



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΕΟ - ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Αξιοποίηση πολιτισμικών πόρων για την τοπική ανάπτυξη . Μελέτη περίπτωσης του Δήμου Σερρών

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: Λαζαρίδου Ευλαβία

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: Φωτούλα Αργυροπούλου



Καλαμάτα 2014

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτρια της παρούσας πτυχιακής εργασίας κα. Αργυροπούλου Φωτούλα ,για την καθοδήγηση της , κατά την διάρκεια της πραγματοποίησης της παρούσας εργασίας.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες θέλω να εκφράσω προς την οικογένεια μου και κυρίως στους γονείς μου για την υλική και ηθική συμπαράστασή τους κατά την διάρκεια της εκπόνησης της εργασίας αλλά και για το σύνολο των σπουδών μου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στη σύγχρονη εποχή η πολιτιστική άνθηση αποτελεί πρωτεύοντα στόχο για κάθε προοδευτική και σύγχρονη διακυβέρνηση. Είναι ένα αίτημα που διαμορφώνει νέες απαιτήσεις και κάθε κυβέρνηση που σέβεται τον πολίτη, όπως και η Τοπική Αυτοδιοίκηση οφείλει να συμπεριλάβει, να υπηρετήσει και να αναγνωρίσει τα πολιτιστικά δικαιώματα για όλους τους πολίτες ως αναπόσπαστο στοιχείο των ατομικών και κοινωνικών δικαιωμάτων.

Επιπλέον, ο πολιτισμός αποτελεί έναν αδιαμφισβήτητο σημαντικό παράγοντα για το σχεδιασμό της εθνικής τουριστικής πολιτικής. Είναι αρκετές οι μελέτες που έχουν δείξει ότι πολιτισμός και τουρισμός γίνονται πόροι για κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη σε περιφερειακές κοινότητες. Η πολιτιστική ανάπτυξη της υπαίθρου μπορεί να χρησιμοποιήσει κάθε είδους φυσικούς και ανθρώπινους πόρους μιας περιοχής τις σχέσεις κοινότητας και οικογένειας, την κληρονομιά αλλά και τον τρόπο ζωής.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία ασχολείται με την αξιοποίηση των πολιτισμικών πόρων για την τοπική ανάπτυξη του Δήμου Σερρών. Συγκεκριμένα εξετάζει αν στη σημερινή διεθνή συγκυρία, με τα σημερινά δεδομένα για την τοπική ανάπτυξη και την κρίση των περιφερειακών πολιτικών, μπορεί η τοπική κοινωνία σε συνεργασία με την Τοπική Αυτοδιοίκηση να δώσουν απάντηση στην κρίση αξιοποιώντας τους πολιτισμικούς πόρους.

Λέξεις κλειδιά : τοπική ανάπτυξη, πολιτισμικοί πόροι, πολιτισμός, τουρισμός.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Ευχαριστίες.....	3
Περίληψη – Λέξεις κλειδιά	5
Πίνακας Περιεχομένων.....	7
Κατάλογος Πινάκων.....	9
Κατάλογος Διαγραμμάτων.....	10
Κατάλογος Εικόνων.....	11
Εισαγωγή	12
ΜΕΡΟΣ Α΄ - ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο	15
ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	15
1.1. Ορισμός της Πολιτιστικής Κληρονομιάς.....	15
1.2. Πολιτιστικοί Πόροι	16
1.3. Η έννοια του πολιτισμού στην σύγχρονη εποχή.....	16
1.4. Ο πολιτισμός ως παραγωγική δύναμη	17
1.5. Η συμβολή του πολιτισμού στην τοπική ανάπτυξη.....	18
1.6. Προβλήματα στον τομέα αξιοποίησης πολιτιστικών πόρων	19
1.7. Η οικονομική κατάσταση των Δήμων σήμερα λόγω του Μνημονίου.....	21
1.8. Η αξιοποίηση των πολιτισμικών πόρων πηγή οικονομικού πλούτου	22
1.9. Πολιτιστικός τουρισμός.....	23
1.10. Γαστρονομικός τουρισμός	25
1.11. Ο γαστρονομικός τουρισμός μοχλός πολιτιστικής και οικονομικής ανάπτυξης	27
1.11.1. Θεματικά εστιατόρια.....	28
1.12. Μεσογειακή διατροφή - Ελαιόλαδο.....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο	31
ΤΟ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ – ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ.....	31
2.1.Εισαγωγή	31
2.2. Σύνθεση του δήμου Σερρών	32
2.3. Μορφολογική και περιβαλλοντική εικόνα του νομού Σερρών.....	33

2.3.1.Κλιματολογικές συνθήκες	34
2.3.2.Υδάτινο περιβάλλον.....	34
2.4. Οικονομική κατάσταση του δήμου Σερρών	35
2.5. Φυσικό και ανθρωπογενές Περιβάλλον.....	36
2.6. Τα κυριότερα προβλήματα, ανά θεματικό τομέα, που αντιμετωπίζει ο Δήμος Σερρών κατά την αναπτυξιακή του προσπάθεια	38
2.7. Το όραμα και οι στόχοι ανάπτυξης του Δήμου Σερρών	40
2.8. Πολιτισμικοί πόροι του δήμου Σερρών	47
2.9. Το μουσείο Ελιάς στον Ελαιώνα Σερρών.....	50
2.10. Οι Δρόμοι της Ελιάς	54
2.11. Οι δρόμοι της Ελιάς στις Σέρρες το καλοκαίρι του 2008.....	56
2.12. Τουριστική υποδομή και ανάπτυξη του Δήμου Σερρών	57
2.13. Ο πολιτιστικός τουρισμός ως ευκαιρία ανάπτυξης για το Δήμο Σερρών.....	60
ΜΕΡΟΣ Β΄ - ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ	63
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο	63
3.1. Μεθοδολογία.....	63
3.2. Μεθοδολογία παρούσας έρευνας.....	63
3.3. Περιορισμοί έρευνας.....	64
3.4. Αποτελέσματα έρευνας.....	64
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο	82
ΠΡΟΤΑΣΗ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΠΟΡΟΥ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ .	82
4.1. Εισαγωγή	82
4.2. Στρατηγική ανάπτυξη του Δήμου Σερρών	82
4.3. Τα τρία επίπεδα του προϊόντος – υπηρεσίας του προτεινόμενου σχεδίου	84
4.4. Σχεδιασμός Στρατηγικού Σχεδίου Μάρκετινγκ.....	85
4.5. Διαφημιστική καμπάνια.....	93
4.6. Πρόγραμμα δημοσίων σχέσεων.....	93
4.7. Έμφαση στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνική δικτύωσης	9797
Βιβλιογραφία	101
Error! Bookmark not defined. Παράρτημα	
.....	105

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1. Ειδικοί Στόχοι Δήμου Σερρών ανά Άξονα Προτεραιότητας.....	42
ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2. Πίνακας Τουριστικών Καταλυμάτων.....	57
ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3. Αφίξεις στα Τουριστικά Καταλύματα.....	58
ΠΙΝΑΚΑΣ 2.4. Διανυκτερεύσεις στα Τουριστικά Καταλύματα.....	59
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1. Πλήθος πολιτών ανά φύλο.....	64
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2. Πλήθος πολιτών ανά ηλικία.....	65
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3. Πλήθος πολιτών ανά επάγγελμα.....	66
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4. Πλήθος πολιτών ανά εκπαίδευση.....	67
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.5. Πλήθος πολιτών ανά τόπο καταγωγής.....	68
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.6. Πλήθος πολιτών που πιστεύουν ότι οι Ελληνικοί φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι αξιοποιούνται επαρκώς.....	69
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7. Πλήθος πολιτών για την επάρκεια της περιφερειακής πολιτιστικής πολιτικής στην Ελλάδα.....	70
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8. Φορείς που πρέπει να αναλάβουν την αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων.....	71
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9. Η αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων μιας χώρας ως βοήθεια για να ξεπεραστεί η παγκόσμια οικονομική κρίση.....	72
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.10. Πλήθος πολιτών που πιστεύει ότι ο Δήμος Σερρών διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές για ανάπτυξη του τουρισμού.....	76

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.1. Ποσοστό πολιτών ανά φύλο.....	65
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2. Ποσοστό πολιτών ανά ηλικία.....	66
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3. Ποσοστό πολιτών ανά επάγγελμα.....	67
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.4. Ποσοστό πολιτών ανά εκπαίδευση.....	68
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.5. Ποσοστό πολιτών ανά τόπο καταγωγής.....	69
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.6. Ποσοστό πολιτών που πιστεύουν ότι οι Ελληνικοί φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι αξιοποιούνται επαρκώς.....	70
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.7. Ποσοστό πολιτών για την επάρκεια της περιφερειακής πολιτιστικής πολιτικής στην Ελλάδα.....	71
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.8. Φορείς που πρέπει να αναλάβουν την αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων.....	72
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.9. Η αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων μιας χώρας ως βοήθεια για να ξεπεραστεί η παγκόσμια οικονομική κρίση.....	73
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.10. Πόσο ο Δήμος Σερρών βάλλεται από την οικονομική κρίση...74.	74
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.11. Η ανάπτυξη του μαζικού ή εναλλακτικού τουρισμού ως απάντηση στην κρίση.....	74
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.12. Η κατάλληλη αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων σε τοπικό και διεθνές επίπεδο για να ξεπεραστεί η κρίση.....	75
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.13. Πολιτιστικοί σύλλογοι και άλλοι πολιτιστικοί φορείς αρκούν για την προβολή των πολιτιστικών πόρων του Δήμου Σερρών.....	76
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.14. Ποσοστό πολιτών που πιστεύει ότι ο Δήμος Σερρών διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές για ανάπτυξη του τουρισμού.....	77
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.15. Πόσο δυναμικά αντιμετωπίζει η τοπική αυτοδιοίκηση την ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων.....	78
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.16. Πόσο ο ιδιωτικός τομέας μπορεί να βοηθήσει στην αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων.....	78

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.17. Ποσοστό ικανοποίησης πολιτών από τις δραστηριότητες των
υπαρχουσών πολιτιστικών φορέων.....79

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.18. Πόσο μπορεί η αξιοποίηση κεφαλαίων από προγράμματα ΕΣΠΑ
να βοηθήσει στην προβολή των πολιτιστικών πόρων του Δήμου Σερρών.....80

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.19. Πόσο βοηθάει η αδελφοποίηση του Δήμου Σερρών με άλλους
Δήμους εντός και εκτός Ελλάδας για την προβολή των πολιτιστικών πόρων του
Δήμου.....80

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

ΕΙΚΟΝΑ 2.1. Πανοραμική φωτογραφία του Δήμου Σερρών.....37

ΕΙΚΟΝΑ 2.2. Το μουσείο Ελιάς στον Ελαιώνα Σερρών.....50

ΕΙΚΟΝΑ 2.3. Εικόνα εργαλείου που εκτίθεται στο μουσείο Ελιάς στον Ελαιώνα
Σερρών.....51

ΕΙΚΟΝΑ 2.4. Φωτογραφία ελαιώνα στο Νομό Σερρών.....57

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο πολιτισμός αποτελεί την ισχυρότερη ένδειξη προόδου και ευημερίας των σύγχρονων κοινωνιών, καθώς συνδέεται με την ελεύθερη δημιουργία. Οι εθνικοί και τοπικοί πολιτισμοί είναι οι συγκεκριμένες μορφές εμφάνισης του πολιτισμού σε χρόνο και τόπο. Ενσωματώνουν τις ιστορικές, εθνικές, γλωσσικές, θρησκευτικές παραδόσεις, τις κοινωνικές και οικονομικές σχέσεις, τη γεωγραφία, το κλίμα και γενικότερα το χώρο όπου λαμβάνει χώρα η πολιτισμική δημιουργία. Έτσι, η ίδια η διαδικασία δημιουργίας και απόλαυσης πολιτισμικών αγαθών, από τη φύση της, ταυτίζεται με τη διαφορετικότητα, την ποικιλότητα και την ετερομορφία. Οι τοπικές κοινωνίες, σε όλες τις μορφές τους (κοινότητα, πόλη, περιφέρεια), είναι συνεπώς οι φυσικοί φορείς διαχείρισης της πολιτιστικής και πολιτισμικής κληρονομιάς και δημιουργίας, έτσι ο τοπικός πολιτισμός αναδεικνύεται σε προνομιακό πεδίο άσκησης τοπικής ή περιφερειακής πολιτιστικής πολιτικής¹.

Η σύγχρονη αναπτυξιακή διάσταση του πολιτισμού είναι τεράστια. Στην Ελλάδα συνδέεται με δημιουργία χιλιάδων νέων θέσεων εργασίας, ενώ η διάσταση αυτή δεν περιορίζεται μόνο στην τουριστική αξιοποίηση. Έχει πολλές διαφορετικές πλευρές, με αποτέλεσμα η Ελλάδα να μπορεί να οργανώσει εξαγωγή πολιτιστικών προϊόντων και δραστηριοτήτων (εκθέσεις στο εξωτερικό, εξαγωγή πολιτιστικής δημιουργίας με κρατική στήριξη)²

Η παρούσα πτυχιακή εργασία ασχολείται με την αξιοποίηση των πολιτισμικών πόρων για την τοπική ανάπτυξη και ιδιαίτερος του Δήμου Σερρών. Συγκεκριμένα εξετάζεται αν στη σημερινή διεθνή συγκυρία, με τα σημερινά προβλήματα για την τοπική ανάπτυξη και την κρίση των περιφερειακών πολιτικών, μπορεί το τοπικό επίπεδο και γενικά η τοπική κοινωνία σε συνεργασία με την τοπική αυτοδιοίκηση να δώσουν απάντηση στην κρίση αξιοποιώντας τους πολιτισμικούς πόρους. Επίσης, πραγματοποιήθηκε έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου στην οποία συμμετείχαν κάτοικοι του Δήμου Σερρών. Οι συμμετέχοντες (πολίτες και αιρετοί) απάντησαν σε ερωτήσεις που διερευνούσαν τις απόψεις τους σχετικά με την αξιοποίηση πολιτισμικών πόρων για την τοπική ανάπτυξη. Επισημαίνεται ότι η

¹ Μπιτσάνη, Π.Ε., (2004), «Πολιτισμική διαχείριση και περιφερειακή ανάπτυξη», εκδ. Διώνικος, Αθήνα.σελ.120-121

² www.artmag.gr

πολιτισμική ανάπτυξη και οι αξιοποίηση πόρων μπορεί να επιτευχθεί μόνο με τη συνεργασία της τοπικής κοινωνίας με τους τοπικούς φορείς.

Μια πόλη έχει οφέλη από τον πολιτισμό όταν είναι καταρχάς ελκυστική, με δρόμους, πλατείες, αγάλματα και όλα αυτά τα στοιχεία που θα την κάνουν θελκτική στον επισκέπτη και κατά δεύτερον με την ύπαρξη ιστορικών και θρησκευτικών μνημείων ή ακόμη και μύθων γύρω από αυτήν, όπως συμβαίνει με άλλες ευρωπαϊκές πόλεις, που έχουν συνδεθεί με σημαντικά καλλιτεχνικά ή ακόμα και ιστορικά γεγονότα³.

Οι Δήμοι, ως πρωτοβάθμιοι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης, ασκούν αρμοδιότητες σε τοπικό επίπεδο για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πολιτών. Οι δημοτικές αρχές διευθύνουν και ρυθμίζουν όλες τις τοπικές υποθέσεις, σύμφωνα με τις αρχές της επικουρικότητας και της εγγύτητας, με στόχο την προστασία, την ανάπτυξη και τη συνεχή βελτίωση των συμφερόντων και της ποιότητας ζωής της τοπικής κοινωνίας συνεπικουρούμενες από τα Νομικά Πρόσωπα που συστήνουν ή/ και συμμετέχουν. Συνεπώς, αποστολή του Δήμου Σερρών, ως πρωτοβάθμιου Οργανισμού Τοπικής Αυτοδιοίκησης, είναι: «Η διακυβέρνηση των τοπικών υποθέσεων και η παροχή δημόσιων αγαθών και υπηρεσιών για την ικανοποίηση αναγκών των κατοίκων και των τοπικών φορέων, με απώτερο σκοπό τη βιώσιμη κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της περιοχής»⁴.

Ο νομός Σερρών ο οποίος στηρίζει μεγάλο μέρος της ανάπτυξης του στον πρωτογενή τομέα, μπορεί να υποστηρίξει μια ισχυρή πολιτιστική ταυτότητα η οποία θα τον οδηγήσει τελικά μέσω των εφαρμοζόμενων σχεδίων σε περαιτέρω ανάπτυξη. Η παράλληλη σύνδεση της πολιτιστικής κληρονομιάς με τον τουρισμό δημιουργεί σημαντικές προοπτικές, όπως άλλωστε έχουν δείξει εφαρμοσμένες πρακτικές περιοχών του εξωτερικού.

Η έρευνα έδειξε ότι το πολιτιστικό περιβάλλον του Δήμου Σερρών είναι πλούσιο σε αρχαιολογικούς χώρους, θρησκευτικά μνημεία, παραδοσιακούς οικισμούς έτσι η πολιτιστική αυτή κληρονομιά με την αξιοποίησή της, μπορεί να συμβάλλει στα μέγιστα στην ανάδειξη της τοπικής οικονομίας. Συγκεκριμένα ο *Δήμος Σερρών*

³ Μπιτσάνη Π.Ε., (2004), «Πολιτισμική διαχείριση και περιφερειακή ανάπτυξη», εκδ. Διόνικος, Αθήνα.σελ.206

⁴www.serres.gr

διαθέτει εξαιρετικά συγκριτικά πλεονεκτήματα όσον αφορά το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον όπως πλούσιο και ποικίλο ανάγλυφο, αρχαιολογικά μνημεία, εθνικούς δρυμούς, τοπική πολιτιστική παράδοση, παραδοσιακούς οικισμούς, ιστορική παράδοση κ.λ.π.

Αξίζει να επισημανθεί ότι το τουριστικό προφίλ της περιοχής χαρακτηρίζεται από σημαντική πίεση των πόρων και των υποδομών των τουριστικών περιοχών σε συγκεκριμένες, μικρής διάρκειας, περιόδους. Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει κάποιες προσπάθειες προς την κατεύθυνση της διεύρυνσης του τουριστικού προϊόντος μέσα από την ορθολογική αξιοποίηση των τουριστικών πόρων της περιοχής, οι οποίες όμως δεν έχουν καταφέρει ακόμη να διαφοροποιήσουν ουσιαστικά το τουριστικό πρότυπο της περιοχής⁵.

Η θεωρητική ανασκόπηση και η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της έρευνας οδήγησαν στην πρόταση αξιοποίησης του μουσείου της Ελιάς που διαθέτει ο Δήμος. Το σχέδιο που παρατίθεται συνδυάζει την ανάπτυξη την μεσογειακής τοπικής κουζίνας και τη διοργάνωση γαστρονομικών εκδηλώσεων προκειμένου να γίνουν οι Σέρρες ένας αξιόλογος γαστρονομικός προορισμός.

⁵ Τσάρτας Π., Λαγός, Δ. (2006), «Η πολιτική του ελληνικού τουρισμού μέσα από τα αναπτυξιακά προγράμματα». Άρθρο στο συλλογικό τόμο 'Μελέτες προς τιμήν του καθηγητή Στέργιου Μπαμπανάση «Οικονομικά συστήματα, αναπτυξιακές πολιτικές και στρατηγικές των επιχειρήσεων στην εποχή της παγκοσμιοποίησης», σελ.733-761. Επιμέλεια έκδοσης: Β. Αγγελής – Α. Μαρούδας. Εκδόσεις Παπαζήση - Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων.

ΜΕΡΟΣ Α΄ - ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο
ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ ΜΕ ΣΤΟΧΟ ΤΗΝ
ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

1.1. Ορισμός της Πολιτιστικής Κληρονομιάς

Η πολιτιστική κληρονομιά, σύμφωνα με τη σύμβαση για την προστασία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς» (Παρίσι, 1972), άρθρο 1, αποτελείται από τα εξής:

Μνημεία: αρχιτεκτονικά έργα, σημαντικά έργα γλυπτικής και ζωγραφικής, έργα ή κατασκευές αρχαιολογικού χαρακτήρα, επιγραφές, σπήλαια και σύνολα έργων παγκοσμίου αξίας από της απόψεως της ιστορίας της τέχνης ή της επιστήμης. Σύνολα οικοδομημάτων: ομάδες κτιρίων μεμονωμένων ή ενοτήτων (οικισμών) τα οποία λόγω της αρχιτεκτονικής τους, της ομοιογένειάς τους ή της θέσεώς τους, έχουν παγκόσμια αξία από της απόψεως της ιστορίας, της τέχνης ή της επιστήμης.

Τοπία: έργα του ανθρώπου ή συνδυασμός έργων του ανθρώπου και της φύσεως, καθώς και εκτάσεις περιλαμβανομένων και των αρχαιολογικών χώρων, οι οποίες έχουν παγκόσμια αξία από απόψεως ιστορικής, αισθητικής, εθνολογικής και ανθρωπολογικής⁶

Η σύμβαση ορίζει ως «φυσική κληρονομιά» τα εξής:

- Φυσικά μνημεία αποτελούμενα από φυσικούς ή βιολογικούς σχηματισμούς ή από ομάδα τέτοιων σχηματισμών παγκοσμίου αξίας από απόψεως αισθητικής ή επιστημονικής,
- Γεωλογικοί και φυσιογραφικοί σχηματισμοί και ακριβώς καθορισμένες εκτάσεις αποτελούν την κατοικία απειλούμενων ζωικών και φυτικών ειδών, παγκοσμίου αξίας από απόψεως επιστήμης ή ανάγκης διατήρησης.

⁶ Λαββας Γ. Π., Καραβασίλη Μ. Ν. (2003), «Πολιτιστική κληρονομιά», Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Ε.Μ.Μ.Ε, Αθήνα, σελ.7-20.

- Φυσικά τοπία ή ακριβώς καθορισμένες φυσικές εκτάσεις παγκοσμίου αξίας από απόψεως επιστήμης, ανάγκης διατηρήσεως ή φυσικού κάλλους ⁷

1.2. Πολιτιστικοί Πόροι

Οι Πολιτιστικοί Πόροι είναι οι Φυσικοί πόροι , το Φυσικό περιβάλλον, το Ανθρώπινο κεφάλαιο, τα Πολιτιστικά αγαθά όλων των πολιτιστικών κατηγοριών και οι Πολιτιστικές υπηρεσίες.

Οι φυσικοί πόροι είναι το κλίμα, ηλιοφάνεια, τοποθεσίες φυσικού κάλλους, ακτές και παραλίες, η διαμόρφωση του εδάφους, τα δάση και ζώνες σπάνιας βλάστησης, τα φαράγγια, , τα ποτάμια, λίμνες, πηγές, η γονιμότητα του εδάφους, τα βουνά, λόφοι, χαράδρες, οροπέδια.

Στις Πολιτιστικές Κατηγορίες ανήκουν η πολιτιστική κληρονομιά, ο λαϊκός πολιτισμός και παράδοση, ο ψηφιακός πολιτισμός, η νεώτερη & σύγχρονη παραγωγή/δημιουργία, ο μαζικός πολιτισμός/πολιτιστικές βιομηχανίες, η πολυπολιτισμικότητα-διαπολιτισμικότητα.

1.3. Η έννοια του πολιτισμού στην σύγχρονη εποχή

Στη νέα εποχή, στην πρώτη δεκαετία του 21ου αιώνα, η πολιτιστική άνθηση αποτελεί πρωτεύοντα στόχο για κάθε προοδευτική σύγχρονη διακυβέρνηση. Είναι αίτημα που διαμορφώνει νέες απαιτήσεις, που δεν καλύπτονται όταν ο άνθρωπος απλώς εξασφαλίζει τη στοιχειώδη υλική βάση για τη διαβίωσή του και ασκεί τα παραδοσιακά πολιτικά του δικαιώματα.

Κάθε κυβέρνηση που σέβεται τον πολίτη οφείλει λοιπόν να συμπεριλάβει, να υπηρετήσει και να αναγνωρίσει τα πολιτιστικά δικαιώματα για όλους και για όλες ως αναπόσπαστο στοιχείο των ατομικών και κοινωνικών δικαιωμάτων.

Η πολιτιστική κληρονομιά κάθε χώρας αποτελεί δημόσιο αγαθό. Η διάχυση και απόλαυση του θεμελιώδες δικαίωμα των πολιτών.

⁷ whc.unesco.org

Οι έννοιες τέχνη και πολιτισμός έχουν διευρύνει τόσο τη διάσταση όσο και το περιεχόμενό τους ωστόσο δεν ταυτίζονται μόνο με την πολιτιστική κληρονομιά και τις υψηλές καλλιτεχνικές δημιουργίες αλλά και με τον σύγχρονο πολιτισμό της καθημερινότητας όπως το φυσικό περιβάλλον, τη λειτουργικότητα των πόλεων, την αρχιτεκτονική του τοπίου, τις πνευματικές αξίες μέσω των καθημερινών βιωμάτων και τον ψηφιακό πολιτισμό.

1.4. Ο πολιτισμός ως παραγωγική δύναμη

Η πολιτεία οφείλει να προωθήσει τις χρηματοδοτήσεις ιδιωτικών μνημείων που σήμερα επαφίεται στους ιδιοκτήτες και συχνά καταστρέφονται. Το πρόγραμμα συνεργασίας δημόσιου και ιδιωτικού τομέα θα προϋποθέτει την ιδιωτική συμμετοχή, αλλά θα προβλέπει και δημόσιο πρόγραμμα χρηματοδοτήσεων που θα ενταχθεί στο ΕΣΠΑ, καθώς και συμμετοχή των ΟΤΑ. Θα είναι ένα πρόγραμμα πράσινης οικοδομικής ανάπτυξης που θα συμβάλει στην αειφορία σε αντίστιξη με τη λογική τσιμεντοποίησης που ακολουθείται μέχρι σήμερα.

Η πολιτεία επίσης οφείλει να συμβάλει στη:

- Δημιουργία συνθηκών ευνοϊκής ανάπτυξης των δομών παραγωγής πολιτιστικών προϊόντων και υπηρεσιών, με ποιοτικά κριτήρια και πιστοποιημένες διαδικασίες.
- Προώθηση και προβολή πιστοποιημένων προϊόντων και υπηρεσιών σε συνεργασία με την ιδιωτική πρωτοβουλία και ιδιαίτερα με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και τους γυναικείους συνεταιρισμούς, σε καθορισμένο πλαίσιο αρχών και κινήτρων με διαφανείς διαδικασίες (αντίγραφα από τα μουσεία, διατροφικά προϊόντα κ.ά).
- Προώθηση επιστημονικών συμβατικών, αλλά και ηλεκτρονικών εκδόσεων, ιδιαίτερα αυτών που σχετίζονται με την μελέτη και την έρευνα της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Προώθηση «έξυπνων» υπηρεσιών και προϊόντων στην τουριστική αγορά.

Η αναπτυξιακή διάσταση του πολιτισμού συμβαδίζει με την ένταξη του στην ψηφιακή εποχή. Χρειάζεται λοιπόν ολοκληρωμένο πρόγραμμα σύνδεσης του πολιτισμού και της πολιτιστικής δημιουργίας με την κοινωνία της πληροφορίας:

- με την ολοκλήρωση της ψηφιοποίησης του συνόλου του πολιτιστικού πλούτου της χώρας (μνημείων, αρχείων, άυλης κληρονομιάς δηλαδή της αρχαίας και νεότερης γραμματείας, της λογοτεχνίας, της μουσικής κλπ) και την αξιοποίηση του υφιστάμενου θεσμικού πλαισίου για τη δημιουργία πλήρους και με διαρκή ενημέρωση Εθνικού Αρχείου Μνημείων.

- με την ενίσχυση των ηλεκτρονικών δικτύων συνεργασίας ανάμεσα στο κέντρο άσκησης πολιτιστικής πολιτικής, τα ΑΕΙ, τα Ερευνητικά Ιδρύματα, τα δημόσια και ιδιωτικά κέντρα παραγωγής πολιτισμού (Μουσεία, Πινακοθήκες, μνημεία) και στόχο την προώθηση πρωτότυπων προγραμμάτων συνεργασίας εντός και εκτός Ελλάδας

- με τη δημιουργία ψηφιακών βιβλιοθηκών, ψηφιακών μουσείων και εκθέσεων καθώς και ψηφιακών πολιτιστικών γεγονότων που θα παρέχουν τη δυνατότητα στην παγκόσμια κοινότητα να τα κάνει κτήμα της με εύκολο προσβάσιμο και οικονομικό τρόπο.

- Με τη συγκρότηση ειδικής υπηρεσίας για την παρουσίαση, αξιοποίηση και προώθηση του πολιτιστικού κεφαλαίου.

1.5. Η συμβολή του πολιτισμού στην τοπική ανάπτυξη

Η τοπική κοινωνία ακόμα και σε περίοδο κρίσης μπορεί να δώσει ώθηση και ανάπτυξη σε έναν τόπο. Με τον όρο τοπική κοινωνία δεν εννοείται απλά η οικονομική ανάπτυξη, αλλά η ευρύτερη οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική, πολιτική ανάπτυξη, η οποία στηρίζεται κατά κύριο λόγο, στους τοπικούς πόρους, στο ενδογενές δυναμικό.

Οι Δήμοι, ως πρωτοβάθμιοι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης, ασκούν αρμοδιότητες σε τοπικό επίπεδο για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πολιτών. Οι δημοτικές αρχές διευθύνουν και ρυθμίζουν όλες τις τοπικές υποθέσεις, σύμφωνα με τις αρχές της επικουρικότητας και της εγγύτητας, με στόχο την προστασία, την

ανάπτυξη και τη συνεχή βελτίωση των συμφερόντων και της ποιότητας ζωής της τοπικής κοινωνίας συνεπικουρούμενες από τα Νομικά Πρόσωπα που συστήνουν ή/ και συμμετέχουν.

Η πολιτιστική ανάπτυξη συμβάλλει αρκετά τόσο στην οικονομική όσο και στην κοινωνική πρόοδο μιας κοινωνίας. Μέσω αυτής:

α) Βελτιώνεται το επίπεδο του εργατικού δυναμικού τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά αυξάνοντας την παραγωγικότητα και την δημιουργικότητα των εργαζομένων.

β) Αύξηση των καλλιτεχνικών δρώμενων που συνεπάγεται με δημιουργία θέσεων απασχόλησης, ανεβάζοντας έτσι το κύρος του τόπου (Δήμου/περιφέρειας) και αυξάνει το ποσοστό του τουρισμού.

γ) Αφυπνίζει τους πολίτες και τους δημιουργεί το αίσθημα συμμετοχής τους στα πολιτιστικά δρώμενα τονίζοντας την αξία του πολιτισμού και των παραδόσεών τους.

δ) Δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας για την κατασκευή των υποδομών .

ε) Μεγαθύνεται το κύρος και η φήμη της περιοχής πράγμα το οποίο συνεπάγεται με προσέλκυση εξωτερικών επενδυτών και εξειδικευμένου προσωπικού.

ε) Αυξάνεται η ποιότητα ζωής και δημιουργείται εκ νέου η τοπική πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής.

1.6. Προβλήματα στον τομέα αξιοποίησης πολιτιστικών πόρων

Σε όλους τους τομείς του σύγχρονου πολιτισμού, των γραμμάτων και των τεχνών, αναπτύσσεται μια πολυσχιδής δραστηριότητα και σημαντική παραγωγή, σε αρκετές περιπτώσεις διεθνούς εμβέλειας, που αποτελεί και τον καλύτερο πρόξενο της Ελλάδας στο εξωτερικό. Είναι γνωστό, επίσης, ότι οι υπηρεσίες που ασχολούνται με τα μνημεία εργάστηκαν για την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς κάτω από εξαιρετικά αντίξοες συνθήκες, ώστε σήμερα να είναι επισκέψιμος ένας μεγάλος αριθμός αρχαιολογικών ανασκαφών παγκόσμιας αξίας. Η Ελλάδα είναι γεμάτη ιστορικά μνημεία (αρχαία, βυζαντινά, νεότερα, λαϊκά), που με την ανάδειξή τους συνεργούν στην ταυτότητα ενός τόπου, στην εξοικείωση των πολιτών με την ιστορία και στην πολυμερή ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών⁸.

⁸ www.sfaira.blogspot.gr

Σήμερα στον τομέα της πολιτιστικής κληρονομιάς τα σοβαρότερα προβλήματα που υπάρχουν στην Ελλάδα είναι:

- Το ελλιπές θεσμικό πλαίσιο, τόσο για την προστασία των μνημείων όσο και για τη λειτουργία του ίδιου του υπουργείου. Οι διάφορες απόψεις για αναμόρφωση της νομοθεσίας απέχουν πολύ από τις σύγχρονες ανάγκες, διαπνέονται από τάση χαλάρωσης της προστασίας και ακόμη μεγαλύτερη συγκέντρωση εξουσιών στην πολιτική ηγεσία του υπουργείου.
- Η πολυδιάσπαση αρμοδιοτήτων μεταξύ διαφόρων φορέων (ΥΠΕΚΑ, Περιφέρειες, Εκκλησία, διάφορα νομικά πρόσωπα), που δυσχεραίνει το έργο της προστασίας, δημιουργεί συγχύσεις στους πολίτες και υπονομεύει τη χάραξη στρατηγικής από ένα ενιαίο φορέα.
- Η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού σε βασικές ειδικότητες, η ανορθολογική κατανομή του υπάρχοντος σε πανελλαδικό επίπεδο και τα προγράμματα «κοινωφελούς εργασίας» ανειδίκευτου προσωπικού μέσω ΜΚΟ, που αδυνατίζουν το έργο προστασίας και ανάδειξης των μνημείων.

Βάσει αυτών των δεδομένων, το ΥΠΠΟΤ διαχειρίζεται και προστατεύει τα πολιτιστικά αγαθά αμυντικά, χωρίς ενημέρωση, πρωτοβουλίες και κίνητρα προς τους πολίτες ώστε να εξασφαλίζεται ευρύτερη συναίνεση και συμμετοχή της κοινωνίας. Ακόμα σοβαρότερο, ο τρόπος διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς, όπως διατυπώνεται στους μνημονιακούς νόμους, την υποτάσσει σε ταχείς διαδικασίες άρσης της προστασίας και ιδιωτικοποίησης, επ' ωφελεία μεγάλων επιχειρηματικών συμφερόντων

Επίσης, σημαντικό πρόβλημα είναι η απουσία πολιτικής γης και κατάλληλου συνοδευτικού θεσμικού πλαισίου, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται έντονες αντιπαράθεσεις, κοινωνικά προβλήματα και παρενέργειες στη φυσιογνωμία του φυσικού και του δομημένου περιβάλλοντος. Η αντίληψη ότι το έργο διάσωσης και ανάδειξης των αρχαιολογικών χώρων και μνημείων έρχεται σε σύγκρουση με την πολεοδομική ανάπτυξη και τις σύγχρονες οικονομικές και κοινωνικές ανάγκες των πόλεων και των οικισμών, είναι ξεπερασμένη.

1.7. Η οικονομική κατάσταση των Δήμων σήμερα λόγω του Μνημονίου

Η εφαρμογή του Μνημονίου έχει επιβάλλει ριζικές αλλαγές στο σύνολο της ελληνικής κοινωνίας με αφετηρία το δημόσιο τομέα.

Η Αυτοδιοίκηση διανύει μια εποχή αναδόμησης, με αφετηρία το νέο διοικητικό μοντέλο του Καλλικράτη και τις αυξημένες αρμοδιότητες των ΟΤΑ.

Η ψήφιση του Μεσοπρόθεσμου και του Εθνικού Προϋπολογισμού του 2013 έχει φέρει σε δεινή θέση την Αυτοδιοίκηση οδηγώντας την σε οικονομική και θεσμική απόγνωση .

Μετά από τις μειώσεις που έχει υποστεί η Αυτοδιοίκηση την τελευταία διετία ύψους 60% και την παράλληλη μείωση των εσόδων από τα ανταποδοτικά τέλη κατά 25%, συνέπεια της ύφεσης - κλείσιμο αρκετών επιχειρήσεων και αδυναμίας πολλών νοικοκυριών να καλύψουν το χαράτσι της Δ.Ε.Η - ο Προϋπολογισμός 2013 ανατρέπει, επί της ουσίας, το βασικό πλάνο του περίφημου νόμου «Καλλικράτης». Ειδικότερα, ενώ ο νόμος όριζε συγκεκριμένο ποσοστό φορολογικών εισφορών προς την Αυτοδιοίκηση, το οποίο - βάσει προβλέψεων - θα αντιστοιχούσε σε ποσό που ξεπερνά τα 4 δις ευρώ για το 2013, στον εν λόγω Προϋπολογισμό εγγράφονται μόλις 2,3 δις ευρώ, με συνέπεια να τίθεται σε αμφισβήτηση η λειτουργία των ΟΤΑ.

Σε θεσμικό επίπεδο προβλέπεται η λειτουργία Παρατηρητηρίου Οικονομικής Εποπτείας, το οποίο θα υποβάλλει σε πρόγραμμα εξυγίανσης (Μνημόνιο) τους ΟΤΑ και ταυτόχρονα περιλαμβάνει υποχρεωτικές μετατάξεις, απολύσεις προσωπικού, βεβαιώσεις οφειλών στην Εφορία, αύξηση δημοτικών τελών.

Μετατάξεις-Διαθεσιμότητα εργαζομένων: Προβλέπεται η διαθεσιμότητα υπαλλήλων ΙΔΑΧ, δηλαδή η απόλυσή τους μετά από 1 έτος, καθώς και η δυναμική κινητικότητα του συνόλου των εργαζομένων μέσω μετατάξεων. Ακόμη οι ΟΤΑ, των οποίων οι εργαζόμενοι δεν εμπίπτουν στην πρώτη φάση της διαθεσιμότητας, δεν εξασφαλίζονται αφού εκκρεμεί η οικονομική εποπτεία.

Είναι προφανές ότι οι συγκεκριμένες ρυθμίσεις αδρανούν το ρόλο της Αυτοδιοίκησης, μετατρέποντας τον σε ρυθμιστικό. Η επιβολή οικονομική εποπτείας κρίνεται αντισυνταγματική και οδηγεί στην εκποίηση της δημοτικής περιουσίας.

Η κεντρική πολιτική φαίνεται να αγνοεί πως σε μια εποχή βαθιάς οικονομικής κρίσης, με την ανεργία να αγγίζει το 30% και 3 εκατομμύρια πολίτες να ζουν κάτω από τα όρια της φτώχειας, ο ρόλος των ΟΤΑ θα πρέπει να αναβαθμιστεί ως ο πιο ευέλικτος μηχανισμός του Κράτους για να δρα άμεσα και να εξισορροπεί τα φαινόμενα κοινωνικών εντάσεων και κραδασμών.

Οι Δήμοι μέσα σε αυτό το οικονομικό – πολιτικό – θεσμικό πλαίσιο οφείλουν να καταβάλουν το μέγιστο των δυνατοτήτων τους προκειμένου να μπορέσουν να παραμείνουν βιώσιμοι και να διατηρήσουν τροχιά ανάπτυξης.

Απαραίτητη είναι η δυναμική συμμετοχή τους σε Ευρωπαϊκά προγράμματα που θα τους δώσουν τους απαιτούμενους πόρους για ανάπτυξη και αξιοποίηση των ήδη υπάρχοντων πόρων που θα τους δώσουν οικονομική ανεξαρτησία.

1.8. Η αξιοποίηση των πολιτισμικών πόρων πηγή οικονομικού πλούτου

Σύμφωνα με τις βασικές αρχές προσέγγισης του πολιτισμού ως πηγής και οικονομικού πλούτου, υπάρχουν θεσμοί και δράσεις που μπορούν ν' αυτοχρηματοδοτούνται αλλά και να αποφέρουν έσοδα που θα μεταφέρονται στο κοινό ταμείο για τον πολιτισμό.

Στο πλαίσιο της καλύτερης διαχείρισης των πόρων θα πρέπει να περιοριστούν ή και να καταργηθούν δαπανηρές οργανώσεις, όπως οι εκθέσεις αρχαιοτήτων στο εξωτερικό, που αποτελούν και αντικίνητρο για επισκέψεις στην Ελλάδα. Αντίθετα, θα υπάρξει οργανωμένη προώθηση ελληνικών ομάδων τέχνης σε άλλες χώρες, προβολή του έργου τους και ενίσχυση της συμμετοχής τους σε διεθνή φεστιβάλ και συναφείς διοργανώσεις.

Είναι εξαιρετικά σημαντικό θέμα η απορρόφηση των πόρων από τα κοινοτικά κονδύλια. Κυρίως με το Γ' ΚΠΣ η Αρχαιολογική Υπηρεσία υλοποίησε, με τη μέθοδο της αυτεπιστασίας, έργα υψηλής ποιότητας με υποδειγματικό τρόπο. Παρ' όλ' αυτά στο ΕΣΠΑ δεν εξασφαλίστηκε επιχειρησιακό πρόγραμμα για τον πολιτισμό και έτσι οι πόροι για την ανάδειξη και προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς μειώθηκαν δραματικά.

Επίσης, ένα ακόμα πλήγμα στη χρηματοδότηση του πολιτισμού είναι το «κούρεμα» των αποθεματικών του Ταμείου Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων, λόγω της διαδικασίας του PSI. Η χρηματική περιουσία του ΤΑΠΑ

από 30 εκ €. περιορίστηκε στα 9 εκ €, με σοβαρότατες επιπτώσεις στο έργο του ΥΠΠΟ για την πολιτιστική κληρονομιά.

Ένας έμμεσος αλλά εξαιρετικά δραστικός τρόπος χρηματοδότησης του πολιτισμού είναι η στήριξη της παραγωγής πολιτιστικού έργου, καθώς και της προβολής και διανομής του. Όλα τα ανενεργά ή υποχρησιμοποιούμενα κτήρια του ΥΠΠΟ, αλλά και μεγάλος αριθμός κλειστών και υπαίθριων δημόσιων και δημοτικών χώρων, μπορεί να διατεθούν ως εστίες καλλιτεχνικών δράσεων. Επίσης, μπορεί να δημιουργηθούν δημόσια στούντιο εγγραφής μουσικής, στήριξης της παραγωγής ταινιών και γενικά καλλιτεχνικών δραστηριοτήτων.

Οι αρχαιολογικοί χώροι, τα μουσεία, οι πινακοθήκες κ.λπ. υπολειτουργούν λόγω έλλειψης προσωπικού. Είναι μια κακώς εννοούμενη οικονομία, όχι μόνο από πλευράς προσέλκυσης ελληνικού και ξένου κοινού αλλά και από πλευράς εσόδων. Οι χώροι αυτοί πρέπει να λειτουργούν με πλήρες ωράριο και να διατίθενται για πολλαπλές δράσεις πολιτισμού.

Οικονομική πολιτική μπορεί να ασκηθεί μέσω του ύψους του ΦΠΑ για δραστηριότητες που αφορούν στα γράμματα και τις τέχνες.

Τέλος, η λειτουργία των διαφόρων τομέων του ΥΠΠΟ και των οργανισμών που εποπτεύονται από αυτό, θα πρέπει να υποστηριχθούν με μόνιμο προσωπικό, με ιδιαίτερα προσόντα και ικανότητες καθώς χρειάζονται στελέχη υψηλής ειδίκευσης .

1.9. Πολιτιστικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς στην τουριστική βιομηχανία⁹. Από το 1970 η ζήτηση για τον πολιτιστικό τουρισμό στην Ευρώπη έχει αυξηθεί σημαντικά, λόγω της «νέας μεσαίας τάξης», με υψηλά επίπεδα εκπαίδευσης και εισοδήματος.

«Ο πολιτισμός αποτελεί έναν παράγοντα μεγάλης σημασίας για τον σχεδιασμό της εθνικής τουριστικής πολιτικής». Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελείται από αλληλοεξαρτώμενες δραστηριότητες και διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, ακόμη και στην αποκατάσταση και ανάκαμψη ορισμένων περιοχών, ζωνών, και πόλεων. « Ο πολιτιστικός τουρισμός

⁹ Wang S., Fu Y. Y., Cecil A. K., and S. Hji-Avgoustis (2008), "Impacts of cultural tourism upon quality of life: the resident's perspective", 2008 International CHRIE Conference – Atlanta, Georgia, U.S.A.

δεν αποτελεί μόνο τη βάση για την άνθηση του τουρισμού στις πόλεις αλλά αποτελεί και όργανο προώθησης του τουρισμού στις αγροτικές και περιφερειακές περιοχές. Είναι το είδος τουρισμού που αναπτύσσεται ραγδαία μέχρι σήμερα»¹⁰.

Πολλές μελέτες έχουν δείξει ότι πολιτισμός και τουρισμός γίνονται πόροι για κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη σε περιφερειακές κοινότητες. «Η πολιτιστική ανάπτυξη της υπαίθρου μπορεί να χρησιμοποιήσει φυσικούς και ανθρώπινους πόρους μιας περιοχής, τις σχέσεις κοινότητας και οικογένειας, την κληρονομιά και τον τρόπο ζωής»¹¹.

«Ο πολιτιστικός τουρισμός έχει οριστεί ως η μετακίνηση των ατόμων σε πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από τον συνήθη τόπο διαμονής τους με την πρόθεση να συλλέξουν νέες πληροφορίες και εμπειρίες προκειμένου να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές του ανάγκες»¹².

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένα είδος τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος, βασισμένο στην αναζήτηση και τη συμμετοχή σε αισθητικές, πνευματικές, συναισθηματικές και ψυχολογικές εμπειρίες. Προσεγγίζεται ολιστικά αλλά με έμφαση στην κληρονομιά (μνημεία, αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία κ.α.), για παράδειγμα οι τέχνες του θεάματος είναι λιγότερο πιθανό να αναφέρονται ως μέρος του πολιτιστικού τουριστικού προϊόντος. «Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει τον τουρισμό στις αστικές πόλεις (κυρίως ιστορικές και μεγάλες πόλεις) και τις ιστορικές παροχές τους (όπως μουσεία, θέατρα) καθώς αντικείμενό του είναι η ανακάλυψη μνημείων και αρχαιολογικών χώρων. Μπορεί επίσης να περιλαμβάνει τον τουρισμό στις αγροτικές και περιφερειακές περιοχές προβάλλοντας τις παραδόσεις των ιθαγενών κοινοτήτων (π.χ. φεστιβάλ, παρακολούθηση παραδοσιακών χορών ή τελετών, αγορές χειροποίητης τέχνης, τελετουργίες), τις αξίες τους και τον τρόπο ζωής»¹³.

¹⁰ Bachleitner R., and Zins A. (1999). "Cultural Tourism in Rural Communities: The Residents' Perspective", *Journal of Business Research*, Vol 44, No 3, Pages 199–209.

¹¹ MacDonald R., and Jolliffe L. (2003). "Cultural rural tourism: Evidence from Canada", *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, No. 2, pp. 307–322.

¹² Shamsuddoha M., Alamgir M., and T. Nasir (2011). "Cultural tourism: Bangladesh tribal areas perspective", *Journal of Tourism*, Vol. 12, No. 12, pp.28-32.

¹³ Shamsuddoha M., Alamgir M., and T. Nasir (2011). "Cultural tourism: Bangladesh tribal areas perspective", *Journal of Tourism*, Vol. 12, No. 12, pp.28-32.

Τέλος ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να περιλαμβάνει επίσης την τοπική γλώσσα, τη γαστρονομία, την τεχνολογία του παρελθόντος, τα είδη ένδυσης και τις δραστηριότητες αναψυχής.

1.10. Γαστρονομικός τουρισμός

Ο γαστρονομικός τουρισμός αποτελεί μία υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού - η γαστρονομία θεωρείται πολιτιστική έκφραση - στην οποία οι ταξιδιώτες επιδιώκουν να βιώσουν μοναδικές γαστρονομικές εμπειρίες, και αποτελεί μια απ' τις μεγαλύτερες τάσεις στον χώρο του τουρισμού παγκοσμίως.

Παραδείγματα υπηρεσιών γαστρονομικού τουρισμού είναι:

- η διοργάνωση σεμιναρίων μεσογειακή κουζίνας με βάση το ελαιόλαδο
- η διοργάνωση εκδηλώσεων γευσιγνωσίας και οινογνωσίας,
- η ξενάγηση και γνωριμία με παραδοσιακά προϊόντα και τις μεθόδους παρασκευής τους,
- μαγειρικές επιδείξεις κ.α.

Με τον πλούτο που έχει η Ελλάδα και στην εξεταζόμενη περίπτωση οι Σέρρες τόσο σε γαστρονομικό πολιτισμό όσο και στην ποιότητα και αυθεντικότητα των τοπικών προϊόντων, είναι προφανής η ευκαιρία που υπάρχει για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού στην περιοχή και την καθιέρωση των Σερρών ως γαστρονομικού- πολιτισμικού προορισμού .

Η Γαστρονομία είναι η τέχνη της επιλογής, της ετοιμασίας, του σερβιρίσματος και της απόλαυσης του καλού φαγητού.

Αυτονόητο είναι ότι η γαστρονομία συνδέεται με όλους τους άξονες προώθησης του τουρισμού. Σε συνδυασμό του γεγονότος ότι ένα τουριστικό πακέτο αποτελείται από τέσσερα στοιχεία εκ των οποίων το ένα είναι η σίτιση, η γαστρονομία δηλαδή.

Το νόστιμο φαγητό, δεν προσφέρεται μόνο στα πολύ καλά εστιατόρια, αλλά μπορεί να προσφερθεί σε κάθε χώρο εστίασης, από μια μέση ταβέρνα, μέχρι ένα εστιατόριο πολυτελούς ξενοδοχείου. Στην πράξη, η γαστρονομία περιλαμβάνει το συνδυασμό καλού φαγητού με καλό κρασί ή άλλα ποτά και δεν περιορίζεται

αποκλειστικά στη μαγειρική, αλλά επεκτείνεται σε μια σειρά προϊόντων και υπηρεσιών.

Η μαγειρική τέχνη και η γαστρονομία συνθέτουν το πακέτο ενός ταξιδιού μνήμης διαμέσου της γεύσης. Ένα ταξίδι που συνδυάζεται συνήθως με την ικανοποίηση της πείνας.

Το φαγητό είναι επίσης ένα κομμάτι της πολιτισμικής ταυτότητας ενός τόπου. Σύμφωνα με τους πλέον ειδικούς, η γαστρονομία είναι αφορμή για τουρισμό. Οι Γαστροτουρίστες, ή ο Γαστροτουρισμός, είναι οι επισκέπτες οι οποίοι ταξιδεύουν μέχρι 150 χλμ. μακριά από το σημείο διαμονής τους με σκοπό να ανακαλύψουν νέες γεύσεις και να απολαύσουν τοπική ή/και υψηλού επιπέδου γαστρονομία, εμβαθύνοντας παράλληλα στην ιστορία και τις παραδόσεις του προορισμού μέσα από πληροφόρηση και συναναστροφή με τους παραγωγούς και τους εστιάτορες.

Η Πολιτιστική Γαστρονομία είναι η διακόσμηση του πιάτου, η παρουσίαση του τραπέζιού, η αισθητική του εδεσματολογίου, η αισθητική του χώρου, η τελετουργία του σερβιρίσματος.

Η φήμη ενός προορισμού με καλό φαγητό προσελκύει αρκετό κόσμο επισκέπτες, είτε τουρίστες, είτε εκδρομείς. Οι δημοφιλείς γαστρονομικοί προορισμοί σχεδιάζουν ειδικά για τους τουρίστες ένα μίγμα προϊόντων, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων που αναδεικνύουν τα χαρακτηριστικά προϊόντα και πιάτα ενός τόπου, το ταλέντο και τη δημιουργικότητα όσων τα παρασκευάζουν, τη μοναδικότητα και την παράδοση του τόπου, έτσι ώστε να προσφέρουν στον επισκέπτη μια ολοκληρωμένη και αξιομνημόνευτη ταξιδιωτική-γαστρονομική εμπειρία.

Οι γαστρονομικός τουρισμός περιλαμβάνει επίσκεψη και αγορά προϊόντων από μικρά παντοπωλεία ή παραγωγούς, επισκέψεις σε οινοποιία, επισκέψεις σε σημεία παραγωγής και τυποποίησης βρώσιμων υλικών, γεύματα σε εστιατόρια, είτε συνήθη, είτε γευσιγνωσίας, γεύματα σε εστιατόρια γνώριμων Chefs, συμμετοχή σε μαθήματα μαγειρικής, παρακολούθηση σεμιναρίων γευσιγνωσίας ή παραγωγής, συμμετοχή σε Festival υπαίθριων χώρων με θέμα τα τοπικά προϊόντα και τις επιδείξεις μαγειρικής, επισκέψεις σε διαδραστικά Μουσεία και εκθέσεις, συμμετοχή σε ημερίδες, διαλέξεις και συνέδρια ειδικού περιεχομένου, ακολουθία σε περιηγητικές διαδρομές.

1.11. Ο γαστρονομικός τουρισμός μοχλός πολιτιστικής και οικονομικής ανάπτυξης

«Μια αγκινάρα μπορεί να προσελκύσει 500.000 επιπλέον τουρίστες. Πώς; Αναδεικνύοντας την ελληνική γαστρονομία ως έναν από τους κύριους λόγους για να επισκεφθούν την χώρα μας περισσότεροι τουρίστες».

Αυτό είναι το μήνυμα του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) όπου με τρόπο απλό προσπαθεί να αναδείξει την σημασία της ελληνικής γαστρονομίας για το ελληνικό τουριστικό προϊόν συνολικά, βασιζόμενος σε επιστημονική έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2009. Σύμφωνα με αυτήν, με 400.000 ευρώ επένδυση σε ενέργειες μάρκετινγκ, η γαστρονομία μπορεί μέσα σε 5 μόλις χρόνια να γίνει ένας από τους κύριους λόγους επιλογής της Ελλάδας ως προορισμού διακοπών.

Ο λεγόμενος γαστρονομικός τουρισμός αρχίζει να σχηματίζεται και στην Ελλάδα και να συγκροτεί έναν πολλά υποσχόμενο πυλώνα τουριστικής ανάπτυξης όπου αν συνδυαστεί με τους ήδη υπάρχοντες στην χώρα, θα μπορέσει να αναβαθμίσει αισθητά το συνολικό τουριστικό προϊόν σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα.

Τα οφέλη από την ανάπτυξη του συγκεκριμένου είδους τουρισμού είναι πολλαπλά:

- Αναβαθμίζεται το ελληνικό τουριστικό προϊόν, καθώς ξενοδοχεία και ξενώνες θα προσφέρουν πλέον ένα ποιοτικά ανώτερο αλλά και «διαφορετικό» πρωινό σε σχέση με το τυποποιημένο που προσφέρουν σήμερα,
- Οι τοπικοί αγροτικοί παραγωγοί έχουν την ευκαιρία να αυξήσουν τα εισοδήματά τους καθώς θα προσφέρουν τα προϊόντα τους σε μια ολοένα αναπτυσσόμενη αγορά.
- Προθήκες με τοπικά παραδοσιακά προϊόντα θα μπορούσαν να βρίσκονται σε κάθε χώρο υποδοχής ξενοδοχείων και καλάθια προϊόντων θα μπορούσαν να προσφέρονται ως welcome gift στους

τουρίστες ή ως ευχαριστήρια προσφορά λίγο πριν φύγουν. Ο τουρίστας που γνωρίζει και έλκεται από τα τοπικά προϊόντα θα ενθαρρύνεται να τα αναζητήσει και στη χώρα του και, αν δεν υπάρχουν, θα ζητήσει από τα τοπικά του καταστήματα να τα εισάγουν. Αυτό σημαίνει εκτίναξη των ρυθμών παραγωγής, διάθεσης και πώλησης αυτών των προϊόντων, αλλά και τεράστια δυναμική αύξησης των ελληνικών εξαγωγών, ειδικά τώρα που η χώρα χρειάζεται απεγνωσμένα συνάλλαγμα.

- Παράλληλα, τα ποσοστά ανεργίας στην ύπαιθρο θα μειωθούν και νέοι άνθρωποι από τα αστικά κέντρα της χώρας ίσως προτιμήσουν την μετάβαση τους στην ύπαιθρο για το ξεκίνημα μια νέας αγροτικής ή κτηνοτροφικής επιχείρησης παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων.

Τέλος, η συνολική εικόνα του ελληνικού τουρισμού θα αναβαθμιστεί, οι ξένοι τουρίστες θα έχουν μια πιο ολοκληρωμένη εμπειρία από την σύντομη επίσκεψη τους στην πατρίδα μας, αυτή η αίσθηση εντοπιότητας-ελληνικότητας του πρωινού ή του γεύματος (θα τους μείνει αξέχαστη και ο «γαστρονομικός πατριωτισμός» θα αποφέρει επιπλέον έσοδα στην εθνική οικονομία αξιοποιώντας απλά τις δικές μας δυνάμεις.¹⁴

1.11.1. Θεματικά εστιατόρια

Τα θεματικά εστιατόρια αποτελούν μια έξυπνη ιδέα για την προώθηση της ελληνικής γαστρονομίας και του ελληνικού πολιτισμού στο εξωτερικό.

Ο ξένος τουρίστας δεν θα επιλέγει να πάει απλά σε ένα εστιατόριο που έχει μεσογειακή κουζίνα, αλλά ταυτόχρονα θα έρχεται σε επαφή με την ελληνική μουσική, το θέατρο, τη μοντέρνα καλλιτεχνική παραγωγή της Ελλάδας, που δεν θα περιορίζεται σε αρχαίο και βυζαντινό διάκοσμο, αλλά θα δείχνει όλη την πολιτιστική διαδρομή της Ελλάδας, με διαφορετικά αυθεντικά αντικείμενα σε κάθε εστιατόριο, με

¹⁴ <http://www.economist.gr/index.php/2012-02-09-10-57-23/2012-02-09-11-01-33/2012-02-09-11-04-00/12710-gatronomia-toyrismos>

ελληνική μουσική κάθε είδους να παίζει, με οθόνες που θα προβάλλουν εικόνες από μνημεία και μουσεία της Ελλάδας.¹⁵

Ο γαστρονομικός τουρισμός αν οργανωθεί σωστά μπορεί να αποτελέσει από μόνος του λόγο επίσκεψης ξένων τουριστών στην πατρίδα μας.

1.12. Μεσογειακή διατροφή - Ελαιόλαδο

Κανένα προϊόν δεν έχει ταυτιστεί τόσο πολύ με τη Μεσογειακή Διατροφή όσο το Ελαιόλαδο. Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της Μεσογειακής Διατροφής είναι ότι για την πρόσληψη λίπους στηριζόμαστε σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό στα φυτά από ότι στα ζώα. Το Ελαιόλαδο, ως φυτικό λιπαρό, περιέχει περισσότερα πολυακόρεστα και μονοακόρεστα λιπαρά οξέα, ενώ δεν περιέχει καθόλου “κακή” χοληστερόλη - σε αντίθεση με τα ζωικά λιπαρά που περιέχουν αυξημένα κορεσμένα λιπαρά οξέα και χοληστερόλη και επιβαρύνουν σημαντικά την υγεία.

Επίσης το ελαιόλαδο είναι πλούσιο σε αντιοξειδωτικά συστατικά, κυρίως πολυφαινόλες, που συμβάλλουν στην οχύρωση του ανθρώπινου οργανισμού ενάντια στο οξειδωτικό στρες και, κατ' επέκταση, προλαμβάνουν τη πρόωρη γήρανση των κυττάρων. Είναι σημαντική διατροφική πηγή βιταμίνης E, που είναι έντονα λιποδιαλυτή και με έντονη αντιοξειδωτική δράση. Πρέπει να επισημανθεί ότι το ελαιόλαδο είναι το μόνο (φυτικό) λάδι που προέρχεται από ολόκληρο τον καρπό και όχι από σπόρους.

Το ελαιόλαδο, βασικό στοιχείο της ελληνικής διατροφής, κατέχει δεσπόζουσα θέση στον διατροφικό κώδικα κυρίως των περιοχών που το παράγουν, έστω και αν δεν αποτελεί το κυριότερο προϊόν της. Παράλληλα η ελιά, ως καρπός θεραπευτικός, εύγευστος, φθηνός και εύκολα διατηρήσιμος χρησιμοποιείται ευρέως.

Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει εντατικές έρευνες για τις ευεργετικές ιδιότητες της ελιάς στον τομέα της υγείας. Αυτό οδήγησε στην καταγραφή των τρόπων και

¹⁵ Παπαδημητρόπουλος Γ. Τσάπαλος Ο. «Θεματικά Εστιατόρια» <http://www.artmag.gr/articles/art-thinking/item/4188-gastronomikos-tourismos-moxlos-politistikis-kai-oikonomikis-anaptixis>

μεθόδων αξιοποίησης της ίδιας και των προϊόντων της προκειμένου να ενταχθούν στο σύγχρονο, καθημερινό, διατροφικό διαιτολόγιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΤΟ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ – ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

2.1.Εισαγωγή

Ο Δήμος Σερρών είναι δήμος της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας. Η έκταση του Δήμου είναι 601,49 τ.χλμ και ο πληθυσμός του 75.233 κάτοικοι σύμφωνα με την απογραφή του 2001. Έδρα του δήμου είναι οι ομώνυμες Σέρρες.¹⁶

Η βαθιά και πολλαπλή κρίση στο διεθνές και εθνικό περιβάλλον εγκυμονεί κινδύνους και για τον Δήμο Σερρών και την τοπική κοινωνία και επιβάλλεται ανάληψη αποτελεσματικών πρωτοβουλιών δράσεων διαχείρισης και αντιμετώπισης της κρίσης και δημιουργία συνθηκών και προϋποθέσεων εξόδου απ' αυτήν.

Η τρέχουσα συγκυρία της γενικευμένης κρίσης θέτει επιτακτικά την απαίτηση για επαναπροσδιορισμό των προτεραιοτήτων και των μέσων και των επιδιώξεων του Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς του δήμου Σερρών και να κάνει αποτίμηση όλων των πόρων που διαθέτει ο δήμος για να διαχειριστεί και να αντιμετωπίσει τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης και να ενδυναμώσει τον οικονομικό και κοινωνικό ιστό του δήμου.¹⁷

Χαρακτηριστικό γνώρισμα των Πολιτιστικών Δραστηριοτήτων του Δήμου Σερρών είναι η αναφορά τους στην παράδοση. Ελάχιστοι είναι οι φορείς που αναπτύσσουν προγράμματα σχετικά με την σύγχρονη δημιουργία¹⁸

¹⁶ www.el.wikipedia.org

¹⁷ www.ec.europa.eu

¹⁸ www.serrestourism.gr

2.2. Σύνθεση του δήμου Σερρών

Η σημερινή σύνθεση του δήμου προέκυψε από την συνένωση των προϋπαρχόντων δήμων Σερρών, Καπετάν Μητρούση, Λευκώνα και Σκουτάρεως και των Κοινοτήτων Άνω Βροντούς και Ορεινής.

Ο Δήμος Σερρών διαιρείται σε 6 δημοτικές ενότητες, οι οποίες αντιστοιχούν στους 6 καταργηθέντες δήμους και κοινότητες. Κάθε δημοτική ενότητα διαιρείται σε κοινότητες οι οποίες αντιστοιχούν στα διαμερίσματα των καταργηθέντων ΟΤΑ. Οι σημερινές τοπικές κοινότητες του Δήμου, ήταν αυτόνομες κοινότητες και δήμοι πριν την εφαρμογή του προγράμματος Καποδίστρια.

Η δημοτική ενότητα Σερρών από την οποία αποτελούνταν ο δήμος πριν την επέκταση έχει (πραγματικό) πληθυσμό 56.145 κατοίκους. Έδρα του δήμου ήταν και παραμένουν οι Σέρρες.

Περιλαμβάνονται οι ακόλουθες κοινότητες και οικισμοί:

Κοινότητα Σερρών [54.666]

- οι Σέρρες [54.266]
- το Κάτω Μετόχι [175]
- ο Κρίνος [48]
- ο Ξηρότοπος [177]

Κοινότητα Ελαιώνα [375]

- ο Ελαιώνας [300]
- ο Μαρμαράς [42]
- η Μονή Τιμίου Προδρόμου Σερρών [29]
- η Χρυσοπηγή [4]

Κοινότητα Επταμύλων

οι Επτάμυλοι [517]

Κοινότητα Οινούσσας -(Χιονοχωρίου) [587]

- η Οινούσσα [524]
- το Χιονοχώρι [63]

2.3. Μορφολογική και περιβαλλοντική εικόνα του νομού Σερρών

Ο Νομός Σερρών χαρακτηρίζεται από την πεδιάδα του, που περικλείεται από δασώδεις οροσειρές, με έντονη χειμαρρική δράση. Εξήντα οκτώ χείμαρροι εκβάλλουν στην καταπράσινη αυτή πεδιάδα, "εμπλουτίζοντας" την με φερτές ύλες, επιφανειακής και χαραδρωτικής διάβρωσης, συνολικού όγκου περίπου $14.000\mu^3/\chi\lambda\mu^2/\acute{\epsilon}\tau\omicron\varsigma$. Τα δάση του νομού, που καλύπτουν έκταση 820.000 στρεμμάτων, έχουν περιοριστεί στον ορεινό όγκο που περιβάλλει την πεδιάδα και μόνο η λευκοκαλλιέργεια- δημόσια και ιδιωτική- ακολουθεί τα αναχώματα του ποταμού Στρυμόνα ως την αποξηραμένη λίμνη του Αχινού.¹⁹

Ιδιαίτερη παρουσία στο φυσικό περιβάλλον αποτελεί ο υγρότοπος της λίμνης Κερκίνης, του οποίου η σημερινή ιδιαιτερότητα είναι προϊόν της τεχνικής επέμβασης του ανθρώπου πάνω στα φυσικά χαρακτηριστικά του Στρυμόνα ποταμού. Ένας άλλος σημαντικός, αλλά μικρότερος σε έκταση, υγρότοπος είχε δημιουργηθεί στο παλιό Δέλτα του Στρυμόνα. Διακεκριμένοι σχηματισμοί είναι η περιοχή του δάσους Λαϊλιά, στην οροσειρά της Βροντούς, αποτελεί σημαντική αισθητική παρουσία, με ιδιαίτερη μάλιστα φυτοκοινωνιολογική σημασία, η οροσειρά του Μπέλες, δυτικά τα Κρούσια το Μαυροβούνι και τα Κερδύλια και ανατολικά το Παγγαίο όρος, ενώ λίγο βορειοανατολικότερα βρίσκεται το φαράγγι του Αγγίτη.

Δύο περιοχές με κλιματικές ιδιαιτερότητες συναντώνται στο νομό. Η πρώτη περιοχή (Νοτιοανατολική) παρουσιάζει βροχοπτώσεις μικρού ύψους που κυμαίνονται μεταξύ 500 και 600χλμ. Η δεύτερη περιοχή που καλύπτει το βορειότερο τμήμα του νομού παρουσιάζει μεγαλύτερου ύψους βροχοπτώσεις και ψυχρότερους χειμώνες.

Ολόκληρος ο νομός Σερρών αποτελεί τμήμα της υδρολογικής λεκάνης του Στρυμόνα η οποία καλύπτει 6.400 km^2 στο Ελληνικό έδαφος²⁰.

¹⁹ www.serres.gr

²⁰ www.serres.gr

2.3.1. Κλιματολογικές συνθήκες

Οι θερμότεροι μήνες είναι ο Ιούλιος και ο Αύγουστος και ψυχρότερος ο Ιανουάριος. Οι βροχοπτώσεις έχουν μεγαλύτερη συχνότητα το Νοέμβριο και το Μάιο. Ο Ιανουάριος και ο Φεβρουάριος είναι οι ψυχρότεροι μήνες και παρατηρούνται πρώιμοι παγετοί.

Στο Νομό Σερρών λειτουργούν 10 μετεωρολογικοί σταθμοί που παρέχουν στοιχεία παγετού (βροχή και χιόνι) ²¹.

2.3.2. Υδάτινο περιβάλλον

Τα κύρια επιφανειακά υδάτινα συστήματα αυτής της λεκάνης στο νομό Σερρών είναι ο ποταμός Στρυμόνας, η τεχνητή λίμνη Κερκίνη (η οποία τροφοδοτείται από το Στρυμόνα), ο ποταμός Αγγίτης και ο ποταμός Κρουσοβίτης οι οποίοι με τη σειρά τους χύνονται στο Στρυμόνα. Η λίμνη Κερκίνη δημιουργήθηκε το 1932 με τη δημιουργία ενός φράγματος στο βορειοδυτικό τμήμα της πεδιάδας των Σερρών κοντά στον οικισμό του Λιθοτόπου. Σκοπός της δημιουργίας της λίμνης ήταν η ανπλημμυρική προστασία, η συγκράτηση φερτών υλών και η άρδευση της πεδιάδας των Σερρών. Λόγω των μεγάλων ποσοτήτων φερτών υλικών του ποταμού η χωρητικότητα της λίμνης σε νερό μειώθηκε. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα το 1982 να κατασκευαστεί νέο μεγαλύτερο φράγμα, να δημιουργηθούν νέα αναχώματα και να γίνει εκτροπή της κοίτης του ποταμού ώστε η λίμνη να πάρει τη σημερινή της μορφή. Έχει αναπτυχθεί στις όχθες της ένα μοναδικό υδροτοπικό οικοσύστημα το οποίο σήμερα προστατεύεται από τη συνθήκη Ραμσάρ και τις οδηγίες της ΕΕ, ενώ πρόσφατα αξιόλογη είναι η λειτουργία της ως οικοτουριστικού προορισμού.

Ο Στρυμόνας διασχίζει την πεδιάδα των Σερρών και εκβάλλει στον Στρυμονικό κόλπο, όπου και σχηματίζει δέλτα με πλούσια βιοποικιλότητα και οικολογική αξία. Στο Στρυμονικό κόλπο εκτείνεται η περιορισμένου μήκους ακτή των Κερδυλίων η οποία έχει αξιόλογη τουριστική και αλιευτική σημασία. ²²

²¹ www.serres.gr

²² www.serres.gr

2.4. Οικονομική κατάσταση του δήμου Σερρών

Ο νομός Σερρών βρίσκεται στη διόλου τιμητική τελευταία θέση στην κατάταξη των νομών της χώρας, βάσει του κατά κεφαλήν ΑΕΠ σύμφωνα με στοιχεία του 2009 και βάσει των δεικτών της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας που κοινοποιήθηκαν το Μάρτιο του 2012.

Μάλιστα η άσχημη κατάσταση την οποία βιώνει ο εμπορικός κόσμος της πόλης ο οποίος διαπιστώνει καθημερινά ότι δε μπορεί πλέον να ανταπεξέλθει αποδεικνύεται έμπρακτα. Τα κλειστά καταστήματα σε όλο το νομό αποτελούν σύνθητες φαινόμενο, ενώ αρκετά καταστήματα «κρατιούνται» περιμένοντας για να δουν πως θα κινηθούν το επόμενο διάστημα, δηλαδή αν θα συνεχίσουν ή θα αναστείλουν τη λειτουργία τους. Η κρίση επιδεινώνεται και συγχρόνως οι αδιάθετοι χώροι αυξάνονται, ενώ άλλοι καταστηματάρχες μετακομίζουν σε φθηνότερους χώρους για να μειώσουν το κόστος ενοικίασης. Παράλληλα το φαινόμενο της εποχής είναι ότι ανοίγουν καινούργια μαγαζιά αλλά κλείνουν μέσα σε ελάχιστο χρονικό διάστημα.

Εν μέσω κρίσης, η στροφή των επιχειρήσεων προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση είναι αναγκαία. Αξιοποίηση της τοπικής «κληρονομιάς», στήριξη και προβολή των Σερραϊκών προϊόντων και συντονισμένη προώθηση τους στην τουριστική αγορά. Μοιάζει σχεδόν μονόδρομος η συγκεκριμένη πολιτική και το Επιμελητήριο Σερρών έχει ήδη οργανώσει πεδία παρέμβασης προκειμένου να υποστηρίξει τα μέλη του προς αυτή την οδό²³

Ο νομός Σερρών άλλωστε είναι «πλούσιος» σε όλους τους τομείς και θα γίνουν ενέργειες για αύξηση τουριστών-καταναλωτών από την Ελλάδα, τα Βαλκάνια αλλά και τη Ρωσία. Μέσα στους στόχους είναι και η δημιουργία εκθετηρίων που θα έχουν ως στόχο την προώθηση Σερραϊκών προϊόντων, ενώ πρέπει να μελετηθεί εκτενέστερα και η προώθηση των εξαγωγών. Επίσης μέσο ανάπτυξης του Νομού μπορεί να αποτελέσει και η άμεση εκμετάλλευση των γεωθερμικών πεδίων που υπάρχουν και όλα αυτά μπορούν να αναπτυχθούν ακόμη καλύτερα μέσω της απορρόφησης προγραμμάτων του ΕΣΠΑ.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται διαρκώς ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον για τον εναλλακτικό τουρισμό και την άθληση στην φύση και αυτό οδηγεί ολοένα και

²³ www.unitedreporters.gr

περισσότερους τουρίστες να περνούν τις διακοπές τους στην εξοχή ,συμμετέχοντας σε διάφορες αθλητικές εκδηλώσεις (Rafting , Μ,Τ,Β κ.α) πολλές φορές μάλιστα διαμένοντας σε απλά καταλύματα. Σύμφωνα με εκτιμήσεις ειδικών , ο εναλλακτικός τουρισμός αναμένεται να κερδίσει σημαντικό έδαφος τα επόμενα χρόνια. Ο συνδυασμός της αναψυχής και της ζωής κοντά στη φύση ενσωματώθηκε στον όρο οικοτουρισμός²⁴

Στο Δήμο Σερρών στο πλαίσιο του Γ ΚΠΣ υλοποιούνται 64 έργα συνολικού προϋπολογισμού 20,4 εκατ. €. Συγκεκριμένα, τα έργα που αφορούν το ΤΕΙ είναι 20, τα έργα που αφορούν την πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση είναι 23 και τα λοιπά έργα, διαφόρων κατηγοριών κυρίως υποδομής και πολιτισμού είναι 21.

Αν και το μεγαλύτερο μέρος των έργων αφορά σε υποδομές, γίνεται ορατή μία σημαντική προσπάθεια αναβάθμισης της εκπαιδευτικής υποδομής στην περιοχή. Οι παρεμβάσεις του ΤΕΙ Σερρών ενδυναμώνουν την προστιθέμενη αξία στην εκπαίδευση, στην καινοτομία και στην κοινωνία της γνώσης.

2.5. Φυσικό και ανθρωπογενές Περιβάλλον

Τα περιβαλλοντικά προβλήματα αφορούν κυρίως τη ρύπανση των υδάτινων αποδεκτών από τη διάθεση κυμάτων παραγωγικών κυρίως δραστηριοτήτων (γεωργία, μεταποίηση) και αστικών λυμάτων. Η υπεράντληση αποτελεί μία ακόμα παράμετρο υποβάθμισης του υδατικού δυναμικού. Ο ποταμός Στρυμόνας στο νομό Σερρών παρουσιάζει ρύπανση, ως αποδέκτης ακατέργαστων αποβλήτων και οικιακών λυμάτων (από την περιοχή Σιδηροκάστρου και μέχρι τη Μαυροθάλασσα). Επιπλέον διέρχεται ρυπαντικό φορτίο από φυτοφάρμακα μέσω διάφορων χειμάρρων που καταλήγουν σε αυτόν.

Για τη λύση των παραπάνω προβλημάτων απαιτείται ολοκληρωμένη διαχείριση της συλλογής, επεξεργασίας και διάθεσης των λυμάτων, καθώς και ρυθμίσεις συμβατότητας χρήσεων και λειτουργιών και απαιτείται διακρατική συνεργασία²⁵.

²⁴ www.unitedreporters.gr

²⁵ www.ypeka.g

Για τη διατήρηση και ανάπλαση των κτιρίων γίνονται μεμονωμένες προσπάθειες. Απαιτείται ολοκληρωμένος χωροταξικός και αναπτυξιακός σχεδιασμός με στόχο:

- Την προστασία και ανάδειξη αρχαιολογικού, βυζαντινού και οθωμανικού μνημειακού αποθέματος
- Ανάδειξη του νεότερου ενδιαφέροντος οικιστικού και μνημειακού αποθέματος
- Ενίσχυση σύγχρονων πολιτιστικών υποδομών
- Σύνθεση Δράσεων Πολιτισμού και Τουρισμού

Η ένταση με την οποία ασκούνται οι ανθρώπινες δραστηριότητες δημιουργεί προβλήματα υπερανάπτυξης και καταστροφής του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος. Η αναπτυξιακή διαδικασία θα πρέπει να περιλαμβάνει:

- οριοθέτηση των παράκτιων περιοχών
- αυστηρές προδιαγραφές στις παρεμβάσεις στο φυσικό, στο πολιτιστικό και παραδοσιακό περιβάλλον
- αύξηση της ελκτικότητας των ορεινών ζωνών και
- θέσπιση χωροταξικών εργαλείων για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος²⁶



ΕΙΚΟΝΑ 2.1. Πανοραμική φωτογραφία του Δήμου Σερρών

²⁶ www.ypeka.g

2.6. Τα κυριότερα προβλήματα, ανά θεματικό τομέα, που αντιμετωπίζει ο Δήμος Σερρών κατά την αναπτυξιακή του προσπάθεια

Περιβάλλον και ποιότητα ζωής

- Έλλειψη ανάδειξης του φυσικού περιβάλλοντος και της υπαίθρου της περιοχής
- Ρύπανση των υδάτινων αποδεκτών από τη διάθεση λυμάτων παραγωγικών, κυρίως, δραστηριοτήτων (γεωργία, μεταποίηση) και αστικών λυμάτων
- Δυσμενείς περιβαλλοντικές επιπτώσεις εξαιτίας της δραστηριότητας βιοτεχνικών επιχειρήσεων εντός του αστικού ιστού
- Ανεπάρκεια σε διαδικασίες διαχείρισης των περιβαλλοντικών φορτίων (ρύπων) και σε μηχανισμούς αντιρύπανσης
- Έντονες τάσεις αστικοποίησης
- Έντονη κυκλοφοριακή συμφόρηση εντός του αστικού ιστού και αυθαίρετη δόμηση (απουσία ολοκληρωμένου χωροταξικού και αναπτυξιακού σχεδιασμού)
- Έλλειψη συστηματικής πληροφόρησης/ ευαισθητοποίησης δημοτών σε καίρια ζητήματα (π.χ. περιβάλλον, στάθμευση και κυκλοφορία, προστασία χώρων πρασίνου, κλπ)
- Περιορισμένη συμβολή εθελοντικών ομάδων

Τοπική οικονομία και απασχόληση

- Συνεχής μείωση της συμμετοχής του Πρωτογενή Τομέα στην τοπική προστιθέμενη αξία -Αποδυνάμωση των τοπικών παραγωγών
- Μακρόχρονη στασιμότητα του Δευτερογενή Τομέα- Ελάχιστες επενδύσεις περιορισμένη συμμετοχή στο τοπικά παραγόμενο προϊόν
- Μειωμένη υποστήριξη του Δήμου σε θέματα ανάπτυξης της τοπικής επιχειρηματικότητας
- Ελάχιστη συμμετοχή του Δήμου σε δίκτυα για την ανάπτυξη συνεργασιών (πχ ΤΕΙ, Πανεπιστημιακά και Ερευνητικά Ιδρύματα, κλπ)
- Περιορισμένη δράση και εστίαση σε θέματα τεχνολογικής ανάπτυξης και καινοτομίας

- Περιορισμένη συμβολή σε θέματα εκπαίδευσης, συνεχούς κατάρτισης των νέων και των ειδικών κοινωνικά ομάδων του πληθυσμού του Δήμου για τη βελτίωση και προώθηση της απασχολησιμότητάς τους

- Περιορισμένο εύρος εφαρμογής των πολιτικών προώθησης και ενίσχυσης της προσβασιμότητας μειονεκτικών ομάδων πληθυσμού στην αγορά εργασίας

Κοινωνική πολιτική, παιδεία, αθλητισμός και πολιτισμός

- Περιορισμένη προβολή των πολιτιστικών ιδιαιτεροτήτων και δραστηριοτήτων του Δήμου σε ευρύτερη κλίμακα

- Έλλειψη κοινωνικής, πολιτισμικής συνοχής στον Δήμο

- Ανυπαρξία ταυτότητας της πόλης και των οικισμών

- Απουσία οργανωμένης υπηρεσίας για την παρακολούθηση όλων των τομέων της κοινωνικής ζωής στην πόλη και τους οικισμούς

- Μη ορθολογικός σχεδιασμός της παροχής υπηρεσιών κοινωνικής προστασίας και αλληλεγγύης

- Περιορισμένες δυνατότητες υποστήριξης και ανάδειξης αθλητικών δραστηριοτήτων

- Έλλειψη εστιασμένης στρατηγικής και δράσεων για την ενίσχυση του τουρισμού

- Περιορισμένη επισκεψιμότητα του αστικού ιστού από επισκέπτες, τουρίστες ή και συναλλασσόμενους με τη τοπική παραγωγική βάση (www.serres.gr).

Τα κρισιμότερα ζητήματα εσωτερικής λειτουργίας και ανάπτυξης του Δήμου Σερρών

- Ανάγκη αναδιοργάνωσης των υπηρεσιών του Δήμου και των Νομικών του Προσώπων στις απαιτήσεις των αναγκών του ίδιου του Δήμου και των δημοτών

- Περιορισμένη και μη συστηματική (σε πολλές περιπτώσεις) αμφίδρομη επικοινωνία Υπηρεσιών με τον πολίτη - Ανεπάρκεια μηχανισμών συστηματικής διερεύνησης των αναγκών των δημοτών

- Ανεπαρκής εξοπλισμός (μηχανολογικός και μηχανογραφικός) για την υποστήριξη των λειτουργικών διαδικασιών των Υπηρεσιών του Δήμου και των Νομικών του Προσώπων

- Περιορισμένη αποτελεσματικότητα εφαρμογής σύγχρονων συστημάτων διοίκησης και μηχανισμών (διεργασιών) διαχείρισης, παρακολούθησης και αξιολόγησης των Υπηρεσιών και των Νομικών Προσώπων του Δήμου
- Δυσλειτουργίες στη διαχείριση και άσκηση του Συστήματος Διοίκησης του Δήμου -Ελλιπής έλεγχος
- Ελλείψεις στη στελέχωση και σε δράσεις (προγράμματα) συνεχούς βελτίωσης των ικανοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού
- Ελλείψεις σε θεσμικό επίπεδο (νοηματικές ανακρίβειες, λεκτικές υπερβάσεις του εν ισχύ ΟΕΥ)

2.7. Το όραμα και οι στόχοι ανάπτυξης του Δήμου Σερρών

Οι Δήμοι, ως πρωτοβάθμιοι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης, ασκούν αρμοδιότητες σε τοπικό επίπεδο για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πολιτών. Οι δημοτικές αρχές διευθύνουν και ρυθμίζουν όλες τις τοπικές υποθέσεις, σύμφωνα με τις αρχές της επικουρικότητας και της εγγύτητας, με στόχο την προστασία, την ανάπτυξη και τη συνεχή βελτίωση των συμφερόντων και της ποιότητας ζωής της τοπικής κοινωνίας συνεπικουρούμενες από τα Νομικά Πρόσωπα που συστήνουν ή/ και συμμετέχουν.

Συνεπώς, αποστολή του Δήμου Σερρών, ως πρωτοβάθμιου Οργανισμού Τοπικής Αυτοδιοίκησης, είναι: «Η διακυβέρνηση των τοπικών υποθέσεων και η παροχή δημόσιων αγαθών και υπηρεσιών για την ικανοποίηση αναγκών των κατοίκων και των τοπικών φορέων, με απώτερο σκοπό τη βιώσιμη κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της περιοχής». Η δομή και η διάρθρωση της Αυτοδιοίκησης παρουσιάζει συνεχή εξέλιξη τα τελευταία χρόνια και απαιτεί συνεχή ενημέρωση, υψηλό βαθμό οργάνωσης και τεχνογνωσία. Οι ΟΤΑ έχουν αρχίσει πλέον να λειτουργούν σαν οργανωμένες επιχειρήσεις, αναδιαμορφώνοντας ριζικά τις σχέσεις πολιτικής, οικονομίας, αγορών, κοινωνίας, πολιτών, επικοινωνίας, πληροφόρησης και γνώσης, δεδομένα τα οποία παρουσιάζουν συνεχή και δυναμική εξέλιξη. Η αναζήτηση του «καινούργιου», της «καινοτομίας», της «νέας πολιτικής» και γενικότερα της «ουσίας» και της «ρεαλιστικής προσέγγισης της νέας πραγματικότητας», συνοψίζουν την ταυτότητα και το πολιτικό ζητούμενο, τόσο για

την Αυτοδιοίκηση όσο και για τους πολίτες. Η «ρεαλιστική προσέγγιση της νέας πραγματικότητας» για την δημοτική πολιτική, αφορά την ύπαρξη Κεντρικού Στόχου - Στρατηγικού Σχεδιασμού. Η στρατηγική του Δήμου Σερρών αποτελεί συνεκτικό σύνολο γενικών στόχων και πολιτικών δράσης, που αποσκοπούν στην εκπλήρωση της αποστολής και στην επίτευξη του οράματος του Δήμου Σερρών.

Για την αντιμετώπιση των κρίσιμων ζητημάτων ανάπτυξης έχουν τεθεί Γενικοί Στόχοι Ανάπτυξης από το Δήμο Σερρών που είναι ενσωματωμένοι στον στρατηγικό σχεδιασμό της Δημοτικής Αρχής:

- Υποστήριξη του Πρωτογενούς, κυρίως, Τομέα και συνεχής κατάρτιση των τοπικών παραγωγών
- Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και ευαισθητοποίηση (πληροφόρηση) δημοτών και επιχειρηματιών σε θέματα επιχειρηματικότητας, ανταγωνιστικότητας και καινοτομίας
- Ανάπτυξη βασικών και επαγγελματικών δεξιοτήτων σε μειονεκτούσες & αποκλεισμένες κοινωνικές ομάδες
- Άρση του κοινωνικού αποκλεισμού και ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής
- Αύξηση δράσεων κοινωνικής προστασίας και αλληλεγγύης
- Ενίσχυση δράσεων - προγραμμάτων πολιτικής προστασίας
- Ανάδειξη πολιτιστικής παράδοσης
- Δημιουργία διακριτής ταυτότητας της πόλης
- Υποστήριξη και ανάδειξη αθλητικών δραστηριοτήτων (πχ διοργανώσεων μηχανοκίνητου αθλητισμού στο Αυτοκινητοδρόμιο Σερρών)
- Αύξηση της επισκεψιμότητας της υπαίθρου
- Εξασφάλιση εύρυθμης λειτουργίας της πόλης και των οικισμών
- Αποσυμφόρηση αστικού ιστού- Αύξηση χώρων πρασίνου
- Διαμόρφωση ολοκληρωμένου χωροταξικού και αναπτυξιακού σχεδιασμού
- Βελτίωση βασικών και υποστηρικτικών υποδομών
- Ανάπτυξη και συμμετοχή σε εθνικά, ευρωπαϊκά και διεθνή δίκτυα
- Ενίσχυση συνεργασιών με το ΤΕΙ Σερρών και άλλους Ερευνητικούς και Επιστημονικούς Φορείς
- Ανασυγκρότηση και αναβάθμιση υπηρεσιών του Δήμου

- Ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού του Δήμου
- Ενσωμάτωση σύγχρονων συστημάτων διοίκησης (ΚΠΑ, Σύστημα Επιβεβαίωσης της Διαχειριστικής Επάρκειας του Δήμου, κλπ)
- Διορθωτικές παρεμβάσεις του εν ισχύ ΟΕΥ κατά την επόμενη αναθεώρηση²⁷

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1. *Ειδικοί Στόχοι Δήμου Σερρών ανά Άξονα Προτεραιότητας*

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ
<p style="text-align: center;">1. ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ</p>	<p>1.1. Ολοκληρωμένη Αστική Ανάπτυξη</p> <p>1.2. Ενέργεια – Δίκτυα</p> <p>1.3. Πολεοδομική και χωροταξική ανάπτυξη και σχεδιασμός</p> <p>1.4. Έρευνα και καινοτομία</p> <p>1.5. Υποδομές</p> <p>1.6. Εμπορικές δραστηριότητες</p> <p>1.7. Δημοτική Περιουσία</p> <p>1.8. Προσέλκυση Επενδυτών</p>
<p style="text-align: center;">2. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ</p>	<p>2.1. Εναλλακτικές Μορφές Ενέργειας</p> <p>2.2. Διαχείριση υδάτινου δυναμικού</p> <p>2.3. Ορθολογική διαχείριση αποβλήτων</p> <p>2.4. Αναπλάσεις</p> <p>2.5. Πρόληψη φυσικών καταστροφών</p>

²⁷ www.serres.gr

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ
3. ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ	3.1. Αστικές μετακινήσεις 3.2. Αγροτική Οδοποιία 3.3. Βασικές υποδομές υγιεινής & ασφάλειας 3.4. Προστασία του καταναλωτή 3.5. Δημόσια υγεία 3.6. Πολιτική προστασία
4. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ- ΤΟΠΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ & ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	4.1. Ολοκληρωμένες δράσεις απασχόλησης 4.2. Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας 4.3. Ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού 4.4. Ενίσχυση δεξιοτήτων μειονεκτουσών ομάδων πληθυσμού 4.5. Ευαισθητοποίηση του πολίτη
5. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΟΧΗ	5.1. Αποδοχή της Διαφορετικότητας 5.2. Άρση αποκλεισμών μειονεκτούντων ομάδων 5.3. Προσαρμοστικότητα των εργαζομένων 5.4. Πληροφόρηση του πολίτη & Εθελοντισμός 5.5. Σύνδεση Πανεπιστημίου – Δήμου – Κοινωνίας 5.6. Δικτύωση και συνεργασίες 5.7. Βελτίωση υποδομών

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ	ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ
<p align="center">6. ΠΑΙΔΕΙΑ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ</p>	<p>6.1. Υποδομές εκπαίδευσης</p> <p>6.2. Ανάδειξη Πολιτιστικού Αποθέματος</p> <p>6.3. Τουριστική ανάπτυξη</p> <p>6.4. Αθλητισμός</p>
<p align="center">7. ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ</p>	<p>7.1. Ανάπτυξη ταυτότητας του Δήμου</p> <p>7.2. Ενίσχυση διαπεριφερειακής και διακρατικής συνεργασίας</p> <p>7.3. Ευαισθητοποίηση & Πληροφόρηση</p> <p>7.4. Συμπράξεις Δημοσίου-Ιδιωτικού Τομέα</p>
<p align="center">8. ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ</p>	<p>8.1. Εφαρμογή σύγχρονων συστημάτων και διαδικασιών διοίκησης</p> <p>8.2. Οργάνωση και πληροφορική</p> <p>8.3. Συνθήκες εργασίας</p> <p>8.4. Ωρίμανση έργων – ενεργειών</p> <p>8.5. Ψηφιακή Σύγκλιση</p> <p>8.6. Τεχνική υποστήριξη Υπηρεσιών του Δήμου</p>

Το υφιστάμενο αναπτυξιακό πρότυπο για τον Δήμο Σερρών βασίζεται στο δίπτυχο: οικονομική εξυγίανση του Δήμου, ανάδειξη της ποιότητας των παρεχόμενων Ειδικότερα επιδιώκεται:

Η εφαρμογή σταδιακής εξυγίανσης του Δήμου Σερρών με σκοπό την τόνωση της τοπικής οικονομίας και την θεμελίωση και σταθερή διεύρυνση της οικονομικής ανταγωνιστικότητας της περιοχής η εδραίωση της κοινωνικής αλληλεγγύης και συνοχής καθώς και της αύξησης της απασχολησιμότητας του πληθυσμού, η αναβάθμιση της ποιότητας ζωής του πολίτη, με γνώμονα την άμεση επίλυση των σημαντικότερων προβλημάτων της καθημερινότητάς του

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση καλείται να διαχειριστεί ένα ευρύ φάσμα προβλημάτων και διευρυνόμενων προοπτικών.

Βασικοί άξονες είναι:

Η επέκταση και αναβάθμιση των συμβατικών δραστηριοτήτων που ανήκουν στα καθήκοντα και στο πλαίσιο αρμοδιοτήτων του Δήμου Σερρών ως οργανισμού τοπικής αυτοδιοίκησης Α' βαθμού.

Ο ολοκληρωμένος αναπτυξιακός σχεδιασμός της περιοχής με τη βέλτιστη αξιοποίηση των έμψυχων (ανθρώπινο δυναμικό), των άψυχων (υλικών) πόρων της και του περιβάλλοντος της.

Καταλυτικό ρόλο στην στρατηγική της νέας περιόδου κατέχει η επένδυση στην Κοινωνία της Γνώσης, της Καινοτομίας, της Εξωστρέφειας και της Ενίσχυσης των Φυσικών και Τεχνολογικών Υποδομών

Συστατικό στοιχείο και βασική παράμετρος της ανάπτυξης του Δήμου Σερρών είναι ο τοπικός στρατηγικός σχεδιασμός που θα οδηγήσει στην προσαρμογή του αστικού σχηματισμού στις εξελίξεις και στα νέα δεδομένα, με την αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων και ευκαιριών που προδιαγράφονται, την άρση των περιορισμών και την αντιμετώπιση των κινδύνων που οι εξελίξεις συνεπάγονται.

Οι βασικές κατευθυντήριες αρχές για την υλοποίηση του Οράματος και κατ' επέκταση του Επιχειρησιακού Προγράμματος, στις οποίες θα βασιστεί ο σχεδιασμός των ετήσιων προγραμμάτων δράσης, αναλύονται ως άμεση εξυπηρέτηση των πολιτών επί των καθημερινών προβλημάτων τους

- ενεργοποίηση των πολιτών και ενθάρρυνσή τους για συμμετοχή στα δημοτικά δρώμενα,
- εφαρμογή ολοκληρωμένου σχεδίου σταδιακής εξυγίανσης των οικονομικών του Δήμου,
- τόνωση της τοπικής οικονομίας και διαρκής ενίσχυση και υποστήριξη της τοπικής ανταγωνιστικότητας,
- συνεχής βελτίωση του τοπικού ανθρώπινου κεφαλαίου σε συνδυασμό με βιώσιμη προώθηση της απασχόλησης,

- Εξασφάλιση κοινωνικής συνοχής και αλληλεγγύης
- Υιοθέτηση ολοκληρωμένου σχεδίου βιώσιμης πράσινης ανάπτυξης
- Εμπέδωση του σύγχρονου αυτό-διοικητικού management
- Ανάδειξη ολοκληρωμένων παρεμβάσεων
- Αναβάθμιση της εικόνας της πόλης με την υιοθέτηση ολοκληρωμένων παρεμβάσεων στους δημόσιους χώρους και στο κτιριακό απόθεμα, δημόσιο και ιδιωτικό
- Δημιουργία διακριτής ταυτότητας της πόλης των Σερρών και διαμόρφωση εστιασμένης στρατηγικής προβολής της περιοχής
- Υποστήριξη θεματικών ενδοπεριφερειακών συνεργασιών και δράσεων με εξωστρεφή προσανατολισμό ²⁸

²⁸ www.serres.gr

2.8. Πολιτισμικοί πόροι του δήμου Σερρών

Στο παρελθόν υπήρχαν στις Σέρρες πολλοί βυζαντινοί ναοί ο οποίοι κήκκαν το 1913. Στην θέση τους υπάρχουν σήμερα προσκυνητάρια όπως η Παναγία των Βλαχερνών, η Αγία Βαρβάρα, ο Άγιος Βλάσιος, η Αγία Επίσκεψη, ο Άγιος Αθανάσιος, οι Δώδεκα Απόστολοι, η Αγία Ελεούσα, ο Άγιος Αθανάσιος και Κύριλλος, οι Τρεις Παίδες και το Ταξιαρχούδι. Κάποιοι άλλοι ναοί ξανακτίστηκαν-αναστηλώθηκαν πρόχειρα χωρίς να διατηρηθεί η αρχιτεκτονική αρχιτεκτονική όπως η Παναγία Λιόκαλη, η Αγία Παρασκευή, ο Άγιος Συμεών, η Αγία Κυριακή, η Αγία Φωτεινή, οι Μεγάλοι Ταξιάρχες και ο Άγιος Παντελεήμονας. Στο λόφο Κουλά υπάρχει η Βυζαντινή Ακρόπολη Σερρών .

Στον λόφο του Κουλά σήμερα βρίσκεται Βυζαντινή Ακρόπολη Σερρών από την οποία έχει σωθεί μέχρι σήμερα ο "*Πύργος του Ορέστη*", γνωστός και ως ο "*Πύργος του Βασιλέως*". Η ονομασία "*Πύργος του Ορέστη*" οφείλεται από το όνομα του κατασκευαστή του. Σήμερα το ύψος του είναι περίπου 18 μέτρα αλλά υπολογίζεται ότι αρχικά και με τις επάλξεις του ότι έφτανε τα 20 μέτρα. Αυτός ο πύργος ήταν το τελευταίο σημείο άμυνας σε περίπτωση που ο εχθρός καταλάμβανε την Ακρόπολη. Είναι γνωστός για τις δυο κεραμικές επιγραφές που υπάρχουν στην δυτική του πλευρά οι οποίες όμως με το πέρασμα των αιώνων έγιναν δυσανάγνωστες. Περισσότερο ενδιαφέρον έχει η επιγραφή στο δεξιό άκρο η οποία κατά την επικρατέστερη άποψη γράφει: "ΠΥΡΓΟΣ ΑΝΔΡΟΝΙΚΟΥ ΒΑΣΙΛΕΩΣ ΟΝ ΕΚΤΙΣΕΝ ΟΡΕΣΤΗΣ".²⁹

Ο Ναός των *Αγίων Θεοδώρων*, γνωστός και ως *Παλαιά Μητρόπολη* θεωρείται το σημαντικότερο βυζαντινό μνημείο της πόλης. Ο Ναός λειτούργησε ως μητροπολιτικός ναός από τα βυζαντινά μέχρι τα νεότερα χρόνια. Σύμφωνα με την επικρατούσα άποψη, ο ναός χρονολογείται από το 5ο-6ο αιώνα. Κατά την διάρκεια των αιώνων ο ναός αυτός έχει υποστεί αρκετές καταστροφές, μετατροπές, προσθήκες και ανακαινίσεις. Ο ναός καταστράφηκε από πυρκαγιές το 1849 και το 1913. Συγκεκριμένα στις 28 Ιουνίου 1913 καταστράφηκε ολοκληρωτικά από φωτιά καθώς υποχώρησαν οι Βούλγαροι πυρπολώντας την πόλη. Η σημερινή μορφή είναι η αναστήλωση που έγινε το 1928-1935. Το 1992 έγιναν νέες επισκευές από την Ιερά

²⁹ www.el.wikipedia.org

Μητρόπολη Σερρών και Νιγρίτης με την συνεργασία του Υπουργείου Πολιτισμού και σήμερα χρησιμοποιείται ως χώρος λατρείας.

Η πόλη επίσης διαθέτει πληθώρα μουσείων.

Μουσείο Φυσικής Ιστορίας

Το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Σερρών, εκθέτει ενότητες που περιλαμβάνουν ζώα, πουλιά, φυτά, έντομα και πετρώματα και έχει ως βάση τη γνώση, τη μελέτη, αλλά και την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής.

Μουσείο Παλαιάς Μητρόπολης Σερρών

Το Μουσείο της Παλαιάς Μητρόπολης Σερρών, ιδρύθηκε με αφορμή την επαναλειτουργία του βυζαντινού ναού των Αγίων Θεοδώρων (Παλαιά Μητρόπολη) ως προσκυνηματικού ναού. Εκτίθενται τα βυζαντινά γλυπτά που προέρχονται από το ίδιο το μνημείο. Η έκθεση έχει αναπτυχθεί στο βόρειο πρόσκτισμα του μνημείου και στον αύλειο χώρο και ακόμη διάφορα γλυπτά που ανήκαν άλλοτε στο γλυπτό διάκοσμο του ναού, καθώς και διάφορα επιτύμβια μνημεία. Στο εποπτικό υλικό παρουσιάζεται συνοπτικά η ιστορία της πόλης, η οχύρωσή της, καθώς και η ιστορία του μνημείου. Στον αύλειο χώρο τακτοποιήθηκαν σε αναβαθμούς και στους τοίχους γλυπτά και επιγραφές διαφόρων εποχών που προέρχονται από την πόλη των Σερρών και την περιοχή της.

Αρχαιολογικό Μουσείο Σερρών (Μπεζεστένι)

Το Αρχαιολογικό Μουσείο Σερρών βρίσκεται στο κέντρο της πόλης και στεγάζεται από το 1970 στο Μπεζεστένι κλειστή στεγασμένη αγορά του β' μισού του 15ου αι. που βρίσκεται στο σημερινό κέντρο της πόλης. Είναι μνημείο Οθωμανικής περιόδου χτίστηκε κατά το πρότυπο των βυζαντινών αγορών και το όνομα Μπεζεστένι προέρχεται από τα Τούρκικα και τα Περσικά και μεταφράζεται ως αγορά υφασμάτων. Το μνημείο αυτό το 1968 γλίτωσε την κατεδάφιση όταν αποφασίστηκε να στεγάσει το Αρχαιολογικό Μουσείο Σερρών.

Εκτίθενται ευρήματα, από την Μέση και Ύστερη Νεολιθική εποχή, Πρώιμη και Ύστερη εποχή του Χαλκού (αγγεία, πήλινα ειδώλια), από τον 4ο έως και 6ο -7ο π.Χ. , τους Ρωμαϊκούς χρόνους, την Ελληνιστική και Βυζαντινή εποχή.

Λαογραφικό Μουσείο Γεωργάκης Ολύμπιος

Το μουσείο περιλαμβάνει αίθουσα διδασκαλίας παραδοσιακού χορού και οργάνων και αποκλειστικό χώρο εκθεμάτων. Επίσης υπάρχει βιβλιοθήκη με αξιόλογα ιστορικά βιβλία καθώς και ιματιοθήκη με παραδοσιακές βλάχικες φορεσιές.

Λαογραφικό Μουσείο Σαρακατσάνων

Είναι σημαντικό μουσείο το οποίο λειτουργεί από το 1979 και περιέχει εκθέματα σχετικά με τις παραδόσεις των Σαρακατσάνων. Το 1987 τιμήθηκε με το Ευρωπαϊκό Βραβείο του Μουσείου της Χρονιάς.

Για την οργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων οι αρμόδιες λειτουργίες του Δήμου είναι η Δημοτική Επιχείρηση Πολιτιστικής και Κοινωνικής Ανάπτυξης Σερρών (ΔΕΠΚΑ), η Σερραϊκή Πολιτιστική Εταιρεία (ΣΠΕ), η Νομαρχιακή Επιτροπή Λαϊκής Επιμόρφωσης (ΝΕΛΕ), το Λύκειο Ελληνίδων και το Πνευματικό Πολιτιστικό Κέντρο Δήμου Σερρών, τα οποία πρωταγωνιστούν στα πολιτιστικά δρώμενα της περιοχής με την πολυσήμαντη προσφορά τους.

Στις πολιτιστικές λειτουργίες εντάσσονται επίσης οι εκκλησίες, αρκετές από τις οποίες είναι κηρυγμένα μνημεία κι ανήκουν στην αρμοδιότητα της 12^{ης} Εφορίας Βυζαντινών Αρχαιοτήτων, οι αρχαιολογικοί χώροι, τα διατηρητέα κτίρια, τα μουσεία, τα πολιτιστικά κέντρα και λοιποί πολιτιστικοί χώροι όπως προβλέπονται από το ΓΠΣ. Η Ακρόπολη της πόλης είναι Αρχαιολογικός χώρος ενώ ένα τμήμα της Παλαιάς Πόλης έχει χαρακτηριστεί Ιστορικό Τόπος. Επίσης υπάρχουν και περίπου 45 κηρυγμένα μνημεία και διατηρητέα κτίρια. Το 1/3 περίπου από τα μεμονωμένα κτίσματα βρίσκεται στην Παλαιά Πόλη, ενώ τα υπόλοιπα είναι διάσπαρτα σε μια ζώνη εκατέρωθεν του άξονα Ελ. Βενιζέλου – Μεγ. Αλεξάνδρου.³⁰

³⁰ www.serrelib.gr

2.9. Το μουσείο Ελιάς στον Ελαιώνα Σερρών

Ανηφορίζοντας ανατολικά τις παρυφές του δήμου Σερρών, μέσα από μία κατάμεστη από ελαιόδεντρα διαδρομή, σε υψόμετρο 400 μέτρων, συναντά κανείς τον Ελαιώνα, έναν από τα παλαιότερα χωριά του νομού, που η ιστορία του «χάνεται» στα βάθη των αιώνων. Το χωριό κατά την τουρκοκρατία λεγόταν Ντουτλή ή Δουτλή από την τούρκικη λέξη τουτ, που σημαίνει μουριά.



ΕΙΚΟΝΑ 2.2. Το μουσείο Ελιάς στον Ελαιώνα Σερρών

Μετονομάστηκε κατά τη βυζαντινή περίοδο σε Γοριανή και σήμερα φέρει το όνομα Ελαιώνας επιδεικνύοντας περίτρανα την «ταυτότητά» του από τα αιωνόβια ελαιόδεντρα που το περιβάλλουν.

Το μικρό χωριό, με τους ελάχιστους πλέον μόνιμους κατοίκους, παίρνει ζωή τους ζεστούς μήνες του καλοκαιριού, αλλά και την περίοδο της συγκομιδής της ελιάς και της παραγωγής λαδιού, τον Νοέμβριο και τον Δεκέμβριο. Περισσότερα από 18.000 ελαιόδεντρα υψώνουν το ανάστημά τους και «αγκαλιάζουν» το μικρό χωριό.

Ανάμεσά τους και μερικά γέρικα «κορμιά», περισσότερες από 4.000 ελιές που μετρούν 300 χρόνια ζωής.

Σύμφωνα με τη μυθολογία, στον τόπο αυτό η θεά Αθηνά έσπειρε την πρώτη ελιά που ευδοκίμησε και έδωσε πλούσιους καρπούς για να τραφεί όλο το χωριό.

Πόλος έλξης των επισκεπτών του γραφικού Ελαιώνα αποτελεί η πετρόχτιστη πλατεία του με τις μικρές παραδοσιακές του ταβερνούλες και τα αιωνόβια πλατάνια να σκεπάζουν με την πλούσια φυλλωσιά τους τα μικρά καφενεία του χωριού. Εκεί δεσπόζει περίτρανα το παλιό λιθόκτιστο υδροκίνητο ελαιοτριβείο που λειτουργεί πλέον ως μουσείο.³¹

Το ελαιοτριβείο κατασκευάσθηκε το 1870 από την Εκκλησιαστική Επιτροπή της εκκλησίας του χωριού- του Αγίου Νικολάου- και τον τότε Μητροπολίτη Σερρών Γρηγόριο. Το 1930, τη διαχείρισή του ανέλαβε το Δημοτικό Σχολείο του χωριού, την ευθύνη του οποίου είχε ο δάσκαλος μαζί με τη σχολική επιτροπή. Αποτελούσε κομβικό σημείο παραγωγής λαδιού καθώς εξυπηρετούσε τις ανάγκες των ελαιοπαραγωγών του Ελαιώνα, αλλά και των γύρω περιοχών, όπως της Ορεινής, της Βροντούς, του Μετοχίου και της Ι.Μ. Τιμίου Προδρόμου.



ΕΙΚΟΝΑ 2.3. *Εικόνα εργαλείου που εκτίθεται στο μουσείο Ελιάς στον Ελαιώνα Σερρών*

³¹ <http://www.inews.gr/97/to-mouseio-elias-ston-elaiona-serron.htm>

Ετησίως, γινόταν η επεξεργασία 100 τόνων ελιάς. Λειτουργούσε με τη βοήθεια του νερού, λόγω των άφθονων πηγών που υπάρχουν στην περιοχή. Στο εσωτερικό του βρίσκεται όλος ο εξοπλισμός που απαιτείτο για τη λειτουργία του- μυλόπετρες, δεξαμενές, πιεστήριο ή αλλιώς μέγγενη- ενώ στο εξωτερικό του μέρος βρίσκεται η φτερωτή του νερόμυλου.

Σταμάτησε τη λειτουργία του το 1975, οπότε κι έδωσε τη σκυτάλη του στο νέο ηλεκτροκίνητο και σύγχρονο πλέον ελαιοτριβείο της περιοχής.

Σήμερα λειτουργεί ως μουσείο και προσελκύει όλους τους επισκέπτες του χωριού, αλλά κυρίως μαθητές των σχολείων που ενδιαφέρονται να ανατρέξουν στην ιστορία και να θαυμάσουν πόσο περίτεχνα και κοπιαστικά, παράλληλα, κατάφερναν οι παραγωγοί ελιάς να παράγουν το λάδι.

Στο ισόγειο μονόχωρο και λιθόκτιστο αυτό κτίσμα των 145 τμ, έχει διατηρηθεί όλος ο παλαιός σωζόμενος εξοπλισμός για την παραγωγή του ελαιόλαδου μέχρι τις αρχές του 20ου αιώνα. Εκεί, ξεδιπλώνονται τα τρία βασικά στάδια της διαδικασίας παραγωγής ελαιολάδου: η σύνθλιψη του καρπού, η συμπίεση του ελαιοπολτού και ο διαχωρισμός του λαδιού.

Ο χώρος πλαισιώνεται με πλούσιο φωτογραφικό υλικό, από ψηφιακές και έντυπες παραγωγές, αλλά και προϊόντα ελιάς. Στην αίθουσα προβολών εκπαιδευτικών προγραμμάτων παρουσιάζεται η διαδικασία της συλλογής της ελιάς και η επεξεργασία λαδιού στα πρώτα χρόνια της ζωής του ελαιοτριβείου. Η συλλογή της ελιάς γινόταν από τους ίδιους τους παραγωγούς και τους οικείους τους.

Όταν η παραγωγή ήταν μεγάλη προσελάμβαναν άνδρες «ραβδιστές» και γυναίκες «μαζώχτρες». Οι άνδρες τίναζαν με ειδικές ράβδους, πάνω από τα δέντρα, τον καρπό και οι γυναίκες με καλάθια μάζευαν τους καρπούς που έπεφταν στη γη. Το 1970, χρησιμοποιήθηκαν τα δίκτυα που διευκόλυναν το έργο των μαζωχτρών.

Η μεταφορά των ελιών στο ελαιοτριβείο γινόταν με το γαϊδούρι και τα άλογα. Οι παραγωγοί έπλεναν καλά τις ελιές τους και τις έριχναν μέσα σε μία πέτρινη λεκάνη, χωρητικότητας 200 κιλών, όπου μια γρανιτένια μυλόπετρα, στηριγμένη σε

έναν κάθετο άξονα, γυρνούσε και έσπαζε με το βάρος της τις ελιές μέχρι να γίνουν ένας ομοιόμορφος πολτός.

Η κίνηση στη μυλόπετρα δινόταν από έναν οριζόντιο άξονα που ήταν στηριγμένος σε μία «φτερωτή», έξω από το λιοτριβί και γύριζε λόγω της πτώσης συνεχούς ροής νερού.

Στη συνέχεια, ο πολτός ελιάς μεταφερόταν σε τσιμεντένιες γούρνες από όπου οι εργάτες γέμιζαν τα ελαιόπανα, τα λεγόμενα «τσουπιά», που ήταν κατασκευασμένα- στην αρχή- από αιγότριχα, στη συνέχεια από τζίβα και μετά από νάιλον.

Τα ελαιόπανα είχαν συγκεκριμένο σχήμα, κυρίως τετράγωνο ή στρόγγυλο, ενώ το γέμισμα τους απαιτούσε ιδιαίτερη τέχνη.

Οι σάκοι τοποθετούνταν στο πιεστήριο με τον πολτό ομοιόμορφα κατανεμημένο μέσα στον σάκο για να μην εκτρέπεται η στήλη στο πιεστήριο, κάθε τρεις με τέσσερις σάκους έμπαινε και ένας άδειος. Ο χώρος του πιεστηρίου έπρεπε να είναι πάντοτε πλήρης κι αυτός ήταν ο λόγος που, όταν τα σακιά δεν έφταναν ως επάνω, συμπληρωνόντουσαν με άδεια.

Στην αρχή, το σφίξιμο των σάκων στο πιεστήριο γινόταν με τα χέρια μέχρι που σταματούσε η ροή του λαδιού. Το πρώτο λάδι που έβγαине, πριν από τη ρίψη ζεστού νερού, ήταν ποιοτικά ανώτερο.

Ο μάστορας, πριν από τη δεύτερη και τρίτη συμπίεση, έριχνε ζεστό νερό στους σάκους γιατί έτσι διευκολυνόταν η εκροή του λαδιού και η απόδοσή του. Ακολουθούσε η συμπίεση, που γινόταν με έναν πρωτόγνωρο τρόπο και στηριζόταν κυρίως στην ανθρώπινη δύναμη.

Από τη μία ήταν ένας ξύλινος άξονας που ήταν εφαρμοσμένος στον πιεστήρα και από την άλλη ένα συρματόσχοινο δεμένο σε έναν δεύτερο άξονα, που έφερε μία τρύπα και σε αυτήν εφάρμοζε ένας μοχλός. Τρεις με τέσσερις δυνατοί άνδρες τύλιγαν το συρματόσχοινο πάνω στο μοχλό, που τραβούσε τον δεύτερο μοχλό που συνδεόταν με τον πιεστήρα. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνονταν η μέγιστη δυνατή συμπίεση. Δίπλα στο πιεστήριο υπήρχαν δύο τσιμεντένιες δεξαμενές που συγκοινωνούσαν μεταξύ τους.

Στην πρώτη έπεφτε το λάδι που έρεε από τους σάκους ανακατεμένο με νερό. Λόγω της διαφοράς του ειδικού βάρους, το νερό έμεινε κάτω και στο πάνω μέρος έμεινε το λάδι. Μόλις γέμιζε η πρώτη δεξαμενή, από το πάνω μέρος διοχετευόταν στη δεύτερη δεξαμενή το καθαρό λάδι.

Το Μουσείο Ελιάς άνοιξε για πρώτη φορά τις πόλες του στο κοινό το 2009, μετά τις εργασίες αποκατάστασης και ανάδειξής του με συγχρηματοδότηση του δήμου Σερρών και της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας LEADER PLUS. Το έργο ανάπλασής του κόστισε περίπου 150.000 ευρώ. Κύριος σκοπός του είναι να αναδείξει την τεχνολογία της ελαιοπαραγωγής, που συνδέεται άρρηκτα με τον πολιτισμό μας, καθώς η ελιά, ανέκαθεν, αποτελούσε για τη χώρα μας σύμβολο ειρήνης, ευημερίας, γονιμότητας και ευφορίας

2.10. Οι Δρόμοι της Ελιάς

"Οι Δρόμοι της Ελιάς" είναι διαδρομές πολιτισμού αλλά και διαλόγου με αφορμή την ελιά, είναι μια «γέφυρα» που ξεκινά από τη Μεσσηνία, την Ελλάδα και τη Μεσόγειο και επεκτείνεται σε όλες τις χώρες του κόσμου για να μεταφέρει τα μηνύματα της ελιάς και την επιθυμία για επικοινωνία, συνεργασία και ειρηνική συνύπαρξη.

Η επιτυχία των δραστηριοτήτων του Πολιτιστικού Ιδρύματος «Δρόμοι της Ελιάς, βασίζεται κυρίως στην εφαρμογή και τον συντονισμό ενός Δικτύου συνεργασίας με πολυάριθμα μέλη, στην Ελλάδα και τις μεσογειακές χώρες. Τα μέλη του Δικτύου αριθμούν Επιμελητήρια, οργανισμούς, πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα, πολιτιστικούς και οικονομικούς φορείς σε πάνω από 25 χώρες.

Η δημιουργία του Δικτύου ήταν μια από τις βασικές προτεραιότητες των ιδρυτών των Δρόμων της Ελιάς, διότι κρίθηκε προϋπόθεση για την υλοποίηση των στόχων του Ιδρύματος σε ευρω-μεσογειακό επίπεδο. Ήταν επίσης το βασικό κριτήριο για την επίσημη αναγνώριση των «Δρόμων της Ελιάς» από την UNESCO και το Συμβούλιο της Ευρώπης.³²

Από το 1998 μέχρι σήμερα έχουν πραγματοποιηθεί ή προγραμματίζεται στην Ελλάδα και σε διάφορες χώρες οδοιπορικά της ελιάς και πολυάριθμες εκδηλώσεις,

³² http://www.olivetreeroute.gr/gr/reseau_gr.php

όπως εκθέσεις φωτογραφιών και ζωγραφικής, πολιτιστικές και εμπορικές συναντήσεις, διαγωνισμοί, ενημερωτικές ημερίδες κ.α. καθώς και ενδιαφέρουσες εκδόσεις με θέμα την ιστορία, τον συμβολισμό, τη σημασία της ελιάς και την θρεπτική αξία των προϊόντων της.

Στόχοι της δράσης αυτής είναι:

- Αξιοποίηση του πολιτισμού της ελιάς προς όφελος των τοπικών οικονομιών. Δημιουργία «συνεργιών» μεταξύ πολιτιστικής κληρονομιάς της ελιάς, τουρισμού και αειφόρου ανάπτυξης.
- Καταγραφή της κληρονομιάς της ελιάς σε όλες τις ελαιοπαραγωγικές περιοχές, ανάδειξη και αξιοποίηση μέσα από πολιτιστικές δραστηριότητες
- Δημιουργία μιας «γέφυρας» ανάμεσα στις μεσογειακές χώρες, ανάμεσα στις χώρες όλου του κόσμου, χάρη στην ελιά, σύμβολο ειρήνης, φιλίας και ευημερίας.
- Ενθάρρυνση του διαπολιτισμικού διάλογου, των επιχειρηματικών συνεργασιών καθώς και της ανταλλαγής τεχνογνωσίας.
- Ενίσχυση του θεματικού τουρισμού στις ελαιοπαραγωγικές περιοχές.
- Ευαισθητοποίηση του καταναλωτικού κοινού και των νέων για τη διατροφική αξία των προϊόντων της ελιάς και την αξία της μεσογειακής διατροφής

Οι διοργανωτές των «Δρόμων της Ελιάς» έχουν θέσει ως προτεραιότητα τη δημιουργία ενός διεπιστημονικού δικτύου στο οποίο συμμετέχουν όλες οι ενδιαφερόμενες χώρες. Αυτό το δίκτυο απαρτίζεται από μια επιτροπή ανά χώρα, που αποτελείται από εκπροσώπους Υπουργείων, Επιμελητηρίων, Περιφερειών, πανεπιστημίων, επιστημονικών και πολιτιστικών ιδρυμάτων, κ.λπ. και έναν συντονιστή. Η συμμετοχή ενός φορέα σε αυτή την επιτροπή επισημοποιείται με την υπογραφή ενός «Πρωτοκόλλου Συνεργασίας». Ρόλος της επιτροπής είναι να εξασφαλίζει την προσέλκυση του ενδιαφέροντος των αρχών και των φορέων της χώρας για την πρωτοβουλία «Δρόμοι της Ελιάς» ώστε να εξασφαλίζεται η υλοποίηση των προτεινόμενων δράσεων.

Η δράση στηρίζεται από επιστήμονες και ειδικούς σε διάφορους τομείς όπως ιστορία των πολιτισμών, αρχαιολογία, μουσειολογία, εθνολογία, οικονομία, γεωργία, περιβάλλον, κ.λπ. Ο ρόλος αυτών των ειδικών είναι να επιτρέψουν στο δίκτυο να αναπτύξει μια γερή βάση δεδομένων και τεχνογνωσίας απαραίτητων για την εφαρμογή του προγράμματος των «Δρόμων της Ελιάς»

2.11. Οι δρόμοι της Ελιάς στις Σέρρες το καλοκαίρι του 2008

Με την ευκαιρία των Ολυμπιακών Αγώνων «Πεκίνο 2008», οι «Δρόμοι της Ελιάς» ξεκίνησαν από τη Μεσόγειο για να συναντηθούν με τους «Δρόμους του Μεταξιού» και να μεταφέρουν στα βάθη της Ασίας μέχρι και τη Μόσχα τη «Φλόγα της Ειρήνης», τα μηνύματα της ελιάς και την ανάγκη της ειρηνικής συνύπαρξης, προϋπόθεση ανάπτυξης των κοινωνιών και ευημερίας των λαών. Η συνάντηση δύο μεγάλων δρόμων, δύο πολιτισμών που ενώνουν εδώ και αιώνες θρησκείες και ανθρώπους και συνδιαλέγονται προσφέροντας πλούτο και γνώση μέσα από εμπορικές ανταλλαγές και συνεργασίες.

Η πρωτοβουλία εντάχθηκε στο «2008 Ευρωπαϊκό Έτος Διαπολιτισμικού Διαλόγου» και υλοποιήθηκε στο πλαίσιο του προγράμματος «Δρόμοι της Ελιάς», πολιτιστικών διαδρομών και εκδηλώσεων με αφορμή την ελιά και σκοπό τη δημιουργία συνθηκών βιώσιμης ανάπτυξης στις ελαιοπαραγωγικές περιοχές μέσω της ανάδειξης του πολιτισμού του πολύτιμου δέντρου. *«Κάποτε το εμπόριο προήγαγε τον πολιτισμό, σήμερα ο πολιτισμός προάγει το εμπόριο»*

Οι «Δρόμοι της Ελιάς» πραγματοποιούνται από τον ομώνυμο Πολιτιστικό Οργανισμό, σε συνεργασία με το Συμβούλιο της Ευρώπης, την υποστήριξη των ελληνικών Υπουργείων Εξωτερικών, Πολιτισμού, Ανάπτυξης και Τουριστικής Ανάπτυξης και τελούν υπό την αιγίδα των κατά τόπους Επιμελητηρίων, πολυάριθμων φορέων και οργανισμών στην Ελλάδα και πολλές χώρες.

Η εκκίνηση γι' αυτό το δύσκολο, μακρύ αλλά συναρπαστικό ταξίδι ξεκίνησε από την Μεσσηνία, στο πλαίσιο μιας μεγάλης Μεσογειακής Γιορτής, της Παγκόσμιας Συνάντησης Μοτοσικλετιστών, στην οποία συγκεντρώθηκαν 2000 μοτοσικλετιστές από 44 χώρες για να κατευοδώσουν τους οδοιπόρους.

Η πόλη των Σερρών, Σέρρες ενταγμένη εδώ και 6 χρόνια στους « Δρόμους της ελιάς» υποδέχθηκε την ομάδα των συμμετεχόντων. Καθοριστική ήταν η συνδρομή του Ομίλου της UNESCO Σερρών στην οργάνωση όλου αυτού του εγχειρήματος με προτάσεις που προβάλλουν την Ελλάδα³³

³³<http://www.e-simerini.com/e/modules.php?name=News&file=article&sid=830>



ΕΙΚΟΝΑ 2.4. Φωτογραφία ελαιώνα στο Νομό Σερρών

2.12. Τουριστική υποδομή και ανάπτυξη του Δήμου Σερρών

Σύμφωνα με μελέτη του Παρατηρητηρίου της Εγνατίας Οδού ο αριθμός των καταλυμάτων στον Νομό Σερρών κατά την τελευταία δεκαετία 2000-2010 είχε τις εξής αυξομειώσεις όπως εμφανίζονται στον παρακάτω Πίνακα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2. Πίνακας Τουριστικών Καταλυμάτων

Έτος	Καταλύματα
2000	20
2001	20
2002	33
2003	20
2004	21
2005	22
2006	23
2007	31
2008	35
2009	34
2010	34

Πηγή: Παρατηρητήριο Εγνατίας Οδού (www.observatory.egnatia.gr).

Με βάση τα αποτελέσματα της Μελέτης, διαπιστώνεται ότι κατά την περίοδο 2000-2010 υπήρξε απότομη αύξηση από το 2001-2002 και απότομη μείωση από το 2002-2003, στη συνέχεια υπήρχε σταδιακή αύξηση μέχρι το 2006. Το 2008 έχουμε τη μέγιστη τιμή στον αριθμό των καταλυμάτων ενώ το 2009 και 2010 έχουμε στασιμότητα στον αριθμό των τουριστικών καταλυμάτων στον Νομό Σερρών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3. Αφίξεις στα τουριστικά καταλύματα

Έτος	Αφίξεις
2002	54.818
2003	57.692
2004	49.361
2005	48.098
2006	50.459
2007	63.865
2008	78.332
2009	89.756
2010	80.165

Πηγή: Παρατηρητήριο Εγνατίας Οδού (www.observatory.egnatia.gr).

Με βάση την ίδια Μελέτη, το 2002, οι αφίξεις στα συλλογικά τουριστικά καταλύματα έφθαναν τις 54.818, το 2003 τις 57.692 ενώ τις επόμενες δύο χρονιές υπήρχε σταθερή μείωση. Το 2004 μειώθηκε στις 49.361 και το 2005 στις 48.098 έχοντας έτσι για την περίοδο 2002-2005 έναν μέσο όρο αφίξεων στις 52.492 ενώ το ποσοστό μεταβολής κατά την περίοδο αυτή είναι -12,26% την στιγμή που η Περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας σημείωσε αύξηση της τάξης του 45,11% και το σύνολο της χώρας αύξηση της τάξης του 8,24%. Από το 2006-2009 υπήρξε μεγάλη αύξηση ενώ το 2010 υπήρξε μικρή μείωση, το 2009 ο αριθμός αφίξεων ήταν 89.756 και το 2010 80.165.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.4. Διανυκτερεύσεις στα τουριστικά καταλύματα

Έτος	Διανυκτερεύσεις
2002	128.865
2003	121.773
2004	108.865
2005	103.461
2006	105.525
2007	126.433
2008	155.979
2009	172.025
2010	155.160

Πηγή: Παρατηρητήριο Εγνατίας Οδού (www.observatory.egnatia.gr).

Όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις στα τουριστικά αυτά καταλύματα, το 2002 υπήρξαν 128.865 ενώ από το 2003-2005 πραγματοποιήθηκαν μειώσεις στις διανυκτερεύσεις. Το 2006 και τα επόμενα έτη μέχρι και το 2009 υπήρξαν αυξήσεις όπως 105.525 (2006), 126.433 (2007), 155.979 (2008), 172.025 (2009). Έτσι η ποσοστιαία μεταβολή σχετικά με τις διανυκτερεύσεις στα τουριστικά καταλύματα του Νομού Σερρών ορίζεται σε -21,59% (μέσος όρος διανυκτερεύσεων κατά την εξαετία 2000-2005 119.360). Κατά την ίδια περίοδο η μεταβολή στην περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας είναι -4,33% και για το σύνολο της χώρας -11,13%

Τουριστικές εγκαταστάσεις εκτός των ορίων της πόλης δεν υπάρχουν. Από πλευράς ΓΠΣ υπάρχει μία θεσμοθετημένη ζώνη με χρήση τουρισμού – αναψυχής. Μεταξύ του λόφου της Ακρόπολης και του ρέματος Αγ. Αναργύρων. Η ζώνη αυτή περιλαμβάνει πληθώρα χώρων εστίασης και αναψυχής.

Με το ΓΠΣ θεσμοθετήθηκαν οι εξής περιοχές τουρισμού – αναψυχής: στην περιοχή μεταξύ του Λόφου Ακρόπολης και του ρέματος Αγίων Αναργύρων, στον χώρο του ξενοδοχείου ΞΕΝΙΑ και στο ανατολικό άκρο του Αγίου Ιωάννη δίπλα στο ομώνυμο ρέμα, μια περιοχή με ωραίους καταρράκτες και μια τεχνητή λίμνη. Στις

περιοχές αυτές έχουν αναπτυχθεί πολλές καφετέριες και εξοχικά κέντρα διασκέδασης και αναψυχής.

Οι μονάδες αναψυχής αναπτύσσονται και σε άλλες περιοχές της πόλης και κυρίως σε περιοχές όπου υπάρχουν ελεύθεροι χώροι αλλά και οικοδομικά τετράγωνα που το εσωτερικό τους έχει πεζοδρομηθεί

Οι Σέρρες αποτελούν έναν δυναμικό Δήμο για την ανάπτυξη εναλλακτικού τουρισμού. Η οροσειρά του Μπέλες θα μπορούσε να αποτελέσει βάση για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού στην περιοχή. Το αυτοκινητοδρόμιο όπου διεξάγονται αγώνες ταχύτητας Formula 3 αποτελεί σημαντικό πόλο έλξης αθλητικού τουρισμού. Στο Νομό Σερρών εν γένει έχουν αναπτυχθεί οι εξής μορφές εναλλακτικού τουρισμού:

- Χειμερινός τουρισμός στο Χιονοδρομικό Κέντρο Λαϊλιά
- Ιαματικός τουρισμός στα λουτρά Σιδηροκάστρου
- Φυσιολατρικός – οικολογικός τουρισμός στην λίμνη Κερκίνη

2.13. Ο πολιτιστικός τουρισμός ως ευκαιρία ανάπτυξης για το Δήμο Σερρών .

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μία ευκαιρία για το Δήμο Σερρών για ανάπτυξη. Ο γαστρονομικός τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στην τοπική οικονομική αναζωογόνηση και την ευημερία, αφού συμβάλλει στη δημιουργία νέων ευκαιριών απασχόλησης (θεματικά εστιατόρια, ενίσχυση της τοπικής αγοράς μέσω της αύξησης τους τουρισμού, νέες θέσεις εργασίας)

Επίσης σύμφωνα με έρευνες που έχουν γίνει έχει αποδειχθεί ότι ο πολιτιστικός τουρισμός οδηγεί :

- «στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος, από εντατική αξιοποίηση του διαθέσιμου εργατικού δυναμικού»³⁴,

³⁴ Ioan-Frank V., and Istoc E.-M. (2007). "Cultural Tourism And Sustainable Development", *Romanian Journal of Economic Forecasting*, Vol. 4, No. 1, p.p.89-96.

- «ενθαρρύνει το άνοιγμα μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων με αυθεντικά τοπικά προϊόντα»,³⁵
- «ενισχύει τη μάθηση των κατοίκων, την εκτίμηση, την ευαισθητοποίηση, την υπερηφάνεια της κοινότητας και την εθνική ταυτότητα»³⁶.

Μπορεί να προσφέρει οφέλη στους κατοίκους, όπως αμοιβαιότητα, τοπική υπερηφάνεια, ανοχή, ισχυρότερη αίσθηση της εθνικής ταυτότητας, ενίσχυση της πολιτιστικής ταυτότητας, συνοχή, υποστήριξη, ανταλλαγή ιδεών, αύξηση της γνώσης για τον πολιτισμό της περιοχής, κοινωνική αλληλεπίδραση, συντροφικότητα, κοινή χρήση ιδεών, αύξηση ζήτησης για παραγωγή τοπικών τεχνών.

Στόχος του προτεινόμενου σχεδίου είναι να υπάρξει τόνωση στις επενδύσεις (φαγητό, διαμονή, ψυχαγωγία) και όταν κυρίως σε αυτές που ανήκουν σε τοπικούς επενδυτές ώστε το κέρδος να παραμείνει στις Σέρρες και να βοηθήσει στην περαιτέρω ανάπτυξη.

Επίσης, ο πολιτιστικός τουρισμός παρέχει την ευκαιρία για δημιουργία ανάγκης στους τουρίστες να αποκτήσουν προϊόντα κατάλληλα για να προωθήσουν τον εναλλακτικό τρόπο ζωής και διατροφής (μεσογειακή διατροφή).

Έτσι, ο σωστός σχεδιασμός και διαχείριση του πολιτιστικού τουρισμού έχει θετικές κοινωνικοοικονομικές επιπτώσεις και συμβάλει στη διατήρηση και την προστασία των πολιτιστικών πόρων.

Οι κάτοικοι των Σερρών θα δουν τον τουρισμό ως μέσο που τους βοηθά να μάθουν, να μοιραστούν και να διατηρήσουν τον πολιτισμό τους (διατήρηση της παραδοσιακής λαογραφίας και κουλτούρας), με αποτέλεσμα και ο τουρισμός να τους παρέχει το κίνητρο για τη φροντίδα και τη διατήρηση της πολιτιστικής τους κληρονομιάς.

Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού εξαρτάται από την πολιτιστική προσφορά (ελκυστικότητα), την κοινωνική και οργανωτική δομή (τοπικό και περιφερειακό υπόβαθρο), την πολιτιστική εμπειρία, και το ψυχικό και κοινωνικό

³⁵ Bachleitner R., and Zins A. (1999). "Cultural Tourism in Rural Communities: The Residents' Perspective", *Journal of Business Research*, Vol 44, No 3, Pages 199-209.

³⁶ Burns P., and Sancho M. (2003). "Local perceptions of tourism planning: The case of Cuellar, Spain", *Tourism Management*, Vol. 24, No.3, pp.331-339.

κύρος (διάκριση). Καθώς τα στοιχεία αυτά υπάρχουν στο Δήμο Σερρών, ο γαστρονομικός – πολιτιστικός τουρισμός δικαιολογεί τις προσπάθειες που θα πρέπει να γίνουν καθώς τα οφέλη θα είναι πολλαπλά.

Τέλος, πρέπει να επισημανθεί ότι ο πολιτιστικός τουρισμός είναι πιθανότερο να είναι επιτυχής όταν υπάρχει ρεαλιστική εκτίμηση της τουριστικής αξίας των περιουσιακών στοιχείων από τις ομάδες ενδιαφερόμενων και ανάγκη για διατήρηση βασικών πολιτιστικών αξιών. Σε γενικές γραμμές, απαιτείται περισσότερη έρευνα για τον πολιτιστικό τουρισμό των περιφερειακών περιοχών, ιδίως στους τομείς όπως η ανάπτυξη των αξιοθέατων, η ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας, η ενημέρωση των αγορών, η παροχή υπηρεσιών ποιότητας και η διατήρηση της ελκυστικότητας.

ΜΕΡΟΣ Β΄ - ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΑ ΑΠΟΤΟΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ

3.1. Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία είναι μια γενική προσέγγιση της διαδικασίας συλλογής στοιχείων, στη οποία είναι βασισμένη κάθε επιστημονική έρευνα. Ο τρόπος μεθόδου συλλογής δεδομένων μπορεί να προέρχεται από κάθε είδους τεχνικές προσέγγισης και παραδόσεις, όπου καμία από αυτές δεν μπορεί να απορρίψει ή να καθορίσει αυτομάτως καμία συγκεκριμένη μέθοδο .

Η μεθοδολογία οποιασδήποτε έρευνας θα πρέπει να είναι περιεκτική, σύντομη και κυρίως δομημένη σωστά. Τα βασικά στάδια μιας έρευνας είναι : Θέμα έρευνας, Εισαγωγή, Υπόθεση , Βιβλιογραφική ανασκόπηση και αναφορά άλλων ερευνών σχετικών με το θέμα , Διεξαγωγή της έρευνας, Αποτελέσματα- Συμπεράσματα, Προτάσεις για επιπλέον έρευνα και Βιβλιογραφικές αναφορές.

Η μορφή της έρευνας που διεξήχθη είναι περιγραφική και η συλλογή των πρωτογενών στοιχείων έγινε με ποσοτική έρευνα (δημοσκόπηση με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου).

3.2. Μεθοδολογία παρούσας έρευνας

Το δείγμα της έρευνας είναι 67 ερωτηματολόγια απαντημένα από τυχαίο δείγμα πολιτών του Δήμου Σερρών και η συμπλήρωση τους έγινε μέσω προσωπικής συνέντευξης (face to face) σε κεντρικά σημεία (central locations) το διάστημα 15 Μαΐου έως 12 Ιουνίου.

Το δείγμα της έρευνας μας είναι τυχαίο και αποτελείται από 67 πολίτες του Δήμου Σερρών, οι οποίοι απάντησαν σε δομημένο ερωτηματολόγιο που τους δόθηκε κατ' ιδίαν. Ο τρόπος παρουσίασης και περιγραφής των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν εξασφαλίζει την ανωνυμία των ερωτώμενων.

Το ερωτηματολόγιο που δόθηκε προς απάντηση ενημέρωνε τους ερωτηθέντες για το σκοπό της έρευνας και τους διαβεβαίωνε για την τήρηση της ανωνυμίας τους.

Το ερωτηματολόγιο είναι σε μορφή Ms Word, η έκτασή του είναι 4 σελίδες ,περιλαμβάνει 20 ερωτήσεις κλειστού τύπου και χωρίζεται σε 3 μέρη. Α' μέρος δημογραφικά στοιχεία, Β' μέρος γενικές ερωτήσεις και τέλος Γ' μέρος ειδικές ερωτήσεις.

Τα δεδομένα που προήλθαν από τα ερωτηματολόγια κωδικοποιήθηκαν στο πρόγραμμα Excel 2007 και ακολούθως έγιναν οι αναλύσεις των στοιχείων.

3.3. Περιορισμοί έρευνας

Η συγκέντρωση των στοιχείων της έρευνας παρουσίασε κάποιες δυσκολίες. Αρχικά η έρευνα διεξήχθη κατά την περίοδο εκλογών (ευρωεκλογών και δημοτικών εκλογών) όπου οι πολίτες έδιναν μεγαλύτερη βαρύτητα στη διεξαγωγή των εκλογών και στο αποτέλεσμα αυτών.

Ένας επιπλέον λόγος που έντεινε τη δυσκολία της έρευνας ήταν η μειωμένη ανταπόκριση των πολιτών η συμπεριφορά των οποίων ήταν αρκετά αρνητική ενώ κάποιοι άλλοι ήταν αρκετά διστακτικοί στο να το απαντήσουν.

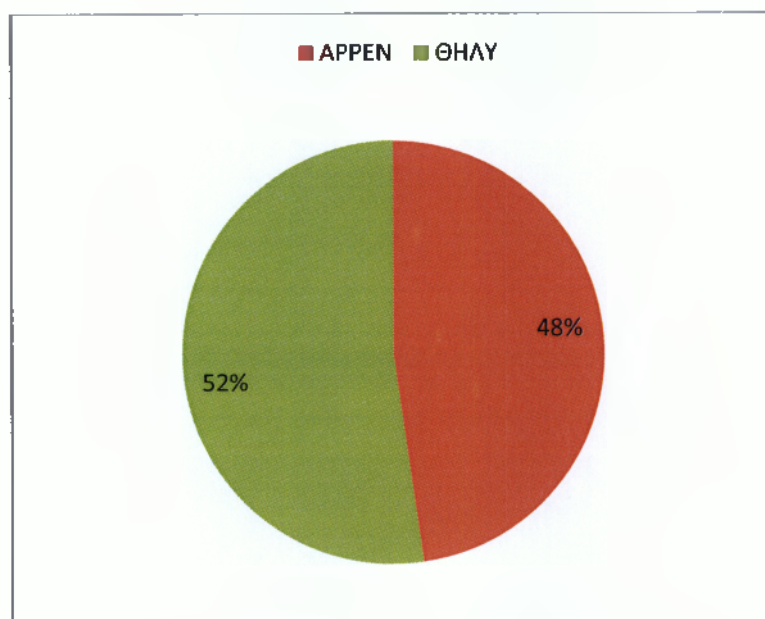
3.4. Αποτελέσματα έρευνας

Στο παρόν κεφάλαιο αναλύονται τα αποτελέσματα της έρευνας, βάσει των απαντήσεων των ερωτηματολογίων που δόθηκαν

Ξεκινάμε την παρουσίαση των αποτελεσμάτων με τα δημογραφικά στοιχεία (ερωτήσεις 1,2,3,4 & 5 του ερωτηματολογίου). Στην ερώτηση 1 αναφορικά με το φύλο των πολιτών που συμμετείχε στην έρευνα προκύπτει ότι 32 από τους ερωτηθέντες είναι άνδρες και 35 γυναίκες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1. Πλήθος πολιτών ανά φύλο

ΦΥΛΟ	
ΑΡΡΕΝ	32
ΘΗΛΥ	35

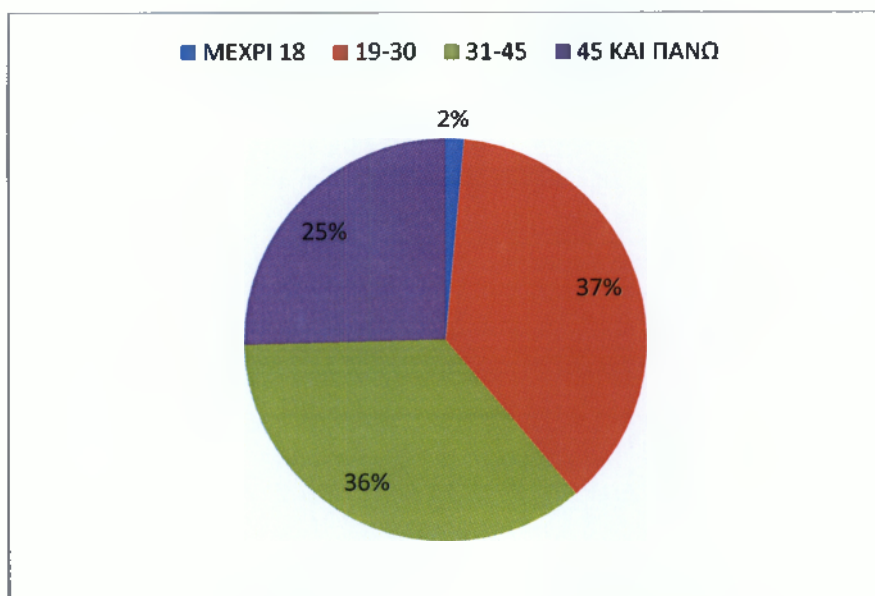


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.1. Ποσοστό πολιτών ανά φύλο

Σύμφωνα με την ηλικία των ερωτηθέντων στην ερώτηση 2 οι περισσότεροι πολίτες που απάντησαν ανήκουν στις κατηγορίες 19-30 ετών(25 πολίτες) και 31-45 ετών(24 πολίτες). Ενώ 17 ήταν οι πολίτες που ανήκουν στην κατηγορία 45 και πάνω και μόλις 1 στην κατηγορία μέχρι 18 ετών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2. Πλήθος πολιτών ανά ηλικία

ΗΛΙΚΙΑ	Πλήθος
ΜΕΧΡΙ 18	1
19-30	25
31-45	24
45 ΚΑΙ ΠΑΝΩ	17



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2. Ποσοστό πολιτών ανά ηλικία

Στην ερώτηση 3 αναφορικά με το επάγγελμα που ασκεί ο κάθε πολίτης παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι σε σύνολο πολίτες είναι άνεργοι (18 πολίτες) ακολουθούν 15 πολίτες που είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, οι 11 είναι συνταξιούχοι, 9 πολίτες είναι δημόσιοι υπάλληλοι, 9 φοιτητές και μόλις 5 οι ιδιωτικοί υπάλληλοι.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3. Πλήθος πολιτών ανά επάγγελμα

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ	Πλήθος
ΦΟΙΤΗΤΗΣ	9
ΕΛ.ΕΠΑΓ.	15
ΔΗΜ.ΥΠΑΛ	9
ΣΥΝΤΑΞ.	11
ΑΝΕΡΓΟΣ	18
ΙΔ.ΥΠΑΛ.	5

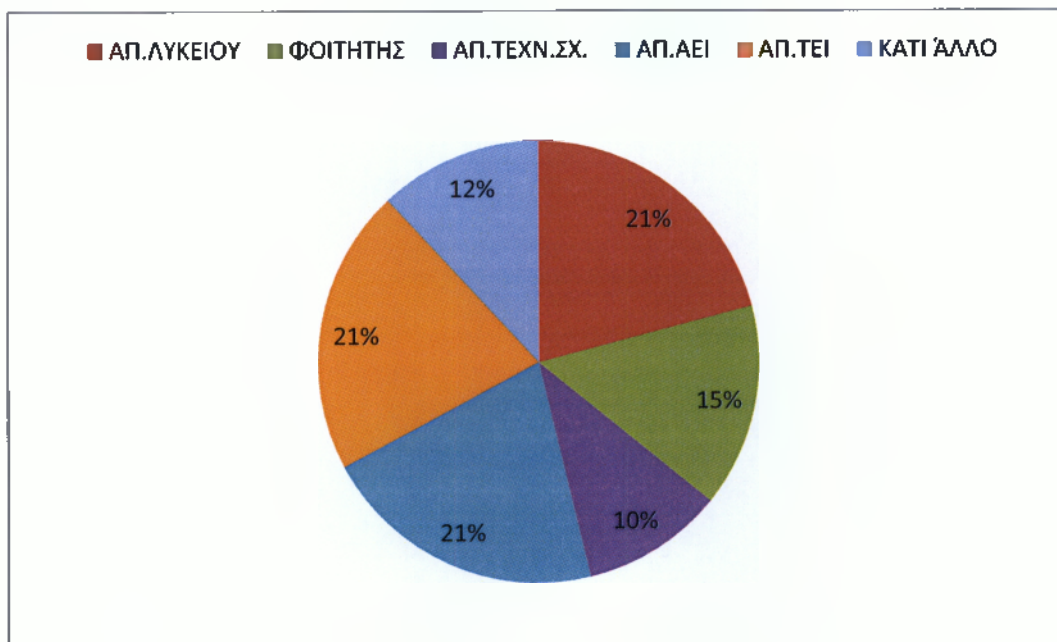


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3. Ποσοστό πολιτών ανά επάγγελμα

Σύμφωνα με το επίπεδο μόρφωσης των δημοτών που συμμετείχαν στην έρευνα (Ερώτηση 4) παρατηρούμε ότι από 14 πολίτες έχουν οι κατηγορίες απόφοιτος λυκείου, απόφοιτος πανεπιστημίου και απόφοιτος ΤΕΙ. ,10 πολίτες που συμμετείχαν στην έρευνα είναι φοιτητές, 7 απόφοιτοι τεχνικής σχολής ενώ 8 πολίτες δηλώνουν ότι έχουν ολοκληρώσει κάποια άλλη εκπαίδευση. Συμπεραίνουμε ότι η πλειοψηφία των πολιτών δηλαδή το 42% είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4. Πλήθος πολιτών ανά εκπαίδευση

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	Πλήθος
ΑΠ.ΛΥΚΕΙΟΥ	14
ΦΟΙΤΗΤΗΣ	10
ΑΠ.ΤΕΧΝ.ΣΧ.	7
ΑΠ.ΑΕΙ	14
ΑΠ.ΤΕΙ	14
ΚΑΤΙ ΑΛΛΟ	8

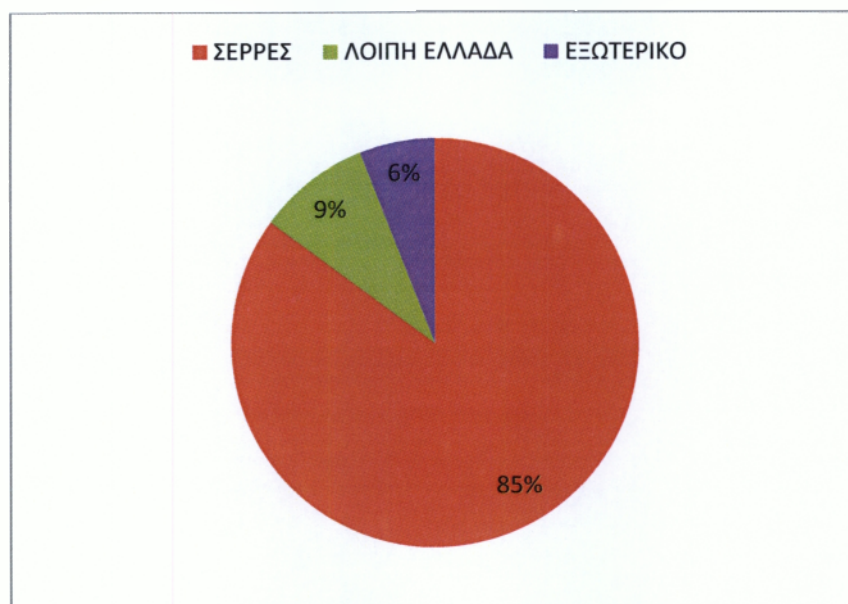


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.4. Ποσοστό πολιτών ανά εκπαίδευση

Ολοκληρώνοντας τα δημογραφικά στοιχεία με την ερώτηση 5 που αναφέρεται στον τόπο καταγωγής των πολιτών βλέπουμε ότι 57 από το συνολικό αριθμό των πολιτών έχουν καταγωγή από τις Σέρρες, 6 κατάγονται από την υπόλοιπη Ελλάδα και 4 έχουν καταγωγή από το εξωτερικό.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.5. Πλήθος πολιτών ανά τόπο καταγωγής

ΤΟΠΟΣ ΚΑΤΑΓΩΓΗΣ	Αριθμός
ΣΕΡΡΕΣ	57
ΛΟΙΠΗ ΕΛΛΑΔΑ	6
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	4

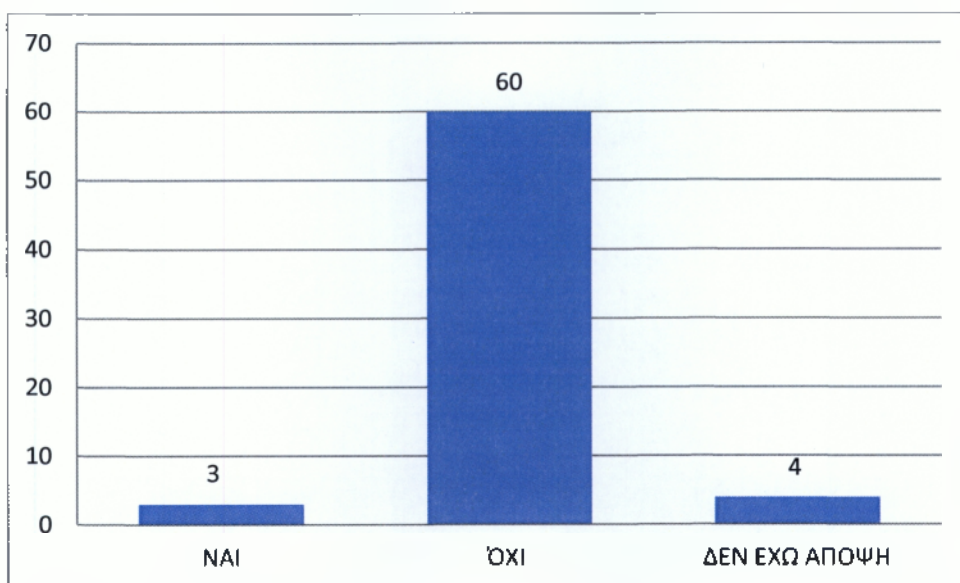


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.5. Ποσοστό πολιτών ανά τόπο καταγωγής

Το μέρος Β' του ερωτηματολογίου που περιλαμβάνει τις ερωτήσεις 6,7,8 & 9 αναφέρεται σε ερωτήσεις γενικού περιεχομένου. Στην ερώτηση 6 αναφορικά με το αν γίνεται επαρκής αξιοποίηση των Ελληνικών φυσικών και πολιτιστικών πόρων που αποτελούν βασικό πλεονέκτημα της χώρας, παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι πολίτες (60) πιστεύουν ότι δεν γίνεται επαρκής αξιοποίηση ενώ μόλις 3 πιστεύουν ότι αξιοποιούνται σωστά και μόνο 4 δηλώνουν ότι δεν έχουν άποψη.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.6. Πλήθος πολιτών που πιστεύουν ότι οι Ελληνικοί φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι αξιοποιούνται επαρκώς.

ΕΡΩΤΗΣΗ 6	
ΝΑΙ	3
ΟΧΙ	60
ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ	4

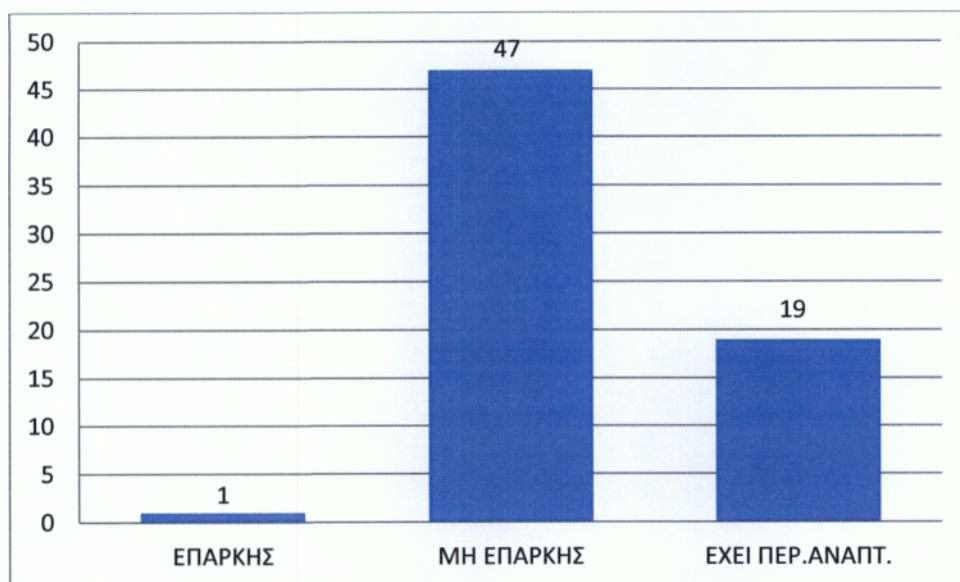


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.6. Ποσοστό πολιτών που πιστεύουν ότι οι Ελληνικοί φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι αξιοποιούνται επαρκώς.

Στην ερώτηση 7 σχετικά με την επάρκεια της περιφερειακής πολιτιστικής πολιτικής στην Ελλάδα βλέπουμε ότι 47 δημότες τη θεωρούν μη επαρκή, 19 πιστεύουν ότι έχει περιθώρια ανάπτυξης και μόνο 1 δημότης θεωρεί ότι είναι επαρκής.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7. Πλήθος πολιτών για την επάρκεια της περιφερειακής πολιτιστικής πολιτικής στην Ελλάδα.

ΕΡΩΤΗΣΗ 7	
ΕΠΑΡΚΗΣ	1
ΜΗ ΕΠΑΡΚΗΣ	47
ΕΧΕΙ ΠΕΡ.ΑΝΑΠΤ.	19

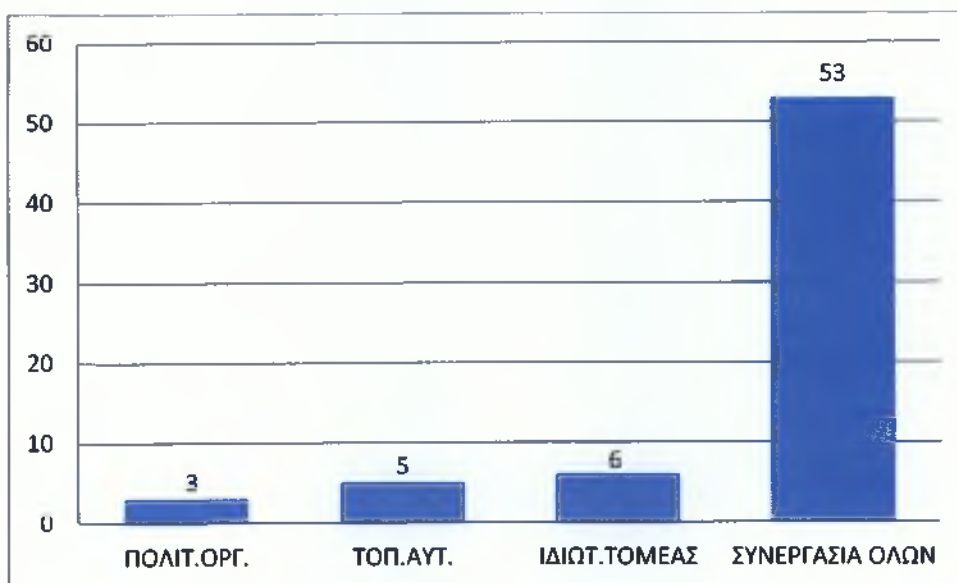


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.7. Ποσοστό πολιτών για την επάρκεια της περιφερειακής πολιτιστικής πολιτικής στην Ελλάδα.

Στη συνέχεια στην ερώτηση 8 ζητείται από τους ερωτηθέντες να επιλέξουν μεταξύ των πολιτιστικών οργανισμών, της τοπικής αυτοδιοίκησης ή του ιδιωτικού τομέα για να αναλάβει την αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα 53 δημότες απάντησαν ότι η αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων μπορεί να υλοποιηθεί με συνεργασία όλων των παραπάνω φορέων, 6 δημότες πιστεύουν ότι η αξιοποίηση αυτή μπορεί να γίνει από τον ιδιωτικό τομέα, 5 δημότες πιστεύουν ότι μπορεί να γίνει από την τοπική αυτοδιοίκηση και τέλος 3οτι μπορεί να γίνει από τους πολιτιστικούς οργανισμούς.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8. Φορείς που πρέπει να αναλάβουν την αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων.

ΕΡΩΤΗΣΗ 8	
ΠΟΛΙΤ.ΟΡΓ.	3
ΤΟΠ.ΑΥΤ.	5
ΙΔΙΩΤ.ΤΟΜΕΑΣ	6
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΟΛΩΝ	53

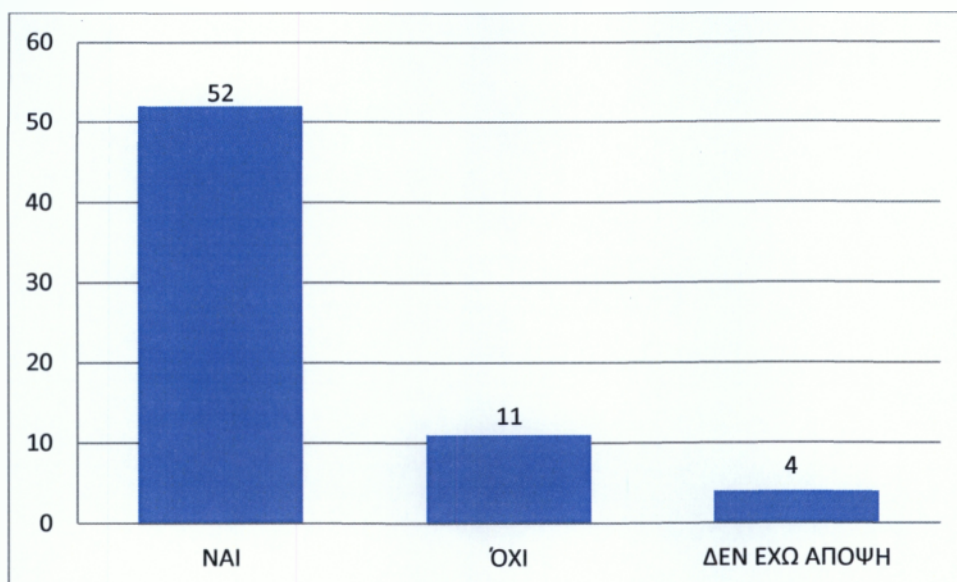


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.8. Φορείς που πρέπει να αναλάβουν την αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων.

Στο τέλος του Β μέρους του ερωτηματολογίου και πιο συγκεκριμένα στην ερώτηση 9 γίνεται λόγος για το αν η επαρκής αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων μιας χώρας μπορεί να τη βοηθήσει να ξεπεράσει την παγκόσμια οικονομική κρίση. Η πλειοψηφία των πολιτών πιστεύει ότι η αξιοποίηση αυτή μπορεί να βοηθήσει τη χώρα να ξεπεράσει την παγκόσμια οικονομική κρίση, 11 πιστεύουν πως δεν μπορεί και 4 πολίτες δεν έχουν άποψη.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9. Η αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων μιας χώρας ως βοήθεια για να ξεπεραστεί η παγκόσμια οικονομική κρίση.

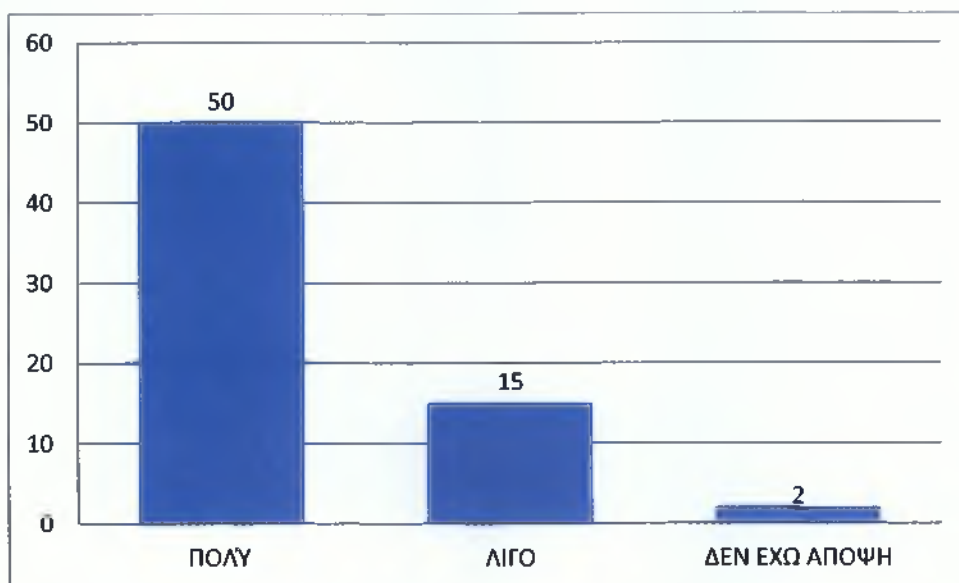
ΕΡΩΤΗΣΗ 9	
ΝΑΙ	52
ΌΧΙ	11
ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ	4



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.9. Η αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων μιας χώρας ως βοήθεια για να ξεπεραστεί η παγκόσμια οικονομική κρίση.

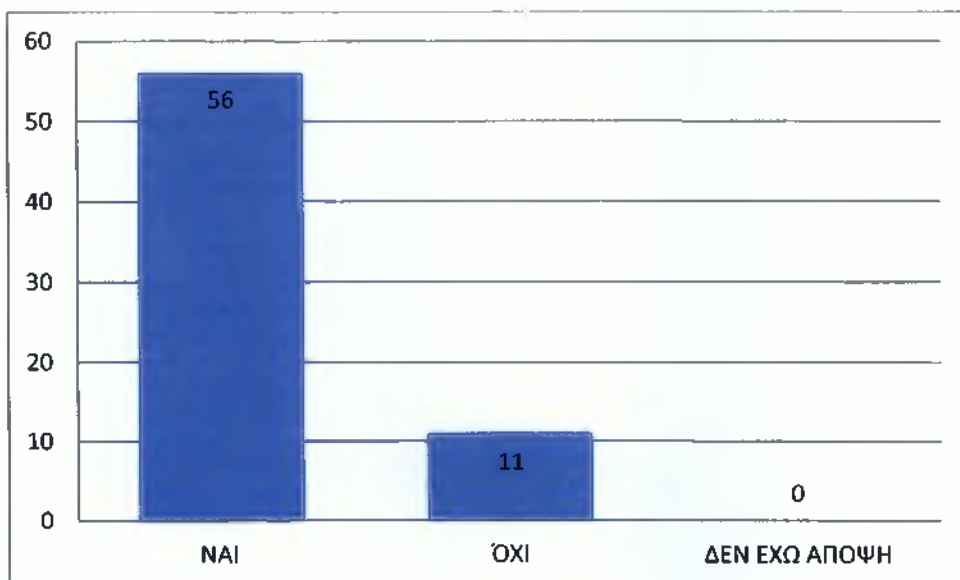
Το Γ μέρος του ερωτηματολογίου αποτελείται από τις ερωτήσεις 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 & 20. Το περιεχόμενό τους είναι ειδικό με ερωτήσεις που αφορούν συγκεκριμένα το Δήμο Σερρών.

Στην ερώτηση 10 ζητείται η άποψη των πολιτών για το πόσο ο Δήμος Σερρών βάλλεται από την οικονομική κρίση. Οι περισσότεροι από τους πολίτες στο σύνολο 50 πιστεύουν ότι ο Δήμος επηρεάζεται κατά πολύ από την οικονομική κρίση, 15 πολίτες πιστεύουν ότι έχει επηρεαστεί λίγο και 2 δεν έχουν άποψη.



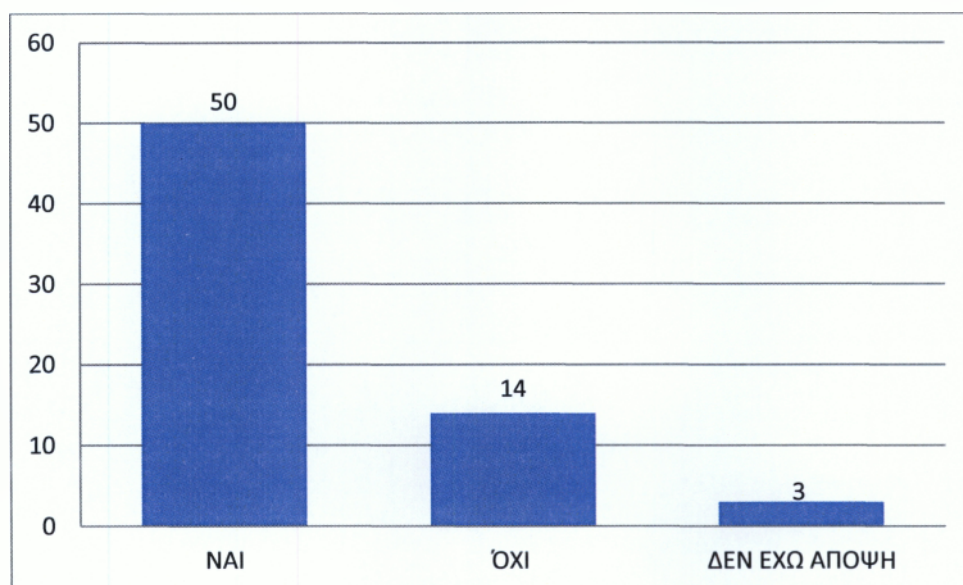
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.10. Πόσο ο Δήμος Σερρών βάλλεται από την οικονομική κρίση.

Στην ερώτηση 11 αναφορικά με την ανάπτυξη του μαζικού ή εναλλακτικού τουρισμού ως απάντηση στην κρίση, παρουσιάζεται εμφανής προτίμηση του τουρισμού από πλευράς των πολιτών. Οι 56 πολίτες απάντησαν θετικά και μόνο 11 αρνητικά.



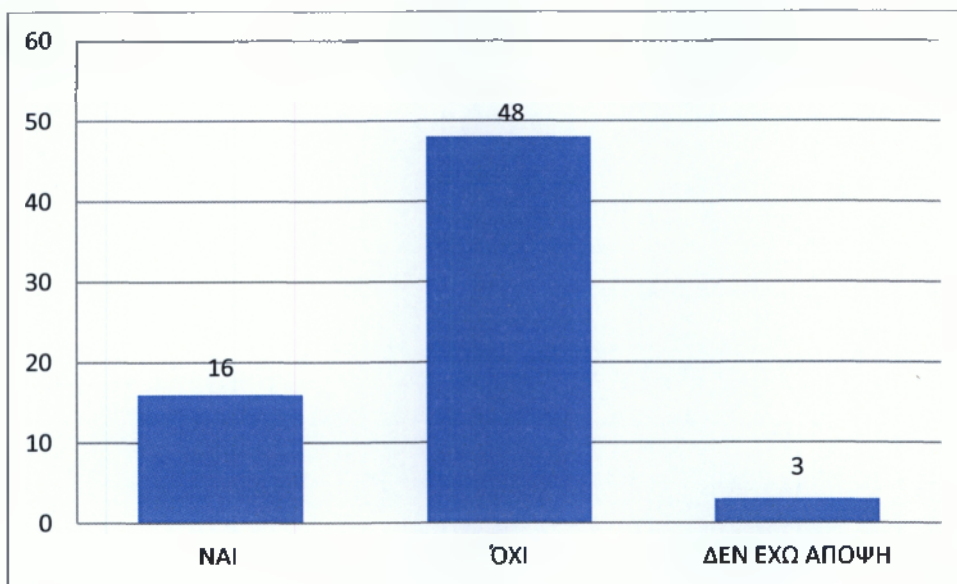
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.11. Η ανάπτυξη του μαζικού ή εναλλακτικού τουρισμού ως απάντηση στην κρίση.

Ακολούθως η ερώτηση 12 ζητά την άποψη των πολιτών σχετικά με το αν ο Δήμος Σερρών θα μπορούσε να ξεπεράσει την οικονομική κρίση μέσω της κατάλληλης αξιοποίησης των πολιτιστικών πόρων σε τοπικό και διεθνές επίπεδο. Στο σύνολο 50 πολίτες πιστεύουν ότι η κατάλληλη αξιοποίηση πολιτιστικών πόρων μπορεί να ωφελήσει οικονομικά το Δήμο Σερρών καθώς και την ίδια τη χώρα. 14 πολίτες απάντησαν πως δεν μπορεί και 3 πως δεν έχουν άποψη.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.12. Η κατάλληλη αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων σε τοπικό και διεθνές επίπεδο για να ξεπεραστεί η κρίση.

Η ερώτηση 13 αναφέρεται στο αν οι πολιτιστικοί σύλλογοι και άλλοι πολιτιστικοί φορείς είναι αρκετοί για την προβολή των πολιτιστικών πόρων του Δήμου. Σύμφωνα με τις απαντήσεις 48 πολίτες θεωρούν ότι οι πολιτιστικοί σύλλογοι και φορείς δεν είναι αρκετοί για την προβολή των πολιτιστικών πόρων του Δήμου, 16 πιστεύουν ότι είναι αρκετοί και 3 ότι δεν έχουν άποψη.

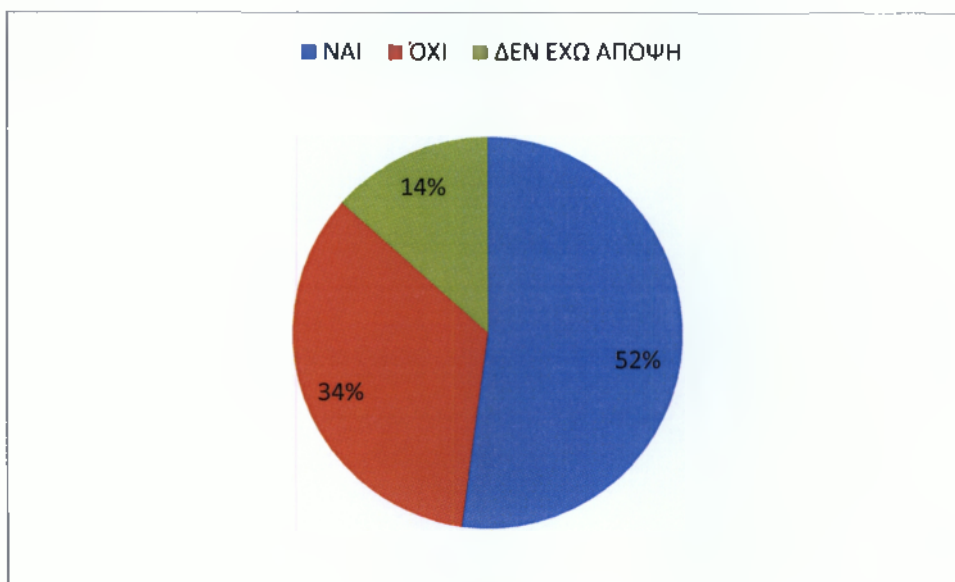


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.13. Πολιτιστικοί σύλλογοι και άλλοι πολιτιστικοί φορείς αρκούν για την προβολή των πολιτιστικών πόρων του Δήμου Σερρών.

Στην ερώτηση 14 ζητείται η άποψη των δημοτών για το αν ο Δήμος Σερρών διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές για ανάπτυξη του τουρισμού. Οι απαντήσεις που δόθηκαν είναι οι εξής:

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.10. Πλήθος πολιτών που πιστεύει ότι ο Δήμος Σερρών διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές για ανάπτυξη του τουρισμού.

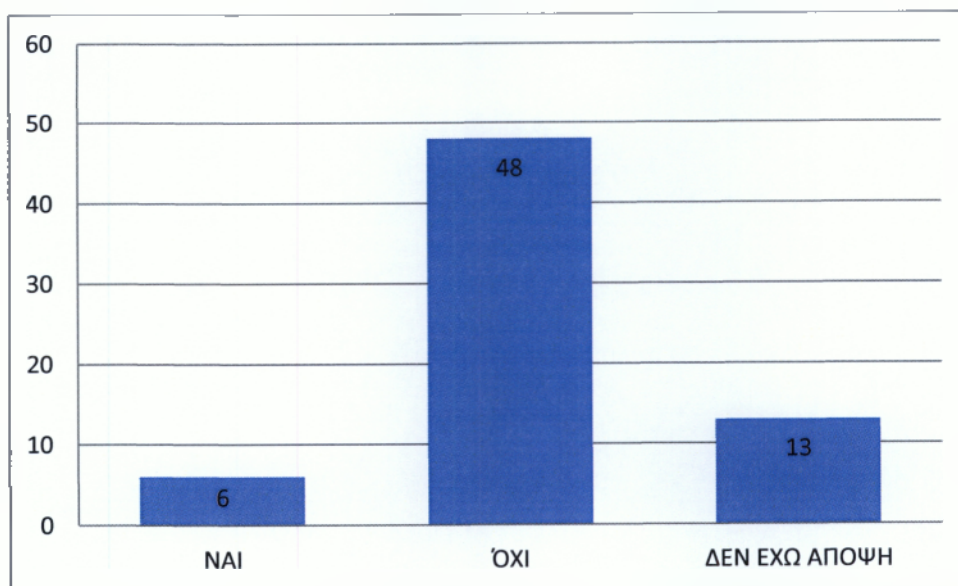
ΕΡΩΤΗΣΗ 14	
ΝΑΙ	35
ΌΧΙ	23
ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ	9



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.14. Ποσοστό πολιτών που πιστεύει ότι ο Δήμος Σερρών διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές για ανάπτυξη του τουρισμού.

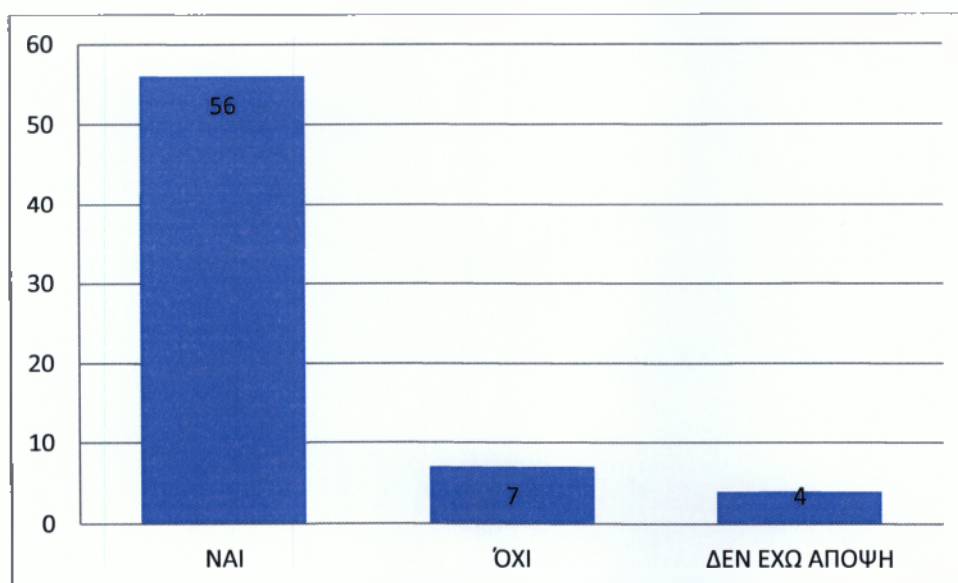
Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι οι περισσότεροι πολίτες(35) πιστεύουν ότι ο Δήμος Σερρών διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές για περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού.

Η ερώτηση 15 ζητά την γνώμη των πολιτών σχετικά με το αν η τοπική αυτοδιοίκηση αντιμετωπίζει δυναμικά την ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων. Η πλειοψηφία των πολιτών εμφανίζεται δυσαρεστημένη από την τοπική αυτοδιοίκηση θεωρώντας ότι δεν τους αναδεικνύει αρκετά, μόνο 6 πιστεύουν ότι αναδεικνύονται οι πολιτιστικοί πόροι και 13 δεν έχουν άποψη.



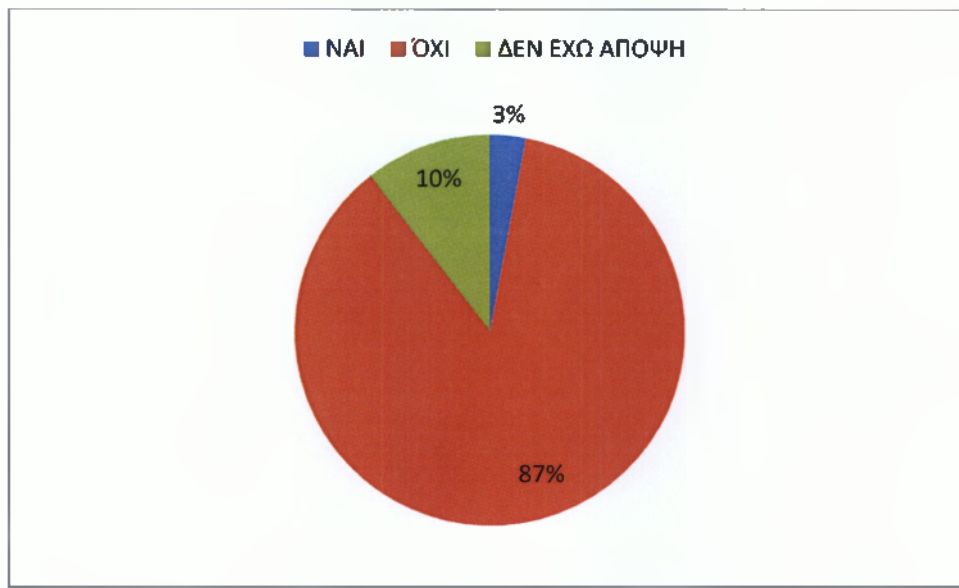
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.15. Πόσο δυναμικά αντιμετωπίζει η τοπική αυτοδιοίκηση την ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων.

Στην συνέχεια η ερώτηση 16 αναφέρεται στο αν ο ιδιωτικός τομέας θα μπορούσε να συμβάλει στην αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων. Οι περισσότεροι από τους πολίτες που συμμετείχαν στην έρευνα ,στο σύνολο 56, απάντησαν θετικά , 7 απάντησαν αρνητικά και 4 ότι δεν έχουν άποψη.



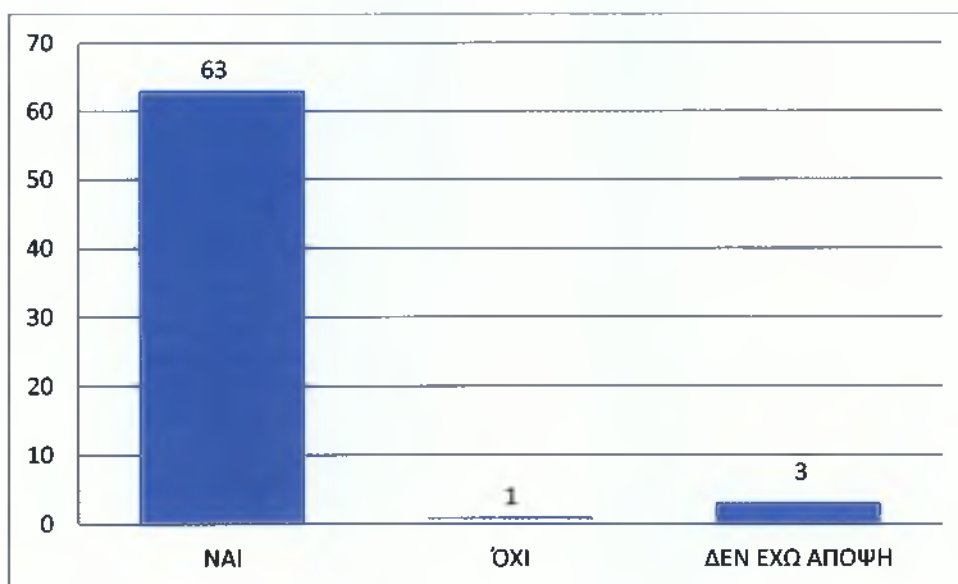
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.16. Πόσο ο ιδιωτικός τομέας μπορεί να βοηθήσει στην αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων.

Σύμφωνα με την ερώτηση 17, 58 πολίτες δηλώνουν ότι δεν είναι ικανοποιημένοι από τις δραστηριότητες των ήδη υπάρχουσών πολιτιστικών φορέων, 2 δηλώνουν ικανοποιημένοι και 7 ότι δεν έχουν άποψη.



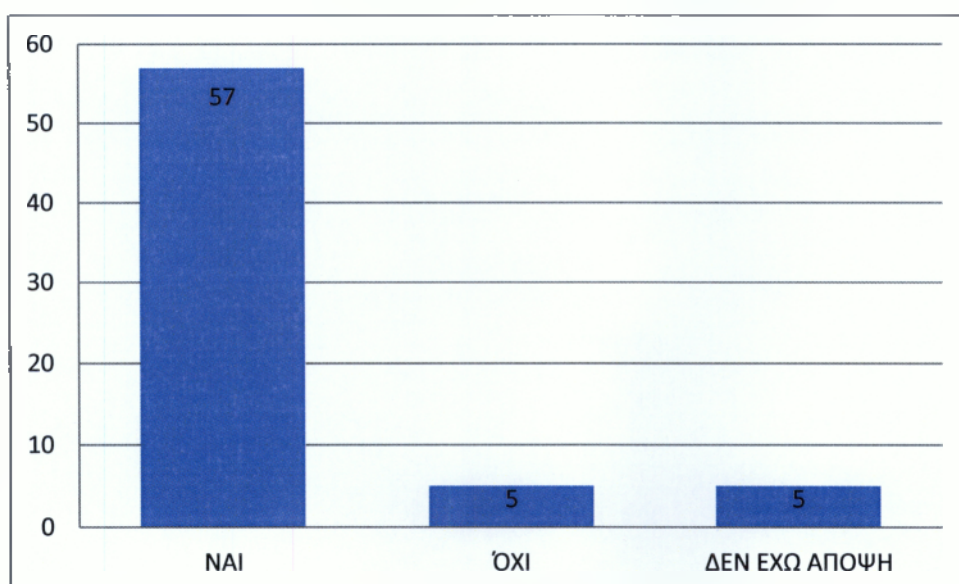
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.17. Ποσοστό ικανοποίησης πολιτών από τις δραστηριότητες των υπάρχουσών πολιτιστικών φορέων.

Η ερώτηση 18 αναφέρεται στην προβολή των πολιτιστικών πόρων του Δήμου Σερρών μέσω αξιοποίησης των προγραμμάτων ΕΣΠΑ. Θετική απάντηση έδωσαν 63 πολίτες, 1 μόνο έδωσε αρνητική απάντηση και 3 δεν είχαν άποψη.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.18. Πόσο μπορεί η αξιοποίηση κεφαλαίων από προγράμματα ΕΣΠΑ να βοηθήσει στην προβολή των πολιτιστικών πόρων του Δήμου Σερρών.

Στην ερώτηση 19 γίνεται λόγος για την αδελοποίηση του Δήμου Σερρών με άλλους δήμους εντός και εκτός Ελλάδας ως μέσο προβολής των πολιτιστικών πόρων του Δήμου. Η πλειοψηφία των πολιτών (57 πολίτες) πιστεύει ότι η αδελοποίηση του Δήμου Σερρών με άλλους δήμους θα βοηθούσε στην προβολή πολιτιστικών πόρων ενώ 5 πολίτες απάντησαν αρνητικά και 5 ότι δεν έχουν άποψη.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.19. Πόσο βοηθάει η αδελφοποίηση του Δήμου Σερρών με άλλους Δήμους εντός και εκτός Ελλάδας για την προβολή των πολιτιστικών πόρων του Δήμου.

Τέλος, η ερώτηση 20 στην οποία ζητήθηκε από τους πολίτες να παρουσιάσουν άλλες δικές τους προτάσεις για την αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων του Δήμου Σερρών, έλαβε ελάχιστες απαντήσεις. Από τους συνολικά 11 πολίτες που απάντησαν την ερώτηση αυτή οι 3 δεν είχαν άποψη ενώ οι 8 παρουσίασαν τις εξής προτάσεις:

- Προβολή του Δήμου Σερρών μέσω Μ.Μ.Ε.
Συνεργασία με ιδιώτες για την προβολή τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών.
- Προβολή του Δήμου μέσω Μ.Μ.Ε.
Κρατική χρηματοδότηση.
Προσωπικά πρωτοβουλία πολιτών και φορέων (σχολεία, ΤΕΙ, ΑΕΙ)
- Συνεργασία και λιγότερος εγωισμός από τους πολιτικούς.
- Αξιοποίηση αυτοκινητοδρομίου Σερρών
- Κρατική χρηματοδότηση
- Προβολή Δήμου από Μ.Μ.Ε.
- Ευαισθητοποίηση επιχειρηματιών για χρηματοδότηση, προβολή και αξιοποίηση πολιτιστικών πόρων σε συνδυασμό με τη συνδρομή επιστημονικών ερευνητικών προγραμμάτων.
- Φεστιβάλ και bazaar τοπικών παραδοσιακών προϊόντων.
Πολιτιστικές εκδηλώσεις κάθε τέλος εποχής (χειμώνα, καλοκαίρι) σε συνεργασία με άλλους αδελφοποιημένους Δήμους.

Μπορεί το σύνολο των πολιτών που απάντησε στην 20^η ερώτηση να είναι πολύ μικρό, οι προτάσεις όμως και οι απόψεις των πολιτών φανερώνουν το ενδιαφέρον και την ανάγκη τους για να συνεισφέρουν και αυτοί στην προβολή των πολιτιστικών πόρων του Δήμου .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΠΡΟΤΑΣΗ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΠΟΡΟΥ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ

4.1. Εισαγωγή

Η παράθεση της ελληνικής και διεθνούς βιβλιογραφίας σχετικά με το τι συνιστά πολιτισμική ανάπτυξη και η παρουσίαση των πολιτιστικών πόρων του Νομού Σερρών σε συνδυασμό με τα αποτελέσματα της έρευνας προσέφεραν πληθώρα πληροφοριών σχετικά με το τί θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα σχέδιο αξιοποίησης και ανάπτυξης πολιτισμικών πόρων προκειμένου να είναι βιώσιμο και αποτελεσματικό.

Η ιδέα που προτείνεται αφορά το μουσείο Ελιάς στον Ελαιώνα Σερρών. Η ανάπτυξη και προβολή του μουσείου σε συνδυασμό με τους δρόμους της Ελιάς και την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού (μεσογειακή διατροφή) αποτελούν τη βάση για την ανάπτυξη του σχεδίου.

Στόχος η αύξηση των τουριστών στο Νομό Σερρών, όχι μόνο σε ελληνικό αλλά και διεθνές επίπεδο.

Το σχέδιο περιλαμβάνει αξιοποίηση του μουσείου Ελιάς, ενεργή ένταξη στο δίκτυο Δρόμοι της Ελιάς, συστηματική ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού στον Δήμο με έμφαση στο ελαιόλαδο που αποτελεί τη βάση της μεσογειακής διατροφής και ανάλογη προβολή των δραστηριοτήτων και εκδηλώσεων που θα οργανωθούν στην ελληνική και διεθνή αγορά.

4.2. Στρατηγική ανάπτυξη του Δήμου Σερρών

Ο Δήμος Σερρών προτείνεται λοιπόν να προχωρήσει σε αξιοποίηση του Μουσείου της Ελιάς και σε συνδυασμό με την ανάπτυξη και προώθηση της τοπικής μεσογειακής κουζίνας να αναπτυχθεί ως γαστρονομικός – πολιτισμικός προορισμός. Στις επόμενες παραγράφους παρουσιάζεται η στρατηγική που θα πρέπει να εφαρμοστεί, οι εκδηλώσεις που θα οργανωθούν, η νέα δυναμική που θα δοθεί στο δίκτυο δρόμοι της ελιάς και η πολιτική προώθησης που θα πρέπει να ακολουθηθεί.

Για να προωθηθεί αποτελεσματικά ένα πολιτιστικό προϊόν ή μια πόλη, είναι σημαντικό να την αντιμετωπίσουμε πρώτα και πάνω από όλα ως ένα προϊόν που μπορεί να αναπτυχθεί και να προωθηθεί στην αγορά. Θα αναπτυχθεί για να εκμεταλλευτεί τα πλεονεκτήματά της και θα προωθηθεί σε πλήθος τομειακών ενδιαφερόντων. Η πόλη είναι ένα περίπλοκο προϊόν και το κοινό στο οποίο απευθύνεται είναι περιφερειακό, εθνικό και διεθνές. Κάθε κοινό έχει τις δικές του ιδιαίτερες ανάγκες και ενδιαφέροντα. Ο υπεύθυνος για το marketing μιας πόλης θα πρέπει να «αναγνωρίσει» αυτές τις αγορές.

Συγκεκριμένα οι Σέρρες, αν και διαθέτουν μία σειρά σημαντικών πλεονεκτημάτων, πόρων και ικανοτήτων είναι μία πόλη που δεν έχει καταφέρει μέχρι σήμερα να έχει μία σημαντική τουριστική ανάπτυξη.

Οι επιλογές μάρκετινγκ που έχουν γίνει δεν είναι ιδιαίτερα επιτυχημένες. Δεν υπάρχει ξεκάθαρη στρατηγική ως προς το τι είδους εικόνα και τι τουριστικά προϊόντα θέλουν να προσφέρει η πόλη. Η οργάνωση σε αρκετά σημεία είναι ελλιπής. Πρέπει να αναγνωριστεί ότι η πόλη διαθέτει ένα καλό site που ανανεώνεται συχνά. Προγράμματα όμως πολιτιστικής ανάπτυξης δεν εξελίσσονται αυτή την στιγμή στο Δήμο. Το τελευταίο πρόγραμμα ήταν το 2009 και αφορούσε το κινηματοαθέατρο ΑΣΤΕΡΙΑ. Για την προβολή του δήμου και των εκδηλώσεων διατίθενται χρήματα, επιλέγονται όμως τεχνικές προβολής υψηλού κόστους και χαμηλής αποτελεσματικότητας.

Η πρότασή μας, λοιπόν, βάσεις των δυνατοτήτων της πόλης – μουσείο ελιάς (που πλαισιώνεται από χιλιάδες δέντρα ελιάς), μέλος του δικτύου πόλεις της ελιάς, ενδιαφέρουσα τοπική μεσογειακή κουζίνα –είναι να προχωρήσει η πόλη σε μία στρατηγική εστίασης. Συγκεκριμένα προτείνουμε να εστιάσει τις δραστηριότητές της στην ικανοποίηση των αναγκών μικρών ομοιογενών ομάδων καταναλωτών καθώς η εστίαση σε μικρά τμήματα της αγοράς (εναλλακτικός τουρισμός) έχει μεγαλύτερες πιθανότητες να οδηγήσει σε αύξηση του τουρισμού και άμβλυνση της εποχικότητας. Συγκεκριμένα προτείνουμε να εστιαστεί στον γαστρονομικό τουρισμό και στην ενίσχυση της εικόνας της ως πόλη της Ελιάς, που διαθέτει το μουσείο Ελιάς στο οποίο οργανώνεται πληθώρα πολιτιστικών εκδηλώσεων, στην οργάνωση θεματικών εστιατορίων (μεσογειακή κουζίνα με βάση το ελαιόλαδο και παράλληλη πολιτιστική προβολή στο χώρο) και στην προβολή των τοπικών γαστρονομικών της προϊόντων.

Σύμφωνα με το Μοντέλο ανάπτυξης και μεριδίου της αγοράς του Boston Consulting Group κρίνεται ότι το σχέδιό μας είναι αστέρι.

Συγκεκριμένα η εταιρία Boston Consulting Group (BCG) ανέπτυξε το 1960 μια μέθοδο ανάλυσης ή μήτρας για τον εντοπισμό των προϊόντων μιας εταιρίας ή των στρατηγικών μονάδων της βασισμένη: α) στα μερίδια αγοράς και β) στον ρυθμό ανάπτυξης της αγοράς, στην οποία ανήκει το κάθε προϊόν³⁷.

Σύμφωνα με τη μέθοδο αυτή το σχέδιο μας είναι αστέρι καθώς έχουμε μία αγορά με υψηλό ρυθμός ανάπτυξης (τουρισμός) και υψηλό μερίδιο αγοράς. Σε αυτήν την κατηγορία η αγορά αναπτύσσεται με υψηλούς ρυθμούς, γι' αυτό και ο στόχος των μονάδων είναι η αύξηση του μεριδίου αγοράς από νέους χρήστες. Δημιουργούνται έσοδα, των οποίων το κέρδος επενδύεται στα ίδια τα προϊόντα

4.3. Τα τρία επίπεδα του προϊόντος – υπηρεσίας του προτεινόμενου σχεδίου

Το παραδοσιακό κομμάτι του Μάρκετινγκ αναγνωρίζει τρία επίπεδα προϊόντος: το Προϊόν-Πυρήνα, το Πραγματικό Προϊόν και το Επαυξημένο Προϊόν. Στο πρώτο επίπεδο προϊόντος, το Προϊόν-Πυρήνα βρίσκονται τα οφέλη που πηγάζουν από την επιθυμητή συμπεριφορά. Το Πραγματικό Προϊόν είναι η ίδια η συμπεριφορά που ο marketer προσπαθεί να πουλήσει ενώ το Επαυξημένο Προϊόν περιλαμβάνει απλά προϊόντα ή υπηρεσίες που σχεδιάστηκαν για να στηρίξουν την αλλαγή συμπεριφοράς.

Το πρώτο επίπεδο όπως αναφέρθηκε είναι ο πυρήνας. Ο γαστρονομικός τουρισμός έχει ως βασικό όφελος την σίτιση και γαστρονομική ευχαρίστηση του τουρίστα. Ο πυρήνας είναι ιδιαίτερα σημαντικός γιατί αποτελεί και τον βασικό λόγο αγοράς. Όσοι δηλαδή επιλέγουν τον γαστρονομικό τουρισμό ενδιαφέρονται καταρχήν να δοκιμάσουν νέες ενδιαφέρουσες γεύσεις.

Σε δεύτερο επίπεδο, στο επίπεδο του πραγματικού προϊόντος, ο καταναλωτής πέρα από το άμεσο προϊόν το φαγητό, απολαμβάνει και άλλα οφέλη. Στην περίπτωση θα γνωρίζει την ιστορία της ελιάς στο Μουσείου της Ελιάς στον Ελαιώνα, θα μπορεί να κάνει μία βόλτα μέσα στις ελιές, να γνωρίσει την τοπική μεσογειακή κουζίνα και να γνωρίσει από κοντά τα οφέλη τη μεσογειακής διατροφής.

³⁷ Σιάμκος, Γ.Ι., (2004). Στρατηγικό Μάρκετινγκ, 2η Έκδοση, Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.σελ.422

Στο τρίτο επίπεδο υπάρχει το επαυξημένο προϊόν. Για παράδειγμα ο τουρίστας θα αγοράσει τοπικά προϊόντα από τους παραγωγούς της πόλης, αναμνηστικά δωράκια από το μουσείο, θα γνωρίσει την ποιότητα της μεσογειακής διατροφής και θα αναζητήσει να αγοράσει λάδι και όταν επιστρέψει στην χώρα του αυξάνοντας τις εξαγωγές των ελαιοπαραγωγών στο εξωτερικό.

4.4. Σχεδιασμός Στρατηγικού Σχεδίου Μάρκετινγκ

Η οικονομική επιτυχία εξαρτάται συχνά από την ικανότητα στο marketing. Κάθε προϊόν ή υπηρεσία χρειάζεται υποστήριξη από ένα σχέδιο marketing που εξασφαλίζει μια καλή απόδοση και καλύπτει την αντίστοιχη επένδυση σε χρόνο και σε χρήμα. « Οι αρχές του μάρκετινγκ, όταν εφαρμόζονται σωστά, συντελούν στην αύξηση του κέρδους με την δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Δηλαδή, μέσω του μάρκετινγκ, μία επιχείρηση μπορεί να διαφοροποιήσει τα προϊόντα της από τα ανταγωνιστικά, να ενημερώσει τους καταναλωτές για τα προϊόντα της και να ικανοποιήσει καλύτερα τις ανάγκες τους κερδίζοντας «πιστό» μερίδιο αγοράς (προσηλωμένους καταναλωτές) και αυξάνοντας έτσι τις πωλήσεις της»³⁸

i) Στρατηγική Ανάλυση

Ανασκόπηση αποτελεσματικότητας μάρκετινγκ

Οι μέχρι σήμερα επιλογές μάρκετινγκ που έχει κάνει ο Δήμος Σερρών δεν έχουν ξεκάθαρη εστίαση και είναι αποσπασματικές. Δεν υπάρχει ξεκάθαρη στρατηγική ως προς το τι είδους εικόνα και τι τουριστικά προϊόντα θέλουν να προσφέρει η πόλη.

³⁸ Porter, Michael E., (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Companies—With a New Introduction*, published by Free Press.

ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T.

Δυνάμεις (Strengths)

- Εξαιρετικά πολιτιστικά μνημεία

Φυσικές Τοποθεσίες	Αρχαιολογικοί Χώροι	Παραδοσιακά Κτίρια
<u>Αη-Γιάννης</u>	<u>Ακρόπολη - Κουλάς</u>	<u>ΔΗ.ΠΕ.ΘΕ. Σερρών</u>
<u>Λαϊλιάς</u>	<u>Αμφίπολη</u>	<u>Κτίριο Νάσιουτζικ</u>
<u>Κουλάδα Αγ. Αναργύρων</u>	<u>Τζαμί Αχμέτ Πασά</u>	<u>Οικία Μάλλιου</u>
<u>Λίμνη Κερκίνη</u>	<u>Τζαμί Μπεζεστένι</u>	<u>Οικία Ουμβ.Αργυρού</u>
<u>Φαράγγι & Γεφύρι Αγγίτη</u>	<u>Τζαμί Τζιτζιολί</u>	<u>Οικία Μαρούλη</u>
<u>Σπήλαιο Αλιστράτης</u>	<u>Τζαμί Μουσταφά Μπέη</u>	<u>3ο Λύκειο Σερρών</u>
Ιστορικοί Χώροι	Μοναστήρια & Ναοί	Ιαματικά Λουτρά
<u>Οχυρά Ρούπελ</u>	<u>Ι.Μ.Τιμίου Προδρόμου</u>	<u>Ιαμ.Πηγές Σιδηροκάστρου</u>
	<u>Ι.Μ.Εικοσιφοίνισσας</u>	<u>Ιαμ.Πηγές Θερμών Νιγρίτας</u>
	<u>Ι.Μ.Ακριτοχωρίου</u>	
	<u>Ι.Μ.Αγ.Κυριακής</u>	
	<u>Ι.Μ.Προφήτη Ηλία</u>	
	<u>Ι.Μ.Τιμίου Σταυρού</u>	
	<u>Ι.Μ.Αναλήψεως</u>	
	<u>Ι.Μ.Κηρύκου & Ιουλίτης</u>	
	<u>Ι.Μ.Παναγίας Βύσσιανης</u>	
	<u>Εκκλ.Αγ.Γεωργίου</u>	
	<u>Εκκλ.Αγ.Θεοδώρων</u>	
	<u>Εκκλ.Αγ. Νικολάου</u>	

- Εξαιρετική πανίδα και χλωρίδα
- Ικανοποιητική υποδομή σε καταλύματα

Αδυναμίες (Weaknesses)

- Συγκοινωνία μόνο οδική και με τρένο (δεν υπάρχει αεροδρόμιο, λίγα γραφεία ενοικιαζόμενων αυτοκινήτων)
- Κακές επιλογές τεχνικών προβολής της πόλης
- Προσέλκυση τουριστών μόνο Ελλήνων και όχι ξένων
- Αναποτελεσματική χρήση του διαδικτύου (δεν γίνονται κρατήσεις δωματίων on line)
- Δεν υπάρχει εξειδικευμένη γαστρονομική ταυτότητα.
- Δεν έχει ξενοδοχεία πέντε αστέρων.

Εξωτερική ανάλυση

Ευκαιρίες (Opportunities)

- Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού (π.,χ. γαστρονομικός τουρισμός)
- Η πόλη αποτελεί ήδη μέλος του δικτύου Πόλεις της Ελιάς
- Διατίθενται χρήματα από το δήμο για τουριστική προβολή. Επομένως αρκεί να γίνει ένα σωστό σχέδιο για να ανατραπεί η εικόνα της τουριστικής κίνησης

Απειλές (Threats)

- Η οικονομική κρίση έχει εντείνει το ενδιαφέρον όλων των Ελλήνων στον τουρισμό ως μοναδική πηγή εσόδων οπότε και άλλες πόλεις θα εντείνουν τις προσπάθειές τους να προσελκύσουν τουρίστες (ένταση ανταγωνισμού)
- Μείωση του εισοδήματος και της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών λόγω κρίσης.

Αξιολόγηση ανταγωνισμού

- Η Ελλάδα έχει πολλές πόλεις και νησιά που όλα ανταγωνίζονται στον ίδιο κλάδο και στην ίδια αγορά.
- Πέρα από τον ανταγωνισμό με τις ελληνικές πόλεις και νησιά υπάρχει και ο ανταγωνισμός από άλλους τουριστικούς προορισμούς στην Μεσόγειο.
- Η τουριστική υποδομή άλλων πόλεων είναι υψηλότερη

- Άλλες πόλεις (π.χ. Θεσσαλονίκη) έχουν μεγαλύτερη υποδομή στην διαμονή και υψηλότερο ποσοστό επανεπισκεψιμότητας.

Ανάλυση καταναλωτών

Οι τουρίστες στους οποίους στοχεύει το παρόν σχέδιο είναι έλληνες και ξένοι, ηλικίας 30 και άνω που ενδιαφέρονται για το καλό φαγητό και είναι πρόθυμοι να επισκεφτούν μία πόλη που θα τους εγγυηθεί νέες γαστρονομικές απολαύσεις. Παράλληλα ενδιαφέρονται για το πολιτισμό. Έτσι οι πολιτιστικές εκδηλώσεις που θα γίνονται στο μουσείο για την ανάδειξη της ελιάς και του πολιτιστικού της ρόλου, τα festival φαγητού με μεσογειακή κουζίνα και τα θεματικά – πολιτιστικά εστιατόρια δεν θα τους αφήνουν αδιάφορους.

ii) Στρατηγική επιλογή και κατεύθυνση

Στόχοι μάρκετινγκ

Σύμφωνα με την θεωρία του μάρκετινγκ, ο στόχος μίας επιχείρησης δεν είναι απλά να αποκομίσει κέρδη πουλώντας το προϊόν της. Ο στόχος είναι η δημιουργία ενός προϊόντος που να ικανοποιεί απόλυτα τις ανάγκες των καταναλωτών, έτσι ώστε οι καταναλωτές να είναι διατεθειμένοι να το αγοράσουν από μόνοι τους. Το μάρκετινγκ βοηθάει την επιχείρηση να γνωρίσει τις ανάγκες και επιθυμίες των καταναλωτών, να δημιουργήσει ένα προϊόν που να ικανοποιεί τις ανάγκες αυτές, να ενημερώσει τους καταναλωτές για το προϊόν αυτό και να φτάσει το προϊόν αυτό στα χέρια τους.

Στόχοι του τουριστικού μάρκετινγκ είναι : α) στόχοι στρατηγικού περιεχομένου, β) επιχειρησιακοί στόχοι τουριστικού μάρκετινγκ, γ) στόχοι που περιλαμβάνουν το μείγμα μάρκετινγκ και σχέδια δράσης εξειδικευμένα για κάθε περίπτωση.

Καταρχήν βασικός στόχος του Δήμου είναι γίνει αποτελεσματικότερη η τουριστική προβολή της πόλης. Κάθε χρόνο διατίθενται χρήματα για προβολή του δήμου χωρίς όμως να επιτυγχάνονται οι βασικοί στόχοι, δηλαδή η αύξηση της τουριστικής κίνησης. Επομένως το μίγμα μάρκετινγκ του καινούργιου σχεδίου

μάρκετινγκ θα πρέπει να διαφοροποιηθεί ιδιαίτερα στο θέμα της προβολής. Μόνο έτσι θα μπορέσει να επιτευχθεί ο στόχος του Δήμου για περισσότερα χειροπιαστά οφέλη για τις επιχειρήσεις, τους επαγγελματίες και συνολικά την κοινωνία των Σερρών από τις δράσεις στον τομέα της τουριστικής προβολής.

Επιπλέον θα πρέπει να επαναπροσδιοριστεί η στρατηγική ανάπτυξης του Δήμου – θα προτείνουμε στρατηγική εστίασης – και ως επακόλουθο θα γίνει επανακαθορισμός των αγορών στόχων προς τις οποίες απευθύνεται το τουριστικό προϊόν των Σερρών. Μια επιτυχημένη τοποθέτηση θα μπορέσει να εξασφαλίσει όχι μόνο αύξηση των εσόδων από τον τουρισμό αλλά και βελτίωση του μεριδίου τουριστικής αγοράς της πόλης και επιτυχή αντιμετώπιση του ανταγωνισμού.

Στρατηγικές μάρκετινγκ

Η στρατηγική μάρκετινγκ αντικατοπτρίζει την άποψη ενός οργανισμού σχετικά με το βέλτιστο και κερδοφόρο τρόπο, που πρέπει να χρησιμοποιηθούν οι διαθέσιμοι ανθρώπινοι, οικονομικοί και υλικοί πόροι του στο περιβάλλον που δραστηριοποιείται, ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι μάρκετινγκ που διάλεξε

Η τουριστική αγορά είναι μία ώριμη αγορά και οι επιχειρήσεις / οργανισμοί που δραστηριοποιούνται σε μία τέτοια αγορά έχουν τρεις γενικές εναλλακτικές στρατηγικές .

- **εστίαση** σε ένα τμήμα της αγοράς που μπορεί να παρουσιάζει ανάπτυξη, παρά την έλλειψη ανάπτυξης στη συνολική αγορά. Στην περίπτωση αυτή πρέπει κανείς να βρει τα τμήματα αυτά ή, ακόμα σπουδαιότερο, να τα δημιουργήσει και βέβαια να τα εκμεταλλευθεί. Αν κανείς μπορέσει και βρεθεί πρώτος στην εκμετάλλευση των τμημάτων αυτών μπορεί να δημιουργήσει σοβαρές πηγές κέρδους και ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων.
- **διαφοροποίηση** βασισμένη σε καινοτομία και σε μεγάλη βελτίωση της ποιότητας προϊόντων. Η καινοτομία και η βελτίωση της ποιότητας προϊόντων μπορεί να αναζωογονήσει τη ζήτηση σε κάποιο τμήμα της αγοράς και να προτρέψει αγοραστές να αναβαθμίσουν τις αγορές τους. Η καινοτομία προϊόντων στην περίπτωση αυτή είναι σημαντική γιατί επιτρέπει σε μία επιχείρηση (α) να ξεφύγει από τη λογική του ανταγωνισμού τιμών και (β) να

μην είναι εύκολος ή οικονομικά ελκυστικός στόχος μίμησης. Το σημείο αυτό είναι εξαιρετικά μεγάλης σημασίας και θα μας απασχολήσει επανειλημμένα στο μέλλον.

- μεγάλη υπομονή και επιμονή στη **μείωση του κόστους**. Στην περίπτωση αυτή η επιχείρηση συγκεντρώνεται στη μείωση του λειτουργικού κόστους της και στη βελτίωση της αποδοτικότητας της. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με τη βελτίωση των παραγωγικών της διαδικασιών, τη σύμπτυξη παραγωγικών μονάδων που υπολειτουργούν, την πρόσθεση διαύλων διανομής για αύξηση του όγκου πωλήσεων στα επίπεδα που απαιτούνται για οικονομίες κλίμακας, κλείσιμο μονάδων διανομής με μικρό όγκο πωλήσεων κλπ.

Η στρατηγική που προτείνουμε για το Δήμος Σερρών είναι η στρατηγική της εστίασης. Συγκεκριμένα προτείνουμε να εστιάσει τις δραστηριότητές του στην ικανοποίηση των αναγκών μικρών ομοιογενών ομάδων καταναλωτών.

Η εστίαση σε μικρά τμήματα της αγοράς (εναλλακτικός γαστρονομικός τουρισμός) έχει μεγαλύτερες πιθανότητες να οδηγήσει σε αύξηση του τουρισμού και άμβλυνση της εποχικότητας.

iii) Στόχευση στην αγορά

Μετά την επιλογή της στρατηγικής την οποία θα εφαρμόσουμε, προχωράμε στην επιλογή των τμημάτων της αγοράς προς τα οποία θα στοχεύει ο δήμος Σερρών . Γενικά το **στοχευμένο μάρκετινγκ** συνίσταται σε τρία πράγματα: στην **τμηματοποίηση** της αγοράς, στην **στόχευση** και στην **τοποθέτηση**. Από αυτά τα τρία εκκινεί κάθε σχετική με το μάρκετινγκ ενέργεια.

Προκειμένου να γίνει η στόχευση θα πρέπει να έχει γίνει πρώτα η τμηματοποίηση της αγοράς, δηλαδή ο χωρισμός της σε μικρότερα τμήματα τα οποία έχουν κοινά χαρακτηριστικά. Συνήθως χρησιμοποιούνται διάφορα κριτήρια τμηματοποίησης όπως δημογραφικά, γεωγραφικά, ψυχογραφικά και συμπεριφορικά. Μετά από την τμηματοποίηση ακολουθεί η στόχευση στο καλύτερο τμήμα / τμήματα. Αξιολογείται κάθε τμήμα ξεχωριστά βάσει του μεγέθους, της δυνητικής ανάπτυξης, του υπάρχοντος / δυνητικού ανταγωνισμού, της συμβατότητας με τους πόρους και τους στόχους της εταιρείας και άλλων παραμέτρων.

Σύμφωνα λοιπόν με δημογραφικά κριτήρια οι τουρίστες διακρίνονται σε διάφορες ηλικιακές ομάδες, νέοι έως 40 ετών και μεγαλύτερης ηλικίας από 40 και άνω, ελεύθεροι ή οικογενειάρχες, χαμηλής, μεσαίας ή υψηλής οικονομικής κατάστασης.

Εμείς θα στοχεύσουμε σε άτομα άνω των 30 ετών που τους ενδιαφέρει η γαστρονομία και διαθέτουν χρήματα στις διακοπές τους για να δοκιμάζουν νέες κουζίνες.

Σύμφωνα με γεωγραφικά κριτήρια, μας ενδιαφέρουν τόσο οι Έλληνες τουρίστες όσο και ξένοι. Μάλιστα τα τελευταία χρόνια υπάρχει μεγάλη αύξηση στο ενδιαφέρον των ξένων για την μεσογειακή κουζίνα.

Βάσει του σχεδίου μας για στρατηγική εστίασης, μας ενδιαφέρουν οι τουρίστες που είναι ενεργητικοί, αθλητικοί, αγαπούν τη φύση και το καλό μεσογειακό φαγητό. Στοχεύουμε σε άτομα που αγαπούν τη φύση και τον πολιτισμό και θέλουν να γνωρίσουν νέες κουλτούρες και κουζίνες.

iv) Στρατηγική υλοποίηση - τοποθέτηση στην αγορά

Μετά την στόχευση στην αγορά θα προχωρήσουμε στο τελευταίο στάδιο του σχεδίου μάρκετινγκ, στην στρατηγική τοποθέτηση στην αγορά. Ως τοποθέτηση ορίζεται η διαφοροποίηση του προϊόντος από τον ανταγωνισμό. Η διαφοροποίηση είναι ο τρόπος με τον οποίον η εταιρεία/ οργανισμός αποκτά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η διαφοροποίηση περνάει στο μυαλό του καταναλωτή μέσω της τοποθέτησης. Υπάρχουν διάφορες στρατηγικές τοποθέτησης. Στόχος των στρατηγικών τοποθέτησης είναι η δημιουργία ευνοϊκών συσχετίσεων μεταξύ του προϊόντος και της x διάστασης που έχει επιλεγεί από τον marketer.

Για παράδειγμα εμείς θέλουμε για τους τουρίστες που τους αρέσει να συνδυάζουν τις διακοπές τους με το καλό φαγητό να ξέρουν ότι οι Σέρρες έχουν ξεχωριστή μεσογειακή κουζίνα με βάση το ελαιόλαδο και διοργανώνονται το καλοκαίρι φεστιβάλ μεσογειακού φαγητού στον εξωτερικό χώρο του μουσείου της Ελιάς στον Ελαιώνα.

Προτάσεις σχετικά με το προϊόν

- Δημιουργία θεματικών εστιατορίων με βάση της μεσογειακή διατροφή και το ελαιόλαδο
- Φεστιβάλ μεσογειακής κουζίνας το καλοκαίρι στον προαύλιο χώρο του μουσείου της Ελιάς.
- Μεσογειακό πρωινό στα ξενοδοχεία της πόλης
- Προώθηση μεσογειακών τροφών σε συσκευασίες που μπορούν να αγοράσουν οι ξένοι τουρίστες από τα τοπικά μαγαζιά.

Προτάσεις σχετικά με τα κανάλια διανομής που θα χρησιμοποιηθούν

- Διαδίκτυο. Σύγχρονη, ενημερωμένη ιστοσελίδα, που θα περιέχει σε διάφορες γλώσσες πληροφορίες για το Δήμο και τις εναλλακτικές γαστρονομικές εκδηλώσεις που διοργανώνει. On line σύνδεση όλων των θεματικών εστιατορίων. Η μηχανή αναζήτησης θα προβάλλει τη σελίδα με διάφορες λέξεις κλειδιά, όπως γαστρονομικός τουρισμός, ελιά, μεσογειακή διατροφή. Θα ανανεώνεται συχνά και θα περιέχει και δυνατότητα σύνδεσης με τα site των ξενοδοχείων του δήμου ώστε να προχωρούν οι ενδιαφερόμενοι σε on line κρατήσεις.
- Τουριστικά γραφεία τόσο ελληνικά όσο και ξένα.
- Tour operators .
- Ταξιδιωτικά περιοδικά.

Προτάσεις για το μίγμα προώθηση και προβολής που θα εφαρμοστεί.

- Δημόσιες Σχέσεις. Ιδιαίτερη βαρύτητα στις Δημόσιες σχέσεις καθώς πρόκειται για στοχευμένη προβολή του τουριστικού προϊόντος σε συγκεκριμένες ομάδες. Χορηγίες σε διάφορους διεθνείς διαγωνισμούς μαγειρικής
- Διαφημίσεις σε ειδικά περιοδικά γαστρονομικού ενδιαφέροντος.
- Φιλοξενία κάποιας τηλεοπτικής εκπομπής που απευθύνεται στο κοινό στόχο στο μουσείου της Ελιάς όπου θα μαγειρευτούν και τοπικά εδέσματα με βάση το ελαιόλαδο.

4.5. Διαφημιστική καμπάνια.

Η διαφημιστική καμπάνια σαν έννοια περιλαμβάνει μία σειρά από διαφημίσεις, καθώς και τις δραστηριότητες που βοηθούν στην παραγωγή τους, οι οποίες σχεδιάζονται για να πετύχουν αλληλένδετους στόχους

Οι στόχοι της καμπάνιας θα είναι η προβολή του Δήμου, η ενίσχυση της τουριστικής κίνησης, η προσέλκυση περισσότερων τουριστών και η αύξηση της διάρκειας παραμονής τους στο Δήμο

Το διαφημιστικό μήνυμα θα σχεδιαστεί από γνωστή και έμπειρη διαφημιστική εταιρία που θα αναδείξει τα θετικά σημεία του δήμου και θα προβάλει τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (γαστρονομικός) που το διαφοροποιούν από τους υπόλοιπους προορισμούς.

Καθώς το κοινό στόχος είναι τουρίστες άνω των 30 ετών θα γίνει πρώτα έρευνα η οποία θα δείξει ποια είναι τα μέσα που επιλέγουν για να ενημερωθούν και στη συνέχεια θα επιλεγθούν αυτά και θα δημιουργηθεί ένα διαφημιστικό μήνυμα που θα στοχεύει να ελκύσει τη συγκεκριμένη ομάδα στόχο.

Τα μέσα που κρίνονται ως καταλληλότερα είναι το διαδίκτυο και ο έντυπος τύπος. Η τηλεόραση δεν θα επιλεγθεί λόγω υψηλού κόστους. Θα επιλεγθούν και ελληνικά και ξένα έντυπα μέσα καθώς ο Δήμος σκοπεύει να προσελκύσει και έλληνες και ξένους τουρίστες.

Μηνιαία διαφήμιση σε τουριστικά έντυπα και περιοδικά γαστρονομικού ενδιαφέροντος

4.6. Πρόγραμμα δημοσίων σχέσεων.

Οι δημόσιες σχέσεις, αφορούν ένα σύνολο δραστηριοτήτων που θα πρέπει να έχουν μακροπρόθεσμους στόχους, ώστε να διασφαλίζουν την καλή δημόσια εικόνα της επιχείρησης/οργανισμού. Οι δημόσιες σχέσεις βοηθούν το κοινό-στόχος να αντιληφθεί το σκοπό, τις δραστηριότητες και τα προϊόντα ή υπηρεσίες μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Όπως όλες οι δραστηριότητες απαιτούν την ορθή κατάρτιση ενός πλάνου, κατά τον ίδιο τρόπο και οι Δημόσιες Σχέσεις εξαρτώνται σε άμεσο βαθμό από το σχεδιασμό αλλά και την υλοποίησή τους. Ο σχεδιασμός θα

πρέπει να περιλαμβάνει την περιγραφή των στόχων και των μηνυμάτων που θέλει η επιχείρηση να μεταδώσει στο κοινό-στόχος, το χρονοδιάγραμμα, καθώς και τους οικονομικούς πόρους που απαιτούνται για την υλοποίηση των Δημοσίων Σχέσεων.

Τα βήματα που ακολουθούνται στην κατάρτιση ενός πλάνου δημοσίων σχέσεων είναι τα εξής:

1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ: Χαμηλή μη στοχευμένη τουριστική πολιτική.

2. ΣΤΟΧΟΙ: Οι στόχοι Δημοσίων σχέσεων του δήμου είναι συγκεκριμένοι. Ενίσχυση της εικόνας του δήμου με έμφαση στον γαστρονομικό τουρισμό. Προβολή του δήμου και των εκδηλώσεων που θα οργανωθούν.

3. ΚΟΙΝΑ: Ένα πρόγραμμα δημοσίων σχέσεων σπάνια κατευθύνεται στο ευρύ κοινό. Το κοινό στο οποίο θα απευθυνθούμε θα είναι άτομα ηλικίας άνω των 30 ετών

4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ: Στρατηγική εστίασης σε εναλλακτική μορφή τουρισμού – γαστρονομικός.

5. ΤΑΚΤΙΚΕΣ : Οι τακτικές είναι οι συγκεκριμένες ενέργειες και δράσεις που επιλέγει μια εταιρία-οργανισμός, στην περίπτωσή μας ο δήμος να εκτελέσει. Πρέπει να υπάρχει καλός συντονισμός όλων των διαφορετικών τακτικών, ώστε να μην είναι αντικρουόμενες και να μην συγκρούονται με την συνολική προσέγγιση του δήμου.

6. ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: Το χρονοδιάγραμμα είναι ο "χάρτης" των δημοσίων σχέσεων. Η υπεύθυνη ομάδα των δημοσίων σχέσεων θα σχεδιάσει το αναλυτικό ημερολόγιο του προγράμματος της και θα ορίσει τις κατάλληλες ημερομηνίες για όλες τις ενέργειές της.

7. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ: Ο προϋπολογισμός είναι ένα αρχικό ποσό που θεωρούμε δεδομένο και δεν θα πρέπει να υπερβούμε και αυτό το ποσό είναι που θα καθορίσει την ίδια την φύση του προγράμματος. Κάθε προγραμματισμός δημοσίων σχέσεων οφείλει να περιλαμβάνει έναν αναλυτικό προϋπολογισμό.

8. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ: Κατά την διάρκεια του σχεδιασμού, το τμήμα δημοσίων σχέσεων ορίζει τους τρόπους και τις μεθόδους της αξιολόγησης που θα γίνει μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος. Η αξιολόγηση του προγράμματος προτείνουμε να γίνει με εξάμηνη παρακολούθηση των πωλήσεων - κρατήσεων στην ελληνική και διεθνή αγορά καθώς και με έρευνες που θα μετρούν την εξέλιξη της αναγνωσιμότητας του Δήμου. Επίσης οι τουρίστες κατά την

αποχώρησή τους από το Δήμο θα καλούνται να συμπληρώσουν ένα ερωτηματολόγιο με στοιχεία για το πώς πέρασαν στις Σέρρες και τις εντυπώσεις τους από τις προσφερόμενες υπηρεσίες.

Όσον αφορά τώρα τον προϋπολογισμό θα κινηθούμε σε όσο το δυνατόν υψηλά επίπεδα καθώς μέσα σε κλίμα οικονομικής ύφεσης και υψηλού ανταγωνισμού οι τουριστικοί προορισμοί που θα επιβιώσουν θα είναι αυτοί που θα έχουν οργανωθεί και θα ανταγωνίζονται, όχι στη βάση του χαμηλού κόστους, αλλά κυρίως της ποιότητας, της διαφοροποίησης του προϊόντος – υπηρεσιών και θα ανταποκρίνονται γρήγορα στις απαιτήσεις του σύγχρονου καταναλωτή. Γι'αυτό και οι Σέρρες θα εστιαστούν στον γαστρονομικό τουρισμό, με έμφαση στην ελιά και τη μεσογειακή διατροφή.

Έχοντας λοιπόν όλα αυτά υπόψη ο δήμος θα πρέπει να διαθέσει 80.000 χιλιάδες ευρώ για ένα ετήσιο πρόγραμμα δημοσίων σχέσεων. Θα υπάρχει συγκεκριμένος ετήσιος προγραμματισμός. Θα προγραμματιστούν δηλαδή μία σειρά από ενέργειες και εκδηλώσεις που θα γίνουν καθ' όλη τη χρονιά. Για κάθε γεγονός θα υπολογιστούν τα έξοδα και από το άθροισμά τους θα υπολογιστεί ο προϋπολογισμός που θα απαιτηθεί, συνυπολογιζόμενων των μισθών των ατόμων που θα αναλάβουν τις δημόσιες σχέσεις και τα έξοδα προώθησης.

Ο ετήσιος προγραμματισμός θα πρέπει να γίνει πολύ προσεκτικά. Η διοργάνωση των εκδηλώσεων και των γεγονότων θα πρέπει να γίνεται με ακρίβεια, διότι απαιτείται λεπτομέρεια και δικαιολόγηση της εκδήλωσης και, σε περίπτωση κάποιου λάθους, γρήγορη και αποτελεσματική επανόρθωση. Δηλαδή, δεν θα πρέπει ποτέ να διοργανώνεται η οποιαδήποτε εκδήλωση δημοσίων σχέσεων, αν δεν έχουν οριοθετηθεί επακριβώς οι στόχοι της και τα όρια της δημοσιότητάς της.³⁹

³⁹ Παπαντριανταφύλλου Γ. (2008) *Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων, Στρατηγική και Εκτέλεση*, εκδόσεις Σταμούλη: Αθήνα.σελ.41

Όσον αφορά το κοινό στο οποίο θα απευθύνονται οι Δημόσιες Σχέσεις θα μας απασχολήσει η κατηγορία της κοινής γνώμης, δηλαδή Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και οι καταναλωτές - τουρίστες. Στόχος μας να γνωρίσουν οι καταναλωτές τις υπηρεσίες που προσφέρει ο Δήμος και να βοηθήσουν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης στην επίτευξη των στόχων μας.

Η αξιοποίηση του Τύπου και των ΜΜΕ είναι το πολυπλοκότερο και σημαντικότερο κομμάτι των Δημοσίων Σχέσεων. Με δεδομένο το ρόλο αυξανόμενη την επιρροή τους στην κοινή γνώμη, είναι φανερό ότι η αξιοποίηση αυτή οδηγεί σε μεγιστοποίηση των οφελών. Η προσέγγισή τους μπορεί να γίνει με:

- A. Ανακοινώσεις Τύπου
- B. Συνεντεύξεις τύπου
- Γ. Περιοδική ενημέρωση τύπου και
- Δ. Δώρα στους Ανθρώπους του Τύπου

Η Ανακοίνωση Τύπου είναι μια επιστολή με κοινό για όλους τους αποδέκτες περιεχόμενο, η οποία ενημερώνει τους ανθρώπους των Μ.Μ.Ε. για κάποιο θέμα, κάποια εξέλιξη ή κάποιο συμβάν που αφορά την επιχείρηση.

Οι Ανακοινώσεις Τύπου στις οποίες θα προχωρήσει ο Δήμος θα έχουν να κάνουν με τις υπηρεσίες που προσφέρει στον γαστρονομικό τουρισμού, τις εκδηλώσεις στο μουσείο Ελιάς, την προβολή ως μία διαδρομή στους δρόμους της Ελιάς και την ύπαρξη θεματικών εστιατορίων. Θα δοθούν συνεντεύξεις σε περιοδικά τουριστικού ενδιαφέροντος από εκπροσώπους του Δήμου και επιχειρηματίες που ασχολούνται με τον τουρισμό. Παράλληλα θα υπάρχουν και τακτικές περιοδικές ενημερώσεις στον τύπο σχετικά με διάφορα οικονομικά τουριστικά πακέτα και ευκαιρίες κατά την θερινή τουριστική περίοδο, διάστημα κατά το οποίο θα γίνονται οι εκδηλώσεις μεσογειακή κουζίνας στο Μουσείο της Ελιάς.

Τα βασικά μέσα-εργαλεία και ενέργειες δημοσίων σχέσεων που θα χρησιμοποιήσει ο Δήμος είναι τα εξής:

- Ποικίλες εκδόσεις: Μέσω διαφόρων εκδόσεων (και στα ελληνικά και σε ξένες γλώσσες) ο Δήμος έχει ως στόχο να επικοινωνήσει και να επηρεάσει το κοινό

στο οποίο απευθύνεται. Τέτοιου είδους εκδόσεις είναι διάφοροι κατάλογοι – τουριστικοί οδηγοί που παρουσιάζουν τις υπηρεσίες και την ιστορία του Δήμου.

- Διοργάνωση γεγονότων και εκδηλώσεων: Ο Δήμος θα διοργανώσει εκδηλώσεις γαστρονομικού περιεχομένου, φεστιβάλ φαγητού και εκδηλώσεις στα πλαίσια των Δρόμων της ελιάς

- Επίσης ο δήμος θα αναλάβει χορηγίες που θα έχουν σχέση με διάφορους διαγωνισμούς μαγειρικής μεσογειακής κουζίνας

Η Χορηγία αποτελεί ένα από τα ισχυρότερα όπλα των Δημοσίων Σχέσεων. Επειδή η Χορηγία χρησιμοποιείται και στην εμπορική μορφή της, για λόγους διαφήμισης και προβολής ή για την προώθηση των πωλήσεων προϊόντων, πολλοί συγχέουν τη χορηγία με τη διαφήμιση και άλλοι πιστεύουν ότι η χορηγία βοηθάει στην αύξηση των πωλήσεων. Η χορηγία όμως και η διαφήμιση είναι δύο εντελώς διαφορετικά πράγματα, με διαφορετικούς στόχους. Στόχος της διαφήμισης είναι η αύξηση των πωλήσεων. Αντίθετα η χορηγική δραστηριότητα αποβλέπει στη δημιουργία «καλής εικόνας» της εταιρίας - των ανθρώπων του Δήμου.

Γενικά οι Δημόσιες Σχέσεις βοηθούν στην απαραίτητη δημιουργία καλών σχέσεων για τον οργανισμό – Δήμο και φροντίζουν ώστε να αποφεύγεται κάθε είδους κακή δημοσιότητα που μπορεί να έχει καταστρεπτικά αποτελέσματα. Θα δημιουργήσουν δηλαδή μια καλή εικόνα για το Δήμο τόσο ελληνικό όσο και στο ξένο καταναλωτικό κοινό.

4.7. Έμφαση στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνική δικτύωσης

Η διαφήμιση σύμφωνα με τον Καναδό οικονομολόγο και συγγραφέα Stephen Leacock ⁴⁰ είναι η επιστήμη του να απασχολήσει κανείς τον ανθρώπινο νου αρκετό χρονικό διάστημα ώστε να μπορέσει να αποκομίσει κάποιο κέρδος. Αυτό σήμερα ισχύει περισσότερο από ποτέ. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, ενισχυμένα από την υψηλή τεχνολογία, δίνουν πραγματική μάχη σε καθημερινό επίπεδο ώστε να ξεκλέψουν λίγο από το χρόνο μας για να προβάλουν συγκεκριμένα προϊόντα και

⁴⁰ «Advertising may be described as the science of arresting the human intelligence long enough to get money from it.»

υπηρεσίες. Ο αντίκτυπος που μπορεί να έχει ένα νέο τεχνολογικό μέσο προβολής και επικοινωνίας - διαδίκτυο – στη τουριστική βιομηχανία είναι τεράστιος. Την τελευταία δεκαετία εισήλθε δυναμικά στο χώρο της προώθησης των πωλήσεων και του εμπορίου το διαδίκτυο, το γνωστό σε όλους μας Internet. Με τη βοήθεια του «παγκόσμιου ιστού» (worldwide-web) έχει καθιερωθεί ως πλατφόρμα ενημέρωσης, επικοινωνίας, προβολής προϊόντων και ηλεκτρονικού εμπορίου. Το διαδίκτυο ενίσχυσε την επιστήμη και την τεχνολογία της διαφήμισης, προσδίδοντάς της νέες διαστάσεις και προοπτικές, θέτοντας όμως ταυτόχρονα, νέες προκλήσεις στους παραγωγούς, αυξάνοντας τον ανταγωνισμό και εντείνοντας την παγκοσμιοποίηση.

Η ευρεία εφαρμογή του παγκόσμιου ιστού και η προσβασιμότητα του διαδικτύου έχει επιτρέψει πλέον όχι μόνο στους πωλητές και στους παραγωγούς αλλά και στους καταναλωτές να αποκτήσουν λόγο και να διαφημιστούν σε παγκόσμιο επίπεδο, σπάζοντας τα στενά πατροπαράδοτα γεωγραφικά δεσμά των εγχώριων αγορών. Το διαδίκτυο λοιπόν θα αποτελέσει ένα σημαντικό εργαλείο προβολής του Δήμου Σερρών. Περισσότερο από οποιοδήποτε άλλο μέσο διαφήμισης το διαδίκτυο θα μπορέσει να ενισχύσει την τουριστική δύναμη του Δήμου και να αυξήσει τον αριθμό των επισκεπτών.

Για παράδειγμα ένας ευχαριστημένος Ιταλός τουρίστας που επισκέφτηκε τις Σέρρες, αναγράφοντας σε ένα blog τις θετικές του εντυπώσεις από την πόλη, γίνεται ο ίδιος και το κείμενο που έχει γράψει θετική διαφήμιση για το Δήμο η οποία μπορεί να διαβαστεί από πάρα πολύ κόσμο. Επίσης, ένας απογοητευμένος τουρίστας, μπορεί το ίδιο εύκολα με ένα ικανοποιημένο, να διαδώσει τη γνώμη του για το ταξίδι και τις διακοπές του, είτε από τις ιστοσελίδες τουριστικών πρακτόρων (όταν προσφέρουν τη δυνατότητα αξιολόγησης των υπηρεσιών τους) είτε στα BLOGS ή μέσω Twitter ή Facebook. Μάλιστα τα web blogs που είναι ένα είδος ηλεκτρονικού ημερολογίου γραμμένο σε δυναμικές ιστοσελίδες, δηλαδή ανοιχτές σε σχολιασμό από κάθε αναγνώστη, κάτι σαν ηλεκτρονικό forum έχουν αυτό το σκοπό, να προωθούν το διάλογο και την ανταλλαγή απόψεων. Πολύ εύκολα λοιπόν μπορούμε να έχουμε μία θετική ή μία αρνητική διαφήμιση για τις Σέρρες που θα επιφέρει και τις ανάλογες συνέπειες.

Σύμφωνα με τον Thevenot⁴¹, τα ιστολόγια είναι ένα «κοινωνικό μέσο ενημέρωσης», πλέον προσβάσιμο όχι μόνο μέσω του διαδικτύου αλλά και μέσω νέων τεχνολογιών όπως της κινητής τηλεφωνίας. Η τουριστική βιομηχανία οφείλει να τα αντιμετωπίσει με προσοχή και σοβαρότητα, λόγω του μεγάλου αντίκτυπου που μπορούν να έχουν στην πελατειακή της βάση.

Καλούμαστε λοιπόν να εκμεταλλευτούμε το διαδίκτυο ως μέσω ενημέρωσης και προβολής του Δήμου. Θα αναβαθμιστεί η σελίδα του Δήμου. Θα υπάρχουν γραφικά που θα προσελκύουν το χρήστη, θα είναι εύκολη στο χειρισμό για να μπορεί και ένας απλός χρήστης να βρει εύκολα τις πληροφορίες που χρειάζεται και θα έχει υψηλή ταχύτητα προκειμένου οι πληροφορίες να δίνονται γρήγορα και να μην περιμένει ο επισκέπτης της σελίδας πολύ ώρα μέχρι να ανοίξει κάποιο παράθυρο. Σήμερα το Internet έχει καθιερωθεί ως πρωταρχικό μέσο αναζήτησης αλλά και μετάδοσης πληροφοριών.

Πέρα λοιπόν από τη δυνατότητα on line κράτησης μέσω του διαδικτύου θα εστιαστούμε και στην διαφήμιση του Δήμου μέσα από το ίδιο μέσο. Το Internet ως διαφημιστικό μέσο, έχει προσπεράσει ή τείνει να επιβληθεί σε άλλα «παραδοσιακά» μέσα διαφήμισης όπως τον τύπο, τα φυλλάδια, ακόμη και την τηλεόραση και το ραδιόφωνο. « Στον τομέα των υπηρεσιών, έχει πλέον παγιωθεί ως το πιο δυναμικό μέσο προώθησης πωλήσεων και εμπορικής πλατφόρμας, χάρις στη δυνατότητα που του παρέχει η ταχύτητα αναπτυσσόμενη βιομηχανία ηλεκτρονικών πληρωμών (μέσω πιστωτικών καρτών, ηλεκτρονικών εμβασμάτων, ηλεκτρονικού χρήματος κλπ)». ⁴²

Στην τουριστική βιομηχανία, το διαδίκτυο έχει εισχωρήσει δυναμικά από τις αρχές του αιώνα και η πλήρης αφομοίωσή του από τις τουριστικές επιχειρήσεις θα ολοκληρωθεί πολύ σύντομα, σε παγκόσμιο επίπεδο. Θα φροντίσουμε λοιπόν οι Σέρρες και η ιστοσελίδα της να καταχωρηθούν σε πολλές μηχανές αναζήτησης. Με ένα χαμηλό κόστος - περίπου 200 ευρώ - ο Δήμος μπορεί να προχωρήσει σε

⁴¹ Thevenot, G. (2007) " *Blogging as a social media,*" *Tourism & Hospitality Research*, Vol. 7, Issue 3/4, pp. 287-289.

⁴² Panagopoulos, I. & Vorlow, C.E. (1998) "*Telecommunication Networks*", Special Sectoral Study, Foundation for Economic and Industrial Research (in Greek, κλαδική μελέτη IOBE «Τηλεπικοινωνιακά Δίκτυα», Ιαν. 1998).

καταχώρηση της ιστοσελίδας του και π.χ. όταν ένας ενδιαφερόμενος τουρίστας μπει στο site και πατήσει κάποια λέξη κλειδί π.χ. γαστρονομικός τουρισμός να βγαίνει ο Δήμος Σερρών.

Οι ιστοσελίδες που αναζητά κάποιος ενδιαφερόμενος μέσω μηχανών αναζήτησης μπορεί να βρίσκονται «στημένες» (δηλαδή αναρτημένες-προγραμματισμένες σε κάποιο υπολογιστικό σύστημα) στη χώρα προορισμού. Τις περισσότερες φορές όμως, η πρόσβαση για ενημέρωση ή και κράτηση για κάποια πτήση, ξενοδοχείο κλπ. γίνεται μέσα από εκτενείς ιστοσελίδες-βάσεις δεδομένων αεροπορικών εταιρειών, μεγάλων τουριστικών πρακτόρων και tour operators. Αυτοί, συνήθως, αντιπροσωπεύουν πολλές χώρες ταυτόχρονα, ανάλογα με τα τουριστικά «πακέτα» που επιλέγουν να προωθήσουν κάθε έτος για διαφορετικούς προορισμούς. Ωστόσο, πλέον, πολλές ιστοσελίδες «στήνονται» και από ιδιώτες (ξενοδόχους, εταιρείες ταξιδιών, τουριστικούς πράκτορες κλπ.) που δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στις χώρες προορισμού. Συνήθως αυτές τις ανακαλύπτει κανείς μέσα από κάποια “portals” (πύλες), δηλαδή ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων ελεύθερης πρόσβασης (στο διαδίκτυο) που είναι, ουσιαστικά, συλλογές των ηλεκτρονικών διευθύνσεων αυτών των ιστοσελίδων. Συνήθως αυτά τα portals, καθώς και οι μηχανές αναζήτησης, χρηματοδοτούνται από τις διαφημίσεις, ενώ οι ιδιωτικές σελίδες από τους ιδιώτες που τις κατασκευάζουν και ίσως μερικούς σπόνσορες σχετικούς με την τουριστική αγορά. Επομένως ο Δήμος Σερρών θα διαφημιστεί και σε portals προκειμένου να μπορεί να έχει τη μεγαλύτερη δυνατή διαφήμιση που μπορεί.

Τα όσα προαναφέραμε δείχνουν ότι η τουριστική προβολή των Σερρών στο διαδίκτυο είναι συνάρτηση του αριθμού των ιστοσελίδων που επιτρέπουν να ενημερωθεί κάποιος για συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς ή και να προβεί σε κάποια κράτηση. Όσο πιο μεγάλη είναι η παρουσία στο διαδίκτυο, τόσο ισχυρότερη είναι η προώθηση του Δήμου τουριστικά εφόσον αυξάνονται οι πιθανότητες να προσελκυστούν τουρίστες. Έτσι θα έχουμε και banners που θα αναδύονται σε διάφορα site προκειμένου να ελκύσουν το ενδιαφέρον των χρηστών του διαδικτύου και να επισκεφτούν την ιστοσελίδα μας.

Τέλος, η ομάδα που θα αναλάβει την διαφήμιση του Δήμου θα δημιουργήσει και σελίδα στο facebook και στο twitter καθώς και τα τελευταία χρόνια αποτελούν βασικά μέσα επικοινωνίας των ανθρώπων.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

1. Bachleitner R. and Zins A. (1999). "Cultural Tourism in Rural Communities: The Residents' Perspective", *Journal of Business Research*, Vol 44, No 3, pp. 199-209.
2. Burns P., and Sancho M. (2003). "Local perceptions of tourism planning: The case of Cuellar, Spain", *Tourism Management*, Vol. 24, No.3, pp.331-339.
3. Ioan-Frank V. and Istoc E.-M. (2007). "Cultural Tourism and Sustainable Development", *Romanian Journal of Economic Forecasting*, Vol. 4, No. 1, pp.89-96.
4. MacDonald R. and Jolliffe L. (2003). "Cultural rural tourism: Evidence from Canada", *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, No. 2, pp. 307-322.
5. Panagopoulos, I. & Vorlow, C.E. (1998) "Telecommunication Networks", Special Sectoral Study, Foundation for Economic and Industrial Research (in Greek, κλαδική μελέτη IOBE «Τηλεπικοινωνιακά Δίκτυα», Ιαν. 1998).
6. Porter, Michael E., (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Companies—With a New Introduction*, published by Free Press.
7. Shamsuddoha M., Alamgir M., and T. Nasir (2011). "Cultural tourism: Bangladesh tribal areas perspective", *Journal of Tourism*, Vol. 12, No. 12, pp.28-32.

8. Thevenot G. (2007) " *Blogging as a social media,*" *Tourism & Hospitality Research*, Vol. 7, Issue 3/4, pp. 287-289.

9. Wang S., Fu Y. Y., Cecil A. K., and S. Hji-Avgoustis (2008), "Impacts of cultural tourism upon quality of life: the resident's perspective", 2008 International CHRIE Conference – Atlanta, Georgia, U.S.A.

B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Λαββας Γ. Π., Καραβασίλη Μ. Ν. (2003), «Πολιτιστική κληρονομιά», Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Ε.Μ.Μ.Ε, Αθήνα, σελ.7-20

2. Μπιτσάνη Π.Ε., (2004), «Πολιτισμική διαχείριση και περιφερειακή ανάπτυξη», εκδ. Διόνικος, Αθήνα, 120,121,206

3. Παπαδημητρόπουλος Γ. Τσάπαλος Ο. «Θεματικά Εστιατόρια» <http://www.artmag.gr/articles/art-thinking/item/4188-gastronomikos-tourismos-moxlos-politistikis-kai-oikonomikis-anaptixis>

4. . Παπαντριανταφύλλου Γ. (2008) *Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων, Στρατηγική και Εκτέλεση*, εκδόσεις Σταμούλη: Αθήνα.σελ.41

5. . Σιώμοκος, Γ.Ι., (2004). *Στρατηγικό Μάρκετινγκ*, 2η Έκδοση, Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε., Αθήνα.σελ.422

6. Τσάρτας Π., Λαγός, Δ. (2006), « *Η πολιτική του ελληνικού τουρισμού μέσα από τα αναπτυξιακά προγράμματα*». Άρθρο στο συλλογικό τόμο 'Μελέτες προς τιμήν του

καθηγητή Στέργιου Μπαμπανάση «Οικονομικά συστήματα, αναπτυξιακές πολιτικές και στρατηγικές των επιχειρήσεων στην εποχή της παγκοσμιοποίησης», σελ.733-761. Επιμέλεια έκδοσης: Β. Αγγελής – Λ. Μαρούδας. Εκδόσεις Παπαζήση - Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων.

INTERNET

- <http://www.economist.gr/index.php/2012-02-09-10-57-23/2012-02-09-11-01-33/2012-02-09-11-04-00/12710-gatronomia-toyrismos>
- <http://www.e-simerini.com/e/modules.php?name=News&file=article&sid=830>
- <http://www.inews.gr/97/to-mouseio-elias-ston-elaiona-serron.htm>
- http://www.olivetreeroute.gr/gr/reseau_gr.php
- www.artmag.gr
- www.ec.europa.eu
- www.el.wikipedia.org .
- http://en.wikipedia.org/wiki/Stephen_Leacock

- www.serrelib.gr
- www.serres.gr
- www.serres.gr
- www.serrestourism.gr .
- www.sfaira.blogspot.gr
- www.unesco.org
- www.unitedreporters.gr
- www.ypeka.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄

Ερωτηματολόγιο

ΤΕΙ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΕΟ - ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Με το παρόν ερωτηματολόγιο, σας καλώ να συμμετάσχετε στην έρευνα για την εκκόνηση της πτυχιακής μου εργασίας με θέμα:

Αξιοποίηση πολιτισμικών πόρων για την τοπική ανάπτυξη του Δήμου Σερρών

Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και οποιαδήποτε πληροφορία παρέχουν οι ερωτώμενοι, έχει αποκλειστικό σκοπό την εξυπηρέτηση της συγκεκριμένης έρευνας.

Ερευνήτρια σπουδάστρια: Λαζαρίδου Ευλαβία
Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Αργυροπούλου Φωτούλα

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

A. Προσωπικά στοιχεία:

1. Φύλο

- α. Άρρεν
- β. Θήλυ

2. Ηλικία

- α. Μέχρι 18 ετών
- β. 19-30 ετών
- γ. 31-45 ετών
- δ. 45 και πάνω

3. Επάγγελμα

- α. Φοιτητής
- β. Ελεύθερος επαγγελματίας
- γ. Δημόσιος υπάλληλος
- δ. Συνταξιούχος
- ε. Άνεργος
- στ. Ιδιωτικός υπάλληλος

4. Εκπαίδευση

- α. Απόφοιτος Λυκείου
- β. Φοιτητής
- γ. Απόφοιτος Τεχνικής Σχολής
- δ. Απόφοιτος Πανεπιστημίου
- ε. Απόφοιτος Τ.Ε.Ι.
- στ. Κάτι άλλο

5. Τόπος καταγωγής

- α. Σέρρες
- β. Λοιπή Ελλάδα
- γ. Εξωτερικό

B. Γενικές ερωτήσεις

6. Στην Ελλάδα γίνεται επαρκής αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων που συνιστούν από κοινού αδιαμφισβήτητο συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας;

- α. ΝΑΙ
- β. ΟΧΙ
- γ. ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ

7. Τι γνώμη έχετε για την περιφερειακή πολιτιστική πολιτική στην Ελλάδα.

- α. ΕΠΑΡΚΗΣ
- γ. ΜΗ ΕΠΑΡΚΗΣ
- δ. ΕΧΕΙ ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

8. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί, η τοπική αυτοδιοίκηση ή ο ιδιωτικός τομέας πρέπει να αναλάβει την αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων;

- α. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί
- β. Η τοπική αυτοδιοίκηση
- γ. Ο ιδιωτικός τομέας
- δ. Συνεργασία όλων

9. Πιστεύετε ότι η επαρκής αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων μίας χώρας μπορεί να γίνει ο τομέας που θα βοηθήσει μία χώρα να ξεπεράσει την παγκόσμια οικονομική κρίση;

- α. ΝΑΙ
- β. ΟΧΙ
- γ. ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ

Γ. Ειδικές ερωτήσεις

10. Πόσο ο Δήμος Σερρών βάλλεται από την οικονομική κρίση;

- α. Πολύ
- β. Λίγο
- γ. Δεν έχω άποψη

11. Θα μπορούσε η ανάπτυξη του μαζικού ή εναλλακτικού τουρισμού να είναι η απάντηση στην κρίση;

- α. ΝΑΙ
- β. ΟΧΙ
- γ. ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ

12. Πιστεύετε ότι με την κατάλληλη αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων σε τοπικό και σε διεθνές επίπεδο ο Δήμος Σερρών θα μπορούσε να ξεπεράσει την οικονομική κρίση;

- α. ΝΑΙ
- β. ΟΧΙ
- γ. ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ

13. Οι πολιτιστικοί σύλλογοι και άλλοι πολιτιστικοί φορείς αρκούν για την προβολή των πολιτιστικών πόρων του Δήμου;

- α. ΝΑΙ
- β. ΟΧΙ
- γ. ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ

14. Ο Δήμος Σερρών διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές για περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού;

- α. ΝΑΙ β. ΟΧΙ γ. ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ

15. Η τοπική αυτοδιοίκηση αντιμετωπίζει δυναμικά την ανάδειξη των πολιτιστικών πόρων;

α. ΝΑΙ

β. ΟΧΙ

γ. ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ

16. Ο ιδιωτικός τομέας θα μπορούσε να βοηθήσει στην αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων;

α. ΝΑΙ

β. ΟΧΙ

γ. ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ

17. Είστε ικανοποιημένος/η από τις δραστηριότητες των υπάρχουσων πολιτιστικών φορέων;

α. ΝΑΙ

β. ΟΧΙ

γ. ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ

18. Θα μπορούσε η αξιοποίηση κεφαλαίων από τα προγράμματα ΕΣΠΑ να βοηθήσει στην προβολή των πολιτιστικών πόρων του Δήμου Σερρών;

α. ΝΑΙ β. ΟΧΙ γ. ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ

19. Η αδελφοποίηση του Δήμου Σερρών με άλλους Δήμους εντός και εκτός Ελλάδας θα βοηθούσε στην προβολή των πολιτιστικών πόρων του Δήμου;

α. ΝΑΙ β. ΟΧΙ γ. ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ

20. Άλλες προτάσεις για αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων του Δήμου Σερρών

Ευχαριστούμε πολύ για την συνεργασία σας