

**ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΜΙΑ ΜΟΡΦΗ
ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ, ΕΞΕΛΙΞΗ, ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΜΕ ΕΙΔΙΚΗ
ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ**



ΦΥΛΑΚΗ ΚΑΛΛΙΡΟΗ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΦΡΑΓΚΟΥΛΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ, ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2014

Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	4
Κεφάλαιο 1 ^ο : Τουρισμός και Αστικός Τουρισμός	6
1.1 Γενικά	6
1.2 Ανάλυση του τουρισμού σε κατηγορίες.....	7
1.3 Αστικός Τουρισμός.....	10
Κεφάλαιο 2 ^ο : Ελληνικός Τουρισμός και Αστικός Τουρισμός στην Αθήνα.....	17
2.1 Ο τουρισμός στην Ελλάδα	17
2.2 Αστικός Τουρισμός στην Αθήνα.....	22
Κεφάλαιο 3 ^ο : Αστικός Τουρισμός – Προβλήματα, Εξέλιξη και Προοπτικές	31
Συμπεράσματα.....	36
Βιβλιογραφία	39

Abstract

In recent years, everyone involved with the new tourism trend which has appeared internationally, named City Breaks. Both the changing trends in tourism, and the maturity of tourists, have created important conditions for its rapid growth. The tour operators and governments now consider City Breaks as an important phenomenon to increase tourism demand and tourism revenue for the country. The City Break, internationally referred to as that of tourism routes, provides the emergence of a city through cultural and historical dimension.

In this context are included all the efforts of all tourism stakeholders on the emergence of Athens as a popular destination for City Break. Athens, the capital of the country, combines history and past and contemporary reality. It brings together all the elements that can make it one of the most popular urban tourist destinations. However, so far it has failed to emerge as such, mainly due to operational shortcomings and lack of coordinated actions. However in recent years with systematic and coordinated efforts of all actors attempt to become the city of Athens as a major tourist destination and also to eliminate inhibitory factors.

Keywords: urban tourism, city tourism, Athens, Greece, infrastructure, travel, visitor, City Breaks

Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια, όλο και περισσότερο, ασχολούνται όλοι με τη νέα τουριστική τάση που έχει εμφανιστεί διεθνώς, τον τουρισμό πόλεων. Η αλλαγή των τάσεων στον τουρισμό, αλλά και ο βαθμός ωρίμανσης των τουριστών έχουν δημιουργήσει τις σημαντικότερες προϋποθέσεις για την αλματώδη ανάπτυξή του. Οι τουριστικοί φορείς και οι κυβερνήσεις θεωρούν πλέον τον τουρισμό πόλεων ως ένα σημαντικό φαινόμενο για την αύξηση της τουριστικής ζήτησης και των τουριστικών εσόδων των χωρών τους. Το City Break, όπως διεθνώς αναφέρεται δηλαδή ο τουρισμός των πόλεων, προβλέπει την ανάδειξη μιας πόλης μέσα από την πολιτιστική και την ιστορική της διάσταση.

Στο πλαίσιο αυτό, εντάσσεται και η προσπάθεια όλων των τουριστικών φορέων για την ανάδειξη της Αθήνας σε ένα δημοφιλή προορισμό για City Break. Η Αθήνα, πρωτεύουσα της χώρας, συνδυάζει την ιστορία και το παρελθόν με τη σύγχρονη πραγματικότητα. Συγκεντρώνει όλα εκείνα τα στοιχεία που μπορούν να την καταστήσουν έναν από τους πιο δημοφιλείς αστικούς τουριστικούς προορισμούς. Εν τούτοις, μέχρι σήμερα δεν έχει επιτύχει να αναδειχθεί ως τέτοιος, κυρίως λόγω λειτουργικών μειονεκτημάτων και έλλειψης συντονισμένων δράσεων. Ωστόσο τα τελευταία χρόνια με συστηματικές και συντονισμένες προσπάθειες όλων των φορέων επιχειρείται να αναδειχθεί η πόλη της Αθήνας ως σημαντικός τουριστικός προορισμός και παράλληλα να εξαλείφουν παράγοντες ανασταλτικοί.

Λέξεις Κλειδιά: αστικός τουρισμός, τουρισμός πόλεων, Αθήνα, Ελλάδα, υποδομές, ταξίδι, επισκέπτης

Εισαγωγή

Οι εννοιολογικές προσεγγίσεις και οι ορισμοί του τουρισμού ποικίλουν. Ο «τουρισμός» ορίζεται ως η δραστηριότητα των ατόμων που ταξιδεύουν για να διαμείνουν σε μέρη εκτός από το σύνηθες περιβάλλον του και όχι περισσότερο από ένα συνεχή χρόνο για αναψυχή, επιχειρηματικούς ή για άλλους σκοπούς και όχι σχετικούς με την άσκηση αμειβόμενης εργασίας στον τόπο προορισμού. (www.unwto.org).

Ο Αστικός τουρισμός αποτελεί μια νέα δυναμικά ανερχόμενη τάση που έχει εμφανιστεί διεθνώς στον τουρισμό. Ο τουρισμός πόλεων, όπως αλλιώς λέγεται, είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, που τα τελευταία χρόνια δείχνει να κερδίζει έδαφος στις προτιμήσεις των ανθρώπων που προσπαθούν να ξεφύγουν από τον μαζικό τουρισμό. Αυτό βέβαια έχει επιτευχθεί λόγω της αλλαγής των τάσεων στον τουρισμό και των νέων κοινωνικοοικονομικών συνθηκών αλλά και του βαθμού ωρίμανσης των τουριστών που έχουν δημιουργήσει τις σημαντικότερες προϋποθέσεις για την αλματώδη ανάπτυξη του. Για πολλές πόλεις ο αστικός τουρισμός είναι η νούμερο ένα βιομηχανία. Βοηθάει στην αύξηση του εισοδήματος καθώς επίσης ενισχύει και την παραγωγή πολλών σχεδίων, προγραμμάτων και έργων. Ο αστικός τουρισμός προωθείται κατά προτεραιότητα στην Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη, τις μεγάλες πόλεις.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματεύεται την έννοια του αστικού τουρισμού ως νέο είδος του εναλλακτικού τουρισμού και πιο συγκεκριμένα τον αστικό τουρισμό της Αθήνας. Στόχος της εργασίας αυτής είναι η παρουσίαση της υφιστάμενης του τουριστικού προϊόντος, που λέγεται «αστικός τουρισμός», η προβολή των θετικών στοιχείων που έχει η πόλη της Αθήνας που θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού της καθώς και οι προοπτικές και η εξέλιξη του ειδικότερα για την πόλη της Αθήνας. Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις έννοιες του τουρισμού και ειδικότερα του αστικού τουρισμού με τα χαρακτηριστικά του. Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στον Ελληνικό τουρισμό ενώ παρουσιάζονται στοιχεία ερευνών για ελληνικό τουριστικό προϊόν και το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με τον αστικό τουρισμό της Αθήνας, τα χαρακτηριστικά και τα επιμέρους στοιχεία. Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στον Ελληνικό τουρισμό και το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με τον αστικό τουρισμό της Αθήνας, τα χαρακτηριστικά και τα επιμέρους στοιχεία. Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται προσπάθεια να αναφερθούν και να αναλυθούν σημαντικά προβλήματα που αντιμετωπίζει ο αστικός τουρισμός

της Ελληνικής πρωτεύουσας και που έχουν ως αποτέλεσμα την μείωση του αστικού τουρισμό στην πόλη της Αθήνας ενώ παρουσιάζονται δράσεις που λαμβάνουν χώρα στον δήμο Αθηνών τα τελευταία χρόνια και που έχουν στόχο την εξέλιξη και βελτίωση του αστικού τουρισμού της Αθήνας. Τέλος η εργασία ολοκληρώνεται με τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την βιβλιογραφική επισκόπηση των παραπάνω και παρατίθεται η βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε.

Κεφάλαιο 1^ο : Τουρισμός και Αστικός Τουρισμός

1.1 Γενικά

Ο τουρισμός αποτελεί φαινόμενο με τεράστια ιστορία και μεγάλη κοινωνική σημασία. Ο τουρισμός σαν έννοια εμφανίζεται τον 19^ο αιώνα, ωστόσο η δραστηριότητα που υποδηλώνεται με την λέξη αυτή έχει ρίζες στην αρχαιότητα. Η λέξη τουρισμός είναι συνώνυμη με την λέξη περιηγητισμός και προέρχεται από το γαλλικό "tour" το οποίο με την σειρά του προέρχεται από την λατινική λέξη «torno» που σημαίνει γυρίζω ή περιφέρομαι. Σύμφωνα με τον Ρούπα τουρισμός είναι κάθε μετακίνηση-ταξίδι στο εσωτερικό της χώρας με μια διανυκτέρευση εκτός μόνιμης κατοικίας τουλάχιστον, ή με μια διανυκτέρευση πάνω από 100 χιλιόμετρα. Επίσης, κάθε μετακίνηση στο εξωτερικό ανεξάρτητα από την απόσταση ή διανυκτέρευση, αλλά με την προϋπόθεση ότι δεν υπάρχει οικονομικό αποτέλεσμα στην μετακίνηση αυτή και η παραμονή δεν διαρκεί πάνω από έξι μήνες.

Στην σημερινή εποχή, ο Τουρισμός δεν αναφέρεται μόνο σε μία οικονομική δραστηριότητα αλλά αποτελεί δικαίωμα, ευκαιρία γνώσης και προσέγγισης του περιβάλλοντος, παράγοντα διεθνούς αλληλεγγύης. Είναι επίσης, ένας τρόπος χρησιμοποίησης του ελεύθερου χρόνου και κοινωνική παροχή που συμβάλλει στη ψυχολογική ισορροπία του ατόμου. Είναι πλέον ευρέως παραδεκτό ότι ο τουρισμός είναι ο σημαντικότερος κλάδος οικονομικής δραστηριότητας παγκοσμίως τόσο για τις χώρες όσο και για τις πόλεις. Ο ευρύτερος τουριστικός τομέας συμβάλλει όσο κανένας άλλος στο σχηματισμό του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος στις περισσότερες χώρες της υφηγίου, τόσο από πλευράς δημιουργίας εισοδήματος, όσο και από τη πλευράς αύξησης της απασχόλησης και των επενδύσεων, ο τομέας των ταξιδιών έρχεται πρώτος, και με διαφορά, μεταξύ όλων των υπολοίπων τομέων.

Ο τουρισμός ως οικονομικό προϊόν είναι σήμερα πολυδιάστατος. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού ορίζει ότι αφορά επτά τύπους στοιχείων όπως: α) φυσική κληρονομιά, β) ενεργητική κληρονομιά, γ) ανθρώπινη κληρονομιά, δ) θεσμικές, νομικές, πολιτικές και διοικητικές δομές, ε) κοινωνικές δομές της χώρας-προορισμού, στ) αγαθά και υπηρεσίες, όλη την ειδική υποδομή των διακοπών και ζ) οικονομικές και χρηματοδοτικές δραστηριότητες.

1.2 Ανάλυση του τουρισμού σε κατηγορίες

Ο τουρισμός χωρίζεται σε κατηγορίες αναλόγως το είδος του. Η κατηγοριοποίηση αυτή γίνεται για την καλύτερη μελέτη του τουρισμού, την εξαγωγή ορθών συμπερασμάτων και την βελτιστοποίηση του ως προς την ποιότητα. Περίπου 90 μορφές τουρισμού προσδιορίζει ότι υπάρχουν ο καθηγητής του Πανεπιστήμιου του Ulster S.W. Boyd. Ο διαχωρισμός γίνεται ανάλογα με το κριτήριο που μελετάμε και παραθέτονται μερικά από αυτά (Scantlebury, 2007).

Ανάλογα με τον αριθμό των επισκεπτών

- i. Μειμονωμένος: Αποτελείται από ένα ή περισσότερα άτομα που πραγματοποιούν το ταξίδι ως ανεξάρτητοι εκδρομείς και όχι με ένα συγκεκριμένο τουριστικό πακέτο.
- ii. Ομαδικός: Αποτελείται από πολλά άτομα που πραγματοποιούν το ταξίδι με ένα συγκεκριμένο τουριστικό πακέτο που προσφέρουν τα τουριστικά γραφεία, που περιλαμβάνει την διαμονή, την σίτιση, την μετακίνηση και τις ξεναγήσεις.

Ανάλογα με τα φυσικά όρια της χώρας

1. Εσωτερικός: Άτομα μιας χώρας επιλέγουν σαν προορισμό μέρη της χώρας τους.
2. Εξωτερικός: Πραγματοποιείται από άτομα με χώρα προορισμού διαφορετική από αυτήν της μόνιμης κατοικίας τους.

Ανάλογα με την χρονική περίοδο

- I. Χειμερινός: Πραγματοποιείται κατά την χειμερινή περίοδο για την επίσκεψη χειμερινών θέρετρων για απλή εκδρομή είτε για την άσκηση κάποιας δραστηριότητας (σκι, σνόουμπορντ κλπ) και είθισται ο προορισμός να είναι ορεινός.
- II. Καλοκαιρινός: Γίνεται κατά την θερινή περίοδο και συνήθως ο προορισμός είναι παραθαλάσσιος.
- III. Ενδιάμεσων περιόδων: Πραγματοποιείται συνήθως τις εποχές του φθινόπωρου και της άνοιξης (Scantlebury, 2007).

Ανάλογα με τον σκοπό επίσκεψης ταξιδιού

- 1) Αναψυχής-Διακοπών: Η μετακίνηση των ατόμων γίνεται με σκοπό την διαφυγή από την καθημερινότητα, την διασκέδαση, χαλάρωση κλπ.
- 2) Αθλητικός: Η μορφή τουρισμού κατά την οποία οι τουρίστες ασκούνται, γυμνάζονται, παίζουν ή αθλούνται και συνήθως επιδίδονται σε ένα ή περισσότερα αγωνίσματα - δραστηριότητες. Βεβαία ο αθλητικός τουρισμός είναι ακόμα και όταν οι τουρίστες έχουν παθητική συμμετοχή σε αθλητικές εκδηλώσεις όπως η παρακολούθηση παγκόσμιων κυπέλλων, Ολυμπιακών Αγώνων κ.α.
- 3) Θρησκευτικός: Συνδέεται με την επίσκεψη στα βυζαντινά μνημεία, μνημεία εκκλησιαστικής αρχιτεκτονικής, εκκλησιές και μοναστήρια.
- 4) Αγροτουρισμός: Είναι μια προσπάθεια σύζευξης τουρισμού και γεωργίας με στόχο την αμοιβαία ωφέλεια και των δυο τομέων. Εξασφαλίζει στον αγρότη συμπληρωματικό εισόδημα χρησιμοποιώντας τα προϊόντα της τοπικής αγροτικής παράγωγης και στον τουρίστα τις προϋποθέσεις για να περάσει ήρεμες και φτηνές διακοπές στη φύση και να γνωρίσει την πολιτιστική κληρονομία των ανθρώπων της περιοχής που επισκέπτεται (Τσάρτας, 1996).
- 5) Οικολογικός ή Οικοτουρισμός: Ο περιβαλλοντικά υπεύθυνος τουρισμός και η επίσκεψη σε φυσικές περιοχές, που αποσκοπεί στην απόλαυση και εκτίμηση της φύσης(και των πολιτισμικών στοιχείων του παρόντος και του παρελθόντος) και ο οποίος προάγει στη διατήρηση της φύσης, έχει χαμηλή επίδραση επισκεπτών και παρέχει χρήσιμη ενεργή κοινωνικοοικονομική ανάμιξη του ντόπιου πληθυσμού.
- 6) Υγείας: Ή αλλιώς «θεραπευτικός τουρισμός» είναι μια μορφή διακοπών σε συνδυασμό με παροχή ενός ευρύτερου φάσματος ιατρικών υπηρεσιών και ευεξία.
- 7) Πολιτιστικός: Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού καλείται ο τουρισμός εκείνος που γίνεται με στόχο κυρίως πολιτιστικό, περιλαμβάνοντας παράλληλα και εκπαιδευτικές περιηγήσεις, θεατρικές παραστάσεις, φεστιβάλ, προσκυνήματα, επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και μουσεία, καθώς και την μελέτη του φυσικού περιβάλλοντος, του λαϊκού πολιτισμού και της τέχνης.
- 8) Εκπαιδευτικός: Είναι ο τουρισμός που αναφέρεται στην μάθηση. Συγκεκριμένα, είναι κάθε μορφή τουρισμού που έχει σαν τουριστικό προϊόν τη εκμάθηση (επαγγελματική κατάρτιση

του ταξιδιώτη, απόκτηση ειδικών γνώσεων, απόκτηση νέων εμπειριών) ή που η τουριστική πελατεία έχει θεσμική σχέση με τη μάθηση.

- 9) Γαστρονομικός: Προσδιορίζεται από την επαφή και γνωριμία των επισκεπτών με την τοπική/παραδοσιακή κουζίνα και μέσω αυτής με τοπικές παραδόσεις, τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις, γεωργικές δραστηριότητες κλπ.
- 10) Επαγγελματικός: Στον τουρισμό αυτό οι ταξιδιώτες είναι επαγγελματίες που μετακινούνται για να συμμετάσχουν σε συνέδρια, εκθέσεις, ταξίδια κινήτρων και σεμινάρια και επιχειρηματικές υποχρεώσεις και είναι ευπρόσδεκτοι επισκέπτες στον τόπο προορισμού, αφού πρόκειται για άτομα υψηλού κοινωνικού, μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου. Ο επαγγελματικός τουρισμός χωρίζεται ανάμεσα σε συνεδριακό τουρισμό, τουρισμό κινήτρων, τουρισμό σεμιναρίων και εκθεσιακό.
 - a) Συνεδριακός: Ορίζεται ο τουρισμός ο οποίος περιλαμβάνει διάφορες οργανωμένες εκδηλώσεις πχ συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετεχόντων και οι μετέχοντες μπορούν να αναπτύξουν τουριστική δραστηριότητα.
 - b) Τουρισμός κινήτρων: Ένα τουριστικό πακέτο που δίδεται στους επαγγελματίες σαν δώρο-αμοιβή για την καλή τους απόδοση. αφού τα τουριστικά πακέτα είναι κίνητρα που ωθούν τους επαγγελματίες σε μεγαλύτερες από τις συνηθισμένες αποδόσεις (Hung, Petrick, 2011).
 - c) Τουρισμός σεμιναρίων/συμποσίων: Το τουριστικό πακέτο το οποίο συνδέεται με την συμμετοχή του επισκέπτη σε ένα σεμινάριο ή συμπόσιο.
 - d) Εκθεσιακός: Ο τουρισμός που δημιουργείται γύρω από κάθε είδους εκθέσεις οι οποίες συνήθως οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα (Scantlebury, 2007).

Ανάλογα με την τοποθεσία

1. Ορεινός: Οι επισκέπτες ταξιδεύουν σε ένα βουνό ή σε κάποια ορεινή περιοχή με σκοπό να απολαύουν την φύση σε ένα καθαρό περιβάλλον γεμάτο οξυγόνο και να γνωρίσουν παράλληλα τον αγροτικό τουρισμό (Beedie & Hudson, 2003).
2. Παραθαλάσσιος: Όπου οι ταξιδιώτες μετακινούνται προς ακτές και θαλάσσιες περιοχές, αλλά η πρόσβαση στα μέρη αυτά είναι από την ξηρά.

3. Επαρχιακός: Όπου η μετακίνηση των ατόμων γίνεται προς αγροτικές περιοχές, επαρχίες, χωριά κλπ.
4. Αστικός: Η μετακίνηση των ατόμων γίνεται προς πρωτεύουσες, μεγαλουπόλεις, αστικά κέντρα κλπ.
5. Θαλάσσιος: Αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στο θαλάσσιο χώρο. Κύρια προϊόντα του θαλάσσιου τουρισμού είναι τα κρουαζιερόπλοια, η ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση (σκάφη αναψυχής) και η παράκτια τουριστική ναυσιπλοΐα με θαλαμηγούς, τουριστικά σκάφη κλπ. (Dwyer & Forsyth, 1998).

1.3 Αστικός Τουρισμός

Ο τουρισμός πόλεων – ή City Break σύμφωνα με τον διεθνή όρο – είναι μία ανερχόμενη τάση, κυρίως ανάμεσα στους έμπειρους ταξιδιώτες. Αφορά τους ανθρώπους αυτούς που δεν επιθυμούν απλά και μόνο μια «επιφανειακή» και τυποποιημένη σχέση με τους δημοφιλείς αστικούς προορισμούς, αλλά επιδιώκουν μια βαθύτερη γνωριμία με τον πολιτισμό, την πραγματική ζωή, τον ρυθμό και τον αληθινό χαρακτήρα μιας πόλης.

Κάθε πόλη έχει το δικό της ιδιαίτερο χρώμα και τον εντελώς δικό της αστικό χαρακτήρα. Ακόμα και πόλεις που απέχουν ελάχιστα μεταξύ τους έχουν να επιδείξουν τελείως διαφορετικά χαρακτηριστικά και χαρίσματα. Η μακραίωνη ιστορία κάθε ελληνικής πόλης και οι τοπικές παραδόσεις δημιουργούν έναν αστικό πολιτισμό πλούσιο σε αποχρώσεις. Τα μνημεία τους, τα περιαστικά τοπία, οι εκδηλώσεις που φιλοξενούν στη διάρκεια του έτους, τα εντελώς ξεχωριστά έθιμα προσφέρουν έναν γοητευτικό, πολύχρωμο «καμβά», που περιμένει τον επισκέπτη να τον συμπληρώσει με τα δικά του χρώματα.

Οι πόλεις συμβολίζουν την ανάγκη των ανθρώπων να συγκεντρωθούν σε κοινούς τόπους και να αναλωθούν σε κοινωνικές, οικονομικές, πολιτικές και πολιτιστικές δραστηριότητες, οδηγώντας σε μία διαδικασία γνωστή ως «αστικοποίηση». Η λειτουργία των πόλεων ως κοινωνικών, οικονομικών και πολιτιστικών κέντρων, όπου η πολιτική δύναμη και η διοίκηση συγκλίνουν, αποτελούν τη βάση για να αναπτυχθούν άλλες δραστηριότητες, όπως ο

τουρισμός και η ψυχαγωγία, οι οποίες γοητεύουν τους επισκέπτες που θέλουν να μοιραστούν όλα όσα προσφέρει η πόλη μαζί με τους μόνιμους κατοίκους (Page & Hall, 2003).

Με τον όρο τουριστική αστικοποίηση εννοείται η διαδικασία συγκέντρωσης της τουριστικής δραστηριότητας σε ένα αστικό κέντρο (πρωτεύουσα, πόλη, χωριό) που έχει την κατάλληλη υποδομή και ανάδομα, αλλά και τα φυσικά, ιστορικά και πολιτιστικά εκείνα στοιχεία που το καθιστούν πόλο έλξης των τουριστών και του παρέχουν τη δυνατότητα για παραγωγή και κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών κατά τρόπο οργανωμένο και συστηματικό. Ο Αστικός Τουρισμός αποτελεί ένα είδος εναλλακτικού τουρισμού με ιδιαίτερη έμφαση στην αξιοποίηση αξιοθέατων, μουσείων, αιθουσών τέχνης, θεματικών πάρκων και δραστηριοποιείται σε θέματα που αφορούν συνέδρια, συναυλίες, όπερες, τυχερά παιχνίδια π.χ. καζίνο Foxwoods, εξόδους για φαγητό και ποτό καθώς και ειδικά γεγονότα (καλλιτεχνικά, αθλητικά φεστιβάλ π.χ. φημισμένο φεστιβάλ Καννών) και αγορές αναψυχής (Δεφνερ, 2002).

Ο αστικός τουρισμός έγινε ιδιαίτερα γνωστός τα τελευταία είκοσι χρόνια. Όπως έχει παρατηρηθεί, στις πόλεις ο τουρισμός αποτελεί μόνο μία από τις οικονομικές δραστηριότητες του προορισμού και οι τουρίστες κατά κάποιο τρόπο «συναγωνίζονται» τους μόνιμους κατοίκους, ως προς της υπηρεσίες. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, παρόλο που ο αστικός τουρισμός είναι μία αγορά με πολύ μεγάλη δυναμική παγκοσμίως, δεν παρέχονται αρκετά στοιχεία, κυρίως εξαιτίας της διαφοροποίησης των ορισμών και των προσεγγίσεων, που υιοθετεί κάθε χώρα για τον υπολογισμό των διαστάσεων του φαινομένου (WTO, 2004).

Η έννοια της τουριστικής κατανάλωσης άρχισε να συζητείται από τις αρχές του 1960. Ως μεθοδολογικό εργαλείο εκτίμησης του τουρισμού στο τοπικό παραγωγικό σύστημα, αλλά και της αναπτυξιακής τουριστικής πολιτικής, ξεκίνησε τη δεκαετία του 1980 και ακόμα βρίσκεται σε εξέλιξη. Η ραγδαία αστική τουριστική ανάπτυξη οφείλεται αδιαμφισβήτητα στον συνδυασμό διαφόρων παραγόντων όπως: η προσπάθεια αναβάθμισης και αποκατάστασης των ιστορικών κέντρων, η επέκταση και διαφοροποίηση των πολιτιστικών πρακτικών, το έντονο ενδιαφέρον των καταναλωτών για την κληρονομία και την αστική ανάπτυξη, η αναζήτηση ψυχαγωγίας και ευκαιριών για αγορές (Ζαχαράτος, 1986).

Μετά την δεκαετία του 1960 παρατηρήθηκε τεράστια τουριστική ανάπτυξη διεθνώς με αποτέλεσμα αφενός τη σημαντική αύξηση της τουριστικής ζήτησης και αφετέρου τη

μαζικοποίηση του τουριστικού φαινομένου. Η αυξανόμενη διεθνοποίηση του τουρισμού, η εμφάνιση νέων τουριστικών προορισμών, ο μεγάλος βαθμός ωριμότητας των τουριστών, η αύξηση των εισοδημάτων, αλλά και η αναζήτηση νέων δραστηριοτήτων αναψυχής και τουρισμού, οδήγησαν στη διαφοροποίηση της τουριστικής ζήτησης και τη δημιουργία νέων εξειδικευμένων μορφών τουρισμού και τουριστικών προϊόντων που θα ικανοποιούν τις νέες ανάγκες – απαιτήσεις. Ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δοθεί στη δυναμική εμφάνιση και καθιέρωση νέων χώρων – προορισμών, οι οποίες προσφέρουν, σε ανταγωνιστική τιμή, τουριστικά προϊόντα, ελαφρώς διαφοροποιημένα από αυτά των καθιερωμένων – παραδοσιακών χωρών υποδοχής τουριστών. Οι χώρες αυτές αναμένεται να είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικές με τη χρήση νέων τεχνολογιών στην πρόσφορα και την προώθηση του τουριστικού του προϊόντος αλλά, και να ευνοηθούν από τις νέες αγορές αποστολής τουριστών που έχουν αρχίσει να εμφανίζονται ήδη (Βελισσαρίου, 2000).

Ενώ ο τουρισμός είναι γενικά συνυφασμένος με την απόκτηση νέων εμπειριών ωστόσο συναντάμε ένα παράδοξο φαινόμενο: ο μεγαλύτερος αριθμός των τουριστών προέρχεται από αστικές ή ημιαστικές περιοχές και επιλέγει να επισκέπτεται αστικούς ή ημιαστικούς προορισμούς στο σύνολο της. Αυτό βεβαίως μπορεί εύκολα να εξηγηθεί γιατί στις περισσότερες χώρες του κόσμου τα πολιτιστικά, αρχιτεκτονικά, πληθυσμιακά κέντρα συμπίπτουν με τα γεωγραφικά αστικά κέντρα. Στις μέρες μας οι άνθρωποι επιλέγουν για μόνιμη κατοικία τα αστικά και ημιαστικά κέντρα. Σήμερα το 40% του πληθυσμού των ανεπτυγμένων χώρων κατοικεί στις πόλεις και εκτιμάται ότι το 2020 το ποσοστό αυτό θα φτάσει στο 52%. Επίσης τα ¾ του παγκοσμίου πληθυσμού κατοικεί σε αστικοποιημένες περιοχές των ανεπτυγμένων χώρων, δημιουργώντας συνθήκες γιγάντωσης των πόλεων με τα επακόλουθα προβλήματα στην κοινωνικοοικονομική δομή. Η πιο αστικοποιημένη ήπειρος είναι η Ευρώπη, περίπου το 80% του πληθυσμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης ζει σε πόλεις και κομποπόλεις σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία που παραθέτονται στο φυλλάδιο της Ευρωπαϊκής ένωσης με τίτλο ‘‘Βιώσιμος Αστικός Σχεδιασμός’’. Από το ποσοστό αυτό, το 20% των Ευρωπαίων κατοικεί σε μεγάλες πόλεις άνω των 250.000 κατοίκων, το 20% σε μεσαίες πόλεις και το 40% σε πόλεις μεταξύ 10.000 και 50.000 κατοίκων (E.C 1997). Οι ευρωπαϊκές πόλεις υπήρξαν και εξακολουθούν να είναι προλειτουργικές χωρικές συγκεντρώσεις, κόμβοι επικοινωνίας και δημιουργικότητας, κέντρα αναψυχής και δημιουργίας πλούτου, πεδία διαπολιτισμικών επαφών, ανταλλαγών και ωσμώσεων και κέντρα οικοδόμησης συλλογικής μνήμης (Hudman & Jackson, 2002).

Αυτή η μετατόπιση πληθυσμού έχει ως αποτέλεσμα τα αστικά κέντρα να αποτελούν την εικόνα/καθρέφτη μιας χώρας και ως προς το βιοτικό επίπεδο και ως προς την κουλτούρα του λαού. Η ανάπτυξη έντονης τουριστικής δραστηριότητας μέσα σε αστικές περιοχές συμπίπτει χρονικά με μια περίοδο κατά την οποία οι κλασικές αστικές οικονομικές δραστηριότητες εμφανίζουν έντονη ύφεση, αν όχι μαρασμό (Law, 2000).

Τα τελευταία χρόνια συμβαίνουν παγκόσμια αλλαγές στις οικονομικές και κοινωνικές δομές με αποτέλεσμα το φαινόμενο του αστικού τουρισμού να μην μπορεί να εξεταστεί χωρίς να συσχετιστεί με αυτές. Στις περισσότερες περιπτώσεις η προσπάθεια να αναπτυχθεί αστικός τουρισμός συνδέεται με τις παρακάτω εξελίξεις:

α. την κρίση των παραδοσιακών οικονομικών δραστηριοτήτων,

β. την πολιτική μεταστροφή που πραγματοποιήθηκε από τη δεκαετία του 1980, και οδήγησε από την λογική της επιδότησης και των κοινωνικοπολιτικών προτεραιοτήτων στην λογική της ανταποδοτικότητας, της επένδυσης και των οικονομικών στόχων.

Συμφώνα με το βιβλίο του Page S. (1995) *Urban Tourism*, Routledge, London, μπορούμε να διακρίνουμε ότι ο αστικός τουρισμός έχει ορισμένα χαρακτηριστικά. Ως προς τα κίνητρα αυτά εντοπίζονται σε 1) επίσκεψη φίλων και συγγενών, 2) επιχειρηματικά ταξίδια, 3) η παρακολούθηση συνεδρίων και εκθέσεων, 4) η εκπαίδευση, 5) ο ιστορικός και πολιτιστικός τουρισμός, 6) ο θρησκευτικός τουρισμός, 7) η παρακολούθηση μεγάλων γεγονότων (π.χ. Ολυμπιακοί Αγώνες, Μουντιάλ), 8) πραγματοποίηση αγορών. Οι σκοποί επίσκεψης των τουριστών στις ευρωπαϊκές πόλεις, σύμφωνα με έρευνα που έγινε σε ευρωπαϊκό επίπεδο για τον τουρισμό των πόλεων, αναλύονται ως εξής: το 27% των τουριστών πηγαίνει σε μια πόλη για αναψυχή, διασκέδαση και διακοπές, το 45% για επιχειρηματικούς και επαγγελματικούς λόγους και ακολουθούν με ποσοστό 8% οι επισκέψεις σε φίλους, με 2% λόγοι υγείας, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 18% αφορά όλους τους άλλους σκοπούς (Λαγός, 2008).

Επιπροσθέτως, μια άλλη κατηγοριοποίηση που εκθέτει στο βιβλίο του ο Page είναι ως προς τον προορισμό. Τους προορισμούς τους κατατάσσει σε:

1) Πρωτεύουσες χώρων (π.χ. Λονδίνο, Παρίσι και Νέα Υόρκη) και πολιτιστικές πρωτεύουσες.

- 2) Μητροπολιτικά κέντρα, ιστορικά κέντρα και αρχαιότητες (π.χ. Καντέρμπουρι και Γιορκ) και μικρές ιστορικές πόλεις.
- 3) Μεγάλες ιστορικές πόλεις (π.χ. Οξφόρδη, Κέμπριτζ και Βενετία).
- 4) Εσωτερικές περιοχές πόλεων (π.χ. Μάντσεστερ).
- 5) Αναβαθμισμένες παράκτιες και παραποτάμιες περιοχές (π.χ. London Docklands και Sydney Darling Harbor).
- 6) Βιομηχανικές πόλεις (π.χ. Μπράντφορντ 19^{ου} αιώνα).
- 7) Παραθαλάσσια αστικά θέρετρα και αστικά θέρετρα χειμερινών σπορ (π.χ. Lillehammer).
- 8) Ολοκληρωμένα αστικά τουριστικά θέρετρα (purpose-built).
- 9) Συγκροτήματα τουριστικής αναψυχής (π.χ. θεματικά πάρκα, όπως Disneyland και Las Vegas).
- 10) Εξειδικευμένα αστικά τουριστικά κέντρα (π.χ. λουτρά και τόποι προσκυνήματος).
- 11) Πολιτιστικές πόλεις (π.χ. Φλωρεντία).

Αλλά χαρακτηριστικά που μπορούμε να πούμε ότι παρουσιάζει ο αστικός τουρισμός όσον αφορά τα οικονομικά μεγέθη είναι ότι εμφανίζει κατά κανόνα υψηλότερες κατά κεφαλή τουριστικές δαπάνες, έχει εκτεταμένη ποικιλία σε ότι αφορά τα ζητούμενα τουριστικά προϊόντα ενώ τέλος εμφανίζει αδύναμη τάση εποχικότητας. Οι άνθρωποι που συνήθως επιλέγουν τον αστικό τουρισμό ποικίλουν. Μπορεί είναι μεμονωμένοι επαγγελματίες, αντιπροσωπείες σε συνεδρία και εκθέσεις, εκδρομείς του σαββατοκύριακου, επισκέπτες σε συγγενείς και φίλους, εκδρομείς ή ομάδες εκδρομέων που χρησιμοποιούν ένα αστικό κέντρο ως ορμητήριο αποδράσεων ή και τουρίστες σε περιόδους συντόμων ή μακρών διακοπών (Καραμανίδης, 2009).

Ο αστικός τουρισμός είναι ιδανικός για την ανάπτυξη κάθε πόλης, καθώς καταπολεμά την εποχικότητα, ενισχύει την ντόπια επιχειρηματικότητα και αυξάνει τις θέσεις εργασίας και μάλιστα του ειδικευμένου προσωπικού, καθώς αποτελεί μια από τις πιο απαιτητικές μορφές τουρισμού. Η οικονομική του σημασία είναι τεραστία τόσο για την εθνική οικονομία της κάθε χώρας αλλά και πολύ περισσότερο για την οικονομική ευμάρεια σε τοπικό και περιφερειακό

επίπεδο, ενώ πολλοί αναγνωρίζουν σε αυτόν μια τάση που θα μπορούσε να βοηθήσει στην ανάπτυξη των αστικών κέντρων της περιφέρειας (Hall, 1987).

Εκτιμάται ότι από τα 360 εκατομμύρια τουριστικά ταξίδια που πραγματοποιήθηκαν διεθνώς το 2004, τα 135 εκατομμύρια είχαν τουριστικό προορισμό μια πόλη. Τα city-breaks ταξίδια αποτελούν μια από τις σημαντικότερες τουριστικές δραστηριότητες των ευρωπαϊκών μητροπολιτικών προορισμών, ιδιαίτερα κατά τα Σαββατοκύριακα. Τα ταξίδια σε πόλεις αντιπροσωπεύουν το 38% του συνόλου του εξερχόμενου τουρισμού στην Ευρώπη, ενώ το 60% του ποσοστού αυτού, δηλαδή περισσότερα από 35 εκατομμύρια ταξίδια ετησίως, αφορά τον τομέα των city-breaks (IPK International). Τέλος με στοιχεία του World Travel Monitor, στο διάστημα 2000-2004 στην Ευρωπαϊκή Ήπειρο, ο τουρισμός πόλεων έχει αυξηθεί κατά 108% με κριτήριο τον αριθμό των ταξιδιών στο εξωτερικό (Teberler, 2006).

Σύμφωνα με τον Erkki Liikanen, μέλος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, οι αστικές ζώνες πρέπει να τύχουν ιδιαίτερης προσοχής όπως προκύπτει από την ανακοίνωση της Επιτροπής που εκδόθηκε τον Οκτώβριο 1998 με τίτλο «Πλαίσιο δράσης για μια βιώσιμη αστική ανάπτυξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση» που στοχεύει κυρίως στην ενίσχυση της οικονομικής ευημερίας και της απασχόλησης στις πόλεις καθώς και στη βελτίωση του αστικού περιβάλλοντος. Ο τουρισμός ποιότητας μπορεί να συμβάλλει στη βιώσιμη ανάπτυξη των αστικών ζωνών μέσω της βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, του σεβασμού των κοινωνικών επιδιώξεων και της διατήρησης του πολιτιστικού και φυσικού περιβάλλοντος (Hughes, 1982).

Πρέπει να αναφερθεί, ότι τα city breaks είναι η τρίτη κατά σειρά προτίμησης μορφή τουρισμού, μετά το “Ήλιος και θάλασσα” και τον πολιτιστικό τουρισμό. Η αγορά των city breaks το 2010, παρουσίασε αύξηση κατά 20% σε σχέση με τον παραθεριστικό τουρισμό που παρουσίασε με την σειρά του αύξηση κοντά στο 3%. Όλα τα παραπάνω μεγέθη καθιστούν την αγορά του city break πολύ σημαντική για την παγκόσμια οικονομία και το γεγονός αυτό αποδεικνύεται με τους γοργούς ρυθμούς που αναπτύσσεται αυτό το κομμάτι του τουρισμού (European Cities Tourism, 2006).

Σύμφωνα με τα παραπάνω ο τουρισμός ως φαινόμενο είναι διαχρονικό και εξελίσσεται κατά την διάρκεια των ετών. Διάφοροι μελετητές του έχουν δώσει κατά καιρούς ερμηνείες για την καλύτερη κατανόηση και μελέτη του. Το πιο σημαντικό στοιχείο του είναι η θέση του

τουρισμού στην κοινωνία και την βιομηχανία. Με στατιστικά στοιχεία που αναφέρθηκαν παραπάνω τονίζεται η σημασία της συνεισφοράς και το μέγεθος, του συνεχόμενα αναπτυσσόμενου φαινομένου. Οι ειδικοί μελετητές διαχώρισαν τον τουρισμό σε διάφορα είδη αναλόγως τα εκάστοτε κριτήρια και έτσι προσέδωσαν εξειδίκευση στην μελέτη τους και βοήθησαν την καλύτερη κατανόηση του από το ευρύ κοινό. Ένα από τα 90 περίπου είδη είναι και ο αστικός τουρισμός με πολύ μεγάλη συνεισφορά στον τομέα της ανάπτυξης και της οικονομίας των αστικών κέντρων. Σε επόμενο κεφάλαιο θα αναλύσουμε για την σημασία του και τον ρόλο του για την πόλη των Αθηνών.

Κεφάλαιο 2^ο : Ελληνικός Τουρισμός και Αστικός Τουρισμός στην Αθήνα

2.1 Ο τουρισμός στην Ελλάδα

“Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα μια γιγάντια οικονομική δραστηριότητα. Η Ευρώπη είχε πάντοτε τη μερίδα του λέοντος στην παγκόσμια τουριστική κίνηση με ποσοστό γύρω στο 64%, το οποίο προβλέπεται να διατηρήσει, έστω και ελαφρά μειωμένο, τα επόμενα χρόνια. Μέσα στο έντονα αυτό ανταγωνιστικό περιβάλλον, η Ελλάδα κατέχει μια εξαιρετικά προνομιούχα θέση με μοναδικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα” (www.sete.gr).

Σημαντικό είναι να γίνει αναφορά στα είδη του τουρισμού που αναπτύσσεται στα όρια του ελλαδικού χώρου. Ειδικότερα η Ελλάδα προσφέρει:

Θαλάσσιο Τουρισμό, καθώς τα νησιά της Ελλάδος θεωρούνται από τα καλύτερα στον κόσμο και για το λόγο αυτό αποτελούν και ελκυστικούς τουριστικούς προορισμούς κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Αυτός ο τουριστικός πλούτος της Ελλάδας είναι μοναδικός στη Μεσόγειο και αξιοποιείται από ξένους επισκέπτες υψηλού εισοδηματικού και ποιοτικού επιπέδου. Ο θαλάσσιος τουρισμός ετησίως αποφέρει πολλά έσοδα στη χώρα.

Ενδημικός Τουρισμός ο οποίος αφορά κυρίως την τρίτη ηλικία τουριστών όπως για παράδειγμα συνταξιούχους αλλά και νεότερους που δεν έχουν δεσμεύσεις εργασίας στη χώρα τους και έχουν ανάγκη να ζήσουν σε καλύτερο κλίμα. Η Ελλάδα διαθέτει πολύ καλό κλίμα και ορισμένες περιοχές της χώρας μας είναι παραδείγματα τόπων όπου διαμένουν ξένοι για μακρές περιόδους ή έχουν κάνει τη δεύτερη κατοικία τους. Αυτό το είδος του τουρισμού είναι συνάρτηση του επιπέδου των υπηρεσιών υγείας, του επιπέδου της ψυχαγωγίας και της αποτελεσματικής προστασίας του περιβάλλοντος.

Εσωτερικός Τουρισμός που αποτελεί τη βάση της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής και ανταποκρίνεται σε ζωτικές ανάγκες του πληθυσμού. Στην Ελλάδα αναπτύσσεται με τη βοήθεια των διαφόρων τουριστικών οργανώσεων.

Κοινωνικός Τουρισμός, ο οποίος επιδιώκει την ενίσχυση από το κράτος, από τους εργοδότες, από τα συνδικάτα και από τα ασφαλιστικά ταμεία, των εργαζομένων και των οικογενειών τους που δεν έχουν τα οικονομικά μέσα εκείνα τα οποία θα τους βοηθήσουν να πραγματοποιήσουν. Η

ενίσχυση αυτή πραγματοποιείται με διάφορους τρόπους όπως δημιουργία και λειτουργία κατάλληλων τουριστικών εγκαταστάσεων με χαμηλό κόστος, οικονομικές παροχές, εξασφάλιση καλύτερων τιμών μέσω ομαδικών κρατήσεων κ.λπ..

Εναλλακτικός Τουρισμός που σηματοδοτεί μία νέα περίοδο τουριστικής ανάπτυξης και τουριστικής πολιτικής για τον ελληνικό χώρο. Οι πρώτες προσπάθειες ξεκίνησαν από το τέλος της δεκαετίας του 1980. Τα κοινωνικά στρώματα που συμμετέχουν σε αυτό το τουρισμό είναι μέσης και άνω μόρφωσης αλλά και εισοδήματος. Τα σημαντικότερα είδη εναλλακτικού τουρισμού που υπάρχουν και τα οποία έχουν την δυνατότητα να αναπτυχθούν στην χώρα μας για να επιτευχθεί βιώσιμος τουρισμός είναι : οικοτουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός, ιαματικός τουρισμός, χιονοδρομικός τουρισμός, χειμερινός τουρισμός, αγροτουρισμός, ορειβατικός τουρισμός, περιπατητικός τουρισμός και τέλος αστικός τουρισμός ή τουρισμός πόλεων (Τσάρτας, 1996).

Εξαιτίας της υψηλής αναγνωρισιμότητας της χώρας αλλά και εξαιτίας των μοναδικών ιστορικών και πολιτισμικών μεταβολών που ασκούν επιρροή παγκοσμίως καθώς και των εξαιρετικά φυσικών χαρακτηριστικών της όπως ο ήλιος το κλίμα η Ελλάδα αποτελεί πόλο έλξης πολλών επισκεπτών από όλες τις χώρες του κόσμου και της Ευρώπης. Συγκεκριμένα υπάρχουν αρκετοί λόγοι για να επιλέξει κάποιος την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό. Ειδικότερα το προϊόν που ονομάζεται τουριστικό είναι αρκετά ισχυρό όπως διατυπώθηκε καθώς η γεωγραφία, το κλίμα ο τρόπος ζωής, τα τοπία, ο πολιτισμός, τα νησιά, η θετική εικόνα και η φιλοξενία των ανθρώπων είναι ισχυρά κίνητρα για την επιλογή. Επίσης ο βαθμός ικανοποίησης των τουριστών από την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό είναι σε πολύ ικανοποιητικό επίπεδο. Ακόμη η διαφήμιση από στόμα σε στόμα η λεγόμενη προφορική προώθηση ή αλλιώς *mouth to mouth* είναι αρκετά καλή μιας και οι περισσότεροι που επισκέπτονται την χώρα μας σχηματίζουν θετικότερη εικόνα με αποτέλεσμα να την μεταφέρουν και σε άλλους. Τα επίπεδα των τιμών είναι σε λογικά επίπεδα, ενώ το γεγονός πως ελκύει ένα μεγάλο κομμάτι Ευρωπαίων επισκεπτών που ξοδεύουν περισσότερα χρήματα ανά ημέρα και ταξίδι από άλλους ευρωπαϊκούς προορισμούς καθιστά το ελληνικό τουριστικό προϊόν ιδιαίτερα ισχυρό. Τέλος το γεγονός πως η Ελλάδα είναι προορισμός αρκετών πτήσεων chartered σε συνδυασμό με την καλή συγκοινωνιακή δικτύωσή της.

Μια από τις βασικότερες πηγές εσόδων για την ελληνική οικονομία αποτελεί ο ελληνικός τουρισμός. Με έναν εντυπωσιακό ρυθμό ανάπτυξης κατά τις δεκαετίες 1950 έως 1970, και μια

σταθερά ανοδική πορεία το 1980, στη δεκαετία 1990-2000 παρουσιάζεται μία σημαντική μείωση του αριθμού αύξησης των εισπράξεων ενώ το 2001 παρουσιάζεται μια θετική μεταβολή, από το 2002-2003 όπως βλέπουμε στο πίνακα υπάρχει μία μείωση των εισπράξεων. Έπειτα το 2004 λόγω των ολυμπιακών αγώνων παρουσιάζεται μια αισθητή αύξηση η οποία διατηρείται με χαμηλότερο ποσοστό μέχρι και το 2006. Το 2007 έχουμε μία μεγάλη μείωση του ποσοστού των εισπράξεων που συνεχίζεται με αποκορύφωμα την μεγαλύτερη αρνητική μεταβολή του 2009.

Η οικονομική ύφεση ωστόσο που παρατηρείται από το 2009 στην χώρα μας ειδικότερα αλλά και παγκοσμίως έχει επηρεάσει σε σημαντικό βαθμό τον τουρισμό, με αποτέλεσμα το χαμηλό ποσοστό εισπράξεων από το έτος 2009 μέχρι σήμερα. Ωστόσο σήμερα, υπάρχουν νέες ευκαιρίες για τον ελληνικό τουρισμό, οι οποίες μπορούν να αξιοποιηθούν, με τα κατάλληλα βήματα. Για παράδειγμα η προσέλκυση ξένων επενδύσεων, ο διαρκής εκσυγχρονισμός όλων των τουριστικών επιχειρήσεων και η ανάπτυξη μιας σειράς υποστηρικτικών τουριστικών υποδομών θα ευνοήσουν την εξέλιξη ειδικών μορφών τουρισμού και θα αμβλύνουν την έντονη εποχικότητα που χαρακτηρίζει τη ζήτηση για τη χώρα. Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους τομείς του τουρισμού, γεγονός που δεν οφείλεται αποκλειστικά στην ύπαρξη χιλιάδων νησιών στην Ελλάδα.

Σύμφωνα με τα πρόσφατα στοιχεία που προκύπτουν από τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων η Ελλάδα βρισκόταν στην θέση 17 παγκοσμίως όσον αφορά την θέση των χωρών σε σχέση με τις αφίξεις των τουριστών. Σε ότι έχει να κάνει με τις εισπράξεις η χώρα καταλαμβάνει την 19 θέση ενώ η θέση της στην ανταγωνιστικότητα των χωρών είναι η 29 (www.sete.gr).

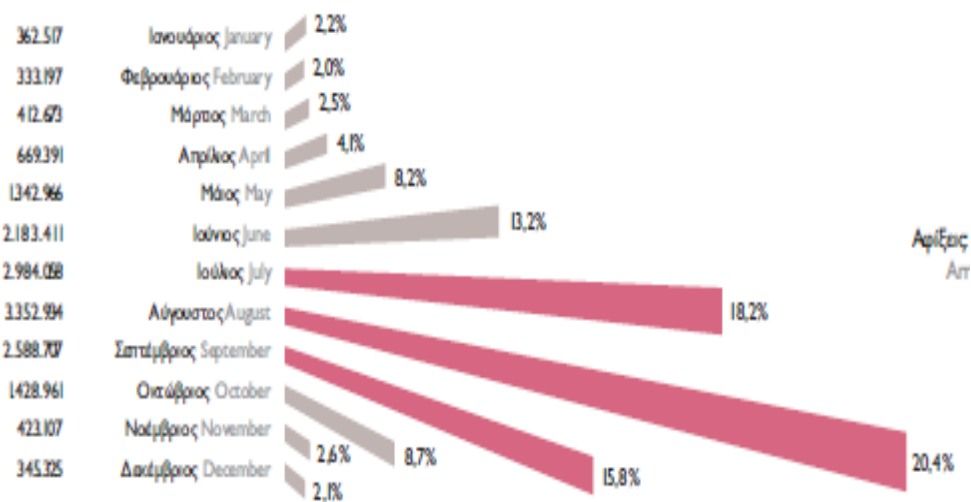


Εικόνα 2.1 Οι αφίξεις στην Ευρώπη

Πηγή: ΣΕΤΕ

Από τα ίδια στοιχεία προκύπτει πως οι πέντε κυριότερες αγορές προέλευσης των διεθνών τουριστικών αφίξεων στον ελληνικό χώρο προέρχονται από την Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την ΠΓΔΜ, την Γαλλία και τέλος την Ιταλία. Πιο συγκεκριμένα μετά το 2009 και ειδικότερα την περίοδο από 2010-2012 οι Γερμανοί τουρίστες κατέχουν την πρώτη θέση στις επισκέψεις στην Ελλάδα ενώ την τελευταία θέση καταλαμβάνουν οι επισκέπτες από την γειτονική Ιταλία. Σε μικρότερη κλίμακα επισκέψεων βρίσκονται χώρες όπως η Ολλανδία, η Βουλγαρία, η Ρωσία, η Τουρκία και άλλες χώρες.

Το εξαιρετικό κλίμα της Ελλάδος ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες με τις φυσικές ομορφιές που η χώρα προσφέρει έχουν ως αποτέλεσμα να είναι ένας τέλειος συνδυασμός για την επιλογή της χώρας μας ως δημοφιλή τουριστικό προορισμό. Σύμφωνα με στοιχεία του 2011 σε ότι έχει να κάνει με την εποχικότητα των αφίξεων ιδιαίτερη ζήτηση παρουσιάζουν οι καλοκαιρινοί μήνες Ιούλιος και Αύγουστος ενώ ακολουθούν ο Σεπτέμβριος και ο Ιούνιος (www.sete.gr).

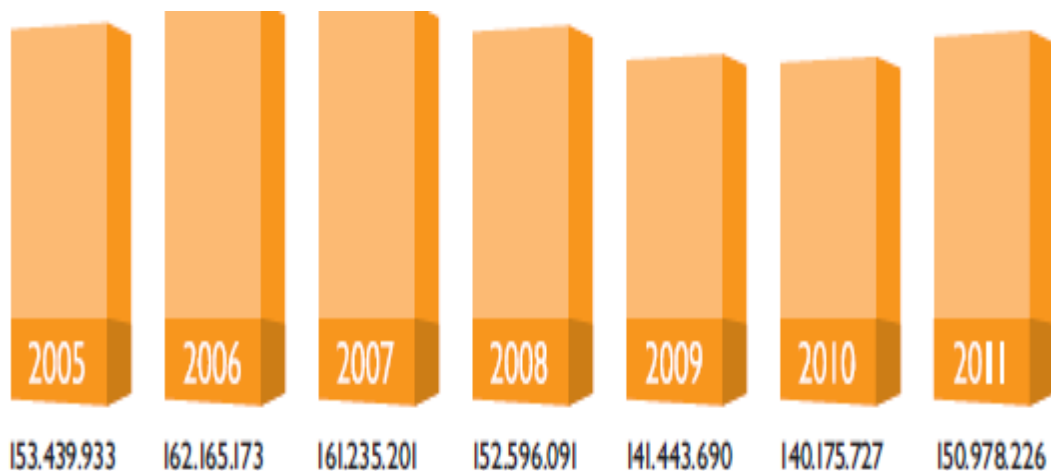


Εικόνα 2.2 Τουριστική Κίνηση Ελλάδας τον χρόνο ανά μήνες

Πηγή: ΣΕΤΕ

Τα αεροδρόμια που προσελκύουν το μεγαλύτερο μέρος των τουριστών είναι κατά κύριο λόγο αυτό της Αθήνας καθώς το έτος 2011 έφτασε στον αριθμό των 2.871.525 επισκεπτών και ακολουθούν με σαφώς μικρότερους αριθμούς της Θεσσαλονίκης, του Ηρακλείου, της Ρόδου και της Κέρκυρας.

Σε ότι αφορά τις διανυκτερεύσεις των τουριστών και πιο συγκεκριμένα των μη εγχώριων όπως προκύπτει από την αναφορά του Συνδέσμου των Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων ενώ το 2007 λίγο δηλαδή πριν την κρίση είχαμε μια κορυφή της τάξης των 162.000.000 αφίξεων, η συνέχεια αντικατοπτρίζει την οικονομική ύφεση με σταδιακή μείωση όπως φαίνεται παρακάτω.



Εικόνα 2.3 Διανυκτερεύσεις 2005- 2011

Πηγή: ΣΕΤΕ

2.2 Αστικός Τουρισμός στην Αθήνα

Οι μεγάλες πόλεις και μητροπόλεις, χαρακτηρίζονται από την ποσότητα και το εύρος των προσφερομένων υπηρεσιών. Πρωτεύουσες πόλεις με τις συνακόλουθες δομές, αριθμούν συνήθως εκατοντάδες ή χιλιάδες χρόνια ιστορικής ύπαρξης κατά τη διάρκεια των οποίων ανέλαβαν έναν σημαντικό ρόλο σε παγκόσμια κλίμακα.. Συνδυάζουν ιστορικούς – τουριστικούς πόρους με το σύγχρονο οικονομικό πολιτικό και πολιτιστικό τους ρόλο. Προσφέρουν μητροπολιτικού επιπέδου υπηρεσίες για τις παγκόσμιες αγορές και τα διεθνή οικονομικά και πολιτικά κέντρα αποφάσεων.

Η Αθήνα αποτελεί την πρωτεύουσα της Ελλάδος και συνεπώς την καλύτερη διαφήμισή της προς τους ξένους επισκέπτες και πιθανούς τουρίστες. Καλώς ή κακώς, η Αθήνα φιλοξενεί ένα ευσεβές τμήμα του πληθυσμού της χώρας. Άρα, Ελλάδα μπορεί να μην είναι μόνο η Αθήνα αλλά η Αθήνα είναι ο καθρέφτης της Ελλάδας και αυτός ενδέχεται να είναι ένας κρίσιμος παράγοντας στην περίπτωση του τουρισμού. Για πολλές πόλεις έτσι για την Αθήνα ο αστικός τουρισμός είναι η νούμερο ένα βιομηχανία. Βοηθάει στην αύξηση του εισοδήματος καθώς

επίσης ενισχύει και την παραγωγή πολλών σχεδίων, προγραμμάτων και έργων. Όπως ήδη έχει αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο η Αθήνα έχει μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά και ένα σημαντικό αριθμό από μνημεία, μουσεία και υποδομές που την καθιστούν σημαντικό τουριστικό προορισμό (Ένωση Ξενοδόχων Αττικής, 2005).

Ωστόσο το φαινόμενο του αστικού τουρισμού είναι εξαιρετικά δύσκολο να μελετηθεί εξαιτίας της εκτεταμένης γεωγραφικής κλίμακας στην οποία λαμβάνει χώρα αλλά και λόγω του πλούτου δραστηριοτήτων που περικλείει. Μορφωτικός τουρισμός, συνέδρια και εκθέσεις, αθλητικός τουρισμός, φεστιβάλ και πολιτιστικά δρώμενα, νυχτερινή διασκέδαση, ακόμα και θαλάσσιος τουρισμός σε προνομιακές περιπτώσεις όπως η Αθήνα, είναι μονάχα μερικά παραδείγματα που φανερώνουν το εύρος των τουριστικών δραστηριοτήτων σε αστικά κέντρα. Επίσης, οι πόλεις φιλοξενούν μεγάλους αριθμούς επισκεπτών για επαγγελματικούς λόγους. Οι τουρίστες αυτοί (Business Tourists), πέρα των διανυκτερεύσεων που συνοδεύουν τον σκοπό της επίσκεψής τους, συνθέτουν μια λανθάνουσα πελατεία που δύναται να παρατείνει την παραμονή της εάν την ελκύσουν οι παρεχόμενες υπηρεσίες ή ακόμα και να επιστρέψει στο μέλλον για καθαρά ψυχαγωγικές δραστηριότητες.

Η Αθήνα έχει εξελιχθεί σήμερα κυρίως σε διαμετακομιστικό κέντρο τουριστικών ταξιδιών και υπηρεσιών, που απευθύνονται τόσο σε ημεδαπούς όσο και σε αλλοδαπούς επισκέπτες. Το κίνητρο της επίσκεψης, η οποία δεν υπερβαίνει τις τρεις ημέρες, είναι συνήθως η χρήση των τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών για την διεξαγωγή ενός αλλού ταξιδιού προς άλλη περιοχή της χώρας ή προς το εξωτερικό. Εντούτοις οι εξελίξεις στην οργάνωση των ταξιδιών και η καθιέρωση των charters, έχουν αποδυναμώσει τελευταία, αυτόν τον τύπο της τουριστικής ζήτησης, τουλάχιστον ως προς τους αλλοδαπούς τουρίστες. Σε ότι αφορά στους τρόπους που ταξιδεύουν οι τουρίστες προς την Αθήνα επισημαίνεται ότι υπάρχει ένα υψηλό ποσοστό οργανωμένων (πλήρως ή μερικά) ταξιδιών κυρίως από αλλοδαπούς στην πόλη, αλλά και ένα σταθερό ποσοστό ταξιδιών, τα οποία είναι αυτόνομα ή και περιηγητικά (αλλοδαποί και ημεδαποί τουρίστες). Επιπλέον η Αθήνα προσφέρει ένα μεγάλο αριθμό οργανωμένων περιηγήσεων, οι οποίες κατευθύνονται προς τα κυριότερα αξιοθέατα και απευθύνονται προς όλους τους τύπους τουριστών.

Λόγοι επίσκεψης στην Αθήνα όπως διατυπώθηκε πιο πάνω μπορεί να είναι αναψυχής αλλά και επιχειρηματικοί, επίσκεψη σε συγγενείς, φίλους και σε διάφορα πολιτιστικά αξιοθέατα. Ο αστικός τουρισμός της Αθήνας ενισχύεται από την πληθώρα επιλογών που προσφέρει η πόλη. Επίσης από το σύνολο των υποδομών αλλά και των ξενοδοχείων, εστιατορίων που βρίσκονται στην πόλη σε συνδυασμό με τις επιλογές διασκέδασης που προσφέρονται. Στην Αθήνα και την ευρύτερη περιοχή (προάστια – Πειραιάς -Αττική) λειτουργούν περισσότερα από 700 καταλύματα όλων των κατηγοριών, με συνολική δυναμικότητα περίπου 62.000 κλινών. Τα ξενοδοχεία κατατάσσονται σε διαφορετικές κατηγορίες αναλόγως με το τι προσφέρουν. Ο αριθμός των εστιατορίων στη Αθήνα είναι πολύ μεγάλος. Υπάρχουν πολλά εστιατόρια διαφορετικών ειδών κουζίνας που ικανοποιούν όλα τα γούστα. Τα εστιατόρια είναι κατανεμημένα σε όλους τους δήμους της Αθήνας. Όλα αυτά ενισχύονται με τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, συμπεριλαμβανομένων του Μετρό, Τραμ, Ηλεκτρικού, Προαστιακού. Η Αθήνα είναι μία πόλη γεμάτη ευχάριστες εκπλήξεις για όσους αναζητούν καλές αγορές και ευκαιρίες. Η αγορά στο Μοναστηράκι και στην περιοχή του Κολωνακίου προσφέρει στον τουρίστα μια μεγάλη γκάμα επιλογών. Η Αθήνα δεν είναι απλώς ένας ανεξάντλητος αρχαιολογικός χώρος με σημαντικά ιστορικά μνημεία και τουριστικά αξιοθέατα. Είναι μια σύγχρονη πόλη με έντονη πολιτιστική δραστηριότητα και διασκέδαση. Πολλές επιλογές διασκέδασης και εκτόνωσης του ταξιδιώτη ενισχύουν την τουριστική αξία της πόλης.

Ο τουρισμός της Αθήνας μπορεί να διαχωριστεί με γνώμονα τους Ολυμπιακούς Αγώνες που διεξήχθησαν το 2004. Έχουμε λοιπόν την τουριστική ανάπτυξη προ και μετά των Ολυμπιακών Αγώνων. Μια παράμετρος που είναι εξίσου σημαντική είναι η κρίση που πλήττει την χώρα μας από το 2009 και μετά και έχει επηρεάσει σε σημαντικό βαθμό τον τουρισμό στην Αθήνα αλλά και στο σύνολό του τον ελληνικό τουρισμό.

Η τουριστική κίνηση της Αθήνας και της Αττικής, εκφραζόμενη σε διανυκτερεύσεις, παρουσίασε τα χρόνια αμέσως πριν την τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων μια κάμψη, εντούτοις μετά το 2004 υπήρξε μια αισθητή άνοδος. Από το 1998 και μέχρι το 2003 (με εξαίρεση το έτος 2000) σημειώθηκε μια μεγάλη κάμψη στο ενδιαφέρον των ξένων τουριστών να επισκεφτούν την Αθήνα. Αυτή η κάμψη διήρκεσε καθόλη την προολυμπιακή περίοδο και έφτασε σε υποχώρηση των διανυκτερεύσεων έως 29%. Τα ταξίδια ημεδαπών στην Πρωτεύουσα δεν ακολούθησαν αυτήν τη μεγάλη πτώση, αφού οι Έλληνες στήριξαν τον ξενοδοχειακό κλάδο σε μεγαλύτερο

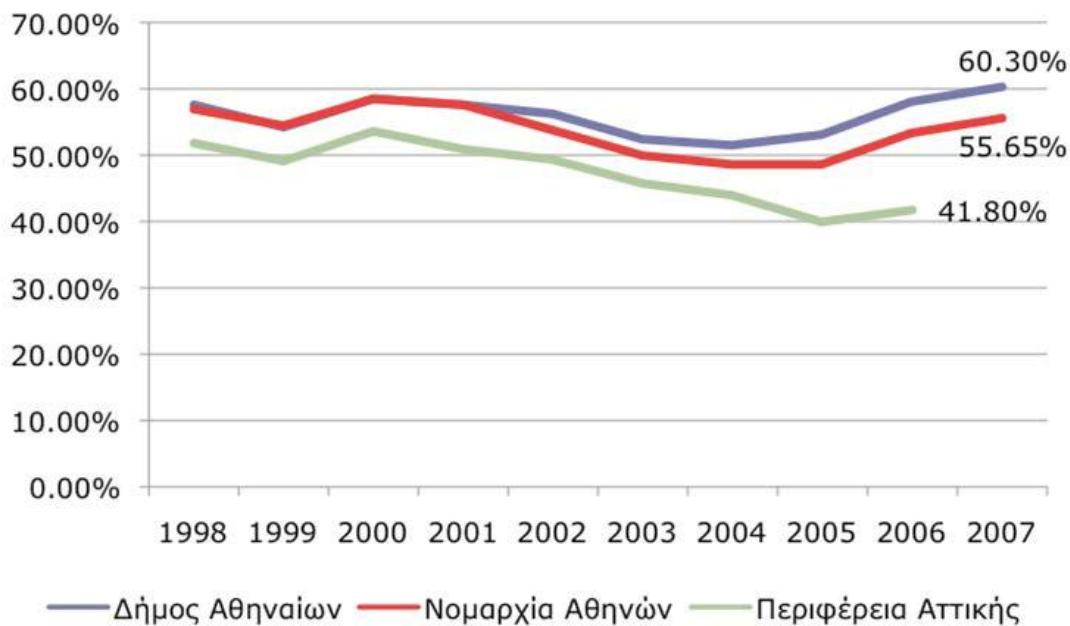
βαθμό. Οι συγκριτικά καλύτερες επιδόσεις της ελληνικής αγοράς επισκιάστηκαν πάντως από τη ραγδαία αύξηση στη ζήτηση από ο εξωτερικό που κατεγράφη από το 2005 κα μετά (Εφημερίδα, Ελεύθερος Τύπος, 2012).



Εικόνα 2.4 Διανυκτερεύσεις στην Αθήνα πριν και μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες 2004

Πηγή: ΕΣΥΕ

Ο ξενοδοχειακός κλάδος της Αθήνας και της Αττικής βρέθηκε μετά το 2000 αντιμέτωπος με συνεχή μείωση της πληρότητας. Η πτωτική πορεία ανεκόπη το 2005 και στα τρία γεωγραφικά επίπεδα, χάρη στην επίδραση από την επιτυχή διοργάνωση των ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Μάλιστα, τα ξενοδοχεία που λειτουργούν στο Δήμο Αθηνών ξεπέρασαν τις υψηλές επιδόσεις παλαιότερων ετών και εξασφάλισαν το 2007 πληρότητα ύψους 60,3% (www.sete.gr).



Εικόνα 2.5 Πληρότητα Ξενοδοχείων στην Αθήνα – Αττική

Πηγή: ΕΣΥΕ

Μέχρι τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, οι επενδύσεις για εκσυγχρονισμό του υπάρχοντος και για δημιουργία νέου ξενοδοχειακού δυναμικού στην Αττική ήταν ουσιαστικά ανύπαρκτες. Η Αττική λειτουργούσε ως κέντρο στο οποίο οι ξένοι τουρίστες διέρχονταν μέχρι να φθάσουν στον τελικό τους προορισμό, στα νησιά ή σε άλλες τουριστικές περιοχές. Η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, που πραγματοποιήθηκε με ιδιαίτερη επιτυχία, είχε σαν αποτέλεσμα την μεγάλη προβολή της χώρας στο εξωτερικό και τη σημαντική αναβάθμιση των υποδομών της, σε επίπεδο γενικό, τουριστικό και αθλητικό. Η συνεισφορά των αγώνων στην ενίσχυση της προβολής και της αναγνωρισιμότητας της πόλης αποδεικνύεται μέσα από έρευνες που πραγματοποιήθηκαν και δείχνουν τη θεαματική αύξηση της γνώσης και τη θετική επιρροή των αγώνων γενικότερα στην εικόνα της πόλης, παρόλο που όλα τα συνθετικά στοιχεία του brand του ελληνικού τουρισμού δεν είχαν την ίδια θετική επιρροή από την μεγάλη προβολή και το ίδιο υψηλό επίπεδο, όπως η αναγνωρισιμότητα. Ειδικότερα για την Αθήνα, οι προοπτικές μιας δυναμικής τουριστικής ανάπτυξης παραμένουν εξαιρετικά ευνοϊκές. Στην Αθήνα της μετα-ολυμπιακής εποχής, και γενικότερα στην Αττική, παρατηρείται ανάκαμψη του

τουρισμού με την πληρότητα των ξενοδοχείων να είναι σημαντικά αυξημένη το 2006 και το 2007, σε σχέση με το 2005 και το 2004. Η Αθήνα υποδέχεται πλέον περισσότερους από 14 εκατ. τουρίστες ετησίως και κατέχει την 15η θέση στη λίστα των πιο δημοφιλών τουριστικών προορισμών παγκοσμίως (ΣΕΤΕ, 2004), την 14η θέση για την πραγματοποίηση επαγγελματικών ταξιδιών και την 6η θέση στην Ευρώπη σε σύγκριση με 50 ανταγωνιστικούς προς αυτήν προορισμούς (Leo Burnett, Global cities, ΣΕΤΕ, 2005). Παρόλα αυτά, σήμερα ο όγκος των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία της Αθήνας εξακολουθεί να είναι πολύ χαμηλότερος, σε σύγκριση με τις διανυκτερεύσεις στις μεγάλες ευρωπαϊκές τουριστικές πόλεις. Η περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη της Αθήνας είναι πλέον εφικτή, με σημαντικές θετικές επιπτώσεις για την οικονομική και κοινωνική της ανάπτυξη, ενισχύοντας ταυτόχρονα και τη σταδιακή ανάπτυξη και επέκταση του ελληνικού τουρισμού στο σύνολό του.

Στο πλαίσιο της ανάλυσης της τουριστικής ζήτησης της Αθήνας, με στόχο την αύξηση της δυνητικής τουριστικής της πελατείας, τα αποτελέσματα της έρευνας της Leo Burnett (2005), για την ανάλυση των χαρακτηριστικών των τουριστών με προορισμό την Αθήνα, έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον:

- το 17% περίπου των επισκεπτών της προέρχεται από τη Γερμανία, το 11% από τη Μ. Βρετανία, από τις Η.Π.Α. το 9,5%, από τη Γαλλία το 8,3%, κ.λπ.. Πρέπει να σημειωθεί, ότι μόνο το 1% των Βρετανών και Γερμανών που επισκέπτονται την Ελλάδα, επισκέπτονται την Αθήνα.
- οι Ευρωπαίοι αποτελούν συνολικά το 74% των επισκεπτών της πόλης. Έχουν ανώτερη μόρφωση, είναι ανώτερης κοινωνικής τάξης και ανήκουν σε οικονομικά ενεργό πληθυσμό σε ποσοστό 80%.
- Κατά μέσο όρο οι επισκέπτες της Αθήνας πραγματοποίησαν 4 διανυκτερεύσεις στην Αττική, με 1 στους 10 να έχει επισκεφθεί και κάποια περιοχή εκτός του λεκανοπεδίου, κυρίως κάποιο από τα νησιά της περιφέρειας
- στην πλειοψηφία τους ταξίδεψαν μεμονωμένα ή ανεξάρτητα από κάποιο γκρουπ, κυρίως με το σύντροφό τους, με την οικογένειά τους ή κάποιο φίλο
- κύριες πηγές πληροφόρησής τους για την Αθήνα ήταν το internet και το word-of-mouth.

Ο βαθμός ικανοποίησης των επισκεπτών της Αθήνας ανέρχεται στο 90,6%, ενώ το 51% όσων έχουν επισκεφθεί την πόλη στο παρελθόν δηλώνει αρκετά ικανοποιημένο, σε σχέση με την προηγούμενη του εμπειρία. Κυριότεροι λόγοι ικανοποίησής των επισκεπτών ήταν η φιλικότητα των κατοίκων με ποσοστό 84% και το αίσθημα ασφάλειας με ποσοστό 82%. 8 στους 10 μένουν συνολικά πολύ ικανοποιημένοι, αξιολογώντας αρνητικά το ωράριο λειτουργίας των μουσείων και τις τιμές των εισιτηρίων εισόδου. Πάντως, η εικόνα της Αθήνας παρουσιάζεται αναβαθμισμένη στη μετα-Ολυμπιακή εποχή. Η εικόνα της μη προσβάσιμης πόλης με τη μόλυνση της ατμόσφαιρας, τις απαρχαιωμένες υποδομές τη χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών, φαίνεται να έδωσε, εν μέρει, τη θέση της στην εικόνα μιας σύγχρονης ευρωπαϊκής μητρόπολης με μοντέρνες υποδομές και δίκτυο συγκοινωνίας και με το μεγαλύτερο αρχαιολογικό πάρκο της Ευρώπης, μετά την ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων. Η Αθήνα έχει «πείσει» την τουριστική αγορά ότι μπορεί να αναλαμβάνει μεγάλες διοργανώσεις και μπορεί να ανταποκρίνεται στις προκλήσεις (Πανταζής, 2006).

Ωστόσο η σημερινή περίοδος της οικονομικής ύφεσης και της ανασφάλειας έχει επηρεάσει και τον αστικό τουρισμό της Αθήνας. Ειδικότερα, σύμφωνα με το δελτίο τύπου της ένωσης ξενοδόχων αποτυπώνεται πτώση σε πληρότητες κατά 17,9% για το μήνα Ιούλιο (για τα ξενοδοχεία 2*, 3*, 4*και 5*) έναντι των αντίστοιχων στοιχείων Ιουλίου του 2011, καθώς και πτώση 16,9% για το μήνα Αύγουστο. Συγκρίνοντας το φετινό 8μηνο με αυτό του 2008, η πτώση ανέρχεται στο 30,1% σε πληρότητες, 14,1% στη μέση τιμή δωματίου και 39,9% στα έσοδα ανά διαθέσιμο δωμάτιο. Τόσο τα στοιχεία πληρότητας όσο και τα στοιχεία τιμών και εσόδων παραμένουν καθηλωμένα σε αρνητικά ποσοστά εδώ και τέσσερα χρόνια, γεγονός πρωτοφανές στα χρονικά της Αθήνας. Μπορεί μια ελαφριά πτώση πληρότητας να παρατηρείται και σε άλλες πόλεις - ανταγωνιστές της Ελληνικής πρωτεύουσας, αλλά τα ποσοστά της Αθήνας σε κάθε επίπεδο έχουν πλέον «κερδίσει» κάθε αρνητικό ρεκόρ (www.lifo.gr).

Συμπερασματικά ο Δήμος της Αθήνας, αλλά και η μητροπολιτική Αθήνα και η Αττική αποτελούν ένα ανερχόμενο τουριστικό προορισμό, σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία, αλλά και τα αποτελέσματα πρόσφατων πρωτογενών ερευνών. Οι τουρίστες μένουν ικανοποιημένοι από την επίσκεψη τους στην Αθήνα και αξιολογούν θετικά την ποιότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, τις υπηρεσίες πληροφόρησης επισκεπτών, το εύρος των αξιοθέατων, καθώς και τα αισθήματα φιλοξενίας και ασφάλειας. Η επικοινωνιακή ταυτότητα της πρωτεύουσας

προσδιορίζεται με πυρήνα το Ιστορικό Κέντρο αλλά ενσωματώνει τη θάλασσα και την ύπαιθρο της Αθήνας ως ισχυρά συνθετικά του τουριστικού προϊόντος.

Μια συνοπτική εικόνα για τα χαρακτηριστικά του τουριστικού τομέα της πρωτεύουσας προκύπτει από τα ακόλουθα στοιχεία:

- Το 2012 ο Δήμος Αθηναίων διέθετε 230 ξενοδοχεία με 28.401 κλίνες, δηλαδή πάνω από το ήμισυ του ξενοδοχειακού δυναμικού ολόκληρης της Περιφέρειας Αττικής (458 μονάδες με 51368 κλίνες).
- Το 2012 πραγματοποιήθηκαν στην Αθήνα 82 συνέδρια διεθνών οργανισμών και συνδέσμων, δηλαδή περισσότερα από τα μισά συνέδρια όλης της χώρας.
- 2,5 εκατομμύρια τουρίστες αφίχθησαν το 2011 στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Νομαρχίας Αθηνών, πραγματοποιώντας 5,3 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις. Η μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών κυμάνθηκε περίπου στις 2,13 ημέρες.
- Τα 5,3 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις αποτελούν περίπου το 77% των συνολικών διανυκτερεύσεων που πραγματοποιήθηκαν το 2011 στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Περιφέρειας Αττικής.
- Το Νέο Μουσείο της Ακρόπολης από την έναρξη της λειτουργίας του τον Σεπτέμβριο του 2009, σημείωσε υψηλή επισκεψιμότητα και υπογράμμισε τη σημασία της αναβάθμισης των πολιτιστικών πόρων.
- Στον τομέα της κρουαζιέρας, το λιμάνι του Πειραιά παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια σημαντική δυναμική με προοπτικές αναβάθμισης του ρόλου στην περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου. Ο αριθμός των κατάπλων κρουαζιερόπλοιων ανήλθε το 2011 στους 936 σημειώνοντας αισθητή άνοδο το (13,73%) με 2,066 εκατ. επιβάτες (άνοδος 34,89%) που όμως δεν επαναλήφθηκε το 2012, σημειώνοντας κάμψη (<http://www.developathens.gr/>).

Κεφάλαιο 3^ο : Αστικός Τουρισμός – Προβλήματα, Εξέλιξη και Προοπτικές

Στην περίπτωση της Αθήνας, η παγκόσμια σημασία πολιτιστική της κληρονομιά βρίσκεται για δεκαετίες στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος των επισκεπτών της χώρας μας. Ωστόσο τα προβλήματα της πολεοδομικής εξέλιξης και τα ελλείμματα στον σχεδιασμό της πρωτεύουσας επέφεραν σημαντική καθυστέρηση στην συνετή χρήση της κληρονομιάς. Όπως προαναφέρθηκε η Αθήνα έχει ένα σύνολο από σημαντικές υποδομές και μια πληθώρα από εξίσου σημαντικές δραστηριότητες και επιλογές που μπορούν να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του επισκέπτη, είτε αυτός προέρχεται από το εξωτερικό είτε από άλλη περιοχή της Ελλάδος. Βασικές αιτίες που οδήγησαν στον περιορισμό της τουριστικής ακτινοβολίας της ελληνικής πρωτεύουσας είναι οι ανασχετικές πολιτικές κινήτρων με σκοπό την ενίσχυση της περιφερειακής ανάπτυξης της χώρας που έδρασαν ανασταλτικά στο ρόλο της πόλης ως σημείου άφιξης τουριστών, και ο οξύς διεθνής ανταγωνισμός από γειτονικές μεσογειακές χώρες, σε συνδυασμό με τη μείωση των εισοδημάτων κοινωνικών κατηγοριών του ευρωπαϊκού χώρου.

Το φαινόμενο του αστικού τουρισμού δεν μπορεί να εξεταστεί χωρίς να συσχετίζεται με τις αλλαγές, που τα τελευταία χρόνια συμβαίνουν παγκόσμια στις οικονομικές και κοινωνικές δομές. Ειδικότερα τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα από το 2009 και έπειτα που έκανε την εμφάνισή της η οικονομική κρίση, είχε ως αποτέλεσμα ο αστικός τουρισμός στην πόλη της Αθήνας να επηρεαστεί αρνητικά και αυτή την χρονική περίοδο να βρίσκεται σε συνεχή πτώση.

Τα προβλήματα λοιπόν που αντιμετωπίζει σήμερα ο τουρισμός στην πρωτεύουσα της Ελλάδας είναι πολλά και οφείλονται σε διάφορους λόγους. Ειδικότερα η τουριστική αγορά της Αθήνας κινείται στα επίπεδα του 1980, εδώ και 30 χρόνια δηλαδή και ενώ σε όλη τη χώρα οι συνολικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών έχουν τριπλασιαστεί, στην Αθήνα δίνεται μάχη για να προσεγγιστούν κάθε χρόνο οι περίπου 2.000.000 αφίξεις αλλοδαπών. Σύμφωνα με μελέτη του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων οι σημαντικότεροι λόγοι που οφείλεται η υποβάθμιση του Αθηναϊκού τουρισμού είναι οι ακόλουθοι. Αρχικά η υπερσυγκέντρωση οικονομικών δραστηριοτήτων στο λεκανοπέδιο της Αττικής στις δεκαετίες του 70 και 80 οδήγησε στη σημαντική υποβάθμιση του αστικού περιβάλλοντος. Η άναρχη δόμηση προξένησε

κυκλοφοριακό χάος και υποβάθμισε τη συνολική αισθητική της πόλης. Η Αθήνα κατετάγη στις περιβαλλοντικά επιβαρυνμένες πρωτεύουσες του Δυτικού κόσμου. Επίσης οι καταναλωτικές συνήθειες των Δυτικοευρωπαίων τουριστών άλλαξαν σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Η ζήτηση για ταξίδια μορφωτικού και αρχαιολογικού ενδιαφέροντος περιορίστηκε αισθητά ενώ αυξήθηκε ο αριθμός των τουριστών που ενδιαφέρονταν αποκλειστικά και μόνο για ταξίδια αναψυχής. Σύμφωνα με τα συγκριτικά στοιχεία που παρουσιάζει ο ΣΕΤΕ ένα ακόμη πρόβλημα στον τουρισμό της Αθήνας δημιουργείται από το κόστος του αεροδρομίου της καθώς ο επιβάτης επιβαρύνεται στην Αθήνα με 42 ευρώ όταν σε άλλες ανταγωνιστικές πόλεις έχουμε στην Βαρκελώνη 17 ευρώ, στην Λισαβόνα 16 και στην Ρώμη 18 (Εφημερίδα, Η Νίκη, Οκτώβριος – 2011).

Πιο συγκεκριμένα τα προβλήματα που εμφανίζονται στην πόλη της Αθήνας και επηρεάζουν τον τουρισμό είναι: Το κυκλοφοριακό σύστημα και η έλλειψη χώρων στάθμευσης, η καθαριότητα, η ηχορύπανση, οι περιορισμένοι χώροι πρασίνου, η ανεργία, η εγκληματικότητα. Τέλος, προβλήματα χωρικής κατανομής και διασύνδεσης της ξενοδοχειακής ανωδομής με τους μεταφορικούς άξονες, το χαμηλό επίπεδο της παρεχόμενης ποιότητας υπηρεσιών και οι ελλείψεις σε υποστηρικτικές τουριστικές υποδομές, που ευνοούν την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την ανάπτυξη αστικών μορφών τουρισμού (συνεδριακού, πολιτιστικού, μεγάλων γεγονότων), συντείνουν επίσης στα φαινόμενα ανεπαρκούς αξιοποίησης της υπάρχουσας υποδομής (<http://www.developathens.gr/>).

Η τουριστική ανάπτυξη και κατά συνέπεια η αστική τουριστική ανάπτυξη συνδέεται άμεσα με την τοπική ανάπτυξη και ειδικότερα με την τοπική οικονομική ανάπτυξη. Η τοπική οικονομική ανάπτυξη αφορά μια κλίμακα παραγόντων που υποστηρίζουν και ενισχύουν την μεγέθυνση και την ανάπτυξη των τοπικών οικονομιών. Ένας από τους παράγοντες αυτούς είναι και ο τουρισμός ή ο αστικός τουρισμός σε περιβάλλον πόλης. Αυτό που είναι πολύ σημαντικό είναι ο στόχος της πόλης/τόπου για τη διαμόρφωση επιπέδου υψηλής ανταγωνιστικότητας και κατά συνέπεια ελκυστικότητας. Ο αστικός τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες που μπορούν να συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη και όχι μόνο μιας πόλης/τόπου. Οι προοπτικές του είναι τεράστιες, ειδικότερα σε πόλεις όπως η Αθήνα που αποτελούν πόλεις με ιστορική σημασία, φυσικό πλούτο και δυνατότητες (Λαγός, 2008).

Ο αστικός τουρισμός μπορεί να βοηθήσει στην τοπική οικονομική και όχι μόνο ανάπτυξη ενός τόπου/πόλης μόνο μέσα από τον σχεδιασμό ενός στρατηγικού πλάνου προώθησης και υποστήριξης της πόλης/τόπου. Το δεύτερο στοιχείο που αποτελεί προϋπόθεση είναι η βιωσιμότητα της αστικής τουριστικής ανάπτυξης. Σημαντική για την εξέλιξη του αστικού τουρισμού είναι η σχέση του με την εμπορευματοποίηση που υφίσταται από την στιγμή που όλες οι δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στην έννοια και την εφαρμογή του αστικού τουρισμού στο σύνολό του, είναι προς προώθηση, πώληση και κατανάλωση. Ισχύει δηλαδή ο γνωστός νόμος της αγοράς, προσφοράς και ζήτησης. Με βάση τα παραπάνω δεδομένα ο αστικός τουρισμός έχει εμπορευματικό χαρακτήρα και μέσα από την διαδικασία εμπορευματοποίησης αναπτύσσονται συναλλαγές πώλησης και κατανάλωσης των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της πόλης. Αυτός ο εμπορευματικός χαρακτήρας του αστικού τουρισμού συντελεί θετικά ή αρνητικά στη διαμόρφωση της τελικής εικόνας της πόλης /τόπου (Λαγός, 2008).

Στα πλαίσια αυτά, τα τελευταία χρόνια η Αθήνα μέσα από τις δράσεις οργανισμών της προσπαθεί να ανακτήσει την «αίγλη» προηγούμενων χρόνων, που λόγω της οικονομικής ύφεσης που παρατηρείται σε παγκόσμιο επίπεδο και έχει τεράστιες επιπτώσεις στον ελληνικό χώρο, έχει μειωθεί. Αρωγός στην εξέλιξη του αστικού τουρισμού της πόλης των Αθηνών αποτελεί η Εταιρία Ανάπτυξης και Τουριστικής Προβολής Αθηνών (ΕΑΤΑ).

Η Εταιρεία Ανάπτυξης και Τουριστικής Προβολής Αθηνών (ΕΑΤΑ) είναι ένας δυναμικός οργανισμός που έχει προορισμό τη βελτίωση των δομών της πόλης, μέσω του σχεδιασμού, προγραμματισμού και της υλοποίησης αναπτυξιακών έργων. Υποστηρίζει την επιχειρησιακή λειτουργία του Δήμου Αθηναίων και υπηρετεί το όραμα της διαρκούς εξέλιξης της Αθήνας σε μία σύγχρονη, ευρωπαϊκή μητρόπολη. Η μεταβολή των οικονομικών συνθηκών αποτελεί την αφετηρία για την αλλαγή και για την αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Αθήνας. Σε αυτή την δυναμική προσπάθεια, η ΕΑΤΑ διαδραματίζει κεντρικό ρόλο, υλοποιώντας ένα ολοκληρωμένο 10ετές σχέδιο δράσης με σκοπό την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της πόλης και την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, με την αξιοποίηση όλων των ευρωπαϊκών χρηματοδοτικών εργαλείων και εργαλείων πολιτικής. Πρόκειται για ένα κρίσιμο στοίχημα, στο οποίο η ΕΑΤΑ ανταποκρίνεται επιτυχημένα, με προσήλωση και με γοργούς ρυθμούς (<http://www.developathens.gr/>).

Με τη νέα διευρυμένη αποστολή της, η ΕΑΤΑ σχεδίασε ένα ολοκληρωμένο 10ετές Αναπτυξιακό Πρόγραμμα για την Αθήνα, το οποίο αναπτύσσεται σε πέντε (5) άξονες:

- Βελτίωση της Ανταγωνιστικότητας και Επιχειρηματικότητας: Ενίσχυση της τοπικής επιχειρηματικότητας και της ανταγωνιστικότητας της τοπικής οικονομίας μέσω της αξιοποίησης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της πόλης, με στρατηγική προτεραιότητα την ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος. Επίσης, προβλέπεται η αξιοποίηση σημαντικών υποδομών του κέντρου της Αθήνας (ανακαίνιση και επισκευή κτιρίων) με στόχο τη μετατροπή τους σε «φυτώρια» επιχειρηματικότητας με επίκεντρο τις νέες τεχνολογίες. Παράλληλα, έχουν σχεδιαστεί δράσεις για την τουριστική ανάπτυξη και την διαφημιστική προώθηση της Αθήνας, με άξονες τον συνεδριακό τουρισμό και τα ταξίδια του Σαββατοκύριακου.
- Βελτίωση Ποιότητας Ζωής: Αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων με αιχμή την πράσινη ανάπτυξη. Τα έργα αυτά θα έχουν ως αποτέλεσμα την ποιοτική αναβάθμιση της καθημερινότητας των κατοίκων της Αθήνας, με τη βελτίωση των μετακινήσεων και των παρεχόμενων κοινωνικών υπηρεσιών, την εφαρμογή «πράσινων λύσεων» σε υποδομές και σε κεντρικά σημεία της πόλης, πράσινες στέγες στα σχολεία, κ.α.
- Αναζωογόνηση του αστικού ιστού: Αναζωογόνηση του αστικού ιστού με στοχευμένες παρεμβάσεις σε κτήρια, πλατείες, υπαίθριους χώρους και γενικότερα στις υποδομές της πόλης. Πρόκειται για ολοκληρωμένες παρεμβάσεις στον αστικό ιστό της πόλης, μέσω αναπλάσεων, βελτιώσεων και ανακτήσεων δημόσιων χώρων. Έχουν σχεδιαστεί έργα για την αισθητική αναβάθμιση κοινόχρηστων χώρων, την προστασία και ανάδειξη του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος της πόλης, την αναβάθμιση υπηρεσιών καθαριότητας, την αποκατάσταση υποβαθμισμένων περιοχών και γενικότερα δράσεις που αποσκοπούν στη βιώσιμη ανάπτυξη της πόλης.
- Διαχείριση της κοινωνικής κρίσης: Η αποτελεσματική διαχείριση της κοινωνικής κρίσης με βασικούς πυλώνες την καταπολέμηση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού και τη διασφάλιση της κοινωνικής συνοχής. Περιλαμβάνει δράσεις με στόχο την καταπολέμηση της ανεργίας, την κοινωνική ένταξη και τη στήριξη ευάλωτων κοινωνικά ομάδων. Σε αυτό το πλαίσιο, εκπονούνται πλήθος προγραμμάτων, που αφορούν σε

ολοκληρωμένες παρεμβάσεις για την ένταξη των ευπαθών ομάδων στην αγορά εργασίας, καθώς και ειδικά προγράμματα κοινωφελούς εργασίας και καταπολέμησης της φτώχειας, ενώ αναπτύσσεται σχέδιο για ολοκληρωμένο δίκτυο παροχής πρωτοβάθμιας φροντίδας για την Υγεία. Επίσης, περιλαμβάνει επενδύσεις για την αξιοποίηση της κοινωνικής οικονομίας και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, καθώς και της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

- Διασφάλιση της υλοποίησης και της βιωσιμότητας του προγράμματος (Τεχνική Βοήθεια): Η υποστήριξη των Υπηρεσιών του Δήμου με στόχο την απρόσκοπτη υλοποίηση του προγράμματος και τη διασφάλιση της βιωσιμότητάς του.

Οι παραπάνω άξονες προτεραιότητας περιλαμβάνουν συνολικά 40 έργα, εκ των οποίων ορισμένα βρίσκονται ήδη σε εξέλιξη και άλλα δρομολογούνται άμεσα ενώ αθροιστικά ο προϋπολογισμός ανέρχεται στα 73 εκ ευρώ. Μεταξύ των δράσεων με άμεση συμβολή στην αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της Αθήνας, η προσοχή στρέφεται πρωτίστως προς τη βελτίωση του αστικού τοπίου, την ανάπλαση κοινόχρηστων χώρων και την ανάδειξη κοινωνικών και πολιτιστικών υποδομών (<http://www.developathens.gr/>).

Συμπεράσματα

Συμπερασματικά, η Αθήνα είναι μία πόλη που τηρεί τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού. Ωστόσο, υπάρχουν αδυναμίες και προβλήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν. Στην Ελλάδα της οικονομικής ύφεσης τα προβλήματα είναι σίγουρα μεγάλα και από μόνη της η οικονομική κρίση αποτελεί τροχοπέδη. Ειδικότερα, η βία η εγκληματικότητα, η ηχορύπανση, οι συνθήκες απεργίας και ανεργίας, οι διαδηλώσεις που συχνά λαμβάνουν χώρα στο κέντρο της πόλης με αποτέλεσμα πέρα από κυκλοφοριακό χάος να δημιουργούν και αίσθημα ανασφάλειας στον επισκέπτη καθώς και η ακρίβεια τόσο των αεροπορικών όσο και των ακτοπολικών γραμμών εξαιτίας του καθεστώτος κάτω από το οποίο βρίσκεται η χώρα μας καθιστούν δύσκολη την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού της ιστορικής πρωτεύουσας.

Ωστόσο ένα σύνολο από δράσεις που τα τελευταία χρόνια εφαρμόζονται και θα πρέπει να συνεχιστούν μπορούν να μετριάσουν τα παραπάνω προβλήματα και να αυξήσουν τις δυνατότητες που ούτως ή άλλως η πόλη προσφέρει. Ένα σύνολο από σημαντικά αρχαιολογικά μνημεία και πολιτισμικά στοιχεία, έντονη ζωή, εξαιρετικό κλίμα, πολλές επιλογές διασκέδασης, συνεδριακά κέντρα, πληθώρα ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, ευκαιρίες για εκδρομές στα νησιά του Αιγαίου, ιστορικές και συνάμα σύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις λόγω των ολυμπιακών αγώνων του 2004, μπορούν με την προαπαιτούμενη στήριξη και την κατάλληλη προσοχή να αποβούν καθοριστικές για την βελτίωση της παγκόσμιας εικόνας της ελληνικής πρωτεύουσας. Η εποχικότητα επίσης δεν αποτελεί ιδιαίτερα οξύ πρόβλημα για την Αθήνα όπως στην περίπτωση των νησιωτικών προορισμών.

Ταυτόχρονα όμως, αν ο τουρισμός είναι ένας τομέας δύσκολο να ελεγχθεί στο σύνολο του λόγω των ποικίλων χαρακτηριστικών, η πολυπλοκότητα του αστικού τουρισμού δύναται να λάβει επικές διαστάσεις. Αναμφίβολα, η κεντρική εξουσία διατηρεί ένα εγγενές ενδιαφέρον αναφορικά με τα τεκταινόμενα στην πρωτεύουσα, τίθεται όμως υπό αμφισβήτηση κατά πόσο μπορεί να συντονίσει δημιουργικά ένα τέτοιο περιβάλλον. Η σύσταση οργανισμών συνεργασίας ιδιωτικού και δημόσιου φορέα, η ενδυνάμωση της τοπικής αυτοδιοίκησης και η ενσωμάτωση άλλων φορέων στα της τουριστικής ανάπτυξης είναι εν τάχει μερικά από τα σχήματα που

προκύπτουν από διεθνείς πρακτικές. Οι σωστές πολιτικές και η συντονισμένη συνεργασία πολιτών, επιχειρήσεων και Πολιτείας είναι ακόμη τρόπος για την ανάδειξη και καθιέρωση του νέου, σύγχρονου, ανταγωνιστικού προφίλ της Αθήνας που θα αποφέρει σημαντικά οφέλη σε όλες τις πλευρές. Η έμφαση όμως στην τήρηση συγκεκριμένων κανόνων και νομοθεσιών πρέπει πλέον περάσει στην συνείδηση των πολιτών ως μια υποχρέωση ακόμα και προς τον ίδιο τους τον εαυτό. Πρέπει να γίνει αντιληπτό πως η αειφόρα ανάπτυξη του αστικού τουρισμού δεν αποτελεί μόνο ένα πεδίο για οικονομικά οφέλη αλλά και μια από τις λίγες δραστηριότητες που σχετίζονται άρρηκτα με την βελτίωση της ζωής στην πόλη.

Μια επιπρόσθετη διάσταση καίριας σημασίας είναι και η χρονική-χωρική διασπορά της τουριστικής κίνησης, παράλληλα με την ενδυνάμωση της. Ο αστικός τουρισμός υπερτερεί άλλων μορφών αναφορικά με την εξέλιξη του καθ' όλη την διάρκεια ενός έτους ή τουλάχιστον με την παρουσία ήπιων εποχιακών διακυμάνσεων. Για να συμβεί όμως αυτό απαιτείται διαρκής έρευνα που θ' αποτελέσει το εφαλτήριο για την ανάπτυξη έλξεων και καινοτομιών που θα διεγείρουν το ενδιαφέρον των ξένων και θα σηματοδοτήσουν την αύξηση του μέσου χρόνου παραμονής και της επισκεψιμότητας σε διαφορετικές χρονικές περιόδους.

Ακόμα, η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων θα συμβάλλει τα μέγιστα στην ανάδειξη των διασωζόμενων μνημείων της Κλασικής Αθήνας, πλην όμως ο εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος επιβάλλει περαιτέρω τομές. Δεδομένης και της υπερφόρτωσης του ιστορικού κέντρου, ανατέλλουν ευκαιρίες για την ευρύτερη περιοχή του λεκανοπεδίου. Επομένως, η προσπάθεια για την χρονική διασπορά της τουριστικής κίνησης θέτει ταυτόχρονα τις βάσεις και για την χωρική επέκταση της. Ο Πειραιάς, η ακτή και τα νησιά του Αργοσαρωνικού, τα βόρεια προάστια της Αθήνας, ακόμα και η Ανατολική Αττική λόγω του αεροδρομίου μπορούν να συνθέσουν θύλακες βιώσιμης ανάπτυξης.

Καλώς ή κακώς, τα σημάδια των καιρών συνιστούν πως μέχρι τώρα λιγιστές ουσιαστικές προτάσεις έχουν υλοποιηθεί. Οι συζητήσεις περί αστικής διακυβέρνησης, που εδώ και τουλάχιστον μια δεκαετία βρίσκονται στο επίκεντρο πολλών Ευρωπαϊκών πόλεων, έχουν πλέον εντατικοποιηθεί και στην περίπτωση της Αθήνας. Σε κάθε περίπτωση, η βιώσιμη ανάπτυξη οποιουδήποτε επαγγελματικού πεδίου προϋποθέτει την σύγκλιση όλων των ενδιαφερόμενων και την διερεύνηση των οικονομικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιπτώσεων της εκάστοτε ανάπτυξης. Και αν και η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αναμφίβολα

δεν δύναται να αποτελέσει πανάκεια για οποιαδήποτε πόλη, μπορεί όμως μέσω των διασυνδέσεων της με μια πληθώρα άλλων δραστηριοτήτων να αποτελέσει εφαλτήριο για τομές και βελτιώσεις. Είναι λοιπόν στο συμφέρον όλων των άμεσα εμπλεκόμενων φορέων να συνεργαστούν στενά τόσο για το καλό του τουρισμού όσο και για το ευρύτερο καλό με όποια ερμηνεία μπορεί να του δοθεί βάσει των αρχών της βιώσιμης ανάπτυξης.

Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

Βελισσαρίου Ε. (2000), *Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων*, τομος Δ' , Μάνατζμεντ ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού , Ελληνικό Ανοιχτό Πανεπιστήμιο.

Δέφνερ Α., (2002), *Η σημασία της σύνδεσης πολιτιστικού και χρονικού σχεδιασμού για τη βιώσιμη ανάπτυξη των πόλεων*, Περιοδικό Τόπος, σελ 197-213.

Ένωση Ξενοδόχων Αττικής, (2005), *Ο τουρισμός στην Αττική το 2015: Δυνατότητες και Προϋποθέσεις Ανάπτυξης*.

Εφημερίδα, Ελεύθερος Τύπος, Ιούνιος – 2012

Εφημερίδα, Κέρδος, Μάρτιος -2011

Εφημερίδα, Η Νίκη, Οκτώβριος – 2011

Ζαχαράτος, Γ.Α. (1986), *Τουριστική Κατανάλωση* , Αθήνα: ΚΕΠΕ

Λαγός Δ., (2008), *Τουριστική Οικονομική*, Αθήνα, Κριτική

Πανταζής Π. (2006), *Αστικός Τουρισμός στην Αθήνα, άλλη μια υπόθεση συλλογικής ευθύνης* : <http://www.nea-poli.gr/files/pdf>.

Τσάρτας Π., (1996), *Τουρίστες, Ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*, Αθήνα , Εξάντας

Ξενογλώσση Βιβλιογραφία

Dwyer, L., & Forsyth, P. (1998), *Economic significance of cruise tourism*, Annals of Tourism Research, 25 (2), 393-415

Hudman, L. & Jackson, R. (2002), *Geography of Travel & Tourism*, Thomson Delmar Learning, London, U.K.

Hughes, G. (1982), *The employment and economic benefits of tourism reappraised*, Tourism Management, 3, 167-176

Hung, K. and Petrick, J. F. (2011). *Why do you cruise? Exploring the motivations for taking cruise holidays, and the construction of a cruising motivation scale*, Tourism Management , 32 (2) , 386 – 393

Tsartas P., Thanopoulou M., (1994), *Women's Agrotourist Co-operatives in Greece: A Survey Evaluation Their Function*, Mediterranean Women's Studies Institute, Athens

Scantlebury, M. (2007), *Cruise Ship Tourism*, Annals of Tourism Research , 34(3): 817- 818.

WTO, (2004), *Indicators of Sustainable Development for Tourism: a guidebook*, Madrid

Ηλεκτρονικές Πηγές

<http://www.ellinikifoni.gr>

<http://www.athinainfo.gr>

<http://www.developathens.gr/el/>

<http://www.athensvoice.gr>

<http://www.unwto.org>

<http://www.sete.gr>

<http://www.lifo.gr>