκρισης της υπόλοιπης θεσσαλικής οικονομίας. Η υιοθέτηση της «προσέγγισης με βάση τον τόπο» έδειξε ότι υπάρχει τοπική βάση γνώσης η οποία μπορεί να αναδείξει συνδυασμούς και καινοτομίες αξιοποιώντας τις ΤΠΕ αλλά και την διακρίσιμότητα που προσφέρουν η διαχρονικότητα και οι εδαφικοί δεσμοί του θεσσαλικού πολιτισμού. Επιπλέον, το δυναμικό των δύο τομέων και η συμπληρωματικότητα με άλλους κλάδους της περιφερειακής οικονομίας, το ευνοϊκό διεθνές περιβάλλον σχετικά με τη ζήτηση πολιτιστικό-τουριστικού προϊόντος και η συμβατότητα του στόχου με τις συναφείς στρατηγικές της Ε.Ε. και της Ελλάδας επιτρέπουν την εμφάνιση νέων επιχειρηματικών πεδίων. Αυτά μπορούν να αποτελέσουν πεδία εισαγωγής καινοτομίας και συνεργασίας αλλά και ενίσχυσης των κρίκων της πολιτιστικό-τουριστικής αλυσίδας. Η διαβούλευση που ακολούθησε είχε ως στόχο να διερευνήσει και εξακριβώσει σε ποια σημεία η συνάντηση των δύο τομέων έχει ανάγκη εισαγωγής οργανωτικής, τεχνολογικής και προωθητικής (marketing) καινοτομίας.

Έχοντας υπόψη το παραπάνω πλαίσιο για την ανάπτυξη του πολιτισμού και του ποιοτικού τουρισμού, η ΟΕ αφού διαβουλευτήκε, αντάλλαξε κείμενα, ιδέες και προτάσεις, ετοίμασε το παρόν κείμενο το οποίο αποτελεί πλαίσιο προβληματισμού και κατευθύνσεων και θα απευθυνθεί στη συνέχεια για περαιτέρω διαβούλευση στους εκπροσώπους αυτών των δύο τομέων.

2 Η θέση του τομέα στην Περιφερειακή Οικονομία

Στο εσωτερικό του θεσσαλικού πολιτιστικού και τουριστικού τομέα δύσκολα εντοπίζονται ξεχωριστοί παραγωγικοί «τομείς» ή «κλάδοι» εξαιτίας α) της υστέρησης του παραγωγικού πολιτιστικού τομέα (πολιτιστική βιομηχανία), β) της πολυπλοκότητας και ετερογένειας της τουριστικής δραστηριότητας από την πλευρά της ζήτησης και προσφοράς και γ) της έλλειψης κάποιου οικονομικού τομέα που να παράγει αποκλειστικά για τον τουρισμό. Επιπλέον, στους εθνικούς λογαριασμούς ο τουρισμός, ως οικονομικός κλάδος περιλαμβάνεται στις υπηρεσίες, ενώ επιπροσθέτως υπάρχουν εκατοντάδες μικρές επιχειρήσεις από τις οποίες είναι πολύ δύσκολη η συλλογή αξιόπιστων στοιχείων. Τέλος, ισχύει ότι η στατιστική για τον τουρισμό δεν συμβαδίζει με το ρόλο που διαδραματίζει στην οικονομία των περιφερειών². Αυτά τα εμπόδια δεν βοηθούν στη διερεύνηση της σχέσης προσφοράς από τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας και ζήτησης από τον τουρισμό και κατ'επέκταση τις μεταβολές που επιφέρει ο πολιτισμός και ο τουρισμός στην παραγωγική διάρθρωση της ελληνικής και θεσσαλικής οικονομίας. Ως προς τις προοπτικές της σύνδεσης πολιτισμού και τουρισμού η διάγνωση βασίστηκε επίσης και στις δυνατότητες σύνδεσης με άλλους συγγενικούς κλάδους της θεσσαλικής οικονομίας όπως οι επιχειρήσεις ΤΠΕ, γραφικών τεχνών και διαφήμισης μάρκετινγκ στις οποίες φαίνεται η Θεσσαλία να διαθέτει ισχυρό δυναμικό.

Για τους παραπάνω λόγους η ΟΕ προχώρησε στην αξιολόγηση της κατάστασης και των προοπτικών και των δύο τομέων.

2.1 Κατάταξη και εξειδίκευση σε σχέση με την Επικράτεια

2.1.1 Ο ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ³

Η πρώτη διάγνωση του τομέα βασίστηκε στην αξιολόγηση των πόρων, του κοινωνικού και επιχειρηματικού κεφαλαίου, των υποδομών και εξοπλισμών και των δυνατοτήτων ανταγωνισμού ως προς το εξωτερικό περιβάλλον. Η ΟΕ στην προσπάθεια αυτή έλαβε υπόψη τα έξι κριτήρια που υιοθετεί η RIS3: α) βιωσιμότητα μετά την περίοδο χρηματοδότησης, β) δημιουργία τοπικών ικανοτήτων, γ) ολοκληρωμένες λύσεις στην τεχνολογία-παραγωγή-αγορά-χρηματοδότηση, δ) μόχλευση ιδιωτικών κεφαλαίων, ε) πλήθος δικαιούχων, και στ) συμβολή στην επίτευξη των στόχων ανάπτυξης του ΑΕΠ και της απασχόλησης.

Ο πολιτιστικός τομέας της Θεσσαλίας χωρίς να διαθέτει αναπτυγμένους παραγωγικούς κλάδους (πολιτιστική βιομηχανία) βρίσκεται σε μια ιδιαίτερη θέση: χαρακτηρίζεται από έντονη ποικιλομορφία και πλούτο (ιστορικότητα-διαχρονικότητα, πολιτιστική κληρονομιά, ζωντανή παράδοση), από σχετικά καλές υποδομές για την προβολή-έκφραση του σύγχρονου πολιτισμού και την υποδοχή επισκεπτών) και από σημαντικότερο κοινωνικό κεφάλαιο όπως αυτό εκφράζεται κυρίως με την παρουσία περίπου 900 πολιτιστικών συλλόγων και τα δικτύων τους, των ΜΚΟ κτλ. Αυτό το πολιτιστικό κεφάλαιο, παρότι κινείται στις παρυφές της οικονομίας της Θεσσαλίας, θεωρείται ως ένας σημαντικός πόρος για δύο βασικούς λόγους: α) την αυξανόμενη σημασία του και συμβολή στην «οικονομία της ποιότητας» και στη διακριτικότητα που μπορεί να προσφέρει σε αγαθά και υπηρεσίες της θεσσαλικής οικονομίας (αγροτρόφιμα, εκπαίδευση, τουρισμός κτλ.) και β) τη μεγάλη διεθνή τάση ζήτησης πολιτιστικών αγαθών και δραστηριοτήτων από το τουριστικό καταναλωτικό κοινό ιδιαίτερα δε του τουριστικού.

Η αξιολόγηση του θεσσαλικού πολιτισμού επικεντρώνεται στο ρόλο του ως πυλώνα της τοπικής ανάπτυξης στη βάση των πολιτιστικών πόρων και της υλικής και άυλης κληρονομιάς. Επίσης, ως τοπική «πρώτη ύλη» η οποία μπορεί να στηρίξει την ενδογενή ανάπτυξη και δραστηριότητα

² Βλ. Χατζημαρινάκης (2011). *Περιφερειακοί δορυφόροι λογαριασμοί τουρισμού. Γενική θεωρία*.

³ Η συμβολή του πολιτιστικού τομέα στην περιφερειακή και εθνική διάρθρωση της απασχόλησης και ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας, είναι επίσης δύσκολα μετρήσιμη λόγω έλλειψης ποσοτικών δεδομένων για α) τις μακροχρόνιες επενδύσεις στην εκπαίδευση, τον πολιτισμό και στην έρευνα, οι οποίες συνιστούν επενδύσεις στην οικονομία, β) την ένταξη των πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών σε τουριστικές αλυσίδες.

τες διακριτές δύσκολα μεταφερόμενες αλλού και να συμβάλλει στην ανάπτυξη μικρών επιχειρήσεων και δραστηριοτήτων που δημιουργούν θέσεις απασχόλησης και εισόδημα. Η δυνατότητα αξιοποίησης αυτής της πρώτης ύλης εξαρτάται από τη συμμετοχή και άλλων τομέων του πολιτισμού: οι Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες στη βάση και του Σύγχρονου Πολιτισμού (οπτικοακουστικά μέσα, εκδόσεις, παραστατικές τέχνες - μουσική, χορός, θέατρο κτλ.) αλλά και της Θεσσαλικής οικονομίας (πληροφορική, βιοτεχνίες, αγροτρόφιμα κτλ.).

Αξιολόγηση δυνατοτήτων αξιοποίησης του πολιτιστικού αποθέματος

Η Θεσσαλική Πολιτιστική Κληρονομιά (ΘΠΚ)

Η Θεσσαλική Πολιτιστική Κληρονομιά (ΘΠΚ) χαρακτηρίζεται από τον πολύ χαμηλό βαθμό μετατροπής της σε οικονομικό πόρο. Ωστόσο, αποτελεί σημαντικό πολιτιστικό διαχρονικό απόθεμα το οποίο συνθέτουν: α) παραδοσιακοί οικισμοί, β) βιομηχανικά & βιοτεχνικά κτίρια, γ) δείγματα προηγμένης οδομηχανικής, δ) κτίρια-σημεία αναφοράς τόπων, ε) κινητά εργαλεία & μνημεία, στ) αγροδιατροφικός πλούτος και τοπικά προϊόντα, ζ) λαϊκή παράδοση, και η) γεωγραφική ποικιλία των τοπίων και η φυσική κληρονομιά. Η Θεσσαλία διαθέτει επίσης, περιοχές που συνδέονται στενά με την αρχαία μυθολογία και αποτελούν στοιχείο του παγκόσμιου πολιτισμού: Όλυμπος του Δωδεκάθεου, Πήλιο των Κενταύρων, κτλ. Επίσης, τα Μετέωρα, αποτελούν διεθνώς αναγνωρισμένο τόπο. Τέλος, ο αρχαιολογικός πλούτος της Θεσσαλίας δεν έχει αναδειχθεί, με αρνητικές επιπτώσεις στην τοπική οικονομία και προπαντός στην τουριστική ελκυστικότητα και διακριτότητα της περιφέρειας. Το θεσσαλικό τουριστικό προϊόν περιλαμβάνει ελάχιστους αρχαιολογικούς τόπους, ενώ η Θεσσαλία κατέχει μια από τις τελευταίες θέσεις στις επισκέψεις σε αρχαιολογικά μουσεία.

Το θεσμικό, ανθρώπινο και κοινωνικό κεφάλαιο (δυναμικό)

Το κεφάλαιο αυτό συνδέεται άμεσα ή έμμεσα με τον πολιτιστικό τομέα της Θεσσαλίας και αντιστοιχεί στον Δημόσιο, κοινωνικό τομέα φορέων και εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού και κατηγοριοποιείται ως εξής:

- 1) *Δημόσιοι φορείς, Περιφέρεια και πολιτιστικοί οργανισμοί των ΟΤΑ*: Οι αυτοδιοικητικοί φορείς αποτελούν νέες ενισχυμένες δομές που προήλθαν από τη διοικητική μεταρρύθμιση. Η πρόσφατη δημιουργία τους και η συνεχιζόμενη κρίση δεν επιτρέπουν την αξιολόγησή τους με βάση το μέχρι σήμερα έργο τους. Λόγω της μεγέθυνσης και ενισχυμένων αρμοδιοτήτων μπορούν να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο στη διαχείριση της ΘΠΚ. Οι μεγάλες πόλεις διαθέτουν οργανισμούς με υποδομές και στελέχη με εμπειρία στην οργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων. Ο ρόλος της Αιρετής Περιφέρειας θα είναι αποφασιστικός στον συντονισμό μιας καινοτομικής μορφής διακυβέρνησης η οποία θα περιλαμβάνει όλους τους εμπλεκόμενους φορείς στη διαδικασία σύνδεσης πολιτισμού και ανάπτυξης. Στους δημόσιους φορείς σημαντική θέση κατέχουν οι εφορείες αρχαιοτήτων του Υπουργείου Πολιτισμού.
- 2) *Οι φορείς του κοινωνικού τομέα (κοινωνικό κεφάλαιο), πολιτιστικοί σύλλογοι και ΜΚΟ*. Στη θεσσαλική περιφέρεια λειτουργούν 860 Πολιτιστικοί Σύλλογοι. Αυτό το σημαντικό κοινωνικό κεφάλαιο στηρίζεται σε 100.000 μέλη, ποσοστό 25% του ενεργού θεσσαλικού πληθυσμού. Επιπλέον, πάνω από 10.000 άτομα αποτελούν ή έχουν αποτελέσει διοικητικά μέλη των συλλόγων με γνώσεις και εμπειρίες σχετικές με τη λειτουργία ενός συλλόγου, την εφαρμογή και διαχείριση των δραστηριοτήτων του. Προστίθενται επίσης οι σύλλογοι των απόδημων Θεσσαλών οργανωμένοι στην παγκόσμια ομοσπονδία θεσσαλικών συλλόγων της διασποράς, καθώς και οι εθνικές και περιφερειακές ομοσπονδίες πληθυσμών, μέρος των οποίων εδρεύουν στη Θεσσαλία (Ομοσπονδίες Πολιτιστικών Συλλόγων Βλάχων, Σαρακατσαναίων κτλ.). Όλοι οι παρα-

πάνω σύλλογοι ασχολούνται λιγότερο ή περισσότερο ενεργά με την προστασία και διαχείριση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς (ΦΚΠΚ). Τα τελευταία χρόνια συνεργάζονται με τις τοπικές αναπτυξιακές εταιρίες για την ένταξη δράσεων προστασίας και ανάδειξής της σε προγράμματα (Leader, ΟΠΑΑΧ κτλ.). Με συντονισμό και στήριξη οι σύλλογοι αυτοί μπορούν να συμμετέχουν ενεργά στο σχεδιασμό και την οργάνωση της σύνδεσης πολιτισμού και ανάπτυξης. Σήμερα, αντιμετωπίζουν κυρίως το πρόβλημα της ανεπαρκούς κατάρτισης των στελεχών τους σε θέματα που αφορούν τη διαχείριση, την εμπύχωση κτλ. Σ' αυτήν την αναβάθμιση του ρόλου τους μπορεί να συμβάλει η Ομοσπονδία των Εθελοντικών Οργανώσεων της Κοινωνίας των Πολιτών της Θεσσαλίας (Δίκτυο μΚΟ) με μέλη Συλλόγους και Μη Κερδοσκοπικές Εταιρίες. Ιδρύθηκε το 2011 και ασχολείται με το Περιβάλλον, τον Πολιτισμό, την Κοινωνική Αλληλεγγύη και τη Βιώσιμη Ανάπτυξη.

- 3) *Φορείς και επιχειρήσεις του παραδοσιακού και σύγχρονου πολιτισμού, παραγωγοί αγαθών και υπηρεσιών.* Πρόκειται για τους φορείς της πολιτιστικής κληρονομιάς (μουσεία, χορός, μουσική, γαστρονομία...), του σύγχρονου πολιτισμού (καλλιτέχνες, ζωγράφοι, αιογράφοι, παραδοσιακά επαγγέλματα), βιοτεχνίες κεραμικών, συνεταιρισμοί γυναικών, εργαστήρια αιογραφίας, παραδοσιακών ενδυμασιών, υφαντουργία κτλ.).
- i) *Επιχειρήσεις:* 20 Εργαστήρια κεραμικής. Η κεραμική τέχνη συμβάλλει στην παραγωγική φυσιογνωμία του τόπου και στον τουρισμό. Τα εργαστήρια αυτά δεν συνεργάζονται ώστε να εξασφαλίσουν τον απαραίτητο όγκο παραγγελιών και την καλύτερη πρόσβαση στην αγορά.
 - ii) *Εργαστήρια Αιογραφίας* 45. Έλλειψη οργάνωσης των σημείων έκθεσης και πώλησης τόσο στο εσωτερικό της Θεσσαλίας όσο και στο εξωτερικό. Συνιστάται η δημιουργία μιας σχολής (αξιοποιώντας ενδεχομένως την ανερχόμενη αγορά των ρώσων ορθόδοξων).
 - iii) *Επιχειρήσεις ξύλου, κατασκευής παραδοσιακών επίπλων αλλά και παραδοσιακών εργαλείων.*
 - iv) *Κλωστοϋφαντουργία:* 22 βιοτεχνίες με παραγωγή θεσσαλικών προϊόντων (οικιακά υφαντά, τσάντες, χαλιά κτλ.) και άλλες 15 που μπορούν να στραφούν προς αυτή την κατεύθυνση.
 - v) *Συνεταιρισμοί γυναικών:* έχουν αναπτύξει σημαντικό έργο στην παραγωγή και διάθεση παραδοσιακών ποιοτικών προϊόντων.
 - vi) *Κατασκευή και επισκευή μουσικών οργάνων:* εντοπίζονται πολλά άτυπα εργαστήρια στη Λάρισα, στο Βόλο και στα Τρίκαλα.
 - vii) *Μουσικοί παραδοσιακοί:* Καταγράφονται εκατοντάδες λαϊκοί – παραδοσιακοί μουσικοί οργανωμένοι σε ορχήστρες, μέρος των οποίων είναι απόφοιτοι του Τμήματος Λαϊκής και Παραδοσιακής Μουσικής του ΤΕΙ Ηπείρου και της Σχολής Παραδοσιακής Μουσικής του Δημοτικού Ωδείου Λάρισας. Το δυναμικό αυτό μπορεί να συνδράμει στην οργάνωση Πολιτιστικών Διαδρομών, διεθνών σεμιναρίων διδασκαλίας της παραδοσιακής μουσικής κτλ. Ήδη λειτουργούν σεμινάρια με αξιόλογη συμμετοχή.
 - viii) *Πολιτιστικές εκδηλώσεις:* καταγράφεται ένας μεγάλος αριθμός εκδηλώσεων του παραδοσιακού και του σύγχρονου πολιτισμού. Είναι δυνατόν να αποτελέσουν ένα αξιόλογο αντικείμενο προσέλκυσης ενδιαφερόμενων επισκεπτών αρκεί να τεθούν συγκεκριμένες προδιαγραφές. Υπάρχει σχετική επάρκεια υποδομών και υποστηρικτικών υπηρεσιών (60 επιχειρήσεις).
 - ix) *Γαστρονομία:* Αποτελεί την πιο οργανωμένη αλυσίδα παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων. Βασικοί εκπρόσωποι είναι οι δεκάδες βιοτεχνίες παραγωγής τοπικών αγροτροφίμων, οι συνεταιρισμοί γυναικών και οι σύλλογοι γυναικών (βλ. διαγνωστική έκθεση της ΟΕ Αγροτροφίμων).
 - x) *Λαογραφικά Μουσεία:* υπάρχουν 88 μουσεία γεωγραφικά και θεματικά κατανομημένα ισορροπία στην περιφέρεια. Οι θεματικές τους: γεωργικά-κτηνοτροφικά εργαλεία, τοιχογραφίες-πίνακες ζωγραφικής, καλλιτεχνικό-φωτογραφικό υλικό, έντυπο υλικό-βιβλία-

χειρόγραφα-εφημερίδες, ενδυμασία- κοσμήματα και οικιακά σκεύη-χρηστικά. Τα 37 αποτελούν μουσειακές συλλογές, δημιουργίες ατόμων τα οποία έχουν αναλάβει τη συλλογή, συντήρηση και προβολή τους σε μέτριας ποιότητας κτιριακές εγκαταστάσεις. Από τη διαβούλευση της ΟΕ προκύπτει ότι η συμβολή των Μουσείων στην ανάπτυξη και η προσφορά τους σε μια πιο απαιτητική τουριστική αγορά, προϋποθέτουν α) δικτυώσεις, τεχνολογίες και νέες γνώσεις που σχετίζονται με την επικοινωνιακή λειτουργία τους και β) συντονισμό των προσπαθειών ολοκληρωμένης προστασίας, διαχείρισης και αξιοποίησης της ΠΚ.

- xi) *Εκδόσεις-εκτυπώσεις με 250 επιχειρήσεις*
- xii) *Καλλιτεχνικός-δημιουργικός τομέας: 170 επιχειρήσεις (ηθοποιοί, σκηνοθέτες, χοροδιδάσκαλοι, ωδεία, στούντιο, ζωγράφοι-γλύπτες (35)*
- 4) *Εξειδικευμένο Δυναμικό, εκπαίδευση και έρευνα (Εκπαιδευτικά ιδρύματα κατάρτισης και έρευνας στον τομέα του πολιτισμού και του πολιτιστικού τουρισμού). Το δυναμικό αυτό δεν έχει καταγραφεί, υποαπασχολείται και μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη των αντίστοιχων κλάδων του πολιτισμού και του ποιοτικού τουρισμού.*
 - i) *Απόφοιτοι ΙΕΚ: εξειδικευμένα στελέχη στο χώρο α) των γραφικών τεχνών, ηλεκτρονικών μέσων, διαφήμισης, οπτικής επικοινωνίας και πολυμέσων, β) της συντήρησης μουσειακών αντικειμένων και ανασκαφών, γ) της γαστρονομίας-μαγειρικής, των Επιχειρήσεων Εστίασης, δ) της χειροποίητης κεραμικής, δημιουργίας παραδοσιακών/ πρωτότυπων προϊόντων (τεχνολόγοι, τεχνίτες τροχού, αγγειογράφοι-διακοσμητές), ε) της υποδοχής και φιλοξενίας στον τουριστικό τομέα, στ) της ενδυματολογίας και σχεδίασης μόδας, κατασκευής-προβολής παραδοσιακών ενδυμάτων ή σχεδιασμού σύγχρονων ενδυμάτων με έμπνευση την παράδοση, ζ) της κοινωνίας της πληροφορίας και μετάδοσης μηνυμάτων-πληροφοριών μέσω της εικόνας και η) του χειροποίητου κοσμήματος και δημιουργία πρωτότυπων κοσμημάτων με παραδοσιακές και νέες τεχνικές και πρακτικές, οργάνωσης εργαστηρίων και επιχειρήσεων αργυροχρυσοχοΐας.*
 - ii) *Ιδρύματα Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης: Στα σχετικά με τον πολιτισμό και τουρισμό τμήματα των ΑΕΙ/ΤΕΙ Θεσσαλίας, η προώθηση της σχέσης μεταξύ έρευνας και ανάπτυξης (Ε/Α) και η οριζόντια συνεργασία τους με τους φορείς του δημοσίου, κοινωνικού και ιδιωτικού τομέα δεν είναι αναπτυγμένες. Το Π.Θ. προσφέρει επιστήμονες στα θέματα ιστορίας και αρχαιολογίας, εκπόνησης σχεδίων διαχείρισης, αξιοποίησης τοπικών πόρων, ανάπλασης και παρεμβάσεων αναπαλαίωσης κτιρίων, προσόψεων και στον τομέα των ΤΠΕ. Οι εξειδικεύσεις του ΤΕΙ Θεσσαλίας αφορούν: αποκατάσταση κτιρίων, αρχιτεκτονική σύνθεση, αναπαλαίωση και νέα χρήση παλιών κτιρίων, ανάδειξη παραδοσιακών επαγγελματιών και συντήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, τουριστικές επιχειρήσεις, διατήρηση και αναβάθμιση φυσικού περιβάλλοντος, διαχείριση τοπίων σε τόπους με υψηλή ελκυστικότητα.*
 - iii) *Δυνητικές διαπανεπιστημιακές συνεργασίες μπορεί να υπάρξουν με 14 σχετικά Τμήματα σε 10 ΑΕΙ/ΤΕΙ της χώρας στους τομείς της ιστορίας, γλώσσας, εθνολογίας, λαϊκής-παραδοσιακής μουσικής, προστασίας-συντήρησης της ΠΚ, πολιτισμικής τεχνολογίας, επικοινωνίας & πληροφορικής, διαχείρισης πολιτισμικών αγαθών, εκπαίδευσης και πολιτισμού, καθώς και με ΑΕΙ της Ευρώπης με τα οποία το Πανεπιστήμιο και το ΤΕΙ Θεσσαλίας έχουν αναπτύξει ισχυρές σχέσεις.*
- 5) *Υποστηρικτικές υπηρεσίες*
 - i) *Υπηρεσίες τεχνικής υποστήριξης: Αφορούν μικρές αλλά συχνά δυναμικές επιχειρήσεις με εντυπωσιακή παρουσία στις γραφικές τέχνες (180) και ΤΠΕ (600+).*
 - ii) *Οπτικο-ακουστικά: 160 μικρές επιχειρήσεις που ασχολούνται με το ραδιόφωνο (46), την τηλεόραση (18), βίντεο (16), υπηρεσίες ηχογράφησης (50), παραγωγή-παρουσίαση καλλιτεχνικών εκδηλώσεων/οργάνωση συνεδρίων (50), παραγωγή εκπαιδευτικών ταινιών (5), φωτογραφία (20), ΤΠΕ: καταγράφεται η πιο εντυπωσιακή παρουσία 600 και πλέον επιχει-*

ρήσεων: υπηρεσίες web hosting (27), διαδικτυακές πύλες/διαφήμιση (22), υπολογιστές / λογισμικά / διαδίκτυο (116). Μόνο στην ΠΕ Λάρισας καταγράφονται 140 επιχειρήσεις παραγωγής λογισμικού επικοινωνίας και 470 προγραμματιστών. Επίσης υπάρχει ένα ισχυρό δίκτυο τεχνικής υποστήριξης για Η/Υ σε όλη τη Θεσσαλία. Η καινοτομία θα πρέπει να αναζητηθεί στο γεγονός ότι αυτές οι επιχειρήσεις υποστηρίζουν και γνωρίζουν χιλιάδες επιχειρήσεις της Θεσσαλίας και επομένως και εκείνες που θα δραστηριοποιηθούν στον πολιτιστικό και δημιουργικό τουρισμό. Διαφήμιση-μάρκετινγκ-γραφικές τέχνες με 26ο, 3ο και 18ο επιχειρήσεις αντίστοιχα.

- iii) *Οργάνωση δραστηριοτήτων γύρω από το ΦκΠΚ και τα σπορ*: 8ο περίπου μικρές επιχειρήσεις.
- iv) *Οργανισμοί Τ.Α.* με υποδομές και έμπειρα στελέχη στην οργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων
- v) *Υπηρεσίες αναπτυξιακής υποστήριξης*: αφορούν μηχανισμούς όπως οι Αναπτυξιακές Εταιρείες, διάφορα κέντρα επιχειρηματικότητας κτλ .

Προκύπτει με βάση αυτή την καταγραφή, τη διαβούλευση και τη διάγνωση που επιχειρήθηκε με βάση πληροφορίες, στατιστικά δεδομένα και μελέτες ότι εντοπίζονται διάφορα επίπεδα ανάπτυξης αυτών των τομέων τα οποία μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

- 1) *Τομείς που διαθέτουν κρίσιμη μάζα πόρων και επιχειρήσεων, υποδομές και ανθρώπινο και κοινωνικό κεφάλαιο*: Φυσική και Πολιτιστική Κληρονομιά, φεστιβάλ, βιοτεχνίες (Χειροτεχνία), τουρισμός, Γαστρονομία και κρασί, Οπτικοακουστικά-διαδραστικά μέσα, ΤΠΕ, Εκδόσεις.
- 2) *Μη ανεπτυγμένοι τομείς οι οποίοι διαθέτουν μικρό διάσπαρτο δυναμικό και μικρές υποδομές (επιχειρήσεις, εξοπλισμός και ανθρώπινο δυναμικό)*: Τέχνες, Εικαστικές Τέχνες, Παραστατικές τέχνες, Διαφήμιση, , δημιουργικές υπηρεσίες, αρχιτεκτονική, Αγορά έργων τέχνης.
- 3) *Τομείς σχεδόν ανύπαρκτοι*: Μόδα, Σχέδιο, πολεοδομία, δημιουργικός τουρισμός, Ψηφιακή δημιουργία.

Συμπέρασμα

Η προσέγγιση και αξιολόγηση της σχέσης πολιτισμού και ανάπτυξης στη Θεσσαλία μέσα από τους τομείς και τις δραστηριότητες που ορίζουν τη δημιουργική οικονομία, αναδεικνύει μέτρια αποτελέσματα. Αυτό επιβεβαιώνει η διερεύνηση των τομέων του πυρήνα του πολιτισμού (ΦκΠΚ, μουσική, τέχνες & φεστιβάλ, εικαστικές τέχνες & βιοτεχνίες, βιβλία & Τύπος, οπτικοακουστικά & διαδραστικά μέσα, σχεδιασμός & δημιουργικές υπηρεσίες) και των περιφερειακών τομέων που είναι ο τουρισμός, αθλητισμός και ψυχαγωγία, ή των τομέων που βρίσκονται θεωρητικά πιο κοντά και περισσότερο ενταγμένοι στην αγορά, όπως ο δημιουργικός τουρισμός, η διαφήμιση, η ψηφιακή δημιουργία, αγορά έργων τέχνης & αρχαιότητας, αρχιτεκτονική & πολεοδομία, γαστρονομία & κρασί, μόδα, σχέδιο. Οι τελευταίοι προσεγγίστηκαν ως ενεργοποιητές των πολιτιστικών στοιχείων της περιφερειακής οικονομίας. Για την καλύτερη αξιολόγηση, λήφθηκαν υπόψη και άλλες υποστηρικτικές υπηρεσίες και γειτονικοί τομείς δραστηριοτήτων που προσφέρει ή μπορεί να προσφέρει η θεσσαλική οικονομία για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τομέα (ΤΠΕ, μάρκετινγκ κτλ.).

Αυτή η πρώτη διάγνωση του πολιτιστικού τομέα της Θεσσαλίας σε σχέση με τις προοπτικές συμβολής του στην περιφερειακή ανάπτυξη, θα πρέπει να ολοκληρωθεί και να τεκμηριωθεί σε βάθος. Ωστόσο, προκύπτουν τα εξής πιο συγκεκριμένα συμπεράσματα:

- 1) Ο πολιτιστικός παραγωγικός τομέας (πολιτιστικές βιομηχανίες) βρίσκεται σε εμβρυσώδη κατάσταση, ενώ υφίσταται ένα ανθρώπινο δυναμικό του δημιουργικού και σύγχρονου πολιτισμού, του οποίου οι δράσεις δεν ξεπερνούν τα όρια της Περιφέρειας.
- 2) Παράλληλα, η διαχείριση των πόρων και η επιχειρηματικότητα είναι ελλειμματικές και οργανώνονται από α) μεμονωμένες πρωτοβουλίες ιδιωτών, β) συλλόγους χωρίς επιχειρηματικές

δράσεις, γ) οργανισμούς της Τ.Α. που δραστηριοποιούνται με βάση δημόσιες χρηματοδοτήσεις.

- 3) Αυτή η κατάσταση αντανακλά τις περιορισμένες θετικές (μετρήσιμες) επιδράσεις της αξιοποίησης του πολιτισμού (νέες επιχειρήσεις, αύξηση απασχόλησης, επενδύσεις) στις περιοχές με έντονη προσέλκυση επισκεπτών, θαλάσσιου (Σποράδες, Πήλιο), ορεινού (Περτούλι, Λ. Πλαστήρα) και θρησκευτικού τουρισμού (Καλαμπάκα). Στις περιοχές αυτές παρατηρείται μικρή συγκέντρωση επιχειρήσεων αναψυχής και εμπορίας τοπικών προϊόντων, των οποίων οι δορυφόροι ενέργειες εμφανίζουν, στις επίσημες στατιστικές, μικρό οικονομικό αποτέλεσμα.

Τα κύρια προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τομείς πολιτιστικών δραστηριοτήτων είναι:

- οι δυσκολίες ενσωμάτωσης στα εμπορικά και τουριστικά οικονομικά δίκτυα,
- το ρυθμιστικό και οικονομικό περιβάλλον που δεν ευνοεί την ανάπτυξη,
- η έλλειψη πρόσβασης σε οικονομικούς και τεχνικούς πόρους,
- το χαμηλό επίπεδο της εγχώριας ζήτησης,
- η ανάγκη βελτίωσης των τεχνικών και διαχειριστικών δεξιοτήτων και τέλους,
- η έλλειψη πληροφοριών και στήριξης για επέκταση και εδραίωση των δραστηριοτήτων.

Προκύπτει ότι στον πολιτιστικό τομέα της Θεσσαλίας κυριαρχεί η πολιτική και πρακτική της «κληρονομοποίησης», η οποία οργανώνεται και διαχειρίζεται από φορείς του δημοσίου και του κοινωνικού τομέα με μικρή συμμετοχή επιχειρήσεων του ιδιωτικού και του ερευνητικού τομέα. Αντίθετα, η διαδικασία συντονισμένης αξιοποίησης πόρων και υποδομών η οποία υστερεί όπως φανερώθηκε η μικρή συμμετοχή του ιδιωτικού και κοινωνικού τομέα είναι δυνατόν να επιταχυνθεί και να αποδώσει.

Προοπτικές

Η ύπαρξη πολιτιστικών πόρων δημιουργεί τις προϋποθέσεις ανάπτυξης, δεν είναι ωστόσο, σήμερα ικανή να δημιουργήσει ανάπτυξη χωρίς την ενεργοποίηση και άλλων παραγόντων. Εντοπίζεται ένας πυρήνας υποστηρικτικών και συγγενικών επιχειρήσεων των ΤΠΕ, των δραστηριοτήτων γύρω από τη ΦκΠΚ καθώς και ορισμένες βιοτεχνίες ειδών πολιτιστικής κληρονομιάς και παραδοσιακών τροφίμων και στον αντίποδα, κάποιες μικρές επιχειρήσεις οπτικο-ακουστικών μέσων, προβολής και οργανωτικής τεχνολογίας. Επίσης, οι Αναπτυξιακές Εταιρείες απέκτησαν σημαντική σχετική εμπειρία από το 1990 στον πολιτιστικό τομέα μέσω της ένταξης των παραπάνω φορέων σε ευρωπαϊκά προγράμματα εστιάζοντας σε υποδομές και εξοπλισμό.

Ο πολιτιστικός τομέας ως τομέας οικονομικής δραστηριότητας δεν έχει προοπτικές εξέλιξης χωρίς δικτυώσεις, συνεργασίες διακλαδικές (τουρισμός, ΤΠΕ κτλ.) και εκπαίδευση. Θεωρείται ως ιδιαίτερα αξιοποιήσιμη η ισχυρή υλική, άυλη και διαχρονική διάσταση της πολιτιστικής κληρονομιάς που αναπαράγει ως ένα βαθμό η κοινωνία. Για την ενίσχυση της σχέσης πολιτισμού, εκπαίδευσης και ανάπτυξης, η Θεσσαλία διαθέτει ένα σημαντικό δυναμικό στα ΑΕΙ/ΤΕΙ και ιδιαίτερα στα παιδαγωγικά και πολυτεχνικά τμήματα.

Η διαβούλευση ανέδειξε ότι αν η ΘΠΚ προσεγγιστεί από την πλευρά όχι πλέον την τεχνική αλλά των λειτουργιών της είναι δυνατόν να συνδεθεί με διάφορους παραγωγικούς τομείς της θεσσαλικής οικονομίας με προεξάρχοντα αυτόν του τουρισμού. Απ' αυτή την άποψη, η ΠΚ ως διακριτός πόρος και στοιχείο καινοτομίας μπορεί να συμβάλει στην ενίσχυση της θεσσαλικής ταυτότητας και της εικόνας της, ενώ ως οικονομικός πόρος ισόρροπα κατανομημένος γεωγραφικά, θα συμβάλει στην τοπική ανάπτυξη και την εδαφική συνοχή της Θεσσαλίας.

2.1.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ

Η Ελλάδα έχει μέχρι σήμερα επενδύσει στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού. Τα μεγέθη και οι επιδόσεις του τουρισμού βελτιώνονται συνεχώς (2002: 12,4 εκατ., 2008: 16 εκατ. τουρίστες, 2013:

17 εκατ.). Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ, το 2012 ο Τουρισμός συνεισφέρει στο 18,3% της απασχόλησης, συμβάλλει στο 16,4% του ΑΕΠ και καλύπτει το 51,2% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου. Όμως, παρά τις ορατές αυξήσεις των κλασικών ποσοτικών στοιχείων μέτρησης της τουριστικής δραστηριότητας τις τελευταίες δεκαετίες (αφίξεις, πληρότητα κτλ.), είναι βέβαιο ότι τα καθαρά έσοδα από τον τουρισμό δεν ακολούθησαν την ίδια αυξητική εξέλιξη. Κυρίως, για το λόγο ότι η ελληνική τουριστική βιομηχανία έχασε την ανταγωνιστικότητά της παραμένοντας προσκολλημένη στο παλιό πρότυπο του μαζικού τουρισμού παρά την είσοδο της χώρας σε μια ζώνη χωρών με ισχυρό νόμισμα. Το γεγονός αυτό της αποστέρησε τη δυνατότητα να αντιμετωπίσει τον ήδη ανερχόμενο παγκόσμιο ανταγωνισμό τουριστικών υπηρεσιών ως χώρα χαμηλού κόστους (η Ελλάδα, το 2013, μεταξύ 140 χωρών, κατετάγη 32^η από άποψη ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα) σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ [WEF], έναντι της 96^{ης} θέσης που καταλαμβάνει στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας). Αδυνατώντας να ξεφύγει από την κυριαρχία του μαζικού τουρισμού αντιμετωπίζει ήδη ισχυρό ανταγωνισμό από τις γειτονικές χώρες. Παράλληλα, η αδυναμία του εγχώριου παραγωγικού δυναμικού να ανταποκριθεί στην τουριστική εγχώρια κατανάλωση γεγονός που οδήγησε σε μαζικές εισαγωγές (ακόμη και σε τρόφιμα), σε συνδυασμό με τη συνεχή ελάττωση της τουριστικής δαπάνης (μέση δαπάνη από 730 σε 640 ευρώ ανά ταξίδι το 2011)⁴, εξηγούν την τελική μείωση των κατά κεφαλή καθαρών εισπράξεων στον τομέα του τουρισμού. Η εμμονή στην πολιτική του μαζικού τουρισμού (προσέλκυσης τουριστών και αύξησης του αριθμού των αφίξεων) είχε ως αποτέλεσμα τη μη έγκαιρη ανταπόκριση στις τάσεις του ευρωπαϊκού και παγκόσμιου τουρισμού προς την ποιότητα και τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Αυτή η καθυστέρηση στην προσαρμογή του «τουριστικού προϊόντος» είχε επιπτώσεις και στη Θεσσαλία. Αυτή δεν απέκτησε δική της πολιτική και στρατηγική, οι οποίες να εστιάζουν στην ανάδειξη των περιφερειακών τουριστικών ιδιότυπων πόρων τους προτείνοντας νέα πρότυπα τουριστικής αξιοποίησής τους. *Η Θεσσαλία, παρά την πρόοδο στις σχετικές υποδομές, παρέμεινε ένας μέτριος προορισμός στις Σποράδες (με εξαίρεση τη Σκιάθο), στο Πήλιο και στα Μετέωρα για τους αλλοδαπούς και στην ορεινή Θεσσαλία και τα ανατολικά παράλια της για τους ημεδαπούς.* Το 2011 δέχθηκε μόλις το 2,4% των αλλοδαπών τουριστών (242 χιλ/10 εκατ.) και το 5% του συνόλου των επισκεπτών της χώρας (800 χιλ/16 εκατ.).

Σ' αυτό το γενικό πλαίσιο, λαμβάνοντας υπόψη τον προβληματισμό των εκπροσώπων της τουριστικής βιομηχανίας ως προς το ζήτημα της ανταγωνιστικότητας και βελτίωσης του θεσσαλικού τουριστικού προϊόντος, ο τουριστικός τομέας προσεγγίζεται στο παρόν κείμενο με στόχο τη διερεύνηση των δεσμών του με την περιφερειακή οικονομία αλλά και των προοπτικών του όπως αυτές προσδιορίζονται από την ικανότητα απάντησης στις προσμονές του διεθνούς τουριστικού κοινού και ανταπόκρισης στο νέο τουριστικό πρότυπο που τίθεται από τις ευρωπαϊκές και εθνικές αρχές. Την προσέγγιση αυτή καθιστά δύσκολη η έλλειψη ποσοτικών στοιχείων.

Για την αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος ο ΟΟΣΑ έχει προτείνει μια μεθοδολογική προσέγγιση γνωστή ως Δορυφορικός Λογαριασμός Τουρισμού (*Tourism Satellite Account – TSA/ΔΛΤ*). Ωστόσο σχετικές μελέτες δείχνουν ότι η προσαρμογή του ΔΛΤ σε περιφερειακό επίπεδο εμφανίζει σημαντικές δυσκολίες⁵. Η Θεσσαλία χρειάζεται επομένως, αξιοποιώντας αντίστοιχες προσπάθειες σε διεθνές και εθνικό επίπεδο, εξειδικευμένα στατιστικά εργαλεία περιφερειακού επιπέδου, προκειμένου αυτά να συμβάλουν στην ερμηνεία αλλά και στη διαμόρφωση αποτελεσματικών πολιτικών με στόχο την ενίσχυση και αξιοποίηση της τουριστικής δυναμικής στους τομείς της παραγωγής και της απασχόλησης, μέσω της αναπροσαρμογή της εγχώριας προσφοράς στην τουριστική ζήτηση. Η ανάγκη αυτή εντάσσεται στην πρόταση της Ε.Ε. για εμπλοκή των Ερευνητικών Ιδρυμάτων σε έρευνες, μελέτες και στατιστικές για τον τουρισμό.

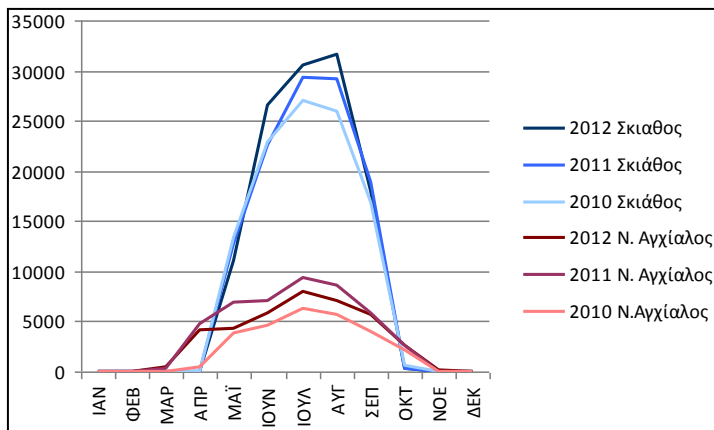
⁴ Εγνατία Οδός, Παρατηρητήριο, Δελτίο αποτελεσμάτων. ΣΕΤΕ8: προσπελάσιμο τόπος τουριστικού ενδιαφέροντος. Οκτώβριος 2012.

⁵ Οι περιφέρειες αντιμετωπιζόμενες ως μια διακριτή οικονομία από τον περιβάλλοντα κόσμο, δεν υφίστανται τελικά μηχανισμοί εντοπισμού της διαπεριφερειακής διακίνησης εμπορευμάτων, κεφαλαίου και ανθρώπων.

Η υποκείμενη αξιολόγηση εστιάζει σε δύο ειδών δεδομένα: α) τα ποσοτικά που αφορούν αφίξεις, διανυκτερεύσεις, πληρότητα αλλά και κατανομή των τουριστών με βάση τις υποδομές και το δυναμικό της τουριστικής βιομηχανίας, και β) ποιοτικά ως προς την ανάλυση της δυναμικής προσφοράς πολιτιστικών και τουριστικών πόρων με βάση τη ζήτηση εκ μέρους των τουριστών όπως αυτή διατυπώνεται από τους επιχειρηματίες, τις μελέτες και τα κείμενα στρατηγικής.

Δυναμικότητα και ελκυστικότητα του θεσσαλικού τουριστικού τομέα

Σε εθνικό επίπεδο, ο μ.ό. των διανυκτερεύσεων ανά άφιξη κατατάσσει τη Θεσσαλία στη 10^η θέση των περιφερειών της χώρας⁶. Αυτή η ισχνή συμβολή οφείλεται κυρίως στο μικρό μερίδιο που καταλαμβάνει ο εξωτερικός τουρισμός της Θεσσαλίας (35-40% έναντι 75% σε εθνικό επίπεδο). Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια (2003-2011) διαπιστώνεται μια αυξητική τάση στην άφιξη ξένων τουριστών (από 12,2% σε 19% ως προς το σύνολο των επισκεπτών), στην οποία συνέβαλλε και η λει-



τουργία του αεροδρομίου της Ν. Αγχιάλου (βλ. Διάγραμμα 1). Μεταξύ 2003 και 2011, οι αφίξεις στο αεροδρόμιο αυξήθηκαν από 20 χιλ. σε 45 χιλ. επιβάτες, ενώ ο αριθμός των επιβατών που διακινήθηκαν από τα δύο αεροδρόμια, Σκιάθου και Ν. Αγχιάλου, αυξήθηκε από 133.467 το 2010 σε 156.238 το 2012 με ποσοστό 15% (ΥΠΑ:www.yra.gr). Στο εσωτερι-

Διάγραμμα 1 Αφίξεις στα αεροδρόμια Σκιάθου-N. Αγχιάλου

κό της Θεσσαλίας η κατανομή των ξένων τουριστών είναι ιδιαίτε-

ρως ανισομερής (ΠΕ Μαγνησίας 75%, Τρικάλων 18,3%, Λάρισας 6,5%, Καρδίτσας 0,2%) ενώ των διανυκτερεύσεων το 2011 έχει ως εξής: ΠΕ Μαγνησίας 76,5%, Τρικάλων 19,7%, Λάρισας 3,4%, Καρδίτσας 0,4% (πηγή ΕΛ.ΣΤΑΤ).

Κλίνες και πληρότητα

Η αξιολόγηση των διαθέσιμων κλινών του θεσσαλικού τουριστικού τομέα αφορά την εξέλιξή τους κατά τα 20 τελευταία χρόνια και τη γεωγραφική κατανομή τους και βασίζεται σε επεξεργασμένα από την ΟΕ στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ. Η εξέλιξη ήταν απρόσκοπτη με ετήσιο ρυθμό 4% για την περίοδο 1993-2003, στο τέλος της οποίας η Περιφέρεια διέθετε 25.153 κλίνες, ενώ συνεχίστηκε και στην περίοδο 2003-2011 με 3% ετήσιο ρυθμό αύξησης (6.195+ κλίνες). Ωστόσο, διαπιστώνεται ότι την ίδια περίοδο η ζήτηση περιορίζεται στους μήνες Ιούνιο-Σεπτέμβριο με μέγιστη πληρότητα τον Αύγουστο.

Η αύξηση αυτού του δυναμικού της Θεσσαλίας είναι πολύ μικρή ως προς το σύνολο της χώρας (8,6% έναντι 18,4%). Τα κάμπινγκ ξεκινώντας σχεδόν από μηδενική βάση το 2003, γνωρίζουν μεγάλη ανάπτυξη καταγράφοντας το 2010 30.421 αφίξεις (7,8% ως προς το αντίστοιχο σύνολο της χώρας) εκ των οποίων οι 21,275 αλλοδαποί (αντιπροσωπεύουν το 9,5% του συνόλου αφίξεων σε κάμπινγκ της χώρας). Τέλος, τα ποσοστά της πληρότητας είναι πολύ χαμηλότερα του εθνικού μέσου όρου. Το 2010, κατά την ΕΛ.ΣΤΑΤ. η πληρότητα στη Θεσσαλία ήταν 31,8% έναντι

⁶ Επεξεργασμένα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ.

48,1% στην Ελλάδα., με διαφορές στο εσωτερικό της περιφέρειας (Μαγνησία 34,5%, Τρίκαλα 25,9%, Λάρισα 30,8%, Καρδίτσα 27,7%).

Περιφέρειες	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ / ΑΦΙΞΗ		
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Σύνολο
Κρήτη	3,1	7,1	6,5
Ιόνια Νησιά	3,5	7,5	6,5
ΕΛΛΑΔΑ	3,3	7,2	6,5
Νότιο Αιγαίο	3,6	6,7	6,3
Βόρειο Αιγαίο	3,2	6,8	5,1
Κ. Μακεδονία	2,4	5,2	3,7
Α. Μακεδονία/Θράκη	2,2	4,7	2,9
Στερεά Ελλάδα	2,5	3,0	2,7
Πελοπόννησος	2,3	3,0	2,5
Δ. Ελλάδα	2,2	2,7	2,4
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	2,1	3,0	2,4
Ήπειρος	2,1	2,9	2,2
Αττική	2,0	2,2	2,1
Δ. Μακεδονία	2,0	1,8	2,0

Το 2013, η Θεσσαλία διαθέτει πλέον για τα δικά της δεδομένα, έναν ισχυρό πυρήνα ξενοδοχειακών μονάδων, κάμπινγκ και δωματίων ενοικίασης με σύνολο 70.000 κλίνες (Μαγνησία: 53.500, Λάρισα: 6.500, Τρίκαλα: 6.000, Καρδίτσα: 3.000). Καταγράφονται περίπου 600 ξενοδοχεία με 30.000 κλίνες εκ των οποίων το 34% είναι 2^{ης} κατηγορίας και το 11% 1^{ης}. Το 75% διαθέτει λιγότερες από 50 κλίνες το καθένα. Όμως, οι μισές σχεδόν από τις συνολικές κλίνες (14.000) ή το 20%

του συνόλου των 70.000 κλινών της Θεσσαλίας, ανήκουν σε 330 ξενοδοχεία των 3* και άνω. Είναι ενδιαφέρον ότι το 50% αυτών των κλινών/ξενοδοχείων βρίσκονται εκτός Μαγνησίας, στα άκρα της ζώνης Πίνδου/Αν. Παραλίων Λαρίσης. Τέλος, καταγράφονται περίπου 60 ξενοδοχεία με πάνω από 100 κλίνες τα οποία σύμφωνα με μελέτη του ΙΤΕΠ θεωρούνται πανελληνίως ότι εξασφαλίζουν καλύτερη πληρότητα.

Η γεωγραφική ανισότητα στην κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας

Το γεγονός ότι η Θεσσαλία παραμένει εγκλωβισμένη στο τουριστικό προϊόν του τύπου «ήλιος, θάλασσα και παραλία» προκύπτει από την επεξεργασία των στατιστικών στοιχείων περί αφίξεων και διανυκτερεύσεων. Η κατάσταση αυτή χαρακτηρίζεται από έντονη γεωγραφική ανισοκατανομή των υποδομών, των επισκεπτών και των διανυκτερεύσεων. Το σύνολο των καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ της Μαγνησίας αντιπροσωπεύει, το 2011, το 68% του συνόλου της Θεσσαλίας και το 70% το 2003 (ΕΛ.ΣΤΑΤ). Αυτό σημαίνει ότι μια περίπου εικοσαετία προγραμμάτων για την ισόρροπη ανάπτυξη της περιφέρειας κατάφερε να αντιστρέψει ελάχιστα τη συγκέντρωση υποδομών και τουριστών ως συνέπεια του εγκλωβισμού του θεσσαλικού τουριστικού προϊόντος στις απαιτήσεις του μαζικού τουρισμού.

Αυτή η κατανομή υποδομών και επισκεπτών στο εσωτερικό της Θεσσαλίας χωρίζει την περιφέρεια σε δύο άξονες με κατεύθυνση ΒΔ/ΝΑ ο πρώτος (Μετέωρα-Πήλιο-Σποράδες) και ΝΔ/ΒΑ ο δεύτερος (Φάρσαλα-πεδινή περιοχή Καρδίτσας, Τρικάλων, Λαρίσας-Ελασσόνα). Τα τελευταία χρόνια αναδείχθηκαν τουριστικά οι περιοχές της ορεινής Δ. Θεσσαλίας και των Ανατ. παραλίων της ΠΕ Λαρίσης προσελκύοντας κυρίως ημεδαπούς επισκέπτες αλλά και προσφέροντας πιο εδαφικά προϊόντα.

Στον 1^ο άξονα κυριαρχεί η ελκυστικότητα των Μετεώρων βασισμένη κυρίως στο τοπίο και στην πολιτιστική κληρονομιά των μοναστηριών. Ο επισκέπτης περιορίζεται στην οπτική περιήγηση, στη γρήγορη επίσκεψη στις μονές και στις τοπικές ταβέρνες. Εντοπίζονται ελάχιστες οργανωμένες προσπάθειες ένταξης στην περιοχή. Σημειώνεται ωστόσο, ότι στο πλαίσιο των προηγούμενων προγραμματικών περιόδων και των προγραμμάτων LEADER και ΟΠΑΑΧ, η τοπική Αναπτυξιακή Εταιρεία ΚΕΝΑΚΑΠ υλοποίησε ένα σημαντικό έργο διατήρησης, ανάπλασης, και ανάδειξης της ΦκΠΚ, ικανό να υποστηρίξει την οργάνωση πολιτιστικών διαδρομών και την επιμήκυν-

ση της παραμονής των ξένων επισκεπτών στην ευρύτερη περιοχή. Ιδιαίτερο παράδειγμα για προσέλκυση ειδικού ποιοτικού τουρισμού αποτελεί η περιοχή Περτουλίου.

Η αντίθεση «μεγάλη ελκυστικότητα των Μετεώρων / αδυναμία συγκράτησης των επισκεπτών» προκύπτει από την αντιστοίχιση των στατιστικών στοιχείων της ΠΕ Τρικάλων που αναφέρονται, από τη μία, στις συνολικές αφίξεις (30% της Θεσσαλίας) οι οποίες όσον αφορά τους αλλοδαπούς ξεπερνούν σε αριθμό αυτές της ΠΕ Μαγνησίας, από την άλλη, στις διανυκτερεύσεις που υπολείπονται κατά πολύ των ποσοστών της ΠΕ Μαγνησίας (25% ως προς τους ημεδαπούς, 26% ως προς του αλλοδαπούς). Η ΠΕ Μαγνησίας προηγείται όλων των Νομών ως προς την πληρότητα. Τέλος, στην ΠΕ Τρικάλων η αύξηση του αριθμού των διανυκτερεύσεων στον τομέα του κάμπινγκ δείχνει ότι υπάρχει ήδη μια κατηγορία τουριστών η οποία έρχεται για να γνωρίσει την περιοχή.

Ο 2^{ος} άξονας αφορά τα πιο υποβαθμισμένα από πλευράς αφίξεων και διανυκτερεύσεων, πεδινά τμήματα των ΠΕ Καρδίτσας και Λαρίσης και ιδίως τις απομακρυσμένες περιοχές της Ελασσόνας, των Φαρσάλων και των Σοφάδων και της πεδινής ενδοχώρας, οι οποίες μπορούν να αναπτύξουν ελκυστικούς θεματικούς προορισμούς (λουτρά) και δημιουργικές εμπειρίες (αρχαιολογία, τοπικά προϊόντα κτλ.).

Στον 3^ο ανερχόμενο τουριστικά άξονα, παρότι οι περιοχές του διαθέτουν θύλακες μεγάλου τουριστικού ενδιαφέροντος (Λ. Πλαστήρα, Αργιθέα, Ανατ. παράλια κτλ.) το ποσοστό, με βάση τις στατιστικές του 2010-11, των αλλοδαπών τουριστών που προσελκύουν δεν ξεπερνά το 5% του συνόλου των αλλοδαπών που δέχεται η Περιφέρεια Θεσσαλίας. Αντίθετα, το ποσοστό ημεδαπών είναι σχετικά αξιόλογο και τα υψηλά ποσοστά διανυκτερεύσεων φανερώνουν ότι οι επισκέπτες αναπτύσσουν δεσμούς με την περιοχή διαμονής τους. Στις ορεινές περιοχές της ΠΕ Καρδίτσας η δραστηριότητα της τοπικής Αναπτυξιακής Εταιρείας έχει δημιουργήσει με τα προγράμματα LEADER και ΟΠΑΑΧ και το γενικότερο έργο της, τις απαραίτητες υποδομές για την ανάπτυξη του ποιοτικού τουρισμού και τη σύνδεσή του με την πολιτιστική κληρονομιά. Ήδη, η πληρότητα στον ίδιο νομό είναι υψηλότερη από την αντίστοιχη της ΠΕ Λαρίσης (24,4 έναντι 21,2). Τέλος, μεταξύ 2003 και 2011, και οι δύο ΠΕ κατάφεραν να αυξήσουν, αν και σε μικρό βαθμό, τον αριθμό καταλυμάτων (κυρίως η Καρδίτσα) και κλινών (550 Καρδίτσα και 473 η Λάρισα).

Επιπτώσεις και Προοπτικές του Τουρισμού στην Ανάπτυξη της Θεσσαλίας

Κατηγορίες υπηρεσιών	Αναλογία (%)	Επίπτωση Έκατ.€
Σύνολο	100,0	410,0
Καταλύματα	45,0	184,5
Εστίαση	18,0	73,8
Θαλάσσιες Μτφ	9,0	36,9
Οδικές Μτφ	7,1	29,1
Εναέριες Μτφ	5,4	22,1
Εμπόριο	4,9	20,1
Ψυχαγωγία	3,8	15,6
Ταξ/κά Γραφεία	3,7	15,2
Ενοικίαση Αυτ/των	1,8	7,4
Συνεδρία	1,0	4,1

Η παρακολούθηση της αύξησης των αφίξεων δεν υποδηλώνει από μόνη της αύξηση των θετικών επιδράσεων του τουρισμού. Σημαντική πληροφορία αποτελεί η σύνδεση της τουριστικής δραστηριότητας με τους υπόλοιπους τομείς και κλάδους της θεσσαλικής οικονομίας αλλά και η άμεση, έμμεση και προκαλούμενη απασχόληση. Ο ένθετος πίνακας δείχνει κατ' εκτίμηση, σύμφωνα με τον IOBE, το οικονομικό βάρος του θεσσαλικού τουρισμού και τις δυ-

νατότητες στήριξης/συνέργειας με άλλους κλάδους της θεσσαλικής οικονομίας. Επιβεβαιώνεται η βαρύτητα του τομέα των καταλυμάτων και της εστίασης, των οδικών και πλωτών μεταφορών, του εμπορίου, της ψυχαγωγίας και των συνεδρίων.

Το 2001 η απασχόληση στον τριτογενή τομέα της Θεσσαλίας αντιστοιχούσε στο 52% των εργαζομένων εκ των οποίων το 5,5% απασχολούνταν σε ξενοδοχεία-εστιατόρια. Η απασχόληση σε επιχειρήσεις όπως τουριστικά γραφεία, τουριστικές μεταφορές κτλ. στη Θεσσαλία, εκτιμάται ότι δεν ξεπερνούσε το 8% με 8,5% των εργαζομένων σε ξενοδοχεία-εστιατόρια. Επομένως, το 2001, οι απασχολούμενοι σε τουριστικές δραστηριότητες αντιστοιχούν περίπου στο 6% των απασχολού-

μενων στον τριτογενή τομέα, το 2005 αντίστοιχα στο 6,5% και το 2012 στο 7,1% (αναγωγή από στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ). Η εξέλιξη αυτή στηρίζεται στην αύξηση μεταξύ 2003 και 2011: α) του συνόλου των διανυκτερεύσεων κατά 64% (ετήσιος ρυθμός αύξησης 8%) και β) των ξενοδοχειακών μονάδων κατά 8% και των κλινών κατά 14%. Το ποσοστό αυτό υπολείπεται εκείνου της χώρας το οποίο ανέρχεται το 2012 στο 18%. Με δεδομένο ότι στη Θεσσαλία η άμεση απασχόληση είναι 7,1%, υπολογίζεται η συνολική επίδραση του τουριστικού τομέα στην απασχόληση σύμφωνα με τη μεθοδολογία που χρησιμοποιεί ο IOBE θεωρώντας ότι η άμεση, έμμεση και προκαλούμενη απασχόληση αντιστοιχεί στο 45%, 15% και 40% της συνολικής συμβολής στην απασχόληση. Επομένως, προκύπτει ότι η συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση της Θεσσαλίας φθάνει στο 15,7% (έναντι 16% για την Ελλάδα) κατανεμημένη σε 7,1% άμεση, 2,35% έμμεση και 6,3% προκαλούμενη απασχόληση.

Οι ιδιωτικές επενδύσεις συρρικνώνονται με ακόμα ταχύτερους ρυθμούς. Σύμφωνα με τα στοιχεία από το προσχέδιο του προϋπολογισμού για το 2013, οι συνολικές επενδύσεις μειώθηκαν κατά 21,3% το πρώτο τρίμηνο του 2012, τη στιγμή που οι δημόσιες επενδύσεις για το ίδιο διάστημα σημείωναν μονοψήφια μεταβολή. Η εξέλιξη αυτή επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από το γεγονός ότι η απόδοση των επενδύσεων στο θεσσαλικό τουρισμό και ιδιαίτερα στον τομέα των ξενοδοχειακών μονάδων και άλλων υποστηρικτικών επιχειρήσεων αλλά και στους εξοπλισμούς είναι μειωμένη λόγω της δυσκολίας επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου, της χαμηλής πληρότητας και της αδυναμίας προσέλκυσης τουριστών ποιότητας.

Τουριστική Ζήτηση

Η ολοκληρωμένη προσέγγιση του τουρισμού απαιτεί τη διερεύνηση και ανάλυση της ζήτησης. Είναι ενδεικτική η απουσία κάθε καταγραφής του είδους των προϊόντων που καταναλώνουν οι τουρίστες (τοπικά παραγόμενα/εισαγόμενα προϊόντα). Λείπει επίσης η πληροφορία σχετικά με την ανάλυση των διαφοροποιήσεων μεταξύ της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς. Αυτές οι πληροφορίες είναι σημαντικές για την ανίχνευση κατηγοριών επισκεπτών που ενδιαφέρονται για τοπικούς πόρους.

Η συνολική εικόνα της συμβολής του θεσσαλικού τουρισμού στην περιφερειακή και εθνική οικονομία αποτυπώνεται μέσω της σχέσης που αναπτύσσεται με χαρακτηριστικά προϊόντα για τα οποία η τουριστική δαπάνη αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό τμήμα επί της συνολικής τουριστικής δαπάνης ή επί της συνολικής προσφοράς του στην περιφερειακή οικονομία. Η διερεύνηση αυτής της σχέσης επιτρέπει να προσδιοριστούν οι παραγωγικές μονάδες που επηρεάζονται από τη ζήτηση αυτή, γι' αυτό είναι απαραίτητη η εξέταση, στο βαθμό που αυτό είναι εφικτό (έρευνες, συνεντεύξεις, διαβούλευση), των ειδών που καταναλώνουν οι τουρίστες και των μονάδων της περιφερειακής οικονομίας που μπορούν να ανταποκριθούν σ' αυτή τη ζήτηση.

Τουριστικά Χαρακτηριστικά Προϊόντα Α (καταναλωτικά)		Τουριστικές χαρακτηριστικές Δραστηριότητες Β (τουριστικές βιομηχανίες)	
1. Υπηρεσίες καταλύματος για επισκέπτες	8	Δραστηριότητες στέγασης για επισκέπτες	7
2. Υπηρεσίες παροχής τροφίμων και ποτών	7	Δραστηριότητες παροχής τροφίμων & ποτών	6
3. Υπηρεσίες επιβατηγού σιδηροδρομικής μεταφοράς	7	Σιδηροδρομική επιβατηγός μεταφορά	3
4. Υπηρεσίες οδικής επιβατηγού μεταφοράς	7	Οδική επιβατηγός μεταφορά	3
5. Υπηρεσίες πλωτής επιβατηγού μεταφοράς	7	Πλωτή επιβατηγός μεταφορά	3

Τουριστικά Χαρακτηριστικά Προϊόντα A (καταναλωτικά)	Τουριστικές χαρακτηριστικές Δραστηριότητες B (τουριστικές βιομηχανίες)	
6. Υπηρεσίες αεροπορικής επιβατηγού μεταφοράς	4 Αεροπορική επιβατηγός μεταφορά	4
7. Υπηρεσίες ενοικίασης εξοπλισμού μεταφοράς	4 Ενοικίαση εξοπλισμού μεταφορών	4
8. Ταξιδιωτικά πρακτορεία και λοιπές υπηρεσίες κρατήσεων	3 Δραστηριότητες ταξιδιωτικών πρακτορείων και λοιπών υπηρεσιών κρατήσεων	3
9. Πολιτιστικές υπηρεσίες, μουσεία, αρχαιολογικοί τόποι	3 Πολιτιστικές δραστηριότητες	3
10. Υπηρεσίες άθλησης και αναψυχής, χιονοδρομικά, γκολφ, θαλάσσια σπορ	5 Δραστηριότητες άθλησης και αναψυχής	4
11. Τουριστικά χαρακτηριστικά αγαθά της συγκεκριμένης περιφέρειας	5 Λιανικό εμπόριο τουριστικών χαρακτηριστικών της συγκεκριμένης περιφέρειας	4
12. Τουριστικές χαρακτηριστικές υπηρεσίες της συγκεκριμένης περιφέρειας	4 Τουριστικές χαρακτηριστικές δραστηριότητες της συγκεκριμένης περιφέρειας	3

Πηγή: IRTS 2008 παραγρ. 5.18

Η αξιολόγηση του παραπάνω πίνακα (A/B) αφορά τη σύγκριση της ανάπτυξης-ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών με το εύρος των αντίστοιχων αναπτυγμένων και προσφερόμενων δραστηριοτήτων ανά κατηγορία. Προκύπτει ότι στις 10 πρώτες υπηρεσίες, η Θεσσαλία, εκτός των δραστηριοτήτων στέγασης και παροχής τροφίμων και ποτών στις οποίες εμφανίζει μια σχετική πρόοδο ως προς τις παρεχόμενες αντίστοιχες υπηρεσίες (αριθμό και ποιότητα), φαίνεται να αξιοποιεί επαρκώς τη βελτίωση στις οδικές (ημεδαποί, βαλκάνιοι τουρίστες)⁷ όχι όμως και στις σιδηροδρομικές μεταφορές. Αυτές δεν χρησιμοποιούνται συνδυαστικά ούτε συνεισφέρουν αρκετά στην οικονομία της Θεσσαλίας. Τέλος, ο κλάδος πλωτών μεταφορών χρησιμοποιείται σχεδόν αποκλειστικά για ενδοπεριφερειακές διαδρομές με επίκεντρο το λιμάνι του Βόλου και του Αγ. Κωνσταντίνου.

Διακρίνεται ένα καλό επίπεδο προσφοράς στον τομέα ενοικίασης αυτοκινήτων και των τουριστικών γραφείων (153, εκ των οποίων 68 στο Βόλο και 50 στη Λάρισα), περιορισμένων στον εσωτερικό τουρισμό.

	Μαγ.	Λάρ.	Τρίκ.	Καρ.	Σ
Τουρ. Επιχ.					
Οδ. Μεταφορών	29	25	12	4	70
Τουρ. Λεωφορεία	45	88	23	14	170
Rent a car	48	10	2	0	60
I.X. Αυτοκίνητα	900	60	29		989
Rent a moto	36				36
Μοτοσυκλέτες	850				850

Επίσης, στις πολιτιστικές δραστηριότητες, οι προσφερόμενες υπηρεσίες δεν ανταποκρίνονται στο υφιστάμενο πολιτιστικό δυναμικό των πόρων (εκδηλώσεις, μουσεία, μνημεία). Εκατοντάδες εκδηλώσεις (φεστιβάλ, πανηγύρια κτλ.) δεν εντάσσονται σε τουριστικές δραστηριότητες, με μικρή εξαίρεση το Πήλιο. Στον τομέα του αθλητισμού και της ψυχαγωγίας οι υπηρεσίες προσφέρονται κατά το πλείστον στο χώρο του ξενοδοχείου και είναι γνωστές ως εκδηλώσεις της «παραλίας» (ΕΟΤ Θεσσαλίας). Οι παρακάτω αριθμοί είναι ενδεικτικοί της μη αξιοποίησης του αρχαιολογικού πλούτου: 7.000 επισκέψεις σε μουσεία και 1.000 εισιτήρια ή εισπράξεις 1.300 ευρώ στους αρχαιολογικούς χώρους (μελέτη Εγνατίας Οδού).

⁷ Εγνατία Οδός, ό.π.

Οι κατηγορίες 10 και 11 αναφέρονται στα κατ' εξοχήν χαρακτηριστικά αγαθά και προϊόντα ενός τόπου αλλά και στις χαρακτηριστικές υπηρεσίες που προσφέρει. Όσο αυτές οι κατηγορίες δεν ενισχύονται ούτε πυκνώνουν τόσο οι εδαφικοί δεσμοί του τουρισμού παραμένουν ασθενείς. Αρκεί να σημειωθεί ότι τα τουριστικά καταστήματα που καταγράφονται επίσημα ανέρχονται σε 132, εκ των οποίων τα 73 στη Μαγνησία και τα 50 στα Τρίκαλα (βλ. Καλαμπάκα). Το λιανικό εμπόριο ασκείται από ορισμένες μικρές επιχειρήσεις στους σημαντικούς τόπους προσέλευσης (Λιμάνι Βόλου, Καλαμπάκα, Σκιάθος, Πήλιο, Περούλι κτλ.).

Διαπιστώνεται η μικρή συμβολή των παραπάνω κατηγοριών στην περιφερειακή οικονομία, ενώ παράλληλα πολλές δραστηριότητες παραμένουν άτυπες και μη ενταγμένες σε επίσημα δίκτυα αξιοποίησης. Οι κλάδοι της οικονομίας που επηρεάζονται περισσότερο από τις αγορές των τουριστών είναι τα αγροτρόφιμα και η εστίαση, ορισμένα μόνο βιοτεχνικά προϊόντα. Παράλληλα, η ζήτηση από την πλευρά των τουριστών δεν καταφέρνει να κινητοποιήσει όσον το δυνατόν περισσότερες από τις δραστηριότητες της οικονομίας της, ενώ φαίνεται ότι ένα μεγάλο μέρος από τη ζήτηση αυτή εξασφαλίζεται από εισαγωγές (τρόφιμα, βιοτεχνικά παραδοσιακά προϊόντα, είδη παραλίας κτλ.).

Επενδύσεις

Όσον αφορά τις διάφορες δαπάνες για τον τουριστικό τομέα, αυτές έχουν συμβάλει σε ένα σχετικά αποδεκτό περιβάλλον και επίπεδο οργάνωσης και λειτουργίας του τουριστικού τομέα. Οι δαπάνες των διαφόρων επιπέδων δημόσιας διοίκησης για συλλογικές μη εμπορεύσιμες υπηρεσίες (Τουριστική Συλλογική Κατανάλωση) που αφορούν την άμεση εξυπηρέτηση των τουριστών σ' έναν προορισμό (τουριστική προβολή, παροχή πληροφοριών στους επισκέπτες, σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης, θεσμοθέτηση προδιαγραφών ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, στήριξη στην προστασία και συντήρηση της ΦκΠΚ, δημόσια ασφάλεια, τουριστική εκπαίδευση, στελέχωση αρχαιολογικών χώρων, αεροπορική σύνδεση κτλ.), ενώ καλύπτουν τους παραπάνω τομείς, δεν έχουν εξασφαλίσει το επιθυμητό αποτέλεσμα ιδιαίτερα για τους δύο τελευταίους τομείς.

Ως προς τις τουριστικές ακαθάριστες επενδύσεις πάγιου κεφαλαίου, η περιφέρεια εμφανίζει καλό επίπεδο υποδομών στις μεταφορές, στα καταλύματα και στην υγεία. Αυτό επιτρέπει τη μελλοντική αύξηση των ροών των επισκεπτών και την εξασφάλιση των εξυπηρετήσεών τους, ιδιαίτερα αν η πολιτική της περιφέρειας στοχεύσει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Οι επενδύσεις (υπήρξε αξιοποίηση ευρωπαϊκών και εθνικών χρηματοδοτήσεων) βελτίωσαν το περιφερειακό οδικό δίκτυο, ενώ τα προγράμματα LEADER/ΟΠΑΑΧ συνέβαλαν στη δημιουργία υποδομών και επιχειρήσεων. Παρ' όλα αυτά, η έλλειψη σχεδίων δράσης σε τοπικό και νομαρχιακό επίπεδο δεν επέτρεψαν τη συντονισμένη αξιοποίησή τους. Σήμερα, ο συνδυασμός τους επιτρέπει βελτίωση της προσπελασιμότητας και της επισκεψιμότητας σε απομακρυσμένους τόπους με έντονη ΦκΠΚ.

Εξαιτίας της οικονομικής κρίσης της χώρας, είναι ορατός ο κίνδυνος αποεπένδυσης στο χώρο του ελληνικού και του θεσσαλικού τουρισμού. Τα τέσσερα τελευταία χρόνια, το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων (ΠΔΕ) έχει μειωθεί τόσο ώστε σε λίγο να μην είναι εφικτό να συντηρούνται ούτε οι υφιστάμενες υποδομές. Από την εισηγητική έκθεση του Προϋπολογισμού για το 2013 φαίνεται ότι το ΠΔΕ μειώθηκε κατά 11,8% το 2010⁸ και κατά 21,8% το 2011, ενώ και το 2012 η τάση ήταν πτωτική.

Η ένταξη του δημιουργικού τουρισμού στο τουριστικό προϊόν της Θεσσαλίας

⁸ Σύμφωνα με το ΠΔΕ, οι Πιστώσεις από το Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού το 2010 ήταν στη Θεσσαλία 39,5 εκ. € έναντι 583 εκ. € για το σύνολο της χώρας.

Η ένταξη του δημιουργικού τουρισμού θα αντιμετωπίσει πιο αποτελεσματικά τον ανταγωνισμό που προκύπτει εξαιτίας της πολιτιστικής υπερπροσφοράς, της πολιτιστικής αναπαραγωγής με αντιγραφή προγραμμάτων και προσφορών και της εξασθένησης ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων που αυτό συνεπάγεται. Η περιφέρεια, για να αναζητήσει ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, μπορεί να προτάξει τη διαχρονικότητα του πολιτισμού, τη ζωντανή παράδοση και τους εδαφικούς δεσμούς που χαρακτηρίζουν την πολιτιστική κληρονομιά της.

Αυτό σημαίνει ότι η *συνάρθρωση του πολιτιστικού και δημιουργικού τουρισμού στη Θεσσαλία θα πρέπει να ενταχθεί σ' έναν «εδαφικό τουρισμό»*. Για να οικοδομηθεί ο εδαφικός τουρισμός, απαιτείται η δικτύωση όλων των εμπλεκόμενων φορέων με στόχο τη δημιουργία συνεργασιών μεταξύ επιχειρηματικών ομάδων και επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα με τοπικούς φορείς του κοινωνικού και δημόσιου τομέα, γεγονός που θα αυξήσει τον αριθμό των επωφελούμενων και θα συμβάλει στην εδαφική συνοχή της περιφέρειας. Ένας τέτοιος πολυσύνθετος και με πολλαπλές διαστάσεις (κοινωνικές, εδαφικές, περιβαλλοντικές, πολιτιστικές, οικονομικές) στρατηγικός στόχος, απαιτώντας νέες μορφές οργάνωσης (κλαδικές, εδαφικές) αλλά και συντονισμό (τοπικές και περιφερειακή διακυβέρνηση), έχει ανάγκη από οργανωτική καινοτομία, συνεργασίες και συνέργειες που απαιτούν νέες τεχνογνωσίες και εφαρμογές ΤΠΕ, και προπαντός εκπαίδευση.

Συμπέρασμα

Η δυνατότητα αποτελεσματικής και βιώσιμης σύνδεσης πολιτιστικού τομέα και τουρισμού στη Θεσσαλία στηρίζεται σε πολλαπλά επίπεδα:

- 1) Η σύντομη τουριστική περίοδος και η μειωμένη πληρότητα των υποδομών διαμονής επιτρέπει την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου αλλά και την ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού καθ' όλη την περίοδο του έτους.
- 2) Η Θεσσαλία διαθέτει έναν ισχυρό πυρήνα ξενοδοχειακών μονάδων άνω των 3* για να επιχειρήσει την οικοδόμηση του πολιτιστικού και δημιουργικού τουρισμού της.
- 3) Υπάρχει ήδη ένας πυρήνας 80 επιχειρήσεων αξιοποίησης του πολιτισμού και σύνδεσης με τον τουρισμό, στο Πήλιο και στην Πίνδο (αγροκτήματα, περιήγηση, ιππασία, καγιάκ κτλ.).
- 4) Υπάρχει σημαντικό δυναμικό (> 600) υποστηρικτικών επιχειρήσεων (συγγενείς κλάδοι), στον τομέα της πληροφορικής, των ΤΠΕ, των γραφικών τεχνών και της διαφήμισης, το οποίο μπορεί να αποτελέσει σε συνδυασμό με τα εργαστήρια των ΑΕΙ/ΤΕΙ το όχημα για την εισαγωγή νέας τεχνολογίας και καινοτομίας στον αναδυόμενο κλάδο του πολιτιστικού και δημιουργικού τουρισμού.
- 5) Οι διάφορες κατηγορίες καταλυμάτων που διαθέτει (αστέρων, ενοικιαζόμενα δωμάτια, κάμπινγκ, παραδοσιακά) μπορούν επίσης να αποτελέσουν ένα πλεονέκτημα ενόψει της διαφοροποίησης των τουριστικών προϊόντων της Θεσσαλίας. Η ζήτηση γνωριμίας με τον τοπικό πολιτισμό και απόκτησης εμπειρίας δεν συμπίπτει πάντα με την ταυτόχρονη αναζήτηση πολυτελούς διαμονής.

Στη διαβούλευση εκτιμήθηκε ότι, ενόψει της προσπάθειας επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου μέσω της ένταξης πολιτιστικών και δημιουργικών δραστηριοτήτων, *αν οι ήδη υφιστάμενες περίπου 100 επιχειρήσεις αξιοποίησης πολιτιστικών πόρων (περιηγήσεις, σπορ, υποδοχή σε αγροκτήματα κτλ.) αναλάβουν η καθεμία 25 περίπου τουρίστες για μια διαμονή μιας εβδομάδας (2.500 για 15.000 διανυκτερεύσεις) με κόστος 300 ευρώ για τις παραπάνω δραστηριότητες και 450 ευρώ δαπάνη για διαμονή/εστίαση προκύπτουν επιπλέον εβδομαδιαία έσοδα της τάξης των 2 εκατ. ευρώ*. Ο στόχος της αύξησης του αριθμού αυτών των επιχειρήσεων σε αντιστοιχία με τον μεγάλο αριθμό κλινών που διαθέτει ο θεσσαλικός τουριστικός τομέας προσδιορίζει τις δυνατότητες επέκτασης της παραπάνω δράσης στο χρόνο (επιμήκυνση) και στο χώρο (πολιτιστικοί πόροι) και της αύξησης των τουριστικών εσόδων.

2.1.3 Η ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΤΗΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ

Η σύνδεση του πολιτιστικού και τουριστικού τομέα μπορεί να οδηγήσει σ' ένα πολλά υποσχόμενο σύμπλεγμα της θεσσαλικής οικονομίας. Η προοπτική ενισχύεται από την προσέγγιση του μέλλοντος του πολιτιστικού τουρισμού σε τρεις κλίμακες:

- Την *περιφερειακή*, όπου η εφικτότητα και η βιωσιμότητα προσδιορίζονται από τις υποδομές και τους εξοπλισμούς της τουριστικής βιομηχανίας, τη σημαντικότητα σε αριθμό, ποικιλία και αξία των πολιτιστικών πόρων, την ύπαρξη ήδη ενός πειραματισμού στον πολιτιστικό τουρισμό αλλά και την παρουσία ενός σημαντικού αριθμού υποστηρικτικών επιχειρήσεων (ΤΠΕ, διαφήμιση) οι οποίες μπορούν να στηρίξουν την εισαγωγή καινοτομίας, εμπλουτίσουν το περιεχόμενο του πολιτιστικού προϊόντος και να συμβάλουν στην προβολή της εικόνας του υπό ανάδειξη θεσσαλικού προϊόντος.
- Την *εθνική*, όπου καταγράφεται η δυναμική του ελληνικού τουριστικού τομέα⁹ με βάση την ελκυστικότητα της χώρας και τις υποδομές της, ενώ παράλληλα οι νέες εθνικές Στρατηγικές (ΕΟΤ, ΥΠΘΠΑ) στοχεύουν στη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης του ως ενός νέου, μοναδικού και διαφοροποιημένου προορισμού, γεγονός που ανοίγει μια νέα προοπτική αξιοποίησης της σύνδεσης πολιτιστικού και τουριστικού τομέα. Αυτή η προσπάθεια εντάσσεται στις στρατηγικές της Ε.Ε. η οποία στηρίζει τη διαδικασία εκσυγχρονισμού και εμπλουτισμού του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος απαντώντας στις προσμονές της τουριστικής ζήτησης αλλά και στις σχέσεις με το περιβάλλον (αιεφορία), την κοινωνία (απασχόληση) και την οικονομία (βιώσιμη ανάπτυξη).
- Την *διεθνή*, όπου σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) ο πολιτιστικός τουρισμός αναπτύσσεται με ρυθμό 15% τον χρόνο, διπλάσιος του μαζικού τουρισμού (8%). Στην Ευρώπη ο πολιτισμός προσελκύει πλέον πάνω από το 1/3 των ανθρώπων της. Ο πολιτιστικός τουρισμός ως μια εναλλακτική μορφή του μαζικού τουρισμού, αντιπροσωπεύει ένα μερίδιο που κυμαίνεται μεταξύ του 8 -20% της τουριστικής αγοράς.

Προκύπτει από το παραπάνω πλαίσιο ότι είναι δυνατόν η Θεσσαλία να επιχειρήσει την οικοδόμηση και προσφορά ανταγωνιστικών και βιώσιμων τουριστικών εναλλακτικών μορφών και προϊόντων. Η κινητοποίηση των επιχειρηματιών προς αυτή την κατεύθυνση θα πρέπει να υποστηριχθεί από δομές ικανές να στηρίξουν την εισαγωγή καινοτομίας στο πλαίσιο αυτής της διαδικασίας οικοδόμησης και ανάδειξης του προϊόντος και της θεσσαλικής εικόνας, στη βάση της ιδιότητας και διακρίτοτητας των θεσσαλικών πόρων. Όμως, γενικώς η στήριξη του μαζικού τουρισμού έχει στρατηγική σημασία, γιατί ενισχύει τις οικονομίες κλίμακας του θεσσαλικού τουρισμού, στηρίζει κρίκους σημαντικούς της τουριστικής αλυσίδας (υπηρεσίες, εμπόριο κτλ.) και κρατά βιώσιμα 100 περίπου μεγάλα ξενοδοχεία και πολλά ενοικιαζόμενα δωμάτια-δορυφόρους. Αυτός ο νέος προσανατολισμός προς τον ποιοτικό τουρισμό μπορεί να στηριχθεί ως ένα βαθμό και στο μαζικό τουρισμό, μέρος του οποίου θα μπορούσε να προσελκυστεί σε προσαρμοσμένες προς τα ενδιαφέροντά του πολιτιστικές δραστηριότητες. Όσο θα πολλαπλασιάζεται, διαφοροποιείται και βελτιώνεται το πολιτιστικό και δημιουργικό τουριστικό προϊόν της Θεσσαλίας και παράλληλα θα αυξάνεται η προστιθέμενη αξία του με την ταυτόχρονη εξασφάλιση ειδικών αγορών στις οποίες το ενδιαφέρον για τον πολιτισμό, τη γνώση και την εμπειρία θα συνδέεται και με την πολυτελή διαμονή, τόσο ο πυρήνας των 100 μεγάλων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων (10.000 κλίνες) θα μπορεί να στραφεί σιγά-σιγά προς αυτές τις νέες ποιοτικές μορφές τουρισμού.

⁹ Προσδιορίζεται από την τάση αύξησης (το 2013 οι αφίξεις για την Ελλάδα αναμένεται να ξεπεράσουν τα 17 εκ.) υποβοηθούμενη από την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα (το 2013, κατετάγη 32^η μεταξύ 140 χωρών), τις καλές υποδομές (το 2013 κατετάγη 3^η, μετά από την Αυστρία και Ιταλία)

2.2 Επιχειρηματική Διάρθρωση

Όπως ήδη αναφέρθηκε, στον πολιτιστικό τομέα δεν υφίστανται μεσαίες και μεγάλες πολιτιστικές βιομηχανίες. Αυτός περιορίζεται σε μικρές βιοτεχνικές επιχειρήσεις όσον αφορά την παραγωγή (κεραμική, αναπαραγωγή-αντιγραφή πολιτιστικών προϊόντων κτλ.) και σε ορισμένες μικρές αλλά ανερχόμενες επιχειρήσεις όσον αφορά την προσφορά υπηρεσιών (οργάνωση προβολής, διαφήμισης, κτλ.). Καταβλήθηκε στο παρελθόν μια προσπάθεια οργάνωσης ενός δικτύου μουσείων Θεσσαλίας (εκπόνηση μελέτης) αλλά χωρίς αποτέλεσμα. Επίσης, η ίδια έλλειψη δικτυώσεων στις επιχειρήσεις τεχνικής υποστήριξης (συντήρηση, πληροφορική, sites, οπτικο-ακουστικά κτλ.) διατηρεί τα μικρά μεγέθη των επιχειρήσεων και ευνοεί τον ανταγωνισμό από μεγαλύτερες της Αθήνας και Θεσσαλονίκης.

Όσον αφορά τις τουριστικές βιομηχανίες η Θεσσαλία διαθέτει έναν ισχυρό πυρήνα περίπου 70 ξενοδοχειακών μονάδων άνω των 50 κλινών και 180 ξενοδοχεία κάτω των 50 κλινών τα οποία ανήκουν στις κατηγορίες των 3* και άνω, με ένα σύνολο 14.000 κλινών. Γύρω από τον πυρήνα αυτόν υπάρχουν επιπλέον 360 ξενοδοχεία κάτω των 3* με άλλες 16.000 κλίνες καθώς και 2.215 ενοικιαζόμενα δωμάτια με 36.000 κλίνες (επεξεργασία στοιχείων ΕΟΤ Θεσσαλίας από την ΟΕ). Τα τελευταία χρόνια αυξάνεται ο αριθμός των επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται στον τομέα του εναλλακτικού τουρισμού με υπηρεσίες γύρω από τον περιπατητικό τουρισμό, την ιππασία, τη γαστρονομία, τα θαλάσσια σπορ κτλ., ιδιαίτερα, στις ορεινές περιοχές. Ο τομέας χαρακτηρίζεται γενικώς, από την ύπαρξη ενός μεγάλου αριθμού μικρών επιχειρήσεων σε όλη την αλυσίδα που προσφέρει το τουριστικό προϊόν (ξενοδοχεία, ταξιδιωτικά γραφεία, τουριστικοί πράκτορες, αεροπορικές εταιρίες κλπ) και οι οποίες δεν είναι δικτυωμένες ούτε οριζόντια ούτε κάθετα. Σημειώνεται ότι 98% από τους ημεδαπούς κάνουν άμεση κράτηση χωρίς να περάσουν από ταξιδιωτικά γραφεία.¹⁰

2.3 Αλυσίδα αξίας και διαρθρωτικά στοιχεία

Η παροχή διαφόρων δραστηριοτήτων που επιτρέπουν την ικανοποίηση μιας συγκεκριμένης ζήτησης, όπως η προσφορά των πολιτιστικών ή τουριστικών υπηρεσιών αποτελεί μια αλυσίδα λειτουργιών, της οποίας οι επιδόσεις και η συνοχή οικοδομούν την αλυσίδα αξίας. Στο τομέα του θεσσαλικού πολιτισμού, τόσο οι διαδικασίες παραγωγής και υπηρεσιών όσο και οι λειτουργίες του χαρακτηρίζονται από έλλειψη επιδόσεων και συνοχής σε βαθμό που δύσκολα μπορεί να εντοπιστεί μια πραγματική αλυσίδα αξίας. Ωστόσο, θα πρέπει με βάση την ανάλυση του τομέα που προηγήθηκε να σημειώσουμε ως χρήσιμη για τη σύνδεση με την ανάπτυξη, την ύπαρξη κλάδων, ανθρώπινου δυναμικού, πόρων και υποδομών οι οποίες μπορούν αν αποκτήσουν την απαραίτητη συνεκτικότητα να δημιουργήσουν μια ανερχόμενη και ανταγωνιστική αλυσίδα αξίας. Η σύνδεση με τον τουριστικό τομέα και τις νέες προοπτικές ανοίγει έναν τέτοιο δρόμο.

Αντίθετα, ο τουριστικός τομέας της Θεσσαλίας περιλαμβάνει τους κύριους κλάδους που συνθέτουν μια αλυσίδα αξίας: α) υπηρεσίες φιλοξενίας (τουριστικές μονάδες), β) εστίαση (εστιατόρια, ταβέρνες κλπ.), γ) ενδιάμεσοι φορείς (tour operators, ταξιδιωτικά πρακτορεία), δ) μεταφορές – οδικές, πλωτές, σιδηροδρομικές & εναέριες μεταφορές, ε) διάφορα είδη δραστηριοτήτων και θεαμάτων (διασκέδαση, ψυχαγωγία, αθλήματα), στ) διάθεση τροφίμων, ζ) ενοικίαση αυτοκινήτων και η) έρευνα/ ανάπτυξη (Ε/Α). Η ανάλυση της αλυσίδας αξίας επιτρέπει μεταξύ άλλων την αξιολόγηση της θέσης των υποστηρικτικών και συμπληρωματικών τομέων και κλάδων της θεσσαλικής οικονομίας στο εσωτερικό της και τη δυνατότητα εξασφάλισης συγκριτικού πλεονεκτήματος στο θεσσαλικό τουριστικό τομέα.

Η αλυσίδα αξίας εξαρτάται από συνέργειες και επομένως, από τη συνεκτικότητα των κρίκων στην αλυσίδα των υπηρεσιών, ώστε να μην επηρεάζεται η ποιότητα του συνόλου μεταξύ των

¹⁰ Σχέδιο Marketing για την Τουριστική Προβολή της Περιφέρειας Θεσσαλίας (2010)

κεντρικών, συμπληρωματικών και περιφερειακών υπηρεσιών που εμπλέκονται στην οργάνωση του τομέα με σύνθετες δραστηριότητες. Παρά τα διάφορα επίπεδα σχέσεων που εντοπίζονται με βάση τις περιοχές και το μέγεθος των τουριστικών επιχειρήσεων, υπάρχει μια σχετικά αποδεκτή συνεκτικότητα και επιδόσεις ως προς τη λειτουργικότητα της αλυσίδας.

Από τον πίνακα κατανομής της τουριστικής δαπάνης προκύπτει ότι από τα 410 εκατ. ευρώ που αντιστοιχούν στις προσφερόμενες υπηρεσίες, το 73% (298 εκατ. ευρώ) αντιστοιχούν στις κατηγορίες καταλύματα, εστίαση, εμπόριο, ψυχαγωγία, συνέδρια. Στις υπηρεσίες καταλυμάτων αντιστοιχεί το 45% (184 εκατ. ευρώ) ενώ στην εστίαση το 18% (73,8 εκατ. ευρώ). Προκύπτει εμμέσως μια αξιολογή σύνδεση με τον αγροδιατροφικό τομέα αλλά πολύ μικρότερη με το εμπόριο (20,1 εκατ. ευρώ).

Η αξιολόγηση ορισμένων χαρακτηριστικών σχετικών με τη λειτουργία των κρίκων κρίνεται αναγκαία. Ο τομέας των ξενοδοχείων παρά τη βαρύτητα των μονάδων κάτω των 3* και του μεγάλου αριθμού Ε/Δ, χαρακτηρίζεται από μια ποιοτική εξέλιξη όσον αφορά τις προσφερόμενες υπηρεσίες γύρω από έναν πυρήνα μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων (> 100 κλινών) και έναν πυρήνα μικρών παραδοσιακών σχεδόν πολυτελών καταλυμάτων. Τα χαρακτηριστικά αυτών των επιχειρηματιών είναι βελτιωμένα σε σχέση με εκείνων των μικρότερων ξενοδοχείων και Ε/Δ.

Στον τομέα των υποστηρικτικών δραστηριοτήτων, όσον αφορά την τροφοδότηση των τουριστικών επιχειρήσεων σε διάφορα μέσα (τρόφιμα, έπιπλα, άλλες υπηρεσίες) η θεσσαλική οικονομία προσφέρει μια σχετικά καλή ισορροπία μεταξύ κόστους και ποιότητας. Στη διαχείριση ανθρώπινων πόρων και σε αντίθεση με τις μεγάλες και μεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις που διαθέτουν στελέχη με κατάρτιση σχετική της τουριστικής δραστηριότητας, εντοπίζεται ένα σημαντικό έλλειμμα στην εκπαίδευση/κατάρτιση των διαχειριστών των μικρών τουριστικών μονάδων αλλά και των επιχειρήσεων που εντάσσονται στο δεύτερο κύκλο του τουριστικού τομέα (επιχειρήσεις υποστήριξης και τροφοδότησης με υπηρεσίες και αγαθά).

Στο τμήμα της εξωτερικής διαχείρισης, ο ρόλος των ταξιδιωτικών γραφείων είναι ασθενής, όπως επίσης και της διαφήμισης. Τα πρώτα, εκτός ελαχίστων εξαιρέσεων, περιορίζονται στον εξερχόμενο τουρισμό. Σημειώνεται ότι 98% από τους ημεδαπούς κάνουν άμεση κράτηση χωρίς να περάσουν από ταξιδιωτικά γραφεία¹¹. Οι μεταφορές καλύπτουν όλους τους τομείς επιτρέποντας λόγω βελτίωσης των υποδομών αξιόλογους συνδυασμούς οι οποίοι ωστόσο δεν έχουν αξιοποιηθεί στο έπακρο.

Από τη διάγνωση προκύπτει ότι οι ασθενέστερες σχέσεις εντοπίζονται στον κλάδο των πολιτιστικών δραστηριοτήτων και θεαμάτων. Ο κρίκος αυτός εξασφαλίζει τουριστική δραστηριότητα γύρω από τα ξενοδοχεία προσφέροντας κυρίως το κλασικό προϊόν «θάλασσα, ήλιο και ψυχαγωγία παραλίας», ενώ δεν έχει αναπτύξει στενές σχέσεις με τους θεσσαλικούς πολιτιστικούς και παραγωγικούς πόρους. Η μικρή διάχυση της τουριστικής δαπάνης αποστερεί δυνατότητες διακρίσιμότητας και συνεπώς αύξησης της προστιθέμενης αξίας (έλλειψη ελληνικού πρωινού, κινητοποίηση τοπικών φορέων της ΦκΠΚ κτλ.).

Ωστόσο, η λειτουργία ήδη 100 περίπου μικρών επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται στην τουριστική αξιοποίηση της ΦκΠΚ, στηρίζοντας την προβολή τους κυρίως στο διαδίκτυο και σε μικρά πρακτορεία ταξιδιών, αποτελεί ένα θετικό και πετυχημένο πείραμα για διάδοση και επέκταση. Στον τομέα αυτόν, εντοπίζεται αξιολογή προοπτική η οποία δεν περιορίζεται στην προσφορά νέων τουριστικών προϊόντων μεγαλύτερης προστιθέμενης αξίας και ελκυστικότητας αλλά μπορεί να επιτρέψει την εκ βάθρων αναδιάρθρωση της ίδιας της πολιτιστικο-τουριστικής αλυσίδας τόσο στο εσωτερικό της περιφέρειας όσο και με τους εξωτερικούς φορείς-κρίκους της τουριστικής αλυσίδας.

Στην προσφορά και προβολή (μάρκετινγκ) του θεσσαλικού τουριστικού προϊόντος, οι τουριστικές επιχειρήσεις δεν λειτουργούν συντονισμένα ούτε στηρίζονται μέσω μιας ενιαίας προ-

¹¹ Εκπόνηση Σχεδίου Marketing για την τουριστική προβολή της Περιφέρειας Θεσσαλίας (2010)

βολής της πολιτιστικής και τουριστικής εικόνας της Θεσσαλίας. Προκύπτει η αδυναμία άμεσης παρέμβασης στο καταναλωτικό κοινό μέσω μηνυμάτων που θα απαντά στις ανάγκες και στις επιθυμίες των στοχευμένων τουριστικών αγορών. Υπ' αυτή την έννοια, οι τουριστικές επιχειρήσεις δεν μπορούν να εξασφαλίσουν την ανταγωνιστικότητά τους παρά μέσω της συμπίεσης των τιμών γεγονός που εκμεταλλεύονται οι tour operators προσφέροντας φθηνά οργανωμένα ταξίδια. Καταγράφηκε ήδη η μείωση της τουριστικής δαπάνης από 730 σε 640 ευρώ ανά ταξίδι και επισκέπτη.

Η κατάσταση αυτή φαίνεται από τη διαβούλευση να έχει πλέον συμβάλει στη συνειδητοποίηση εκ μέρους των επιχειρηματιών ότι η μείωση του κόστους και η εξασφάλιση ανταγωνιστικότητας δεν μπορούν να προέλθουν τόσο από τους υφιστάμενους εσωτερικούς συντελεστές της αλυσίδας, όσο από την προσαρμογή του τελικού προϊόντος. Αυτή η αλλαγή στο περιεχόμενο και στις αγορές μπορεί να επιτρέψει την αναδιάρθρωση των σχέσεων μεταξύ βασικών κρίκων της Αλυσίδας (σταδιακή απεξάρτηση από το οργανωμένο ταξίδι, μεγαλύτερη αξιοποίηση των συνδυασμένων μεταφορών κτλ.).

Η διάγνωση φανερώνει ότι υφίστανται στη Θεσσαλία όλες εκείνες οι επιχειρήσεις (ξενοδοχεία, γραφεία ταξιδιών, μεταφορές, πολιτιστικοί σύλλογοι, ΜΚΟ, βιοτεχνίες, ερευνητικά κέντρα και επιχειρήσεις ΤΠΕ κτλ.) οι οποίες θα μπορούσαν μέσω συνεργασίας και συντονισμού της οριζόντιας και κάθετης οργάνωσής τους, να συμβάλουν στην ενίσχυση των σχέσεων μεταξύ της θεσσαλικής οικονομίας και ορισμένων κρίκων της αλυσίδας. Πεδία τέτοιας παρέμβασης αντιστοιχούν στους κρίκους α) των αγροτροφίμων και μάλιστα πιστοποιημένης ποιότητας και συνδεδεμένων με τη θεσσαλική διαχρονική κληρονομιά, β) της οργανωμένης και συντονισμένης προσφοράς πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών, γ) των προϊόντων ΤΠΕ (εικονικοί κόσμοι και διαδίκτυο) που θα συμπληρώσουν το προσφερόμενο πολιτιστικο-τουριστικό προϊόν, δ) του δημιουργικού τουρισμού. Οι νέες πολύπλοκες δραστηριότητες που θα προκύψουν μπορούν να αναδείξουν το νέο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του θεσσαλικού τουριστικού τομέα. Αυτός ο στόχος στηρίζεται εν μέρει στο γεγονός ότι διεθνώς καταγράφεται αύξηση των μεριδίων της τουριστικής αγοράς που ανήκουν στις κατηγορίες πολιτιστικού και δημιουργικού πολιτισμού. Το ζήτημα που τίθεται αφορά τη συμβατότητα της αλυσίδας του μαζικού τουρισμού με τον πολιτιστικό-δημιουργικό τουρισμό. Όμως, φαίνεται ότι ο τουρισμός της ηπειρωτικής Θεσσαλίας έχει ήδη προσανατολιστεί προς την οικοδόμηση τέτοιων αλυσίδων.

3 Σύνοψη Διαθέσιμων Κειμένων Στρατηγικής

Ο στόχος της ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού της Θεσσαλίας πρέπει να βασιστεί και να ενταχθεί στις ευρύτερες πολιτικές και στρατηγικές που διαμορφώνονται σε ευρωπαϊκό, εθνικό και περιφερειακό επίπεδο πάνω στον τουριστικό και τον πολιτιστικό τομέα. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, βασικό κείμενο της ευρωπαϊκής πολιτικής για τον τουρισμό αποτελεί η ανακοίνωση της Ε.Ε. με τίτλο «Η Ευρώπη, ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο – ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό», στο οποίο ενσωματώνονται στοιχεία αξιοποίησης του ευρωπαϊκού πολιτιστικού πλούτου. Σε εθνικό επίπεδο θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η στρατηγική για τον τουρισμό του Υπουργείου Τουρισμού, καθώς και το πλαίσιο πολιτικής για την ανάπτυξη του τουρισμού που έχει θέσει ο ΕΟΤ για τα επόμενα χρόνια. Παράλληλα, από το 2009 ισχύει το Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον Τουρισμό, το οποίο είναι υπό αναθεώρηση. Σε Περιφερειακό επίπεδο εκπονήθηκε πρόσφατα η πολιτική της Περιφέρειας Θεσσαλίας για το Μάρκετινγκ του Τουρισμού (2011), ενώ αυτή την περίοδο εκπονείται το αναθεωρημένο Περιφερειακό Χωροταξικό Πλαίσιο (το ισχύον εγκρίθηκε το 2003). Τέλος, σημαντικό κείμενο για τη σύνδεση πολιτισμού-τουρισμού έχει διαμορφώσει η Γ.Γ. Πολιτισμού του ΥΠΠΟΑ.

3.1 Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Στρατηγικής για τον Τουρισμό

Το 2010, η Ε.Ε. εξέδωσε ένα κείμενο για την τουριστική πολιτική της με τίτλο «Η Ευρώπη, ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο – ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό». Με το κείμενο αυτό η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προωθεί μια συντονισμένη προσέγγιση των πρωτοβουλιών που συνδέονται με τον τουρισμό και ορίζει το νέο πλαίσιο δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς του και της ικανότητάς του να αναπτύσσεται με βιώσιμο τρόπο. Η Ευρώπη πρέπει να απαντήσει με μια βιώσιμη και ποιοτική τουριστική προσφορά αναδεικνύοντας τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα (ποικιλία τοπίων, εξαιρετικός πολιτιστικός πλούτος). Μια άλλη πρόκληση συνδέεται με τις δημογραφικές εξελίξεις στην Ευρώπη, καθώς και με τις νέες συμπεριφορές και προσδοκίες των τουριστών. Ο πληθυσμός των ατόμων άνω των 65 ετών θα αυξηθεί μέχρι το 2020 και αποτελείται από άτομα που διαθέτουν συγχρόνως αγοραστική δύναμη και ελεύθερο χρόνο. Το ίδιο ισχύει και για την υποδοχή του αυξανόμενου αριθμού τουριστών με μειωμένη κινητικότητα και ειδικές ανάγκες.

Απαιτείται, επίσης, να ενσωματωθούν πλήρως στην τουριστική πολιτική και άλλες διαρθρωτικές προκλήσεις που συνδέονται με την κλιματική αλλαγή, την έλλειψη νερού και ενέργειας, με τις πιέσεις που ασκούνται στη βιοποικιλότητα ή ακόμη τους κινδύνους του μαζικού τουρισμού όσον αφορά την πολιτιστική κληρονομιά. Επίσης, η ανάπτυξη των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας (ΤΠΕ) έχει μεταβάλει αισθητά τη σχέση της τουριστικής βιομηχανίας και της πελατείας της. Προστίθεται, τέλος, μια σειρά προκλήσεων που συνδέονται με τα καταναλωτικά πρότυπα και κυρίως με την εποχιακή κατανομή και τις τουριστικές μετακινήσεις, καθώς επίσης με τα πρότυπα παραγωγής, δηλαδή με την αλυσίδα αξιών και τους τουριστικούς προορισμούς.

Τον Απρίλιο του 2010 μια άτυπη υπουργική σύνοδος κατέληξε σε δεσμεύσεις της Ε.Ε. και των Κρατών Μελών για έναν τουριστικό τομέα που να είναι ανταγωνιστικός, βιώσιμος, σύγχρονος και κοινωνικά υπεύθυνος. Οι υπουργοί τουρισμού της Ε.Ε. στήριξαν έτσι τη «Δήλωση της Μαδρίτης», η οποία καθορίζει μια ενιαία ευρωπαϊκή πολιτική τουρισμού. Οι δράσεις υπέρ του τουρισμού εστιάζονται σε 4 άξονες:

1. *Ενθάρρυνση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα στην Ευρώπη* με προώθηση της διαφοροποίησης των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών, ανάπτυξη της καινοτομίας στην τουριστική βιομηχανία με ενσωμάτωση εργαλείων ΤΠΕ, βελτίωση των επαγγελματικών ικανοτήτων, ενθάρρυνση της παράτασης της τουριστικής περιόδου και εδραίωση της κοινωνικο-οικονομικής γνωστικής βάσης για τον τουρισμό (στατιστικά, δίκτυα κ.ο.κ.).
2. *Προώθηση της ανάπτυξης βιώσιμου, υπεύθυνου και ποιοτικού τουρισμού* μέσω της ανάπτυξης συστήματος δεικτών για τη βιώσιμη διαχείριση των προορισμών, εκστρατείες ευαισθητοποίησης, υιοθέτηση σήματος «Τουρισμός Ποιότητας», αναγνώριση από τον τουριστικό κλάδο των κινδύνων από την κλιματική αλλαγή και ανάπτυξη συνεργασίας μεταξύ της Ε.Ε. και των κυριότερων αναδυόμενων αγορών για την προώθηση προτύπων βιώσιμης και υπεύθυνης τουριστικής ανάπτυξης.
3. *Εδραίωση της εικόνας και της προβολής της Ευρώπης ως συνόλου βιώσιμων και ποιοτικών προορισμών.*
4. *Μεγιστοποίηση του δυναμικού των πολιτικών και των χρηματοδοτικών μέσων της Ε.Ε. για την ανάπτυξη του τουρισμού* με υιοθέτηση της λογικής των αλυσίδων αξίας.

3.2 Η Εθνική Στρατηγική για τον Τουρισμό

Οι στόχοι της Εθνικής Στρατηγικής για την προώθηση και προβολή του ελληνικού τουρισμού συνάδουν και στηρίζουν τον στρατηγικό στόχο της Θεσσαλίας για τη σύνδεση της ΘΠΚ με τον τουρισμό της. Σ' αυτούς τους στόχους εντάσσονται:

- η προώθηση της ανάπτυξης νέων ή βελτιωμένων προϊόντων & διαδικασιών, σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας των επιχειρήσεων, από το ξενοδοχείο μέχρι την οργάνωση μιας πολιτιστικής διαδρομής,
- η ανάπτυξη κουλτούρας επιχειρηματικής συνεργασίας, μεταξύ των βασικών φορέων των παραγωγικών συστημάτων (επιχειρήσεις, εργαζόμενοι, επιστημονική-ερευνητική κοινότητα, αρμόδιοι κρατικοί φορείς, ενώσεις καταναλωτών, περιβαλλοντικές οργανώσεις),
- το άνοιγμα των δημόσιων ερευνητικών οργανισμών (ΑΕΙ και ΕΚ) στη συνεργασία με επιχειρήσεις στα πεδία της εκπαίδευσης, της κατάρτισης, της έρευνας και της παροχής εξειδικευμένων τεχνικών και επιστημονικών υπηρεσιών που δεν προσφέρονται στην αγορά,
- η ενίσχυση κατά προτεραιότητα τομέων στους οποίους η Ελλάδα εμφανίζει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο και επιλογή νέων τομέων με υψηλή εγχώρια προστιθέμενη αξία πάνω στους οποίους θα δομηθούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα μέσω δικτύων και συστάδων,
- η ενθάρρυνση της μη τεχνολογικής καινοτομίας σε όλους τους τομείς,
- η στήριξη της επιχειρηματικής ανάπτυξης στους τομείς σχεδιασμού και ανάπτυξης λογισμικού και υπηρεσιών ΤΠΕ.

3.2.1 ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΕΟΤ

Η εθνική τουριστική πολιτική για τα επόμενα χρόνια θα βασιστεί στην αξιοποίηση των στοιχείων που συνθέτουν την Ελληνική Ταυτότητα μέσω των διαχρονικών χαρακτηριστικών της. Βασικός στόχος είναι η Ελλάδα να αποτελεί έναν τουριστικό προορισμό καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, μέσα από την προώθηση των διαφόρων τουριστικών προορισμών που διαθέτουν διαφορετική αισθητική, διαφορετικούς ανθρώπους, κάθε εποχή του χρόνου. Σύμφωνα με τη στρατηγική αυτή, οι παράμετροι της ανάπτυξης είναι:

- Η προάσπιση και η ανάδειξη των αξιών και του τρόπου ζωής των Ελλήνων.
- Η δυναμική ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και της σύγχρονης ελληνικής δημιουργίας.
- Ο σεβασμός και η ορθολογική αξιοποίηση των φυσικών μας πόρων.
- Η προβολή αυθεντικών εμπειριών για τους επισκέπτες.
- Η ανάπτυξη της εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων.
- Η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού μέσα από την παροχή υψηλών υπηρεσιών ποιότητας.
- Η ισόρροπη περιφερειακή ανάπτυξη και η δίκαιη κατανομή του πλούτου.

Η Θεσσαλία απαντά ολοκληρωτικά και άμεσα στη *διαχρονικότητα* στους τομείς της πολιτιστικής κληρονομιάς, της κατοίκησης, των τροφίμων, των αγροτικών δραστηριοτήτων, των γιορτών κτλ.

3.2.2 ΕΙΔΙΚΟ ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Το Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό αποτελεί ένα θεσμικό εργαλείο το οποίο παρέχει κατευθύνσεις, κανόνες και κριτήρια για τη χωρική διάρθρωση, οργάνωση και ανάπτυξη του τουρισμού στον ελληνικό χώρο και των αναγκών προς τούτο υποδομών. Βασικός σκοπός του είναι η προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος. Το Ειδικό αυτό Πλαίσιο θεσμοθετήθηκε για πρώτη φορά το 2009, ενώ αυτή την περίοδο βρίσκεται υπό αναθεώρηση με σκοπό να δώσει ειδικότερες κατευθύνσεις και προτεραιότητες. Κύρια σημεία του είναι η προσέλκυση τουριστικών επενδύσεων σε οργανωμένους και σύνθετους κατά πρώτο λόγο υποδοχείς, ενώ τίθεται και μια σειρά ρυθμίσεων για τη χωροθέτηση τουριστικών υποδομών. Συγχρόνως ο εθνικός χώρος κατηγοριοποιείται με βάση συγκεκριμένα κριτήρια (τουριστικής έντασης, γεωμορφολογία, ευαισθησία πόρων), ενώ σε κάθε περιοχή ισχύουν διαφορετικοί όροι εγκατάστασης τουριστικών δραστηριοτήτων και δίνονται εξειδικευμένες κατευθύνσεις χωρικής οργάνωσης. Όσον αφορά τη Θεσσαλία, το νέο Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο

για τον Τουρισμό θα πρέπει να ενσωματωθεί στο νέο Περιφερειακό Χωροταξικό Πλαίσιο της Θεσσαλίας, το οποίο βρίσκεται επίσης υπό αναθεώρηση.

3.2.3 ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

Η Περιφέρεια Θεσσαλίας διαμόρφωσε πρόσφατα (το 2011) ένα σχέδιο μάρκετινγκ για την τουριστική προβολή της Θεσσαλίας, το οποίο λαμβάνει υπόψη του τα χαρακτηριστικά του θεσσαλικού τουριστικού προϊόντος, θέτοντας ως κεντρικό στόχο: «*Να γίνει γνωστή η περιοχή της Θεσσαλίας ως μια μικρογραφία της Ελλάδας με ιδιαιτερότητες που προκύπτουν από τα μοναδικά νησιά, τις αξιόλογες παραλίες, τους ορεινούς όγκους (με κορυφαίο τον Όλυμπο), τη θρησκευτική κληρονομιά (Μετέωρα), σύγχρονα αστικά κέντρα με σημαντική κοινωνικο-πολιτιστική ζωή, πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, όπως αποτυπώνεται στους παραδοσιακούς οικισμούς, τις ποικίλες γιορτές και εκδηλώσεις, τα τοπικά εδέσματα και τα μνημεία*». Επιμέρους στόχοι στρατηγικής είναι:

1. Αύξηση της αναγνωρισιμότητας της Θεσσαλίας.
2. Δημιουργία καλής εικόνας για την περιοχή.
3. Αύξηση της πληροφόρησης για τις διαθέσιμες επιλογές και με τον τρόπο αυτό αύξηση του βαθμού ικανοποίησης του τουρίστα αλλά και πιθανή άμβλυνση της εποχικότητας.
4. Αύξηση των μεγεθών σε όρους επισκεψιμότητας και δαπάνης.
5. Καλλιέργεια τουριστικής κουλτούρας και υποστήριξη των επαγγελματιών.

Η παραπάνω στρατηγική υλοποιείται μέσα από ένα σχέδιο δράσης το οποίο επιλέγει διάφορα μέσα προβολής ανάλογα με τις στοχευόμενες αγορές. Οι δράσεις αφορούν τη δημιουργία ιστοσελίδας, τη διαφήμιση, τη συμμετοχή σε εκθέσεις, τις δημόσιες σχέσεις, καθώς και τη δημιουργία και παραγωγή υλικού προβολής.

3.3 Η Εθνική Στρατηγική για τον Πολιτισμό

Οι επιδιωκόμενοι Κεντρικοί και Θεματικοί Στόχοι (ΚΣ&ΘΣ) της πρότασης της Γ. Γ. Πολιτισμού του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων, Πολιτισμού και Αθλητισμού δομούνται ως εξής:

ΚΣ 1: *Εμπλουτισμός και διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, μέσω της ανάδειξης και της αξιοποίησης της Πολιτιστικής Κληρονομιάς, του Διαχρονικού και Σύγχρονου Ελληνικού Πολιτισμού και των σύγχρονων πολιτιστικών θεσμών.*

ΘΣ Α: Ανάδειξη και Αξιοποίηση της Πολιτιστικής Κληρονομιάς

ΘΣ Β: Υποστήριξη της Σύγχρονης Ελληνικής Δημιουργίας

ΚΣ 2: *Μετάβαση στην ποιοτική επιχειρηματικότητα, μέσω της στήριξης των Πολιτιστικών και Δημοσιογραφικών Βιομηχανιών και του Σύγχρονου Πολιτισμού εν γένει.*

ΘΣ Γ: Υποστήριξη της νεανικής επιχειρηματικότητας στον τομέα του Πολιτισμού.

ΘΣ Δ: Ενίσχυση επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα του Πολιτισμού.

ΚΣ 3: *Πρώθηση της απασχόλησης, εκπαίδευση και ανάπτυξη της διοικητικής ικανότητας των φορέων του τομέα Πολιτισμού.*

ΘΣ Ε: Πρώθηση της απασχόλησης, υποστήριξη της κινητικότητας των εργαζομένων, στήριξη της αυτοαπασχόλησης μέσω της ενίσχυσης για τον εκσυγχρονισμό επιχειρήσεων και της σύστασης νέων επιχειρήσεων στον τομέα Πολιτισμού.

ΘΣ ΣΤ: Εκπαίδευση, κατάρτιση, απόκτηση δεξιοτήτων και διά βίου μάθηση του ανθρώπινου δυναμικού του τομέα Πολιτισμού και ενεργός κοινωνική ενσωμάτωση.

ΘΣ Ζ: Ενίσχυση της θεσμικής ικανότητας και της αποτελεσματικότητας της λειτουργίας των κρατικών φορέων του τομέα Πολιτισμού.

Η πρόταση περιλαμβάνει και την εδαφική ανάπτυξη συγκεκριμένων περιοχών σε υποπεριφερειακό επίπεδο. Για τη Θεσσαλία, η αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών του τουριστικού τομέα και η ανάπτυξη νέων μορφών εναλλακτικού τουρισμού (πολιτιστικού, θρησκευτικού κ.ά.) αποτελούν προτεραιότητες. Προτείνει έργα βελτίωσης των υποδομών σε αυτούς τους

χώρους, ανάδειξης και προβολής των μνημείων μέσω του διαδικτύου και βελτίωσης του επιπέδου εξυπηρέτησης, στο πλαίσιο της νέας προγραμματικής περιόδου, και ανάδειξη της περιοχής σε πόλο ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, ώστε να εξασφαλιστούν ο εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος, η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και η προσέλκυση τουριστών ειδικών ενδιαφερόντων και υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

3.4 Άλλες Στρατηγικές Εισροές

3.4.1 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΚΑΠ

Οι στρατηγικές προτεραιότητες της νέας ΚΑΠ, έτσι όπως εξειδικεύονται σε εθνικό επίπεδο, πέρα από τον ξεκάθαρο στόχο για τη βελτίωση της παραγωγικής ικανότητας της γεωργίας με όρους ποιότητας, αύξησης προστιθέμενης αξίας, βελτίωσης των υποδομών, εστιάζουν στην ανάδειξη της ΦκΠΚ, καθώς και στη βιώσιμη διαχείριση των φυσικών πόρων. Επομένως, η αξιοποίηση του δεύτερου Πυλώνα, μπορεί να στηρίξει δράσεις που θα επιτρέψουν στην καινοτομία και την έρευνα να ενισχύσουν τη σύνδεση της υπαίθρου (ΦκΠΚ αλλά και των ιδιότυπων, ποιοτικών και παραδοσιακών τροφίμων) με την τουριστική δραστηριότητα.

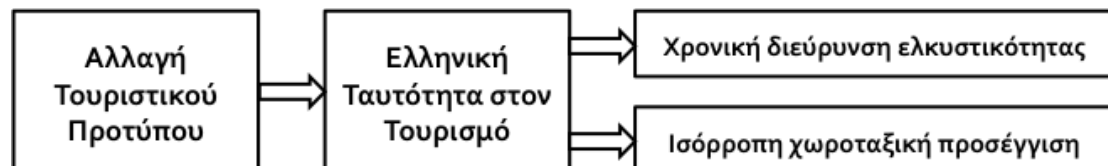
3.4.2 ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

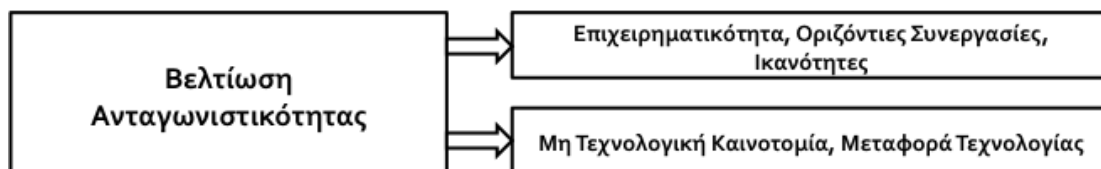
Με δεδομένο ότι η τουριστική ανάπτυξη εξαρτάται άμεσα από το περιβάλλον, την ποιότητά του και το βαθμό διατήρησής του, αποτελεί βασική ανάγκη η προώθηση της τουριστικής δραστηριότητας η οποία εντάσσεται αρμονικά στο περιβάλλον αναπτύσσοντας δραστηριότητες τουρισμού και υπαίθριας αναψυχής οικολογικού προσανατολισμού (τοπία, χώροι με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κτλ..). Σημαντικός, επομένως, είναι ο τρόπος με τον οποίο χρησιμοποιείται ο τουριστικός φυσικός χώρος ως προϊόν κατανάλωσης από τους τουρίστες ή τους φορείς του τουρισμού, ο τρόπος ένταξης της τουριστικής υποδομής στη συνολική φυσική δομή μιας περιοχής, καθώς και το ενεργειακό πρότυπο που υιοθετεί η τουριστική επιχείρηση με βάση την κλιματική αλλαγή, τόσο για λόγους προσέλκυσης τουριστών με οικολογικές ευαισθησίες, όσο και για τη μείωση του λειτουργικού κόστους.

Ήδη εφαρμόστηκαν δράσεις πράσινης επιχειρηματικότητας, όπως το Πρόγραμμα «Πράσινος Τουρισμός» (ανάπτυξη της περιβαλλοντικής συνείδησης των επιχειρήσεων, βελτίωση των περιβαλλοντικών τους επιδόσεων και δημιουργία υποδομών και σχεδίων δράσεων που πληρούν τα κριτήρια οικολογικής πιστοποίησης). Ο στόχος της βελτίωσης της ενεργειακής διαχείρισης και απόδοσης των θεσσαλικών επιχειρήσεων μπορεί να στηριχθεί στο γεγονός ότι οι παραπάνω δράσεις θα συνεχιστούν και στην επόμενη προγραμματική περίοδο, περιλαμβάνοντας και έργα για τη διαχείριση των αποβλήτων και υδάτινων πόρων σε τουριστικούς προορισμούς, δράσεις περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και κατάρτισης εμπλεκόμενων στελεχών κ.ά.

3.5 Συμπέρασμα

Οι προαναφερθείσες στρατηγικές που διατυπώνονται σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο απαντούν σε δύο βασικούς άξονες που οργανώνονται σύμφωνα με το παρακάτω σχήμα:





Παράλληλα, ο στόχος της προβολής -με τον καλύτερο τρόπο- της πολιτιστικής κληρονομιάς και του φυσικού περιβάλλοντος σε συνδυασμό με την αντιμετώπιση πάγιων διαρθρωτικών αδυναμιών του τουριστικού κλάδου, είναι για τις παραπάνω στρατηγικές ουσιώδους σημασίας.

Η Θεσσαλία μπορεί, με την επεξεργασία στοχευμένων σχεδίων δράσης κατά εδαφική κλίμακα και κατά θεματικό και κλαδικό τομέα, αξιοποιώντας τους ποικίλους προορισμούς που διαθέτει, να απαντήσει αποτελεσματικά στο παραπάνω πλαίσιο των βασικών αξόνων που θέτουν οι υπερκείμενες στρατηγικές, ιδιαίτερα στο πρώτο μέρος που αναφέρεται στην αλλαγή του τουριστικού προτύπου. Αρκεί βέβαια να εντοπίσει και να υιοθετήσει τα εργαλεία και τις μεθόδους (αξιοποιώντας καινοτομίες, συνεργασίες κτλ..) που θα επιτρέψουν στο υφιστάμενο δυναμικό του τουριστικού τομέα να συνδεθεί αποτελεσματικά με το πολιτιστικό δυναμικό της Θεσσαλίας.

Οι πολιτικές αυτές συγκλίνουν στρατηγικά στα παρακάτω πεδία επιχειρηματικής ανάπτυξης στον τομέα του πολιτισμού και του τουρισμού:

- 1) Δυναμική ανάδειξη και αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και προώθηση της σύγχρονης ελληνικής δημιουργίας, με προσφορά νέων και βελτιωμένων τουριστικών προϊόντων (π.χ. αυθεντικών εμπειριών).
- 2) Υποστήριξη της επιχειρηματικότητας και ιδιαίτερα της νεανικής στον πολιτιστικό τομέα και ανάπτυξη επιχειρηματικών συνεργασιών και συνεργασιών με φορείς του ευρύτερου παραγωγικού συστήματος (αρμόδιοι κρατικοί φορείς, ενώσεις καταναλωτών, επιστημονική κοινότητα κτλ..).
 - i) Προώθηση επιχειρηματικών συστάδων.
 - ii) Ανάπτυξη εξωστρέφειας των επιχειρήσεων
 - iii) Δράσεις παράτασης της τουριστικής περιόδου
 - iv) Ανταγωνιστικότητα μέσω παροχής υψηλών υπηρεσιών ποιότητας. Προσέγγιση των αναδυόμενων χωρών.
- 3) Απόκτηση δεξιοτήτων στον πολιτισμό και ενθάρρυνση για εισαγωγή της τεχνολογικής και μη καινοτομίας στον τουρισμό.
- 4) Άνοιγμα των δημόσιων ερευνητικών οργανισμών στη συνεργασία με επιχειρήσεις. Διεύρυνση της γνωστικής βάσης για τον τουρισμό, παρακολούθηση τουριστικής αγοράς.

Σ' αυτό το νέο πλαίσιο αναπτυξιακών επιλογών η εδαφική διάσταση του ποιοτικού τουρισμού με την έννοια της ενίσχυσης των δεσμών και των αμοιβαίων ωφελημάτων μεταξύ του τουριστικού τομέα και των περιοχών των περιφερειών μέσω της ΠΚ, ενισχύεται από νέες προσεγγίσεις (συνδυασμός "smart specialisation" και "territorial potential") και από νέα εργαλεία σχεδιασμού και προγραμματισμού της εδαφικής ανάπτυξης στην περιφερειακή και ενδοπεριφερειακή κλίμακα, όπως: *Τοπικά προγράμματα ανάπτυξης με πρωτοβουλία Τοπικών Κοινοτήτων (CLLD)*, *Ολοκληρωμένες Εδαφικές Επενδύσεις (ITI)* ως εργαλεία εφαρμογής που προτείνουν οι Κανονισμοί. Αυτά τα εργαλεία είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν αποτελεσματικά (υπάρχουν υποστηρικτικοί μηχανισμοί και εμπειρία στη Θεσσαλία), ώστε να στηριχθούν δράσεις προσέγγισης πολιτισμού και δημιουργικού τουρισμού στο πλαίσιο των πολυτομεακών αναγκών των περιοχών (κλίμακα Δήμων) μέσω της νέας δυνατότητας υλοποίησης πολυταμειακών στρατηγικών τοπικής ανάπτυξης που υποστηρίζονται και από άλλα ταμεία της Ε.Ε..

4 Αποτελέσματα α' κύκλου διαβούλευσης

Η ομάδα εργασίας (ΟΕ) για τον πολιτιστικό τομέα και τον πολιτιστικό τουρισμό, πριν επιχειρήσει τη σύνδεση των δύο αυτών τομέων με στόχο την από κοινού ανάπτυξή τους, ασχολήθηκε με τον καθένα χωριστά αξιολογώντας την κατάστασή τους και τις ανάγκες τους ενόψει αυτού του στόχου.

4.1 Πολιτιστικός τομέας

Όσον αφορά τους *τομείς πολιτιστικής δραστηριότητας* με βάση το δυναμικό και τις υποδομές, αυτοί κατηγοριοποιούνται στους εξής ομόκεντρους κύκλους: α) 1^{ος} κύκλος με επίκεντρο ανάπτυξης τη Φυσική και πολιτιστική κληρονομιά, β) 2^{ος} κύκλος με επίκεντρο τις επιχειρήσεις παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών, όπως η Βιοτεχνία τέχνης, τα οπτικο-ακουστικά, η μουσική, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, και γ) 3^{ος} κύκλος ο οποίος περιλαμβάνει την αρχιτεκτονική, τις τέχνες, τις εκδόσεις και τις τέχνες του θεάματος. Την ανάπτυξη αυτών των τομέων είτε μέσω του τουρισμού είτε αυτόνομα και τις δραστηριότητες και υπηρεσίες που μπορούν να προσφέρουν, είναι δυνατόν να στηρίξουν δράσεις σε *εγκάρσιους τομείς*: ο πολιτιστικός τουρισμός, ο δημιουργικός τουρισμός, πολιτιστικές υποδομές (εστιασμένες με σχέδιο στοχεύσεις), επιμόρφωση – κατάρτιση, συντήρηση, προστασία και αρχαία (όλοι οι τομείς), νέες τεχνολογίες εφαρμοσμένες στον πολιτισμό και στην επικοινωνία.

Η καινοτομία είναι ανάγκη να εισέλθει στις *βασικές λειτουργίες* για κάθε αλυσίδα, όπως η δημιουργία-παραγωγή, αναπαραγωγή-αντίγραφα, τεχνικές και υποστηρικτικές βιομηχανίες, προβολή, διάχυση και διακίνηση, εμπορία και διανομή, συντήρηση, επικοινωνία-πληροφόρηση-δίκτυα, επιμόρφωση-κατάρτιση. Πιο συγκεκριμένα, πεδία που έχουν ανάγκη από την εισαγωγή καινοτομίας θεωρούνται η διεύρυνση της αγοράς με στόχο τον ποιοτικό τουρισμό, η εναρμόνιση των δραστηριοτήτων μέσω οργανωτικής τεχνολογίας, η τεχνική και ποιοτική βελτίωση της προσφοράς (διεθνές πρότυπο ποιότητας), η επικοινωνιακή στρατηγική-ικανότητα απόκτησης εταιρών, θεσμικής γνώσης και χορηγιών, η πρόσβαση σε κατάλληλες πληροφορίες και η ανάπτυξη δικτύων καθώς και η βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και αλυσίδων. Ο πολιτιστικός τομέας έχει ιδιαίτερη ανάγκη να επεκτείνει τη χρήση νέων τεχνολογιών και στον οργανωτικό τομέα, για τη στήριξη των δικτυώσεων και της επιχειρηματικότητας, τη βελτίωση των δεξιοτήτων και των ανθρωπινων πόρων μέσω της εκπαίδευσης, ώστε να συμβάλει στην αειφορία του περιβάλλοντος και στη βιώσιμη αστική ανάπτυξη.

4.2 Τουρισμός (Τουριστική Βιομηχανία)

Στον τομέα του τουρισμού ο κεντρικός στόχος που επηρεάζει την προοπτική του είναι, με βάση τις ευρωπαϊκές και εθνικές στρατηγικές, ο προσανατολισμός του προς έναν ποιοτικό και πολιτιστικό τουρισμό. Απ' αυτή την άποψη η αποτελεσματική σύνδεση με τον πολιτιστικό τομέα είναι στρατηγικής σημασίας. Όμως, θεωρείται εξίσου σημαντική η μείωση της εξάρτησης από τους *tour operators* και από το «οργανωμένο ταξίδι». Η προώθηση αυτού του φιλόδοξου στόχου βασίζεται σε δύο άξονες-επίπεδα, ο καθένας εκ των οποίων κινητοποιεί διαφορετικού μεγέθους και διαφορετικής φύσης τουριστικές βιομηχανίες.

Ο 1^{ος} άξονας αφορά κυρίως τις *Μεταφορές* και μπορεί να συμβάλει με τη συντονισμένη αξιοποίηση των μεταφορικών δραστηριοτήτων της Θεσσαλίας και κυρίως του πολιτικού αεροδρομίου της Ν. Αγχιάλου και της Σκιάθου, της σιδηροδρομικής διαδρομής Θεσσαλονίκης-Λάρισας-Ενδοχώρας σε συνδυασμό με το μακεδονικό αεροδρόμιο, καθώς και των ακτοπλοϊκών συνδέσεων. Περιλαμβάνει επίσης, τις *Υπηρεσίες Ταξιδιού* που είναι υπεύθυνες για την προετοιμασία ταξιδιών και κρατήσεων. Η διεύρυνση του ρόλου τους έχει ανάγκη από τη λειτουργική τους αναδιοργάνωση, την ενίσχυση των συνεργασιών με τοπικές υπηρεσίες μάρκετινγκ και διαφήμισης αλλά

και των δικτυώσεων με διεθνή γραφεία για μεγαλύτερη εξωστρέφεια και απόκτηση ικανότητας προώθησης των νέων θεσσαλικών ποιοτικών μορφών τουρισμού.

Ο 2^{ος} άξονας περιλαμβάνει τις «τουριστικές βιομηχανίες» *Διακοπές & Ψυχαγωγία, Ξενοδοχεία & Υπηρεσίες Εστίασης*, οι οποίες για να προσφέρουν νέες θεσσαλικές ανταγωνιστικές μορφές τουρισμού θα πρέπει να αναπροσαρμόσουν ριζικά το περιεχόμενο και τις δραστηριότητες-υπηρεσίες τους. Η δυνατότητα συντονισμού της συνεργασίας των παραπάνω «βιομηχανιών», ώστε αυτές να ενσωματώσουν και να στηρίξουν λειτουργικά και επιχειρησιακά προϊόντα και δραστηριότητες του πολιτιστικού και δημιουργικού τουρισμού με εδαφική διάσταση βελτιώνοντας τις υπηρεσίες τους, τις εγκαταστάσεις τους και τα δίκτυά τους με τοπικές αλυσίδες τροφίμων, συλλόγους, εμπυχωτές κτλ., εξαρτάται τόσο από την τεχνική όσο και από την οργανωτική καινοτομία που θα υιοθετήσουν.

Η ικανότητα αποτελεσματικού συνδυασμού των δύο αξόνων, με την αξιοποίηση περιφερειακών υποδομών, παραγόντων και πόρων για την οικοδόμηση ενός πολιτιστικού και δημιουργικού τουρισμού αποτελεί καινοτομία.

4.3 Πολιτισμός και Σύνδεση με τον Τουρισμό

Από τη διαβούλευση, την ανταλλαγή απόψεων και κειμένων μεταξύ των μελών της ομάδας εργασίας για τον πολιτιστικό τομέα και τον πολιτιστικό τουρισμό προέκυψε ότι από τη σύνδεσή τους είναι δυνατόν να δημιουργηθεί μια αξιόλογη δυναμική και συνεισφορά στην απασχόληση, στην προσέλκυση επισκεπτών και στο περιφερειακό ΑΕΠ. Η ομάδα αξιολόγησε, επίσης, ότι στην έλλειψη μεγάλων πολιτιστικών και τουριστικών «βιομηχανιών» αντιπαρατίθενται η κρίσιμη μάζα και μεγάλη ποικιλία πολιτιστικών και τουριστικών πόρων, η σχετική επάρκεια σε υποδομές και εξοπλισμούς, οι ευκαιρίες που αναδεικνύει η μεγάλη διεθνής τάση προς τον ποιοτικό τουρισμό και την οποία στηρίζουν οι πολιτικές και στρατηγικές της Ε.Ε. και της Ελλάδας. Αυτές στηρίζουν άμεσα την προσπάθεια της Περιφέρειας για τη σύνδεση πολιτισμού και ποιοτικού τουρισμού.

Σ' αυτό το πλαίσιο, η ομάδα θεωρεί ότι ο στόχος μιας τέτοιας σύνδεσης περνά στην περίπτωση της Θεσσαλίας από την οργάνωση μιας διαδικασίας μετάβασης από τον πολιτιστικό πόρο στον τοπικό οικονομικό πόρο, και από τον μαζικό στον ποιοτικό, πολιτιστικό και δημιουργικό τουρισμό. Ως κοινός παρανομαστής αναδεικνύεται και για τους δύο τομείς η εδαφικότητα (δεσμοί των ΠΠ με τους τόπους, ένταξη των πολιτιστικών πόρων των τόπων στους τουριστικούς πόρους). Η καινοτομία στην προκειμένη περίπτωση συνδέεται με την ικανότητα συνδυασμού της εδαφικής και θεματικής διάστασης της ανάδειξης και αξιοποίησης αυτών των πολιτιστικο-τουριστικών πόρων μέσω νέων τεχνικών και οργανωτικών τεχνολογιών και με την πρόσκληση των τουριστικών βιομηχανιών να ενταχθούν σε διαδικασίες επιχειρηματικής ανακάλυψης.

Αυτός ο στόχος απαιτεί μια οργανωμένη, συντονισμένη και καινοτομική καθολική προσπάθεια αξιοποίησης της ΦκΠΚ και του παραγωγικού δυναμικού της περιφέρειας, μέσω ενός συνόλου οικονομικών δραστηριοτήτων. Η διαδικασία αυτή μπορεί να λάβει οργανωτικά τη μορφή ενός «Οικονομικού Πόλου Πολιτιστικής Κληρονομιάς». Πρόκειται για την ανάπτυξη συνεργασιών στη βάση ενός ολοκληρωμένου σχεδίου σύνδεσης της ΠΚ με τον τουριστικό τομέα μέσω δικτυώσεων με την τοπική οικονομία (τοπικά προϊόντα, υπηρεσίες), ανάπτυξης αλυσίδων, ενίσχυσης της δικτύωσης, δημιουργίας clusters κτλ.). Όλες αυτές οι συνεργασίες και οι μικρές οικονομικές αλυσίδες απαιτούν δικτύωση και συγκέντρωση σε επίπεδο Θεσσαλίας.

Η *εισαγωγή καινοτομίας* απαιτείται στην:

- *οριζόντια οργάνωση της ανάδειξης και αξιοποίησης των πολιτιστικών πόρων και των απαραίτητων υποδομών* υπό τη μορφή πολιτιστικών διαδρομών (ΠΔ) εξασφαλίζοντας α) ένα σύνολο πόρων ΦκΠΚ (εδαφικών) στο εσωτερικό μιας εδαφικής περιοχής ανακάλυψης (Δήμος), β) την οργάνωση θεματικών διαδρομών στην περιφερειακή κλίμακα μέσω της διασύνδεσης αυτών των τοπικών ενοτήτων και γεωγραφικών ζωνών. Τις ροές και τις εξυπη-

ρετήσεις πρέπει να συντονίζει ένας κεντρικός μηχανισμός που θα πρέπει να στηθεί γι' αυτόν το σκοπό.

- *Κάθετη Οργάνωση* με την ένταξη αυτών των οριζόντιων (εδαφικών) ΠΔ στις τοπικές και περιφερειακές αλυσίδες προϊόντων και υπηρεσιών. Οι αλυσίδες αυτές οργανώνονται με βάση την ένταξή τους σ' ένα ολοκληρωμένο λειτουργικό τοπικό σύστημα τουριστικών προϊόντων και δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει τις ΠΔ (εδαφικές και θεματικές), τοπικά παραδοσιακά προϊόντα και υπηρεσίες προσαρμοσμένες στις οργανωτικές και λειτουργικές ανάγκες της προσφοράς αγαθών και προϊόντων (εστίαση, πολιτιστικές εκδηλώσεις, ξεναγήσεις με χρήση σύγχρονων οπτικο-ακουστικών μέσων, σημεία πώλησης κτλ.).
- *Σύνδεση εδαφικών & θεματικών διαδρομών και αλυσίδων τοπικών αγαθών και υπηρεσιών*, ώστε να εξασφαλίζεται μια ισχυρή ευελιξία επιχειρησιακής οργάνωσης διάφορων μορφών ποιοτικού τουρισμού (εκπαιδευτικού, θρησκευτικού, ιστορικού, αθλητικού κτλ.) στη Θεσσαλία.
- *Δημιουργία μιας δομής διακυβέρνησης συντονισμού των δραστηριοτήτων* (δημόσιος, κοινωνικός, ιδιωτικός τομέας) λόγω του δημόσιου και συλλογικού χαρακτήρα της Πολιτιστικής Κληρονομιάς.

Σ' αυτή τη βάση η Ομάδα Εργασίας προσδιόρισε την ανάγκη εισαγωγής καινοτομίας πιο αναλυτικά στους εξής τομείς:

1) **Η ανάδειξη πόρων της ΦκΠΚ. Ανάδειξη της υλικής και άυλης διάστασης και εξασφάλισης της λειτουργικότητας των πόρων της ΦκΠΚ με σύγχρονες μεθόδους και εργαλεία και τη συνδρομή εργαστηρίων ΑΕΙ/ΤΕΙ και υποστηρικτικών μηχανισμών.**

- Ταυτοποίηση πόρων* (δεδομένων και προς κατασκευή ιδιότυπων πόρων),
 - εντοπισμός, καταγραφή-τεκμηρίωση, ψηφιοποίηση του θεσσαλικού πολιτιστικού αποθέματος,
 - παρεμβάσεις συντήρησης και διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς και των σχέσεων με τον περιβάλλοντα χώρο (συμμετοχή των αρμόδιων φορέων και ειδικών ερευνητικών εργαστηρίων ΑΕΙ/ΤΕΙ),
 - αξιολόγηση της αξίας με βάση την ερμηνεία και προβολή της σημασίας της αυθεντικότητας των τόπων και των πολιτιστικών εμπειριών προκειμένου να αυξήσουν την εκτίμηση και την κατανόηση αυτής της πολιτιστικής κληρονομιάς (πολιτιστικά και παραδοσιακά αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά της ελληνικής υπαίθρου σε σύνδεση με την κοινωνική ζωή των κατοίκων της),
 - ένταξη σε διαδρομές και από κοινού καθιέρωση πρόσφορων ορίων των αποδεκτών αλλαγών (φέρουσα ικανότητα, ακεραιότητα κτλ.),
 - ψηφιοποίηση, τρισδιάστατη διαδραστική αναπαράσταση των πολιτιστικών διαδρομών εδαφικών και θεματικών και προβολή μέσω διαδικτύου.
- Ανάδειξη – ερμηνεία με τη συνδρομή νέων τεχνολογιών*. Ανάπτυξη εφαρμογών και υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας με βάση το ψηφιακό πολιτιστικό περιεχόμενο (ψηφιακή δημιουργικότητα, εικονική πραγματικότητα, δημιουργία συστήματος ηλεκτρονικής βιβλιοθήκης κτλ.).
 - *Δημιουργία μιας (νέας) αφήγησης* (σε έντυπη και ψηφιακή μορφή) για τη Θεσσαλία ως τόπο πολιτιστικού τουρισμού. Σύνθεση-παρουσίαση των πολιτιστικών στοιχείων της Θεσσαλίας σε ένα πολιτιστικό τοπίο που προβάλλει ιδέες και αξίες (χώροι παιδείας, θέατρο κτλ.), πολιτισμικές ιδιοτυπίες υπό ανακάλυψη και ιστορικές πολιτισμικές αλληλεπιδράσεις (αρχιτεκτονική, μουσεία, θρησκευτικοί χώροι κ.ά.)
 - Ένταξη στη διαδικασία *ανάδειξης-αφήγησης*, της ικανότητας των κατοίκων των περιοχών να παρουσιάζουν και να ερμηνεύουν τις πολιτιστικές τους αξίες,
 - *Αξιοποίηση της ιστορίας και του πολιτισμού της Θεσσαλίας* ως διακριτού τουριστικού προϊόντος μέσω της σύνδεσής του με σύγχρονες τάσεις, όπως η «εκπαιδευτική ψυ-

χαγωγία» (edutainment) και η «αφήγηση» (storytelling), οι οποίες για να λειτουργήσουν και να δημιουργήσουν δραστηριότητες απαιτούν σχεδιασμό και ειδικές γνώσεις και τεχνογνωσίες.

- *Γλωσσικός αναπροσανατολισμός* στις υπηρεσίες-προϊόντα και στην προβολή της ΠΚ σε έντυπη (ενημερωτικά φυλλάδια, οδηγοί, εκδόσεις) και σε ψηφιακή μορφή (διαδραστικά εργαλεία, εφαρμογές στο διαδίκτυο) με την προσθήκη –εκτός της ελληνικής– της αγγλικής και της ρωσικής, τουρκικής, σερβικής και κινεζικής γλώσσας,
 - (1) *Πολύγλωσσο switchboard*, προσαρμοζόμενο στις ανάγκες δράσεων πολιτισμού και τουρισμού,
 - (2) Πολύγλωσσοι, πολυτροπικοί & πολυμεσικοί πόροι εγκατεστημένοι σε χώρους πολιτισμικού και τουριστικού ενδιαφέροντος,
 - (3) *Πολύγλωσσικά resource kits* για γλωσσικούς διαμεσολαβητές,
 - (4) *Survival kits* στα ελληνικά με πολύγλωσσο interface για επισκέπτες της Περιφέρειας.

Πεδίο Οργανωτικών παρεμβάσεων:

- Ολοκληρωμένο σύστημα διασφάλισης της λειτουργικής ένταξης των πόρων σε Πολιτιστικές Διαδρομές ή/και σε χώρους δημιουργικότητας των δικτύων υποδομών, πληροφόρησης, εξυπηρέτησεων, δραστηριοτήτων κτλ. για τη διευκόλυνση της επίσκεψης/ ξενάγησης από το χώρο υποδοχής προς τους πόρους που βρίσκονται στο εσωτερικό της τοπικής πολιτιστικο-τουριστικής ενότητας (π.χ. GIS, GPS, 3D, ηλεκτρονικές ξεναγήσεις κτλ.).
- Σύνδεση των προσφερόμενων προϊόντων με ευρύτερα δίκτυα πληροφορίας-πρόσβασης, ενημέρωσης, υποδοχής (πύλες περιοχής) και δραστηριοτήτων.
- Δημιουργία γεωχωρικής βάσης δεδομένων, η οποία θα ενοποιεί όλο το πολιτιστικό απόθεμα (αρχαιότητες, μουσεία, πολιτιστικά, λαογραφικά ιδρύματα και τους αντίστοιχους φορείς). Παροχή πληροφοριών σε συστήματα, με δυνατότητες πλοήγησης με αισθητήρες κίνησης σε οθόνες “touch screen”, φορητές συσκευές (κινητά 4G, tablets κτλ..).

2) Ενιαία σύνδεση-οριζόντιες και κάθετες δικτυώσεις: αλυσίδες.

- i) Δημιουργία του Μητρώου πολιτιστικών, υποστηρικτικών και τουριστικών επιχειρήσεων με ψηφιοποίηση των διαδικασιών εξυπηρέτησης τουριστικών επιχειρήσεων και επενδύσεων.
- ii) Δημιουργία ενός ενιαίου συστήματος οργάνωσης, λειτουργίας και διαχείρισης της ένταξης των προϊόντων της ΦκΠΚ, του αγροδιατροφικού και βιοτεχνικού τομέα στο δίκτυο υπηρεσιών της περιοχής («κάθετη συνεργασία»). Σύνδεση δρώντων των τοπικών φορέων (σύλλογοι, εμψυχωτές, βιοτέχνες), του οικονομικού ιστού (υπηρεσίες, εργαστήρια, τρόφιμα κτλ.) και των πόρων ΦκΠΚ, για τη δημιουργία συμφώνων ποιότητας ως προϋπόθεσης για την ένταξη παραγωγών και πόρων στο συνολικό τουριστικό προϊόν.
- iii) Βελτίωση της ποιότητας των προτεινόμενων προϊόντων (βιολογικά, ΠΟΠ, ΠΓΕ, ISO, HACCP) από παραγωγούς, μεταποιητές, απασχολούμενους στον τριτογενή τομέα).
- iv) Σύστημα on-line παρακολούθησης του προγράμματος περιήγησης των Πολιτιστικών Διαδρομών σε συνδυασμό με το *Δίκτυο τουριστικών υπηρεσιών* που θα αναπτύξει η περιοχή (χώροι διαμονής, εστίασης, σημεία πώλησης, μουσεία, πολιτιστικά κέντρα) σε συνεργασία με ξενοδοχεία, μουσεία, αλυσίδες τοπικών προϊόντων κτλ., στο εσωτερικό ενός ενιαίου συστήματος επικοινωνίας και συναλλαγών, το οποίο θα (δια)χειρίζεται ο κεντρικός διαχειριστής του δικτύου.

Πεδία και ευκαιρίες επιχειρηματικής ανακάλυψης

Στήριξη τοπικών πρωτοβουλιών υφιστάμενων και νέων επιχειρήσεων (νέοι επιχειρηματίες) στους παρακάτω τομείς:

- Υπηρεσίες και προϊόντα, που θα υποστηρίξουν το σύνολο της αλυσίδας (εναλλακτικές μορφές τουρισμού: περιπατητικός, εκπαιδευτικός κτλ., παραγωγή αγαθών, εφαρμογές νέων τεχνολογιών κτλ.).
 - Αξιοποίηση των σημαντικών περιθωρίων ανάπτυξης που εμφανίζουν τα διαδραστικά περιβάλλοντα, εκπαίδευση, προβολή κ.ά.).
 - Αξιοποίηση του Σύγχρονου Πολιτισμού από επιχειρήσεις που λειτουργούν στον τουριστικό τομέα (ξενοδοχεία, καταλύματα κ.ά.), στους χώρους λειτουργίας τους (διοργάνωση εκθέσεων και πολιτιστικών εκδηλώσεων, διακόσμηση κοινόχρηστων χώρων της επιχείρησης με έργα σύγχρονου πολιτισμού κ.ά.).
 - Δημιουργία θεσσαλικού πρωινού για τα ξενοδοχεία: συνεργασία τυροκόμων, ξενοδόχων, ΑΕΙ/ΤΕΙ για παρασκευή πρωινού με θεσσαλική ταυτότητα.
 - Σύνδεση ιστορίας και γαστρονομίας: π.χ. της παράδοσης και ποιότητας του σιταριού της περιοχής Σκοτούσσας-Φαρσάλων με βάση την ιστορία της αρχαίας πόλης (νόμισμα με το στάχυ στη μια όψη, αναφορά του Καίσαρα κτλ.) με σημερινά τοπικά τρόφιμα.
 - Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες στον τομέα των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών και του Σύγχρονου Πολιτισμού (οπτικοακουστικά μέσα, εκδόσεις, design, εικαστικές τέχνες με τεχνολογίες για animations, παραστατικές τέχνες κτλ..).
 - Ανάληψη επαγγελματικών πρωτοβουλιών νέων καλλιτεχνών στο χώρο της σύγχρονης θεσσαλικής δημιουργίας.
 - Δημιουργία πλατφόρμας πληροφόρησης για καλλιτέχνες, και συνεργατικών πλατφορμών για τη δημιουργία έργων on-line από δημιουργούς περιοχών της περιφέρειας.
 - Σχεδιασμός προϊόντων στη βάση της οικονομίας της εμπειρίας ως απάντηση στον κλασικό στόχο της δημιουργίας αξίας μέσω των υπηρεσιών, οι οποίες αποτελούν πηγή εξασθένισης των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της περιφέρειας λόγω ευκολίας αντιγραφής τους.
 - Σχεδιασμός προτάσεων εμπειριών από τους επιχειρηματίες της τουριστικής αγοράς μέσω της οποίας ο επισκέπτης που βρίσκεται σε έναν ιδιότυπο τόπο να μπορεί να ενταχθεί σε μια δημιουργική διαδικασία στη βάση, ωστόσο, μιας λογικής συνδημιουργικότητας (οικονομία του μετασχηματισμού) για να μην αντιγραφεί και η εμπειρία.
- v) Δικτυώσεις και δημιουργία εταιρικών σχημάτων, τα οποία θα ενσωματώνουν επιχειρηματίες, ώστε να επιτυγχάνεται η ανάπτυξη μέσω της σύνδεσης με δημοτικά, εθνικά και διεθνή δίκτυα, του θεσσαλικού δημιουργικού τουρισμού.
- vi) Δικτύωση των αστικών κέντρων της Θεσσαλίας και ανάδειξή τους σε κέντρα πολιτιστικής επένδυσης και εργαστήρια του 21^{ου} αιώνα μέσω των πολιτιστικών και δημιουργικών επιχειρηματικών θερμοκοιτίδων και των νέων συνεργατικών δράσεων για την προώθηση της ποιοτικής επιχειρηματικότητας ως καινοτομικής πρωτοβουλίας.
- vii) Κέντρα Επιχειρηματικότητας για τη σύνδεση πολιτισμού και τουρισμού και δημιουργία συνεργειών μεταξύ του Σύγχρονου Πολιτισμού και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς.
- 3) Σύνδεση του πολιτιστικού προϊόντος με την αγορά (τουριστικές επιχειρήσεις)**
- i) *Η σύνδεση των πολιτιστικών πόρων με την αγορά (ενεργοποίηση) με παράλληλη αξιοποίηση των τεχνικών του πολιτιστικού μάρκετινγκ για την προβολή του.*
- Προβολή και προώθηση στις αγορές του νέου πολιτιστικο-τουριστικού προϊόντος της Θεσσαλίας, το οποίο θα απευθύνεται σε κατηγορίες τουριστών νέων μορφών ποιτικού τουρισμού αλλά και χωρών προέλευσης.
 - Προσαρμογή των προσφερόμενων υπηρεσιών στις νέες ομάδες – στόχους του κοινού του θεσσαλικού τουρισμού (διεύρυνση των παραδοσιακών τουριστικών αγορών (ευ-

ρωπαϊκές χώρες) με ρώσους, τούρκους και κινέζους τουρίστες αλλά και απόδημους, και εστίαση σε συγκεκριμένες κατηγορίες πληθυσμού: 3η ηλικία, νέοι κτλ. και τομείς: εκπαίδευση, σεμινάρια.

- Προσέλκυση του κοινού της εκπαίδευσης (μαθητές, φοιτητές, εκπαιδευτές, ερευνητές ΑΕΙ, καταρτιζόμενους καλλιτέχνες και δημιουργούς, από ιδρύματα και φορείς της Ελλάδας και του εξωτερικού, συμπεριλαμβανομένης και της Ομογένειας, καθώς και ξένων εξειδικευμένων σε θέματα ελληνικού και θεσσαλικού ενδιαφέροντος. Στόχο αποτελεί η γνωριμία του διαχρονικού θεσσαλικού πολιτισμού (δίκτυο αρχαίων πόλεων, κέντρο μουσικής παράδοσης κ.ο.κ.)
 - Ενίσχυση και οργάνωση της προσβασιμότητας ευρύτερου κοινού και επιστημόνων σε βάσεις δεδομένων πολιτιστικού περιεχομένου.
- ii) *Δημιουργία & προβολή της νέας εικόνας του τουριστικού προορισμού «Θεσσαλία» ως προορισμού με (δια)πολιτισμική διάσταση και ποιότητα και δυνατότητες δημιουργικότητας.*
- Διαμόρφωση της εικόνας του πολιτιστικού και άλλων μορφών εναλλακτικού τουρισμού της Θεσσαλίας, με βάση τη νέα αφήγηση του θεσσαλικού πολιτιστικού τοπίου και την κινητοποίηση των επιχειρήσεων οπτικο-ακουστικών μέσων (διαφήμιση) και μάρκετινγκ και των ερευνητικών εργαστηρίων των ΑΕΙ/ΤΕΙ της περιφέρειας.
 - Αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών στην καινοτομική προβολή της άυλης κληρονομιάς.
 - Δημιουργία και λειτουργία στο διαδίκτυο «εικονικών μουσείων» και «εικονικών ξεναγήσεων» σε διάφορες θεματικές (μουσεία, ιστορικά κέντρα πόλεων, νομαδισμός κτλ.).
- 4) Συντονισμός και διαχείριση του δικτύου.**
- i) Δημιουργία Δομής Διακυβέρνησης ως συντονιστικού και υποστηρικτικού μηχανισμού με τη συμμετοχή όλων των φορέων του δημόσιου, κοινωνικού και ιδιωτικού τομέα του δικτύου.
 - ii) Οργανωτική τεχνολογία για τη δημιουργία ενός δικτύου πληροφοριο-υποδομής και ενός ηλεκτρονικού συστήματος συντονισμού και ελέγχου της χωρο-χρονικής σύνδεσης των πολιτιστικών διαδρομών με το τοπικό και περιφερειακό δίκτυο εξυπηρέτησεων (διαμονή, εστίαση, σημεία πώλησης τοπικών προϊόντων) και εκδηλώσεων (Μουσεία, δρώμενα κτλ.). Αφορά τον λειτουργικό συνδυασμό του χρόνου περιήγησης και του χρόνου εξυπηρέτησεων.
 - iii) Σύστημα αξιολόγησης και διασφάλισης ποιότητας για πολιτιστικούς τόπους, ώστε η εμπειρία του επισκέπτη να είναι αξιόλογη, πλούσια σε περιεχόμενο και ευχάριστη.
 - iv) Ανάπτυξη συνεχιζόμενων προγραμμάτων αξιολόγησης προκειμένου να αποτιμηθούν οι προοδευτικά επερχόμενες επιπτώσεις των τουριστικών δραστηριοτήτων και της τουριστικής ανάπτυξης στην περιφέρεια.
- 5) Πεδίο επιμορφώσεων**
- i) Καινοτόμα και στοχευμένα προγράμματα κατάρτισης και ενίσχυσης της απασχόλησης που να ανταποκρίνονται στις όλο και υψηλότερες απαιτήσεις υπηρεσιών φιλοξενίας, ιδιαίτερα στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
 - ii) *Επιμόρφωση των στελεχών του τουριστικού τομέα σε θέματα διαπολιτισμικής επικοινωνίας.* Η επιτυχής επικοινωνία με φορείς ενός διαφορετικού πολιτισμού βασίζεται στην ανεπτυγμένη διαπολιτισμική επικοινωνιακή ικανότητα κυρίως από την πλευρά του «οικοδεσπότη».
 - iii) *Εκπαίδευση εμπυχωτών*, οι οποίοι να εξασφαλίζουν την άμεση εμπλοκή των επισκεπτών σε μια δημιουργική διαδικασία σχετιζόμενη με έναν τόπο ή με έναν τοπικό πολιτισμό και την απαραίτητη διεπαφή μεταξύ τουριστών και των δρώντων της εμπειρίας.

- iv) *Πακέτα σπουδών & κατάρτισης, διά ζώσης ή εξ αποστάσεως, για γλωσσικούς διαμεσολαβητές.*
 - v) *Επιμόρφωση εμψυχωτών για τη συμμετοχή τους στην οργάνωση και λειτουργία διεθνών θερινών σχολείων με θεματικές σχετικές με την ανακάλυψη της Θεσσαλίας, του πολιτισμού, της γλώσσας, της μουσικής, του χορού, των γιορτών της κτλ., προσελκύοντας νέους απόδημους ή και τουρίστες.*
 - vi) *Ειδικό πρόγραμμα επιμόρφωσης για την υποδοχή και εκπαίδευση αποδήμων και μαθητών αποδήμων της Ελλάδας και του εξωτερικού με τη μορφή εκπαιδευτικών ταξιδιών/ σεμιναρίων. Χρησιμοποίηση του διαδικτύου, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (facebook κ.ά.), των ψηφιακών εργαλείων και οπτικο-ακουστικών μέσων για την οργάνωση και λειτουργία ενός προγράμματος τηλεκπαίδευσης.*
 - vii) *Δημιουργία εξειδικευμένων σεμιναρίων κατάρτισης για νέους, με στόχο την παραγωγή, κατασκευή, συντήρηση και εκμάθηση παραδοσιακών μουσικών οργάνων, αλλά και την οργάνωση διεθνών μουσικών συναντήσεων.*
 - viii) *Δράσεις καλλιτεχνικής παιδείας στο πλαίσιο του σχεδιασμού ολοκληρωμένης παρέμβασης στους χώρους του Σχολείου, σε συνδυασμό με δράσεις προσέλευσης της σχολικής κοινότητας στους χώρους του πολιτισμού, με πολλαπλά οφέλη για περισσότερες ομάδες του πληθυσμού.*
 - ix) *Σχεδιασμός και εφαρμογή προγραμμάτων κατάρτισης, προσαρμογής των δεξιοτήτων και επαγγελματικών προσόντων, αναβάθμισης των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού σε τομείς, που σχετίζονται με την προστασία της θεσσαλικής ΠΚ και τις πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες (καλλιτέχνες, αρχαιολόγοι, μηχανικοί, ηθοποιοί, τραγουδιστές, μουσικοί, εικαστικοί, χορευτές κλπ.).*
 - x) *Δημιουργία οπτικο-ακουστικών εργαλείων και εφαρμογών ΤΠΕ σχετικά με τον Πολιτισμό (εισαγωγή πολυδιάστατων και διαδραστικών πρωτοβουλιών που αφορούν την επαφή των νέων με την καλλιτεχνική παιδεία και τον πολιτισμό) στο πλαίσιο της υποστήριξης της διδασκαλίας του πολιτισμού στα σχολεία και στα πανεπιστήμια.*
 - xi) *Σύστημα προδιαγραφών πιστοποίησης δεξιοτήτων για γλωσσικούς διαμεσολαβητές.*
- 6) Πεδίο ψηφιακής δημιουργικότητας σε ολοκληρωμένες καινοτομικές δράσεις**
- i) *Ψηφιακή αναπαράσταση της Θεσσαλίας: Εμπειρία Κληρονομιάς (ΕΚ) ως μια πρωτοποριακή πολιτιστική ψηφιακή υπηρεσία αφιερωμένη στην προώθηση της περιοχής και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Με βάση καινοτόμες εφαρμογές (3D αναπαραστάσεις, iPhone κτλ.), η ΕΚ επιτρέπει να εξερευνηθεί με πιστότητα μια περιοχή ή ένας τόπος με ιδιότυπα χαρακτηριστικά με ταυτόχρονη πρόσβαση σε οπτικοακουστικά περιεχόμενα (αρχείο βίντεο, συνεντεύξεις με χρήστες της περιοχής, απόψεις ειδικών κτλ.).*
 - ii) *Ολοκληρωμένο σχέδιο εντοπισμού, ανάδειξης και ενεργοποίησης του πόρου «αρχαιολογικό απόθεμα» στη Θεσσαλία*
 - *Αποτελεσματική διαχείριση και αξιοποίηση της Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Θεσσαλίας με την ψηφιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματός της.*
 - *Καινοτομικός σχεδιασμός της αξιοποίησης του θεσσαλικού αρχαιολογικού αποθέματος ως εδαφικού ιδιότυπου πόρου και δημιουργία θεματικών, οι οποίες να απαντούν στα ενδιαφέροντα των επισκεπτών, όπως διαδρομές αρχαίων πόλεων, σχέσεις με την ενδοχώρα, αρχαίοι ναοί, καθημερινή ζωή, τοπία, αρχαία θέατρα κτλ., αλλά και αξιοποίηση της «λαϊκής ερμηνευτικής παράδοσης» για τον απεγκλωβισμό από τις κατηγορηματικές ερμηνείες των ειδικών.*
 - *Αρχαιολογική έρευνα με νέες μη καταστρεπτικές τεχνολογίες που διαθέτει το Π.Θ. (δορυφορικά δεδομένα, γεωραντάρ, μη επανδρωμένα πτητικά μέσα, τρισδιάστατες διαδραστικές αναπαραστάσεις), για την ταχεία ολοκλήρωση των εργασιών εντοπι-*

σμού όλου του θεσσαλικού αρχαιολογικού αποθέματος, τη στήριξη της διεκδίκησης χρηματοδότησης από προγράμματα και χορηγούς.

- Δημιουργία μουσείων εικονικής πραγματικότητας (είτε σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους είτε στο διαδίκτυο) και με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας γεωραντάρ, ώστε να παρακαμφθεί η χρονοβόρα ανάδειξη των ευρημάτων και να ενισχυθεί άμεσα η επισκεψιμότητα των αρχαιολογικών τόπων.
- iii) *Αξιοποίηση της οθωμανικής κληρονομιάς*: Ψηφιοποίηση και αξιοποίηση όλων των οθωμανικών αρχείων (Κων/νούπολης, Σόφιας κτλ.). Δημιουργία διαδρομών γνωριμίας του οθωμανικού αποθέματος της Θεσσαλίας. Αξιοποίηση του Τεκκέ των Μπεκτασίδων στα Φάρσαλα και δημιουργία βαλκανικού κέντρου για την προσέλκυση τούρκων τουριστών.
- iv) *Αξιοποίηση των παλιών σιδηροδρομικών μετρικών γραμμών* σε συνεργασία του δημοσίου και τοπικών φορέων του κοινωνικού και ιδιωτικού τομέα για την καινοτομική οργάνωση της πολιτισμικής ανακάλυψης στη θεσσαλική ενδοχώρα (παράδοση, ιστορία, τοπία, γαστρονομία, προϊόντα, γιορτές) με παλιές αμαξοστοιχίες και την ενεργό συμμετοχή τοπικών επιχειρήσεων και συλλόγων.

Πεδίο ανάδειξης των πόλεων

- Ανάδειξη της φυσιογνωμίας, της εικόνας και της ιστορίας των πόλεων στο πλαίσιο της ανάδειξης και προβολής της πολιτιστικής και άυλης κληρονομιάς.
 - (1) διαχρονικότητα του Πηλίου (Ιάσων, Αργώ, τα Παλιά, αλλά και η κοινωνική και πολιτιστική ζωή στο λιμάνι του Βόλου),
 - (2) Τρίκαλα (Τρίκκη, Ασκληπιός, παλιά συνοικία, οθωμανική ιστορία κτλ.)
 - (3) Λάρισα (Αρχαίο θέατρο, Οθωμανική ιστορία, μπεζεστένι κτλ.)
 - (4) Κωμοπόλεις (αρχαία ιστορία και πηγή βαλκανικού πολιτισμού)
- Ένταξη των πολιτιστικών υποδομών και φορέων της πόλης στο συνολικό πολιτιστικό-τουριστικό προϊόν της Θεσσαλίας.
- Ανάδειξη νέων επιχειρηματιών στο χώρο του σύγχρονου και δημιουργικού πολιτισμού.

4.3.1 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΕΣ ΟΡΙΖΟΝΤΙΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- 1) **Οριζόντιες Τεχνολογίες εντοπισμού, ανάδειξης και ενεργοποίησης των πολιτιστικών πόρων.** Τεχνολογίες με δυνατότητα οριζόντιας εφαρμογής (σε όλες τις θεματικές) ικανές να αναδείξουν και να καταστήσουν διακριτούς και λειτουργικούς τους πολιτιστικούς πόρους και τα προϊόντα τους.
 - i) Ψηφιακή δημιουργία
 - ii) Εικονική πραγματικότητα
 - iii) Τεχνολογίες εντοπισμού, ανάδειξης στοιχείων της πολιτιστικής κληρονομιάς
 - iv) Πιστοποίηση ποιότητας αγαθών και υπηρεσιών
 - v) Τεχνολογίες υποστήριξης προβολής και διαφήμισης του θεσσαλικού πολιτισμού (ντοκιμαντέρ, σποτ, οπτικο-ακουστικός εξοπλισμός, edutainment, storytelling).
- 2) **Οριζόντιες Τεχνολογίες ενίσχυσης και προβολής προϊόντων νέων μορφών τουρισμού:**
 - i) Μάρκετινγκ με στόχο την οργάνωση, αναζήτηση αγορών, προβολή και προώθηση των προϊόντων.
 - ii) Πληροφορική (ΤΠΕ), ως τεχνολογία προβολής και δημιουργίας προϊόντων για το τουριστικό κοινό με στόχο την ενίσχυση των τουριστικών πόρων και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.
 - iii) Benchmarking ως τεχνική συγκριτικής αξιολόγησης, εύρεσης των δυνατών – αδύνατων κρίκων της πολιτιστικο-τουριστικής αλυσίδας και καθορισμού των αναγκαίων παρεμβάσεων για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.

- iv) Logistics, ως τεχνολογία συμπίεσης του κόστους διακίνησης και διαχείρισης των τουριστών, ελαχιστοποίησης του χρόνου προσπέλασης στους προορισμούς και στους τόπους ενδιαφέροντος.
- 3) **Ιεράρχηση Οργανωτικών Καινοτομιών:** Αναδιοργάνωση σε περιφερειακό επίπεδο υφιστάμενων δομών με αντικείμενο τη δημιουργία δικτύου του οποίου οι ερευνητικές δραστηριότητες θα υποστηρίζουν την εισαγωγή καινοτομιών στις επιλεγμένες θεματικές, με στόχο :
 - i) τη διαμεσολάβηση μεταξύ πολιτιστικών και τουριστικών επιχειρήσεων και Πανεπιστημιακών, Τεχνολογικών και Ερευνητικών Ιδρυμάτων,
 - ii) τη μεταφορά γνώσης, τεχνολογίας και ερευνητικών αποτελεσμάτων προς τις επιχειρήσεις, και αναγκών έρευνας από τις επιχειρήσεις προς τους φορείς έρευνας, ιδιαίτερα στους τομείς της ψηφιακής δημιουργικότητας, του διαδικτύου αλλά και της συντήρησης,
 - iii) την προώθηση της συμμετοχής και της συνεργασίας της Περιφέρειας σε διαπεριφερειακά και διεθνή προγράμματα συνεργασίας πάνω σε καινοτομικές ιδέες (π.χ. κέντρο αρχαιολογικών ερευνών με εστίαση στις νέες τεχνολογίες).

5 Εισροές για την Ανάλυση SWOT

Στην παρούσα ενότητα επιχειρούμε να απαντήσουμε στα ερωτήματα της μεθοδολογίας RIS3KEY με βάση τα δεδομένα που αναλύσαμε και τις απόψεις των ατόμων που συμμετείχαν στις εργασίες της ομάδας.

- 1) Ποιοί είναι οι κύριοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας για τη θεματική περιοχή που εξετάζετε; Σε ποιους από αυτούς υπάρχουν ανεπτυγμένα δίκτυα καινοτομίας ή συστάδες επιχειρήσεων; Πώς εξελίχθηκαν τα τελευταία 10-15 χρόνια;

Οι κύριοι κλάδοι του πολιτιστικού και του τουριστικού τομέα είναι: η παραγωγή προϊόντων λαϊκής τέχνης, παραδοσιακά αγροτρόφιμα, εκδόσεις, οπτικο-ακουστικά, γραφικές τέχνες, εκδόσεις, κλάδος εναλλακτικών τουριστικών δραστηριοτήτων επικεντρωμένων στη ΦκΠΚ (80 επιχειρήσεις), τουριστικές επιχειρήσεις, εστίαση, γραφεία ταξιδιών-μεταφορές, υπηρεσίες διαφήμισης-προβολής, μάρκετινγκ.

Δεν υπάρχουν οριζόντια δίκτυα επιχειρήσεων. Η εξέλιξή τους είναι ασθενώς ανοδική τα τελευταία 15 χρόνια ακολουθώντας την ανάπτυξη του τουρισμού αλλά η δυναμική τους περιορίζεται από τα μικρά μεγέθη και από την έλλειψη οριζόντιων συνεργασιών.

- 2) Ποιές είναι οι σημαντικότερες επιχειρήσεις της Περιφέρειας ("περιφερειακοί πρωταθλητές") σε κάθε κλάδο;

Όλες οι επιχειρήσεις είναι μικρού μεγέθους. Πρόκειται για μικρές βιοτεχνίες με ελάχιστο προσωπικό, και μικρές επιχειρήσεις προσφοράς υπηρεσιών πολιτιστικού περιεχομένου. Δεν υπάρχουν επιχειρήσεις Leader. Τουριστικές επιχειρήσεις μεσαίου μεγέθους εντοπίζονται (γύρω από 50 περίπου μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες) σε όλη τη Θεσσαλία και ιδίως στη Λάρισα και στη Μαγνησία με βασικότερη την επιχείρηση «les hirondelles».

- 3) Πόσο ανταγωνιστικοί είναι οι εξεταζόμενοι κλάδοι της περιφερειακής οικονομίας σε σχέση με τον ευρωπαϊκό ή το διεθνή ανταγωνισμό και πώς εξελίχθηκαν την τελευταία δεκαετία;

Δεν είναι ανταγωνιστικοί στο πλαίσιο του μαζικού τουρισμού. Ο κλάδος των αερομεταφορών επηρεάζεται αρνητικά από τη μη εξασφάλιση κρίσιμου μεγέθους επιβατών στη Θεσσαλία. Έχει συνειδητοποιηθεί ότι ο προσανατολισμός της Θεσσαλίας προς την κατεύθυνση του ποιοτικού (πολιτιστικός, δημιουργικός) και εδαφικού (δεσμοί με τους τόπους) τουρισμού θα επιτρέψει στις τουριστικές επιχειρήσεις να γίνουν ανταγωνιστικές ιδιαίτερα προς τις γειτονικές χώρες (Αίγυπτος, Τυνησία, Τουρκία κτλ.).

Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά τους εντοπίζονται στη δυνατότητα προσφοράς ενός διακριτού τουριστικού προϊόντος βασισμένου στην ΦκΠΚ στο πλαίσιο μιας ποικιλίας νέων μορφών τουρισμού (πολιτιστικού, δημιουργικού-εμπειρίας κτλ.). Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια σταθερή ανάπτυξη υποστηρικτικών επιχειρήσεων αυτών των μορφών χωρίς ωστόσο συντονισμένες ενέργειες με τις τουριστικές επιχειρήσεις. Επίσης, η συμβολή του μάρκετινγκ είναι ελάχιστη.

- 4) Όσον αφορά το ανθρώπινο κεφάλαιο και τις δεξιότητες, την τεχνογνωσία και τις γνώσεις του, σε ποιους τομείς θεωρείτε ότι αριστεύει (ή έχει πιθανότητες να αριστεύσει) η Περιφέρεια;

Το ανθρώπινο κεφάλαιο που δραστηριοποιείται στους πολιτιστικούς συλλόγους αποτελεί ένα σπάνιο και ιδιότυπο δυναμικό. Έχει γνώσεις ταυτόχρονα διαχείρισης και εμπύχωσης των δραστηριοτήτων της Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Αυτή η ιδιότητα μπορεί να αξιοποιηθεί για την ενεργοποίηση και των πολιτιστικών πόρων της αλλά και της δημιουργικότητας (οικονομία της εμπειρίας) στα πεδία σύνδεσης πολιτισμού και τουρισμού. Η καινοτομία αφορά το συνδυασμό διαχείρισης και εμπύχωσης. Απαιτείται εκπαίδευση και υποστήριξη από νέες τεχνολογίες.

Επίσης, η Θεσσαλία μπορεί να αριστεύσει στον τομέα της πληροφορικής και της ψηφιακής δημιουργίας (π.χ. παραγωγή εικονικών προϊόντων) με βάση την παρουσία εκατοντάδων μικρών επιχειρήσεων στον τομέα των ΤΠΕ και της Πολυτεχνικής Σχολής του ΠΘ. Το τμήμα με υψηλές γνώσεις πληροφορικής αυτού του δυναμικού μπορεί να ενταχθεί σε ομάδες με εξειδίκευση σε θεματικές που αντιστοιχούν σε νέα επιχειρηματικά πεδία του πολιτιστικού και δημιουργικού τουρισμού με την υποστήριξη των σχετικών εργαστηρίων του Πανεπιστημίου και του ΤΕΙ Θεσσαλίας.

- 5) Ποιες τεχνολογίες, προϊόντα ή ευκαιρίες στην παγκόσμια αγορά θεωρείτε ως τις πλέον ελπιδοφόρες για την περιφερειακή οικονομία την προσεχή δεκαετία;

Οι ΤΠΕ μπορούν να συμβάλουν σημαντικά στην προβολή και την καινοτομική προσέγγιση του πολιτιστικού αποθέματος αλλά και στη σύνδεσή του με τον τουρισμό. Το διαδίκτυο, η ψηφιακή δημιουργία μπορούν να συμβάλουν στην ανάδειξη ιδιαίτερα του αρχαιολογικού πλούτου της Θεσσαλίας αλλά και στη διαφήμιση και προβολή του τουριστικού πολιτιστικού προϊόντος της Θεσσαλίας. Οι ευκαιρίες συνδέονται με τη διεθνή τάση των τουριστών να ξεφύγουν από τα οργανωμένα ταξίδια και να αφιερώσουν περισσότερο χρόνο στη γνωριμία των τόπων και των ανθρώπων. Απαιτούνται για την αξιοποίηση αυτών των τάσεων, οι ΤΠΕ, οργανωτική καινοτομία, κοινωνικά δίκτυα, εκπαιδευτικό υλικό, διαδρομές, εικονικές εμπειρίες κτλ.).

- 6) Ποιες απειλές ή προκλήσεις θεωρείτε ότι θα αντιμετωπίσουν οι βασικοί κλάδοι και οι εξεταζόμενοι κλάδοι της περιφερειακής οικονομίας την προσεχή δεκαετία;

Προκλήσεις

- Ισχυρή τάση της ζήτησης πολιτιστικού και δημιουργικού τουρισμού και εμφάνιση νέων τουριστικών αγορών.
- Αξιοποίηση των ΤΠΕ στην ανάδειξη και προβολή των πολιτιστικών και τουριστικών πόρων.
- Το δυναμικό των αποδήμων της Διασποράς (πιστοί καταναλωτές, δυνητικοί επιχειρηματίες).
- Η δυνατότητα ανάπτυξης συνδυασμένων μεταφορών εξυπηρετήσεων.
- Υποκατάσταση της αξίας των υπηρεσιών από δραστηριότητες δημιουργικότητας και εμπειριών.
- Ανάπτυξη μη οργανωμένου ταξιδιού.
- Αξιοποίηση του πολυταμειακού χαρακτήρα της επόμενης προγραμματικής περιόδου.

Απειλές

- Ανταγωνισμός από γειτονικές και μεσογειακές χώρες.
- Εξάρτηση από τους tour operators και από τα οργανωμένα ταξίδια.
- Έλλειψη κεφαλαίων για ιδιωτικές επενδύσεις / προβλήματα στη δανειοδότηση επιχειρήσεων.
- Επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στις τουριστικές δαπάνες και στην προστασία-διαχείριση των πολιτιστικών πόρων.

- 7) Πόσο διεθνοποιημένη είναι η περιφερειακή οικονομία με όρους εξαγωγών ή / και άμεσων ξένων επενδύσεων; Ποιοι κλάδοι είναι οι πιο διεθνοποιημένοι με αυτή την προοπτική; Ποιες είναι οι κύριες αγορές του εξωτερικού;

Οι επενδύσεις στον πολιτιστικό τομέα αποτελούν μια ιδιαίτερη περίπτωση. Αφορούν μέχρι σήμερα ό,τι συνέβαλε στη μετατροπή του πολιτιστικού αποθέματος σε οικονομικό πόρο, τα μέσα αξιοποίησής του και τις υποδομές (μεταφορές). Οι χρηματοδοτήσεις προήλθαν κυρίως από ευρωπαϊκά/εθνικά προγράμματα και αρκετές από τους απόδημους. Αυτές κάλυψαν σε μεγάλο βαθμό επενδύσεις σε νέα καταλύματα.

Ως εξαγωγές θεωρούνται εδώ τα αποτελέσματα της προβολής της εικόνας της πολιτιστικής Θεσσαλίας και προσέλκυσης επισκεπτών. Απ' αυτή την άποψη, χωρίς να έχει πραγματοποιήσει άλματα στον τομέα αυτό, η Θεσσαλία γνωρίζει μια σταθερή μικρή ανοδική πορεία. Η διεθνοποίησή της συνδέεται με την υποδοχή 800.000 αλλοδαπών. Ως βασικές αγορές του θεσσαλικού τουρισμού παραμένουν οι βορειο-ευρωπαϊκές, ενώ γίνονται δειλά ανοίγματα προς τις ανατολικο-ευρωπαϊκές. Ωστόσο, μεγάλο μέρος των πολιτιστικών της πόρων μπορεί να προσελκύσει τους τουρίστες αυτών των αγορών (θρησκευτικός τουρισμός για Σέρβους, Ρώσους, οθωμανικά μνημεία για επισκέπτες από την Τουρκία, εβραϊκή κοινότητα και Ισραήλ κτλ.).

- 8) Ποιοι κλάδοι / υποκλάδοι της περιφερειακής οικονομίας είναι ισχυροί ως προς τις επενδύσεις τους σε Έρευνα και Ανάπτυξη; Από πού προμηθεύονται νέα επιστημονική ή τεχνολογική γνώση;

Ο τομέας του πολιτισμού δεν έχει αυτόνομη έρευνα, μπορεί όμως να επωφεληθεί από παράπλευρη έρευνα, όπως των ΤΠΕ η οποία αναπτύσσεται στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας. Στο παρελθόν έχουν υπάρξει συνεργασίες μεταξύ φορέων του πολιτισμού και ερευνητικών φορέων στον τομέα της οργανωτικής τεχνολογίας και της μουσειολογίας. Επίσης, έρευνα αναπτύσσεται στη συντήρηση στοιχείων της πολιτιστικής κληρονομιάς ιδιαίτερα από το ΠΘ και το ΤΕΙ (συντήρηση ξύλου) και αρχαιολογική έρευνα με τη χρήση μη καταστρεπτικών τεχνολογιών μεταξύ Πολυτεχνικής Σχολής του ΠΘ και των εφορειών Θεσσαλίας.

- 9) Τα ΑΕΙ/ΤΕΙ της Περιφέρειας τροφοδοτούν την περιφερειακή οικονομία με ικανούς αποφοίτους ή οι επιχειρήσεις χρειάζεται να ψάξουν αλλού;

Οι απόφοιτοι που προσφέρουν το ΠΘ και το ΤΕΙ καλύπτουν ορισμένες από τις βασικές ειδικότητες του πολιτιστικού και τουριστικού τομέα (αρχαιολογία, ΤΠΕ, χωροταξία και ανάπτυξη, διοίκηση επιχειρήσεων, τουρισμός, συντήρηση-αναπαλαίωση κτιρίων). Επίσης, αξιόλογους τεχνικούς αποφοίτους σε επαγγέλματα που σχετίζονται με τον πολιτισμό προσφέρει το ΙΕΚ Μαγνησίας. Οι απόφοιτοι διαθέτουν πολύ καλές γνώσεις αλλά μικρότερη εμπειρία και εξειδίκευση στη θεσσαλική πραγματικότητα και στις ανάλογες ανάγκες της. Οι επιχειρήσεις δεν έχουν ιδιαίτερο λόγο εκτός από την εντοπιότητα να προτιμήσουν τους Θεσσαλούς αποφοίτους. Επιβεβαιώνεται -ως ένα βαθμό- και εδώ η πρόσφατη μελέτη του IOBE για την πρόβλεψη μεταβολών στα περιφερειακά παραγωγικά συστήματα, όπου αναφέρονται αναντιστοιχίες μεταξύ των ζητούμενων από τους εργοδότες και των προσφερόμενων προσόντων από τους υπο-

ψηφίους απασχολούμενους, τις ειδικότητες και τα αντικείμενα εξειδίκευσης, τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις ικανότητες.

- 10) Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια; Ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τους κλάδους / υποκλάδους που εξετάζετε;

Σχετικά με τον πολιτισμό το πρόβλημα συνδέεται με το έλλειμμα επιχειρηματικότητας στους τομείς ενεργοποίησης των πολιτιστικών πόρων και προβολής και προώθησης στην αγορά και ιδιαίτερα την τουριστική. Υπάρχει απουσία του ιδιωτικού τομέα, ο δε κοινωνικός τομέας περιορίζεται στην προστασία και διαχείριση των πολιτιστικών αγαθών. Σ' αυτό οδήγησαν το προηγούμενο ασαφές θεσμικό πλαίσιο αδειοδοτήσεων, χωροθέτησης κτλ., αλλά και η έλλειψη στοχευμένων σχεδίων δράσης για σύνδεση με τον τουρισμό. Την υπολειτουργία του τραπεζικού τομέα αντισταθμίζουν ως ένα βαθμό τα κοινοτικά προγράμματα για σχέδια και δράσεις στον τουριστικό τομέα, ιδιαίτερα στον αγρο-τουριστικό. Υπάρχουν δομές υποστήριξης σ' αυτόν τον τομέα αλλά λείπουν οι μηχανισμοί σύνδεσης με την αγορά. Εντοπίζεται, επίσης, εγκατάσταση νέων, συχνά διπλωματούχων, στην ύπαιθρο, οι οποίοι ασχολούνται με δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού. Επισημαίνεται ότι από το 2012 υπάρχει βελτίωση του θεσμικού πλαισίου (ενσωμάτωση του ΕΟΤ και του φορέα επιμόρφωσης στο Υπουργείο Τουρισμού), απλούστευση του καθεστώτος αδειοδότησης των τουριστικών καταλυμάτων, περιβαλλοντικής νομοθεσίας.

- 11) Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της καινοτομίας (επιχορηγήσεις, δάνεια, εγγυήσεις, κουπόνια καινοτομίας, κ.ο.κ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες των επιχειρήσεων; Ποια θα ήταν τα κατάλληλα κίνητρα, για να επενδύσουν οι επιχειρήσεις περισσότερο σε έρευνα και ανάπτυξη;

Οι προηγηθείσες και υφιστάμενες ενισχύσεις καινοτομίας δεν κάλυψαν ουσιαστικά τον τομέα του πολιτισμού ούτε τη σύνδεσή του με την τουριστική αγορά. Η ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ του δημόσιου, κοινωνικού και ιδιωτικού τομέα (επιχειρηματικός κόσμος, εφορείες, αυτοδιοίκηση, ΜΚΟ) μπορεί να δημιουργήσει το κατάλληλο πλαίσιο για τον προσανατολισμό της έρευνας των ΤΕΙ/ΑΕΙ προς αυτή την κατεύθυνση στη βάση κοινών σχεδίων. Ο βαθμός εδαφικότητας μιας επενδυτικής δραστηριότητας (δεσμοί με τον χώρο, αξιοποίηση τοπικών πόρων, δημιουργία θέσεων απασχόλησης τοπικά, συμβολή στη διαχείριση της ΦκΠΚ) είναι δυνατόν να αποτελέσει κίνητρο ενίσχυσης με διάφορα μόνους. Οι ενισχύσεις του ΕΠ Αγροτικής Ανάπτυξης 2007-2013 συνέβαλαν ως ένα βαθμό στη δημιουργία μικρών αγροτουριστικών μονάδων. Σήμερα, η συνεργασία πολιτιστικών και τουριστικών επιχειρήσεων για την οικοδόμηση προϊόντων του πολιτιστικού και δημιουργικού τουρισμού θα μπορούσε να προσδιορίσει αρκετές θεματικές ενότητες προσανατολισμού της έρευνας (ψηφιακή δημιουργία, πιστοποίηση της υπόσχεσης αξίας και των επιμέρους υποσχέσεων, brands αλλά και ευκαιρίες βιωματικών εμπειριών και δημιουργικότητας).

6 Σύνοψη

Η σημασία και ο ρόλος του πολιτισμού στη συνοχή των κοινωνιών, την ποιότητα ζωής αλλά και την ανάπτυξη, έχουν ενισχυθεί τα τελευταία χρόνια. Η αναβάθμιση αυτή του πολιτισμού θέτει παράλληλα το ζήτημα της διατήρησης της ΠΚ και του αναγκαίου κόστους αλλά και της συμβολής του πολιτισμού γενικότερα στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη. Μια απάντηση στα παραπάνω είναι η αειφόρος μετατροπή των πολιτιστικών πόρων σε οικονομικούς πόρους. Σε αυτή την προοπτική η αξιολογη συμβολή του πολιτισμού ως υλικής και άυλης έκφρασης των κοινωνιών στην περιφερειακή ανάπτυξη αφορά τη σύνδεσή του με τον ποιοτικό τουρισμό. Η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού είναι ραγδαία και αποτελεί πρόκληση για τις εθνικές, περιφερειακές και

τοπικές οικονομίες. Ωστόσο, αυτή η ίδια η εξέλιξη οδηγεί σε αλλαγές, σε ανταγωνισμούς και σε απώλειες των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων χωρών και περιφερειών. Για παράδειγμα, ολόκληροι κλάδοι του παραγωγικού πολιτισμού πάσχουν από το γεγονός ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο κατέστησε δυνατή την εξαϋλωση του πολιτιστικού περιεχομένου: τα αρχεία του υπολογιστή απελευθερώθηκαν και έγιναν άμεσοι ανταγωνιστές της φυσικών μέσων, όπως το CD, το DVD ή και το βιβλίο. Αυτή η εξέλιξη έχοντας άμεσες επιπτώσεις στο φυσικό εμπόριο των πολιτιστικών αγαθών, το οποίο παρ' όλα αυτά παραμένει το πιο σημαντικό στη δημιουργική οικονομία, οδηγεί στην αποδόμηση των αλυσίδων μέσω της εξαϋλωσης των πολιτιστικών περιεχομένων και τη μεταφορά μέρους της προσφοράς και των συναλλαγών στον τομέα του πολιτισμού στον ψηφιακό κόσμο. Αν, επομένως, η αγορά του πολιτισμού και οι πολιτιστικές βιομηχανίες υπόκεινται τις τελευταίες δεκαετίες σε σημαντικές αναδιαρθρώσεις και ραγδαίες αλλαγές, η πηγή των οποίων είναι κυρίως οι ψηφιακές και διαδραστικές τεχνολογίες, οι οποίες αφορούν την ανταγωνιστική δυναμική τους, ποια θα μπορούσε να είναι μια στρατηγική διεξόδου για τη Θεσσαλία στον τομέα αυτό; Η δυνατότητα σύνδεσης με τον τουρισμό ανοίγει νέες προοπτικές: χωρίς παράδοση στον τομέα των πολιτιστικών βιομηχανιών η Θεσσαλία θα μπορούσε να επενδύσει στις τεχνολογίες αυτές ως μέσο για την ανάδειξη του πολιτιστικού της αποθέματος και δυναμικού, το οποίο είναι δυνατόν να ενταχθεί στον ανερχόμενο και με αξιόλογες υποδομές πολιτιστικό τουρισμό.

Η αξιολόγηση της δυναμικής συνάντησης πολιτισμού και τουρισμού για τη Θεσσαλία περνά από την αξιολόγηση των πέντε κύριων συστατικών που συνθέτουν το συνολικό τουριστικό προϊόν (στο οποίο εντάσσεται το πολιτιστικό προϊόν): 1) Τα θέλγητρα των τόπων προορισμού, μνημεία, τοπία, ακτές, ιστορικές συνοικίες, μουσεία, θέατρα αλλά και ο τρόπος ζωής είναι αξιόλογα και με απήχηση. 2) Οι υπηρεσίες του τόπου προορισμού, ώστε να απολαμβάνουν οι τουρίστες τα θέλγητρά του (καταλύματα, εστιατόρια, καταστήματα, μέσα μεταφοράς κτλ..) αξιολογούνται ως επαρκή και ικανά να συνεισφέρουν. 3) Η προσπελασιμότητα του τόπου, (χρόνος, κόστος μετάβασης στον τόπο) ως συνδυασμός συγκοινωνιακής υποδομής/τεχνολογίας είναι, επίσης, αρκετά καλή. 4) Η εικόνα του τόπου προορισμού, όπως τη διαμορφώνουν οι άνθρωποι αναφορικά με τους ποικίλους τουριστικούς προορισμούς και η οποία συμβάλλει ιδιαίτερα στη λήψη της ταξιδιωτικής απόφασης, δεν ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις ενός ποιοτικού τουρισμού. Τέλος, 5) το κόστος του τουριστικού προϊόντος (μετακίνηση, διαμονή, διατροφή, συμμετοχή σε δραστηριότητες) θεωρείται σχετικά υψηλό αλλά ελεγχόμενο (σε σχέση με τις γειτονικές ανταγωνίστριες χώρες).

Ωστόσο, εκεί που φαίνεται να πάσχει η σύνδεση του πολιτιστικού τομέα με τον ποιοτικό τουρισμό είναι ο συντονισμός ιδιαίτερα των συστατικών 1, 2 και 4 τόσο στα ανάντη (κατασκευή και προβολή τουριστικών ποιοτικών προϊόντων) όσο και στα κατόντη (υποδοχή, συντονισμός στην οργάνωση και διαχείριση των δραστηριοτήτων με την ενδοχώρα και την κοινωνία των πολιτών). Επιπλέον, στη σημερινή τιμή του τουριστικού προϊόντος δεν εντάσσεται το κόστος της οργανωμένης επαφής με το φυσικό, πολιτιστικό και κοινωνικό περιβάλλον του τόπου προορισμού. Η Θεσσαλία μπορεί να αξιοποιήσει την παράδοση και εμπειρία που διαθέτει στην εφαρμογή προγραμμάτων Leader.

Από τη διάγνωση και την αξιολόγηση που επιχειρήθηκε στα προηγούμενα κεφάλαια προκύπτει ότι ο πολιτιστικός τομέας αποτελεί ένα λανθάνον σήμερα και δυνητικά ισχυρό δυναμικό πόρων και δραστηριοτήτων του θεσσαλικού χώρου, αν ενταχθεί και αξιοποιηθεί μέσω μιας διαδικασίας οικοδόμησης και ανάπτυξης του πολιτιστικού, δημιουργικού και εδαφικού τουρισμού. Η σύνδεση αυτή μπορεί να παίξει το ρόλο της ατμομηχανής για την ανάπτυξη του θεσσαλικού τουρισμού λαμβάνοντας υπόψη τις ισχυρές διεθνείς τάσεις για αυτή τη μορφή τουρισμού, τις υποδομές και τους πόρους που διαθέτει η Θεσσαλία αλλά και τους ταυτόσημους στόχους που θέτουν οι ευρωπαϊκές και εθνικές στρατηγικές για τη βιώσιμη ανάπτυξη και τον τουρισμό (βλ. ενότητα 3). Απ' αυτή την άποψη, μπορεί να συγκροτήσει έναν από τους βασικούς τομείς-σύμπλεγμα της οικονομίας της Περιφέρειας Θεσσαλίας και ως εκ τούτου πρέπει να αποτελέσει μία από τις προτεραιότητες της υπό διαμόρφωση στρατηγικής για την έξυπνη εξειδίκευση. Με δεδομένες τις προοπτικές

του συμπλέγματος, είναι απαραίτητο να τεκμηριωθεί άμεσα μέσω κατάλληλα σχεδιασμένης ποσοτικής έρευνας ο βαθμός έδρασης (embeddedness) και συνάφειας του συμπλέγματος στην περιφερειακή οικονομία, ο βαθμός σύνδεσής του (connectedness) με εθνικές ή διεθνείς αλυσίδες αξίας.

Τα αποτελέσματα των επιμέρους θεματικών ομάδων και τα κείμενα στρατηγικής και προτάσεων που τέθηκαν υπόψη της Ομάδας Εργασίας υποδεικνύουν ότι υπάρχει σημαντική ταύτιση με τα εθνικά κείμενα που συνοψίστηκαν στην ενότητα 3.

- 1) **Στην προοπτική των ανθρώπινων πόρων** τέθηκαν ζητήματα εκπαίδευσης των εμψυχωτών και επιχειρηματιών στον τομέα ανάδειξης και αξιοποίησης των πολιτιστικών-τουριστικών πόρων, ιδιαίτερα προς την κατεύθυνση της χρήσης νέων τεχνολογιών, της επιχειρηματικότητας και της δημιουργικότητας. Κύριος στόχος αναδεικνύεται η αξιοποίηση του κοινωνικού κεφαλαίου των πολιτιστικών συλλόγων αλλά και νέων συλλογικών μορφών, όπως οι κοινωνικές επιχειρήσεις για τη μετατροπή των πολιτιστικών πόρων σε οικονομικό πόρο. Αναγνωρίστηκε η ανάγκη τα εκπαιδευτικά ιδρύματα όλων των βαθμίδων να λάβουν υπόψη τις νέες δεξιότητες των στελεχών που απαιτούν η επιχειρησιακή σύνδεση πολιτιστικών και τουριστικών πόρων, με την εισαγωγή νέων τεχνολογιών, τεχνογνωσιών και καινοτομιών στους τομείς της οργάνωσης, προώθησης και προβολής των πόρων και των προϊόντων με στόχο τις συμπληρωματικότητες και τις συνέργειες.
- 2) **Στην προοπτική του προϊόντικού μείγματος και της πληροφόρησης για τις αγορές** ως πρώτη προτεραιότητα αναφέρθηκε ομόφωνα η υποστήριξη της κατασκευής και προβολής της προσφοράς πολιτιστικών πόρων που να αναδεικνύουν τη διαχρονικότητα, την ιδιαιτερότητα και τη διακριτικότητα των προϊόντων τα οποία θα προσφερθούν στην αγορά. Η προσφορά αυτή πρέπει να πάρει τη μορφή ελκυστικών, λειτουργικών και με υψηλότερη προστιθέμενη αξία πολιτιστικο-τουριστικών προϊόντων. Η ελκυστικότητα συνδέεται με τη δυνατότητα εισαγωγής καινοτομίας στη διαμόρφωση των εικόνων προβολής (νέα αφήγηση, ΤΠΕ κτλ.), η λειτουργικότητα μέσω οργανωσιακών καινοτομιών, με μικρά συνεργατικά σχήματα (clusters), και τέλος, η προστιθέμενη αξία στη δημιουργία εδαφικών αλυσίδων σύνδεσης των πολιτιστικών πόρων, των κλάδων τροφίμων – ποτών, των βιοτεχνικών προϊόντων τέχνης και λαϊκού πολιτισμού. Τα προϊόντα αυτά λόγω της ποικιλομορφίας και της δυνατότητας αξιοποίησης και άλλων συντελεστών (συνδυασμένες μεταφορές, διαδίκτυο κτλ.) μπορούν μέσω συστηματικών δομών παρακολούθησης των τάσεων της ζήτησης σε υφιστάμενες (π.χ. Ευρωπαϊκή Ένωση) και νέες αγορές (π.χ. Ρωσία, Κίνα, Βόρεια Αμερική κ.ά.) να προσαρμοστούν στις προσιμότητες τουριστών από τις χώρες αυτές και να στηρίξουν πρωτοβουλίες προσέλκυσής τους. Η αποτελεσματική οικοδόμηση και ο συντονισμός αυτών των αλυσίδων στο πλαίσιο του πολιτιστικού και ποιοτικού τουρισμού εξασφαλίζει μια πιο δίκαιη κατανομή της προσδοκώμενης να αυξηθεί προστιθέμενης αξίας στο εσωτερικό της περιφέρειας και της οικονομίας της.
- 3) **Στην προοπτική της Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης**, οι τομείς και τα πεδία εστίασης της έρευνας και εισαγωγής νέας τεχνολογίας έχουν συγκεκριμενοποιηθεί. Πρόκειται κυρίως για την οργανωτική τεχνογνωσία (νέες μορφές εδαφικών και θεματικών συνεργασιών), την ψηφιακή δημιουργικότητα (προϊόντα, νέες δραστηριότητες) και την κοινωνική δικτύωση μέσω διαδικτύου για πρόσβαση στις αγορές και μείωση της εξάρτησης από τους tour operators. Πρέπει να προωθηθούν, επίσης, μεθοδολογίες εντοπισμού, ανάδειξης και ενεργοποίησης (σύνδεσης με την αγορά) των πολιτιστικών/τουριστικών πόρων του κάθε τόπου. Τα ΑΕΙ/ΤΕΙ της Θεσσαλίας διαθέτουν αντίστοιχα κέντρα έρευνας και ανθρώπινο δυναμικό, τα οποία πρέπει να ενταχθούν σε συγκεκριμένες δράσεις έρευνας. Στη διαδικασία αυτή θα πρέπει να προσκληθούν όλοι οι ενδιαφερόμενοι φορείς και προπαντός οι επιχειρηματίες, ώστε να υπάρξει σύγκλιση των αναγκών του επιχειρηματικού τομέα και της αξιοποίησης της εμπεδωμένης γνώσης των ερευνητών και να παραχθεί καινοτομία.

4) **Στην προοπτική της δικτύωσης των συντελεστών του περιφερειακού συστήματος καινοτομίας**, η μετατροπή των πολιτιστικών πόρων σε οικονομικούς και η μετάβαση προς ένα νέο τουριστικό κλάδο, τον πολιτιστικό-δημιουργικό, δημιουργεί ένα πεδίο πολυεπίπεδων παρεμβάσεων και καινοτομίας στη διαδικασία κατασκευής και προβολής αλλά και χρήσης των νέων προϊόντων. Η συγκεκριμενοποίηση των στόχων και των δράσεων που εξασφάλισε η ΟΕ ευνοεί σήμερα τη δικτύωση των τριών βασικών συνιστωσών των δύο τομέων (πολιτιστικές-τουριστικές επιχειρήσεις, ερευνητές, περιφερειακή διοίκηση). Η πρόταση για τη δημιουργία ενός περιφερειακού οικονομικού πόλου της πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελεί μια καινοτομική οργανωτική μορφή, η οποία οδηγεί με συγκεκριμένα βήματα στη σύνδεση του πολιτιστικού τομέα με τον τουρισμό και την ανάπτυξη.

- i) *Δικτύωση φορέων και επιχειρήσεων του δημόσιου, κοινωνικού και ιδιωτικού τομέα σε τοπική και περιφερειακή κλίμακα.* Η δικτύωση θεωρείται απαραίτητη για να στηρίξει μια συντονισμένη διαδικασία ενίσχυσης της ικανότητας των επιχειρηματιών και φορέων για α) μετατροπή των πόρων του πολιτισμού σε οικονομικούς πόρους β) παραγωγής υπηρεσιών και αγαθών, τα οποία να απαντούν στις νέες τάσεις που εμφανίζει η τουριστική ζήτηση και γ) μετάβαση του μαζικού τουρισμού προς τον πολιτιστικό τουρισμό. Η δικτύωση πρέπει να είναι πολυεπίπεδη λαμβάνοντας υπόψη την εδαφική, θεματική και κλαδική διάσταση της σύζευξης πολιτισμού και τουρισμού (ανάγκη διατήρησης-διαχείρισης και αξιοποίησης των πολιτιστικών πόρων και άρθρωση με την περιφερειακή οικονομία). Είναι δυνατή η δημιουργία εδαφικών διακυβερνήσεων διαχείρισης του τοπικού πολιτιστικο-τουριστικού προϊόντος στην κλίμακα κάθε Δήμου (τουριστικοί επιχειρηματίες, σύλλογοι, εκπρόσωπος ΤΑ κτλ.) και στο επίπεδο της περιφέρειας με την παράλληλη και προοδευτική οικοδόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ των διαφόρων εταίρων, ώστε να προσφερθούν κοινές δραστηριότητες.
- ii) *Δικτύωση των εδαφικών και κλαδικών αλυσίδων αλλά και μεμονωμένων επιχειρήσεων του πολιτιστικού και τουριστικού τομέα με άλλους κλάδους της οικονομίας.* Μπορεί να ενεργοποιήσει το δυναμικό των φορέων και επιχειρήσεων του πολιτιστικού και τουριστικού τομέα αλλά και άλλων παραγόντων και συγγενικών βιομηχανιών και κλάδων της θεσσαλικής οικονομίας (τρόφιμα, κλωστοϋφαντουργία, ψηφιακή δημιουργία κτλ.). Στόχοι: α) η διευκόλυνση της ένταξης των πολιτιστικών δραστηριοτήτων σε τυπικά οικονομικά δίκτυα και της συντονισμένης και διαρκούς σύνδεσής τους με τον τουριστικό τομέα, β) η δημιουργία αλυσίδων σύνδεσης των πολιτιστικών πόρων, των κλάδων τροφίμων – ποτών, των βιοτεχνικών προϊόντων τέχνης και λαϊκού πολιτισμού μέσω οργανωσιακών καινοτομιών, με μικρά συνεργατικά σχήματα και παρεμβάσεις σε κρίσιμα ή προβληματικά σημεία των αλυσίδων αξίας.

Η ίδια δικτύωση μπορεί να λάβει τη μορφή ενός οικονομικού πόλου της ΠΚ και να εντάξει τις διάφορες λειτουργίες που αναπτύσσει κάθε αλυσίδα του πολιτισμού και πολιτιστικού τουρισμού, όπως: δημιουργία και παραγωγή, αναπαραγωγή και αντίγραφα, τεχνικές και υποστηρικτικές βιομηχανίες, προβολή και διάχυση, εμπορία, πώληση και διανομή, συντήρηση, επικοινωνία, πληροφόρηση, επιμόρφωση και κατάρτιση εμπυχωτών. Στις θεματικές δικτυώσεις προέχουν τα σημαντικά περιθώρια διασύνδεσης στους τομείς της εστίασης (π.χ. ένταξη των θεσσαλικών προϊόντων και της ελληνικής δίαιτας, θεσσαλικό πρωινό κτλ.), του θεματικού τουρισμού (π.χ. ιππικός, μελισσοκομικός τουρισμός, κ.ά.): ήδη στη Θεσσαλία υπάρχουν ψήγματα τέτοιων πρωτοβουλιών τα οποία είναι μεμονωμένα. Στα κατάντη απαιτείται μια οργανωμένη και συντονισμένη προσπάθεια των επιχειρήσεων του τριτογενή τομέα που μπορούν να συνδράμουν στην προβολή-διαφήμιση, πιστοποίηση ποιότητας, πολιτιστικό μάρκετινγκ κτλ.

Σ' αυτό το πλαίσιο συνεργασίας θα υποστηριχθεί η διαδικασία επιχειρηματικής ανακάλυψης και ανάδυσης-emergency της νέας μορφής τουρισμού της Θεσσαλίας. Η υποστήριξη αυτής της διαδικασίας θα βασιστεί στη διερεύνηση καινοτόμων, αλλά όχι πάντα τεχνολογικών, λύσεων, και στην ενημέρωση των εμπλεκόμενων για τις ευκαιρίες που χάνουν μη προβαίνοντας στη δημιουργία τέτοιων σχημάτων.

- iii) *Δικτύωση του πολιτιστικού τομέα και πολιτιστικού τουρισμού με την κοινωνία των πολιτών:* Αποτελεί το ισχυρό πλεονέκτημα του θεσσαλικού πολιτιστικού και κοινωνικού τομέα με τη δραστηριοποίηση εκατοντάδων πολιτιστικών συλλόγων, την ομοσπονδία κοινωνικών οργανώσεων κτλ. Οι δράσεις τους παραμένουν άτυπες, ενώ αδυνατούν λόγω θεσμικού πλαισίου να παρέμβουν σε όλο το φάσμα της αλυσίδας αξιοποίησης των πολιτιστικών πόρων (π.χ. εμπορίας προϊόντων παραδοσιακής τέχνης που παρασκευάζουν τα μέλη τους). Μια νέα διάσταση και δυναμική μπορεί να δώσει η νέα δυνατότητα δημιουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων στο εσωτερικό αυτών των συλλόγων με στόχο την παραγωγή πολιτιστικών ιδιότυπων τοπικών προϊόντων, δημιουργικών δραστηριοτήτων και τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης και εισοδήματος στις εδαφικές αλυσίδες. Η σύζευξη των γνώσεων και εμπειριών που διαθέτουν και η εισαγωγή οργανωτικής καινοτομίας μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία εδαφικής προσόδου στις περιοχές τους και σε αύξηση της προστιθέμενης αξίας των αγαθών και υπηρεσιών τους.
- iv) *Μεταφορά τεχνολογίας: δικτύωση έρευνας & παραγωγής.* Η δικτύωση αυτή εξαρτάται από την οργάνωση και αποτελεσματικότητα της συνάντησης επιχειρηματιών και ερευνητών. Οι παραπάνω δικτύώσεις μπορούν να συμβάλουν στον εντοπισμό των αναγκών και στον προσδιορισμό των αποτελεσμάτων της έρευνας. Ο ακαδημαϊκός/ερευνητικός τομέας μπορεί να συνεισφέρει τόσο στην ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού σχεδιάζοντας κυλιόμενα προγράμματα διά βίου μάθησης και οργανώνοντας δράσεις ενημέρωσης των συντελεστών του πολιτιστικο-τουριστικού συμπλέγματος για νέες τεχνολογίες, τεχνικές, μεθόδους κ.ά. Πρώτη προτεραιότητα αποτελεί η συμβολή της έρευνας στην ανάδειξη εδαφικών/πολιτιστικών πόρων και η μεταφορά τεχνολογιών ΤΠΕ με εστίαση στην ψηφιακή δημιουργικότητα (μουσεία εικονικής πραγματικότητας, διαδραστικό περιβάλλον, παιχνίδια με την ιστορία της Θεσσαλίας κτλ.) προς τον επιχειρηματικό τομέα, με βάση συγκεκριμένες πρωτοβουλίες και δράσεις. Σε αυτή τη βάση, μπορούν να δημιουργηθούν θεματικές έρευνας με στόχο την από κοινού παραγωγή προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας, τα οποία να εμπλουτίζουν το συνολικό τουριστικό προϊόν ή και να απαντούν σε διαπιστωμένες ανάγκες στις διάφορες αλυσίδες αξίας. Τέλος, για να ενισχυθεί το θέμα της διάχυσης γνώσης σε επίπεδο αποφοίτων (knowledge spillovers) προς όφελος της περιφερειακής οικονομίας, θα μπορούσε να υιοθετηθεί ένα πρόγραμμα απασχόλησης καταρτισμένων νέων αποφοίτων στην παραγωγή ή στις επιχειρήσεις του συμπλέγματος που θα έχει ξεκάθαρους στόχους επίλυσης προβλημάτων.
- v) *Ευθυγράμμιση των στόχων της περιφερειακής διοίκησης και του πολιτιστικο-τουριστικού συμπλέγματος.* Τα εργαλεία πολιτικής υποστήριξης της καινοτομίας και επιχειρηματικότητας κατά την προσεχή προγραμματική περίοδο πρέπει να είναι προσαρμοσμένα στις ανάγκες της παραγωγικής βάσης με βάση τον στόχο της διαδικασίας RIS3. Με δεδομένο ότι δεν είναι ακόμη γνωστή η αρχιτεκτονική των προγραμμάτων της προσεχούς περιόδου (δηλαδή τι θα χρηματοδοτηθεί από περιφερειακά και τι από τομεακά προγράμματα), οι αρμόδιες αρχές θα πρέπει να είναι έτοιμες με κατάλληλα διαμορφωμένες εναλλακτικές επιλογές. Θα πρέπει να οργανωθεί ταχύτατα ένα δίκτυο υποστηρικτικών μηχανισμών με κεντρικούς φορείς εκείνους που έχουν υιοθετήσει και προωθούν την Έρευνα/Ανάπτυξη. Οι φορείς αυτοί (κέντρα επιχειρηματικότητας, αναπτυξιακές εταιρείες, ορισμένα εργαστήρια των ΤΕΙ/ΑΕΙ κτλ.) υπάρχουν στη Θεσσαλία και αποτελούν έναν έμπειρο διαμεσολαβητή μεταξύ παραγωγικού συστήματος, γνώσης και χρηματοδότησης. Ωστόσο, για διάφορους

λόγους η μεμονωμένη εμπειρία τους και τα μικρά μεγέθη τους δεν τους επιτρέπουν να παρέμβουν αποτελεσματικά σε περιφερειακή κλίμακα χωρίς δικτύωση. Μόνο μέσω μιας αποτελεσματικής δικτύωσης οι φορείς αυτοί μπορεί να αποτελέσουν, λόγω συσσωρευμένης εμπειρίας, βασικό συντελεστή του εκτελεστικού βραχίονα της στρατηγικής έξυπνης εξειδίκευσης.

5) **Ένταξη σε νέο πλαίσιο τοπικού και περιφερειακού σχεδιασμού (αξιοποίηση εργαλείων χρηματοδότησης της νέας προγραμματικής περιόδου).** Η Ε.Ε. στη νέα προγραμματική περίοδο εισάγει δύο νέα εργαλεία ολοκλήρωσης για την υλοποίηση εδαφικών στρατηγικών, αξιοποιώντας ουσιαστικά τον πολυταμειακό χαρακτήρα της νέας προγραμματικής περιόδου:

- i) Τα CLLD (Ανάπτυξη με Πρωτοβουλία των Τοπικών Κοινοτήτων) που βασίζονται στην προσέγγιση LEADER, αναπτύσσοντας ολοκληρωμένες προσεγγίσεις από τη βάση που απαντούν σε εδαφικές και τοπικές προκλήσεις, οι οποίες απαιτούν δομικές αλλαγές. Κύρια στοιχεία των CLLD είναι η συλλογικότητα, η τόνωση της καινοτομίας, η προώθηση της κοινωνικής ιδιοκτησίας και η ανάπτυξης μιας πολυεπίπεδης διακυβέρνησης. Μια τέτοια προσέγγιση μπορεί να υποστηρίξει ολιστικά την προσπάθεια για τη διαμόρφωση τοπικών εδαφικών αλυσίδων σύνδεσης των πολιτιστικών πόρων και άλλων κλάδων της τοπικής οικονομικής δραστηριότητας (τρόφιμα, βιοτεχνίες λαϊκής τέχνης κτλ..) σε κλίμακα Δήμου.
- ii) Το ΙΤΙ (Ολοκληρωμένη Εδαφική Επένδυση) αποτελεί ένα εργαλείο εδαφικής στρατηγικής σε μια συγκεκριμένη περιοχή (από μια αστική γειτονιά μέχρι μια περιφερειακή και διαπεριφερειακή περιοχή). Στη συγκεκριμένη περιοχή πρέπει να διαμορφωθεί μια δέσμη δράσεων προς υλοποίηση, καθώς και μια διακυβέρνηση για τη διαχείριση της ΙΤΙ. Η χρηματοδότηση έχει επίσης πολυταμειακό χαρακτήρα. Στη βάση αυτή η ΙΤΙ μπορεί να υποστηρίξει μια ευρύτερη συνεργασία θεσσαλικού επιπέδου για την ανάπτυξη δράσεων σύνδεσης πολιτισμού και τουρισμού μέσω της διατομεακής συνεργασίας, καθώς και των σχετικών υποστηρικτικών δράσεων που απαιτούνται σε θέματα εισαγωγής καινοτομίας, τεχνολογικής υποστήριξης, κατάρτισης, στήριξης της επιχειρηματικότητας κτλ..

Αξίζει να αναφερθεί ότι τα CLLD και τα ΙΤΙ αποτελούν εργαλεία που μπορούν να λειτουργούν συμπληρωματικά, στο βαθμό που τα CLLD μπορούν να αποτελούν συστατικό μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής που υλοποιείται μέσω μιας ΙΤΙ.

Λαμβάνοντας υπόψη τα σενάρια οικονομικού μετασχηματισμού που περιγράφονται στον Οδηγό Εφαρμογής της RIS3 και την αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης, διατυπώνουμε τις ακόλουθες εκτιμήσεις ως προς την εφαρμοσιμότητά τους:

- 1) **Εκσυγχρονισμός:** Το σενάριο του εκσυγχρονισμού δεν είναι το βασικό σενάριο εργασίας για την πλειονότητα των συντελεστών του πολιτιστικού - τουριστικού τομέα. Αφορά, σε μικρό βαθμό, την τουριστική βιομηχανία με στόχο τη βελτίωση της εικόνας της στο επίπεδο των καταλυμάτων (πράσινη ενέργεια) και τη χρήση νέων εφαρμογών της πληροφορικής στη σύνδεση με τους πολιτιστικούς πόρους και τόπους αλλά και την προβολή σε συγκεκριμένες πλατφόρμες, στο πλαίσιο της υιοθέτησης του πολιτιστικού και δημιουργικού τουρισμού.
- 2) **Γέννηση νέου (νέων) κλάδου (-ων).** Η οικοδόμηση του πολιτιστικού και δημιουργικού τουρισμού στη Θεσσαλία συνιστά στην ουσία τη δημιουργία ενός νέου κλάδου στο εσωτερικό του τουριστικού φαινομένου που σήμερα κυριαρχείται από τη μορφή του μαζικού τουρισμού. Από τη δυναμική της συνάντησης του πολιτισμού με τον τουριστικό τομέα και τη θεσσαλική οικονομία εκτιμάται ότι θα προκύψουν μεσοπρόθεσμα δύο κλάδοι στο εσωτερικό της οικονομίας: ο κλάδος της πολιτιστικής κληρονομιάς ως οικονομικού πόρου και παραγωγού αγαθών και υπηρεσιών, και ο κλάδος των ΤΠΕ. Το σενάριο της γέννησης του κλάδου του πολιτιστικού

δημιουργικού τουρισμού, εμφανίζει μεγάλες προοπτικές στον τουριστικό τομέα με όρους απασχόλησης, προσέλκυσης τουριστών (εξαγωγή της θεσσαλικής εικόνας) και ΑΕΠ.

Όσον αφορά τον πολλά υποσχόμενο κλάδο των ΤΠΕ (ψηφιακή δημιουργία κτλ.) αυτός, ως υπόβαθρο στήριξης της παραπάνω διαδικασίας και του τελικού αποτελέσματος, μπορεί να στηριχθεί στις εκατοντάδες επιχειρήσεις της Θεσσαλίας και στο εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό που διαθέτουν, οι οποίες θα προσανατολιστούν προς συγκεκριμένες ανάγκες και δράσεις του πολιτιστικο-τουριστικού συμπλέγματος. Η διαδικασία αυτή μπορεί να υποστηριχθεί από την ερευνητική δραστηριότητα των ερευνητικών φορέων των ΑΕΙ/ΤΕΙ της Θεσσαλίας. Ήδη στην πολυτεχνική Σχολή του Π.Θ. έχει δημιουργηθεί μονάδα διατμηματικής συνεργασίας με 6 ερευνητικά εργαστήρια με αντικείμενο τη «γεωματική & ανάπτυξη» και εστίαση στην αρχαιολογική έρευνα με τη χρήση γεωραντάρ, δορυφορικών εικόνων και στην εικονική πραγματικότητα. Είναι δυνατόν αυτές οι συνεργασίες να εμφανιστούν ως νεοπαγείς επιχειρήσεις (start-ups) νέων διδασκόντων ή και spin-off μεταξύ ΑΕΙ/ΤΕΙ και επιχειρήσεων των ΤΠΕ. Τα αποτελέσματα τέτοιων πρωτοβουλιών απαντούν στις ανάγκες και στη ζήτηση των πολιτιστικών και τουριστικών επιχειρήσεων, αναδεικνύουν την ιδιοτυπία του πολιτιστικού και τουριστικού προϊόντος, αλλά ταυτόχρονα δημιουργούν συνθήκες και προοπτικές διεθνούς συνεργασίας με εταιρείες με αξιόλογη εμπειρία, για την παραγωγή κοινών προϊόντων (soft whare).

- 3) **Μετάβαση** προβλέπεται για εκείνους τους κλάδους της θεσσαλικής βιοτεχνίας και βιομηχανίας, οι οποίες προσελκόμενες από τη ζήτηση του πολιτιστικού τουρισμού μπορούν βασισμένες σε E & A, νέες τεχνικές και δυνατότητες παραγωγής που αποτελούν τη βάση γνώσεων, ώστε να στραφούν προς νέα προϊόντα και νέες δραστηριότητες (π.χ. κλωστοϋφαντουργία, βιοτεχνίες ένδυσης κτλ.). Αυτή η μετάβαση μπορεί να αξιοποιήσει υφιστάμενες ικανότητες σε έρευνα και ανάπτυξη, τεχνολογία, τεχνογνωσία και ειδικές γνώσεις που υπάρχουν ήδη στην περιφέρεια ή μπορούν να αποκτηθούν.
- 4) Τέλος, η **παράπλευρη διαφοροποίηση** μέσω συνεργειών (οικονομίες σκοπού και κλίμακας) που μπορούν να υπάρξουν μεταξύ της υφιστάμενης δραστηριότητας γύρω από τον μαζικό τουρισμό και μίας νέας (οργάνωση δραστηριοτήτων για τον πολιτιστικό και δημιουργικό τουρισμό), καθιστούν την εμφάνιση της νέας δραστηριότητας ιδιαίτερα ελκυστική, ανταγωνιστική και κερδοφόρα για την τουριστική βιομηχανία. Οι νέες ανάγκες προσδιορίζονται με βάση τις αλλαγές στις μεταφορές (διαφοροποίηση και μείωση εξάρτησης από tour operators), την εστίαση (ποιότητα τοπικών τροφίμων), το μάρκετινγκ, το προσωπικό, το προϊόν αλλά και τη δικτύωση με τους επιχειρηματίες του πολιτισμού και της εμπειρίας (ΤΠΕ για εμπλουτισμό του προϊόντος, εικονικά προϊόντα κτλ.). Έχουν προσδιοριστεί οι ιδιαίτερες ικανότητες (capabilities) και η άυλη γνώση (tacit knowledge) που διαθέτουν οι δύο τομείς (πολιτιστικός και τουριστικός) της Θεσσαλίας. Υπάρχει συμβατότητα και συμπληρωματικότητα για την επέκταση των δραστηριοτήτων, ενώ θα απαιτηθεί υψηλή συνέργεια μεταξύ των δύο διαφορετικών τύπων και διαφορετικής προέλευσης ικανοτήτων και γνώσεων, οι οποίες μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για καινοτομικές λύσεις και πρωτοβουλίες. Η διαδικασία θα στηριχθεί στην οργανωτική καινοτομία και στις εφαρμογές της πληροφορικής (ψηφιακή δημιουργία) και μπορεί να αποτελέσει μία από τις πρώτες δράσεις στο πλαίσιο της στρατηγικής RIS3 στη Θεσσαλία.