

ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ



ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΕΦΗΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ»

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΕΦΗΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

«Συμβολή Τουρισμού στην Περιφερειακή Ανάπτυξη: Μελέτη Περίπτωσης Περιφέρεια

Αττικής»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Δημήτρης – Ρέι Κομένι

ΑΜ: 01520821M014

Μέλη Τριμελούς Επιτροπής

Επιβλέπουσα: Σιουρούνης Γρηγόριος

Ψειρίδου Αναστασία

Παλάσκας Θεόδωρος

ΑΘΗΝΑ 2023



Copyright © Δημήτρης – Ρέϊ Κομένι, 2023

All rights reserved. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας διπλωματικής εργασίας εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της διπλωματικής εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Πάντειον Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών δεν δηλώνει αποδοχή των γνώμων του συγγραφέα.

PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES



DEPARTMENT OF ECONOMIC AND REGIONAL DEVELOPMENT

MASTER'S PROGRAM

in APPLIED ECONOMICS AND MANAGEMENT

«Contribution of Tourism to Regional Development: Case Study Attica Region»

DISSERTATION

Dhimitris Rei Komeni

AM: 01520821M014

Members of the committee

Supervisor: Siourounis Grigorios

Pseiridis Anastasia

Palaskas Theodoros

ATHENS 2023

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η κατανόηση των εννοιών που απαρτίζουν την περιφερειακή και τουριστική ανάπτυξη, η διατύπωση και η ανάλυση των μοντέλων ανάπτυξης του τουρισμού καθώς και οι θετικές επιδράσεις- αρνητικές επιπτώσεις τις οποίες προκαλεί ο τουρισμός στους προορισμούς. Περιοχή μελέτης αποτελεί η χωρική ενότητα της Περιφέρειας Αττικής, εστιάζοντας κυρίως στον τρόπο με τον οποίο η τουριστική ανάπτυξη επηρεάζει και τις δομές της περιοχής σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντολογικό επίπεδο.

Το πρώτο κεφάλαιο προσδιορίζει τις έννοιες περιφερειακή ανάπτυξη και τουρισμός, τυποποιώντας και διακρίνοντας τις σε βασικές κατηγορίες. Στη συνέχεια αναλύει τη δομή του συστήματος τουρισμός, καταλήγοντας στον προσδιορισμό του ορισμού τουριστικός προορισμός.

Το δεύτερο κεφάλαιο επικεντρώνεται στα μοντέλα ανάπτυξης του τουρισμού, ενώ δίνονται γενικές πληροφορίες για την εξελικτική πορεία του, εστιάζοντας κυρίως στο μοντέλο του κύκλου ζωής προορισμού του Butler και στη Φέρουσα Τουριστική Ικανότητα.

Στο τρίτο κεφάλαιο, αναφέρονται οι θετικές επιδράσεις της τουριστικής ανάπτυξης σε έναν προορισμό καθώς και οι αρνητικές επιπτώσεις που μπορεί να προκληθούν από αυτή.

Το τέταρτο κεφάλαιο αποτελείται από τη μελέτη περίπτωσης της γεωγραφικής ενότητας Αττική. Παρουσιάζονται στατιστικά δεδομένα τα οποία ανακτήθηκαν από δευτερογενή έρευνα κατά τη χρονική περίοδο 2012-2022. Επιπρόσθετα, αναλύεται η τουριστική προσφορά και ζήτηση, επισημαίνοντας τα ώριμα τουριστικά προϊόντα και τις νέες θεματικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες μπορούν να αναπτυχθούν. Επίσης, προσδιορίζονται οι θετικές και αρνητικές συνέπειες που έχει επιφέρει η τουριστική ανάπτυξη στην περιοχή.

Στο τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας διατυπώνονται και αναλύονται τα συμπεράσματα που προέκυψαν καθώς αναφέρονται και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

Λέξεις- κλειδιά: Περιφερειακή Ανάπτυξη, Τουριστική Ανάπτυξη, Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, Επιπτώσεις, Περιφέρεια Αττικής, Αθήνα.

SUMMARY

The purpose of this study is to understand the concepts that constitute regional and tourism development, to formulate and analyze tourism development models, as well as the positive effects and negative impacts caused by tourism in destinations. The study area focuses on the spatial unit of the Attica Region, primarily examining how tourism development influences the region's economic, social, and environmental structures.

The first chapter defines the concepts of regional development and tourism, categorizing and distinguishing them into basic categories. It then analyzes the structure of the tourism system, leading to the definition of the concept of a tourist destination.

The second chapter focuses on tourism development models, providing general information about its evolutionary progress, with a particular emphasis on Butler's Tourism Area Life Cycle (TALC) model and carrying capacity.

In the third chapter, the positive effects of tourism development on a destination are discussed, as well as the negative impacts that may arise from it.

The fourth chapter consists of a case study of the geographical unit of Attica. It presents statistical data obtained from secondary research during the period of 2012-2022. Additionally, it analyzes the tourism supply and demand, highlighting mature tourism products and new thematic forms of alternative tourism that can be developed. Furthermore, it identifies the positive and negative consequences of tourism development in the region.

In the final chapter of the study, the conclusions derived from the research are formulated and analyzed. Suggestions for further research are also provided.

Keywords: Regional Development, Tourism Development, Alternative Forms of Tourism, Impacts, Attica Region, Athens.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ.....	15
Έννοιες & Ορισμοί.....	15
Περιφέρεια.....	15
Περιφερειακές Ανισότητες.....	17
Περιφερειακή Πολιτική.....	18
Εννοιολογικό περιεχόμενο και διάκριση τουρισμού σε κατηγορίες.....	19
Είδη τουρισμού.....	20
Τουρισμός & Περιφερειακή Ανάπτυξη.....	21
Δομή του τουριστικού συστήματος και δυσκολίες οριοθέτησης του τουριστικού φαινομένου.....	22
Τουριστική Προσφορά.....	24
Τουριστική Ζήτηση.....	25
Έννοια και συστατικά στοιχεία τουριστικού προορισμού.....	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ	28
Τουριστική Ανάπτυξη.....	28
Μοντέλα Τουριστικής Ανάπτυξης.....	28
Μοντέλα Κύκλου Ζωής.....	28
Φέρουσα Ικανότητα.....	35
Παράγοντες Φέρουσας Τουριστικής Ικανότητας.....	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ.....	42
Επίδραση Τουριστικής Ανάπτυξης στον προορισμό υποδοχής.....	42
Θετικές Οικονομικές Επιδράσεις.....	42
Επίδραση στο ΑΕΠ.....	44
Ισοζύγιο πληρωμών.....	46
Επίδραση στην απασχόληση.....	46
Επίδραση στο εισόδημα.....	48
Επίδραση στην φορολογία.....	48
Επίδραση στην Περιφερειακή Ανάπτυξη.....	49
Επίδραση στις επενδύσεις.....	49
Οικονομική εξάρτηση.....	50
Περιφερειακές Ανισότητες.....	50

Ειδική και επιπρόσθετη κατανάλωση	51
Φοροδιαφυγή.....	52
Περιβαλλοντικές Επιδράσεις	52
Θετικές επιδράσεις του τουρισμού στο περιβάλλον.....	53
Αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον	54
Κοινωνικές & Πολιτιστικές Επιδράσεις.....	56
Επιπτώσεις τουρισμού στην ηθική συμπεριφορά του ντόπιου πληθυσμού	58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ	62
Συμβολή Τουρισμού στην ανάπτυξη της Περιφέρειας Αττικής Εισαγωγή.....	62
Υφιστάμενη Κατάσταση Τουρισμού στην Ελλάδα.....	63
Εισπράξεις	64
Διανυκτερεύσεις	65
Εξέλιξη της Μέσης Κατά Κεφαλήν Δαπάνης (ΜΚΔ).....	66
Εξέλιξη της Μέσης Δαπάνης ανά Διαμονή (ΜΔΔ).....	67
Εξέλιξη της Μέσης Διάρκειας Παραμονής (ΜΔΠ).....	67
Απασχόληση: Τουριστικά Καταλύματα & Χώροι Εστίασης.....	68
Περιφέρεια Αττικής.....	69
Γεωμορφολογία	69
Διοικητική Διαμόρφωση	70
Αρμόδιοι Φορείς Στρατηγικού Σχεδιασμού Τουριστικής Ανάπτυξης.....	71
Δημόσιοι Φορείς.....	71
Εταιρεία Ανάπτυξης & Τουριστικής Προβολής Αθηνών	74
Φορείς Ιδιωτικού Τομέα	75
Τουριστική Πρόσφορα	75
Υποδομές Μεταφοράς.....	75
Κύρια Τουριστικά Καταλύματα	78
Ξενοδοχεία	78
Μη Κύρια Τουριστικά Καταλύματα.....	81
Ενοικιαζόμενα Δωμάτια	81
Airbnb	82
Δυναμικό Κάμπινγκ	85

Ανάλυση τουριστικής ζήτησης	86
1. Χώρες Προέλευσης	86
2. Αριθμός Διανυκτερεύσεων	86
3. Ταξιδιωτικές Εισπράξεις.....	87
4. Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη	88
5. Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση	88
6. Μέση Διάρκεια Παραμονής	89
7. Ηλικιακή Διάρθρωση- Συνταξιούχοι	89
9. Λόγοι επιλογής της Αθήνας	91
10. Παραλιακό Μέτωπο & Νησιά Αργοσαρωνικού	92
Τμηματοποίηση Τουριστικής Αγοράς Περιφέρειας Αττικής	94
Χαρακτηριστικά της γεωγραφικής προέλευσης των τουριστών	94
Συμπεριφορά του καταναλωτή και αναζήτηση ωφελειών	94
Κοινωνικοοικονομικά- δημογραφικά χαρακτηριστικά	95
Ώριμα Τουριστικά Προϊόντα	97
Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός	97
City Break.....	100
Επαγγελματικός Τουρισμός / MICE	102
Θαλάσσιος τουρισμός	103
Δυνατότητες ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Περιφέρεια Αττικής.....	107
Γαστρονομικός & Οινικός Τουρισμός.....	107
Γαστρονομικός	108
Οινικός Τουρισμός	108
Αγροτουρισμός	109
Οικοτουρισμός.....	110
Αθλητικός Τουρισμός	111
Επιδράσεις Τουριστικής Ανάπτυξης στην Περιφέρεια Αττικής	115
Οικονομικές Επιδράσεις.....	115
Κοινωνικές Επιδράσεις.....	118
Περιβαλλοντικές Επιδράσεις	119
Ανάλυση SWOT	120

Δυνατά Σημεία.....	121
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ.....	125
Συμπεράσματα	125
Αναγκαιότητα σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης.....	127
Προτάσεις	127
Εναλλακτικές Θεματικές Μορφές Τουρισμού	127
Προσανατολισμός στον εσωτερικό τουρισμό	128
Επιμήκυνση Τουριστικής Περιόδου.....	129
Εφαρμογή και ανάπτυξη νέων τεχνολογιών	129
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	132
ΕΛΛΗΝΙΚΗ	132
ΞΕΝΗ	138
Ιστοσελίδες	142

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 4.1: Εξέλιξη της Μέσης Κατά Κεφαλήν Δαπάνης (ΜΚΔ) στην Ελλάδα (σε €), 2012- 22.

Γράφημα 4.2: Εξέλιξη της Μέσης Δαπάνης ανά Διαμονή (ΜΔΔ) στην Ελλάδα (σε €), 2012- 22.

Γράφημα 4.3: Εξέλιξη της Μέσης Διάρκειας Παραμονής (ΜΔΠ) στην Ελλάδα (σε €), 2012- 22.

Γράφημα 4.4: Εξέλιξη Απασχόλησης: Τουριστικά Καταλύματα & Χώροι Εστίασης.

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ:

Διάγραμμα 1.1: Η δομή του τουριστικού συστήματος.

Διάγραμμα 2.1: Κύκλος Ζωής ενός τουριστικού προορισμού.

Διάγραμμα 3.1: Προκαλούμενα επίπεδα ενοχλήσεων από συναντήσεις Τουριστών- Ντόπιων.

Διάγραμμα 4.1: Ηλικιακή ομάδα & Συνταξιιδιώτες.

Διάγραμμα 4.2: Σκοπός Ταξιδιού & Ηλικιακή Ομάδα.

Διάγραμμα 4.3: Τουρίστες οι οποίοι δεν επισκέφθηκαν το παραλιακό μέτωπο.

Διάγραμμα 4.4: Κύριοι λόγοι επίσκεψης νησιών Αργοσαρωνικού.

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 4.1:Καταχωρίσεις στο Airbnb στον Δήμο Αθηναίων το 2019.

Εικόνα 4.2: Αθλητικές δραστηριότητες στις Π.Ε. της Περιφέρειας Αττικής.

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 2.1: Δείκτες Τουριστικής Φέρουσας Ικανότητας.

Πίνακας 4.1: Βασικά Μεγέθη Τουρισμού στην Ελλάδα.

Πίνακας 4.2: Ξενοδοχειακό Δυναμικό Περιφέρειας Αττικής για το έτος 2022.

Πίνακας 4.3:Βασικές Χώρες προέλευσης τουριστών.

Πίνακας 4.4:Αριθμός Διανυκτερεύσεων.

Πίνακας 4.5: Ταξιδιωτικές Εισπράξεις

Πίνακας 4.6: Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη

Πίνακας 4.7: Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση

Πίνακας 4.8: Μέση Διάρκεια Παραμονής

Πίνακας 4.9: Λόγοι επιλογής της Αθήνας

Πίνακας 4.10: Παραδοσιακοί Οικισμοί

Πίνακας 4.11: Μουσεία στην Περιφέρεια Αττικής

Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

ΑΕΠ: Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν

ΔΑΑ: Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών

ΕΕΤΑΑ: Ελληνική Εταιρεία Τοπικής Ανάπτυξης και Αυτοδιοίκησης

ΕΛΙΜΕ: Ένωση Λιμένων Ελλάδας

ΕΛΣΤΑΤ.: Ελληνική Στατιστική Αρχή

ΕΞΑΑ: Ένωση Ξενοδόχων Αθήνας- Αττικής & Αργολαυονικού

ΕΟΤ : Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

ΙΤΕΠ: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων

ΜΔΔ: Μέση Δαπάνη Ανά Διανυκτέρευση

ΜΚΔ: Μέση Κατά Κεφαλήν Δαπάνη

ΜΔΠ: Μέση Διάρκεια Παραμονής

ΞΕΕ: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας

ΟΑΕΔ: Οργανισμός Απασχόλησης

ΠΟΤ: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών

Π.Ε.: Περιφερειακή Ενότητα ΣΕΤΕ: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

ΤτΕ: Τράπεζα της Ελλάδος

ΥΠΑ: Αθήνα: Υπηρεσίες Πολιτικής Αεροπορίας

ΦΕΚ: Φύλλο Εφημερίδα Κυβερνήσεως

ICCA: International Congress and Convention Association

UNWTO: United Nations World Tourism Organization

WTTC: World Travel and Tourism Council

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

Έννοιες & Ορισμοί

Περιφέρεια

Μια από τις βασικές έννοιες που πρέπει να αναλυθεί στην παρούσα εργασία είναι αυτή της περιφέρειας. Η έννοια αυτή προσεγγίζεται και προσδιορίζεται διαφορετικά από κάθε επιστημονικό κλάδο, όπως τονίζουν οι Γκέκας και Χατζημιχάλης (2001). Αρχικά, οι επιστήμονες της γεωγραφίας επικεντρώθηκαν στην περιγραφή της περιφέρειας μέσω του διαχωρισμού περιοχών βάσει των φυσικών χαρακτηριστικών τους. Αργότερα, οι οικονομολόγοι εστίασαν περισσότερο στα οικονομικά χαρακτηριστικά και στις οικονομικές σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των περιοχών.

Από τις δύο παραπάνω προσεγγίσεις προκύπτει πως η έννοια της περιφέρειας διακρίνεται σε δυο βασικές κατηγορίες. Η πρώτη υπόσταση που αναφέρετε αντικατοπτρίζει μια γεωγραφική προσέγγιση της έννοιας της περιφέρειας. Σύμφωνα με αυτήν, η περιφέρεια αποτελεί ένα τμήμα του φυσικού χώρου με συγκεκριμένα φυσικά, γεωλογικά και κλιματολογικά χαρακτηριστικά, τα οποία μπορούν να επηρεάσουν τις ανθρώπινες δραστηριότητες στην περιοχή. (Brunet, Ferras, Thery, 1992).

Η δεύτερη υπόσταση της περιφέρειας αναφέρεται στην ιδέα ότι η περιφέρεια αποτελεί ένα αντικείμενο που πρέπει να διερευνηθεί και να αναλυθεί. Αυτό σημαίνει ότι οι οικονομικές δραστηριότητες, οι εγκαταστάσεις και οι σχέσεις μεταξύ τους παίζουν σημαντικό ρόλο στον καθορισμό των ορίων της περιφέρειας. Πράγματι, οικονομικοί παράγοντες, όπως η παραγωγή, οι επιχειρήσεις, η απασχόληση και η κατανάλωση, αλλά και έχουν σημαντική επίδραση στον καθορισμό των ορίων της περιφέρειας (Beguín, 1994).

Ο Λαμπριανίδης (2001) επισημαίνει ότι η περιφέρεια αντιπροσωπεύει έναν συνδυασμό από γεωγραφικά, οικονομικά, κοινωνικά και πολιτικά χαρακτηριστικά που ενισχύουν την συνοχή της περιοχής και καθορίζουν το ρόλο της στην ευρύτερη οικονομία και κοινωνία. Επίσης, ο ίδιος τονίζει τη σημασία των διασυνδέσεων και των αλληλεξαρτήσεων μεταξύ των περιφερειακών συστημάτων, καθώς αυτές συμβάλλουν στη διαμόρφωση της περιφερειακής ταυτότητας και στον καθορισμό των ορίων της περιφέρειας.

Περιφερειακή Ανάπτυξη

Η περιφερειακή ανάπτυξη, όπως συμβαίνει και με την έννοια της οικονομικής ανάπτυξης, δεν είναι δυνατόν να προσδιοριστεί επακριβώς Ορισμός του Πολύζου (2011), αντανάκλα την πιο σύγχρονη αντίληψη για την οικονομική ανάπτυξη, η οποία υποστηρίζει ότι η αύξηση της παραγωγής μόνο δεν αρκεί για να θεωρηθεί ότι μια οικονομία αναπτύσσεται. Αντίθετα, η ανάπτυξη προϋποθέτει διαρθρωτικές αλλαγές στην οικονομία και την κοινωνία, που θα οδηγήσουν σε μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα και ανταγωνιστικότητα. Επιπλέον, η οικονομική ανάπτυξη πρέπει να λαμβάνει υπόψη της και τις διαφοροποιήσεις στο θεσμικό, κοινωνικοπολιτικό και τεχνολογικό πλαίσιο, καθώς αυτές μπορούν να επηρεάσουν την ανάπτυξη σε διάφορους τομείς της οικονομίας και της κοινωνίας. (Πολύζος, 2011)

Η περιφερειακή ανάπτυξη συνήθως σχετίζεται άμεσα με τις πολιτικές και στρατηγικές της εκάστοτε κυβέρνησης, καθώς αυτές επηρεάζουν σημαντικά τις οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες στις περιφέρειες. Οι κεντρικές ή αποκεντρωμένες πολιτικές και προγράμματα μπορούν να έχουν μεγάλη επίδραση στην ανάπτυξη των περιφερειών, καθώς μπορούν να δημιουργήσουν ένα πλαίσιο που ευνοεί την οικονομική ανάπτυξη και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Ωστόσο, η ελεύθερη λειτουργία της αγοράς μπορεί επίσης να επηρεάσει σημαντικά την περιφερειακή

ανάπτυξη. Συνεπώς, η περιφερειακή ανάπτυξη εξαρτάται από μια συνδυαστική προσέγγιση που συνδυάζει κρατικούς πόρους και πολιτικές με την ελεύθερη λειτουργία της αγοράς.

Ο Αθανασόπουλος (2000), αναφέρει πως η περιφερειακή ανάπτυξη είναι πολυδιάστατη και καλύπτει ευρύ φάσμα αναφοράς, ενώ ταυτόχρονα τονίζει ότι αυτό το σύστημα αποτελείται από μια σειρά διαδικασιών που συμβάλλουν στην οικονομική και κοινωνική- πολιτιστική ανάπτυξη όλων των περιφερειών μιας χώρας.

Σε μια άλλη προσέγγιση ο Armstrong και Taylor (2000) υπογραμμίζουν πως η περιφερειακή ανάπτυξη εστιάζει στην:

- Οικονομική μεγέθυνση
- Αύξηση της απασχόλησης
- Αύξηση του εισοδήματος

Περιφερειακές Ανισότητες

Οι περιφερειακές ανισότητες δημιουργούνται μέσα από ένα πλήθος ποικίλων παραγόντων, μεταβολών και αιτιών. Σύμφωνα με τον Κουρλιούρο (2001), ορισμένοι βασικοί παράγοντες έχουν ως άμεσο ή έμμεσο αποτέλεσμα την αναπτυξιακή καθυστέρηση ορισμένων περιοχών και την αυξομείωση των ανισοτήτων μεταξύ των περιφερειών.

Παρακάτω αποτυπώνονται επιγραμματικά οι βασικοί λόγοι, οι οποίοι καθορίζουν τη μορφή και το ύψος των περιφερειακών ανισοτήτων (Κονσόλας, 1997):

- Γεωγραφικοί
- Δομή της οικονομίας
- Χαμηλή σχέση κινητικότητας εργασίας & κεφαλαίου
- Θεσμικοί
- Πολιτικοί
- Πολιτιστικοί
- Περιβαλλοντικοί
- Εξωτερικές οικονομίες
- Έλλειψη καινοτομικών δραστηριοτήτων
- Περιορισμένη επιχειρηματική πρωτοβουλία

Περιφερειακή Πολιτική

Η περιφερειακή οικονομική πολιτική στοχεύει στην αντιμετώπιση των οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων στην περιφέρεια και στην προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης σε αυτήν. Η πολιτική αυτή επικεντρώνεται στη διαχείριση των ασυμμετριών μεταξύ των περιφερειών και την προώθηση της συνοχής και της αλληλεγγύης μεταξύ των περιφερειών και των κοινοτήτων τους. Συνεπώς, η περιφερειακή οικονομική πολιτική αποτελεί σημαντικό εργαλείο για την επίτευξη ισορροπημένης και βιώσιμης ανάπτυξης σε μια περιοχή. (Κοκκώσης, 1994)

Ο Προδρομίδης (1999), τονίζει πως βασικός στόχος της οικονομικής πολιτικής είναι η ισομερής διανομή τόσο της οικονομικής ανάπτυξης αλλά και της κοινωνικής ευημερίας. Σύμφωνα με τους Πετράκο και Ψυχάρη (2004), η διασυνοριακή συνεργασία, μπορεί να βοηθήσει στην ανταλλαγή εμπειριών και καλύτερη διαχείριση κοινών προβλημάτων, ενώ οι επενδύσεις σε δημόσιες

υποδομές, όπως οδοί, γέφυρες και αερολιμένες, μπορούν να βελτιώσουν τις συνθήκες για την επιχειρηματικότητα και την απασχόληση. Επίσης, η ενίσχυση των φορέων γνώσης (πανεπιστήμια, κλπ.) και έρευνας μιας περιοχής μπορεί να οδηγήσει σε ανάπτυξη του επιστημονικού δυναμικού και της καινοτομίας, που συνήθως σχετίζονται με τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων και την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας.

Εννοιολογικό περιεχόμενο και διάκριση τουρισμού σε κατηγορίες

Ο τουρισμός αποτελεί έναν πολυσύνθετο τομέα ο οποίος έχει κεντρίσει το ενδιαφέρον πολλών διαφορετικών επιστημών, όπως η ψυχολογία, η κοινωνιολογία, η οικονομία, η ανθρωπολογία, η γεωγραφία, η φιλοσοφία και η οικολογία, μεταξύ άλλων. Ένας από τους παλαιότερους και πιο αναγνωρισμένους ορισμούς του τουρισμού προέρχεται από τους Ελβετούς Hunziker & Kraft το 1942 και αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων που εκτελούνται κατά τη διάρκεια μετακινήσεων ατόμων από ένα μέρος σε άλλο, χωρίς αυτές οι μετακινήσεις να συνδέονται με μόνιμη διαμονή και χωρίς να έχουν κερδοσκοπικό σκοπό.

Μερικά χρόνια μετά, το 1975, ο Kaspar παρουσιάζει για πρώτη φορά τον τουρισμό ως ένα "σύστημα". Συγκεκριμένα, ο Kaspar (1991) ορίζει τον τουρισμό ως τη συνολική επίδραση και τα φαινόμενα που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή των ατόμων, για τα οποία η περιοχή διαμονής δεν αντιστοιχεί στη συνήθη κατοικία τους και δε συνδέεται με την τοποθεσία της εργασίας τους.

Σύμφωνα με τον Leiper (σε Ζαχαράτος και Τσάρτας, 2008), εννοιολογικά ο τουρισμός απαρτίζεται από πέντε κύριες συνιστώσες: το ανθρώπινο δυναμικό, την χώρα προέλευσης, την ενδεχόμενη ενδιάμεση περιοχή, τον προορισμό υποδοχής και την τουριστική βιομηχανία.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (1997), τον τουρισμό τον έχει ορίζει ως «το φαινόμενο που εμφανίζεται όταν πραγματοποιούνται προσωρινές επισκέψεις ή διανυκτερεύσεις εκτός της μόνιμης κατοικίας, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από τη διεκπεραίωση αμειβόμενων εργασιών στον τόπο επίσκεψης».

Είδη τουρισμού

Διεθνώς, υπάρχουν οι εξής διακρίσεις του τουρισμού σύμφωνα με (W.T.O 2005-2007):

Τρία είδη τουρισμού, είναι δυνατόν να γίνουν αντιληπτά σε σχέση με μια χώρα:

- **Εγχώριος τουρισμός** που αφορά τους κατοίκους μιας συγκεκριμένης χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής.
- **Εξερχόμενος τουρισμός** που αφορά τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν σε άλλη χώρα (π.χ. ένας Έλληνας που ταξιδεύει στην Ιταλία).
- **Εισερχόμενος τουρισμός** που αφορά τους αλλοδαπούς οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα (π.χ. ένας Ιταλός που ταξιδεύει στην Ελλάδα).

Οι παραπάνω τρεις μορφές τουρισμού μπορούν να συνδυαστούν με τρεις διαφορετικούς τρόπους για να δημιουργηθούν οι ακόλουθες κατηγορίες:

- **Εσωτερικός τουρισμός:** Αυτός ο τύπος τουρισμού καλύπτει τόσο τους ντόπιους κατοίκους όσο και τους επισκέπτες που έρχονται από άλλες περιοχές της χώρας (εγχώριος) ή από το εξωτερικό (εισερχόμενος).
- **Εθνικός τουρισμός:** Αυτή η κατηγορία τουρισμού καλύπτει τόσο τους ντόπιους κατοίκους όσο και τους επισκέπτες που εξερχόμενοι από τη χώρα (προς τα έξω) ή εισερχόμενοι σε αυτήν (προς τα έσω).

- Διεθνής τουρισμός: Αυτός ο τύπος τουρισμού αναφέρεται σε επισκέπτες που ταξιδεύουν από μια χώρα σε μια άλλη χώρα (εξερχόμενος) ή επισκέπτες που έρχονται από μια άλλη χώρα στη δική σου (εισερχόμενος).

Από άποψη εποχής

Σχετικά με τις δραστηριότητες που θέλει να κάνει ο τουρίστας, ο τουρισμός διακρίνεται σε δύο κατηγορίες (Ηγουμενάκης και συν., 1999):

- Στον συνεχή τουρισμό, το πλήθος των τουριστών παραμένει σταθερό καθ' όλη τη διάρκεια του έτους ή έχει μικρές διακυμάνσεις, οπότε οι δραστηριότητες δεν επηρεάζονται από το κλίμα και τις καιρικές συνθήκες των διαφόρων εποχών.
- Στον εποχιακό τουρισμό, ένας μεγάλος αριθμός τουριστών επισκέπτεται τη χώρα υποδοχής μόνο κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης εποχής του έτους. Παραδείγματα εποχιακού τουρισμού είναι ο τουρισμός “3S” και ο τουρισμός χειμερινών σπορ.

Τουρισμός & Περιφερειακή Ανάπτυξη

Σύμφωνα με αρκετούς επιστήμονες διαφορετικών πεδίων ο τουριστικός τομέας και οι υπηρεσίες που τον απαρτίζουν, συμβάλει κατά πολύ μεγάλο βαθμό στην οικονομική ανάπτυξη και στην κοινωνική ευημερία των περιοχών μιας χώρας καθώς παράλληλα μεταβάλλει με διαφορετικό βαθμό τους οικονομικούς δείκτες της κάθε Περιφέρειας.

Ακόμη, οι εισφορές που προέρχονται από την τουριστική βιομηχανία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να διασφαλιστεί η ισότητα ανάπτυξης μεταξύ οικονομικά αναπτυγμένων περιοχών και λιγότερο αναπτυγμένων περιοχών. Σε πολλές χώρες, η ανάπτυξη του τουρισμού χρησιμεύει ως μέσο για τη μείωση των οικονομικών ανισοτήτων μεταξύ περιφερειών.

Όσον αφορά στον τομέα του τουρισμού στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια είναι σαφές πως έχει τη μεγαλύτερη συνεισφορά στο ΑΕΠ της χώρας. Επιπρόσθετα, έπειτα από την οικονομική κρίση αλλά και την υγειονομική κρίση του COVID-19 φαίνεται πως είναι ιδιαίτερα ανθεκτικός. Παρόλα αυτά, υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις στη συμβολή αλλά και στην ανθεκτικότητα της τουριστικής ανάπτυξης μεταξύ των Περιφερειών. Σημαντικό ρόλο στον βαθμό ανθεκτικότητας έχει η γεωγραφική θέση της κάθε Περιφέρειας και πιο συγκεκριμένα εάν πρόκειται για ηπειρωτική ή νησιωτική περιοχή (Karoulia et al., 2016)

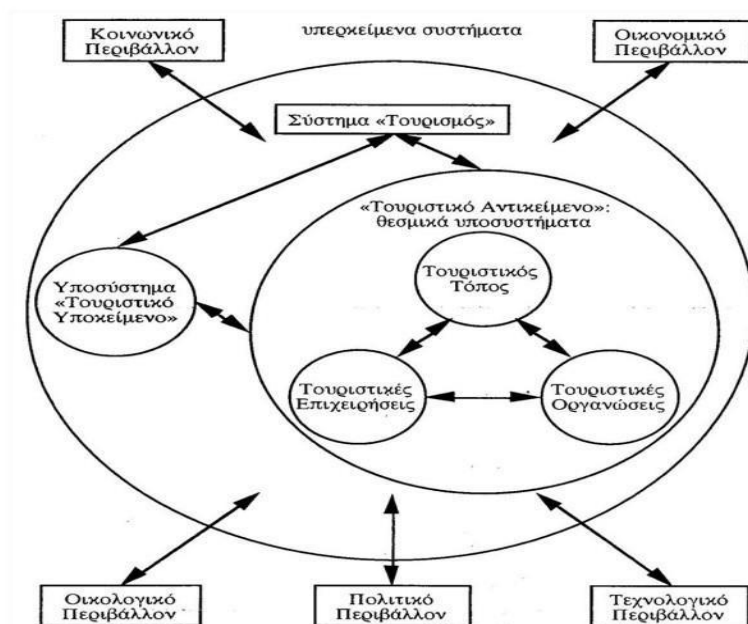
Για να επιτευχθεί ισορροπημένη και ανθεκτική τουριστική ανάπτυξη σε κάθε περιφέρεια της χώρας, είναι απαραίτητο να γίνουν έρευνες και μελέτες με στόχο την κατάρτιση ενός εθνικού στρατηγικού σχεδιασμού για την ανάπτυξη και την προβολή του τουρισμού ανά περιφέρεια.

Δομή του τουριστικού συστήματος και δυσκολίες οριοθέτησης του τουριστικού φαινομένου

Σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο (2013) το μέγεθος της οικονομικής και κοινωνικής σημαντικότητας του τουρισμού ακόμα και στην εποχή μας θεωρείται πολύ μικρή. Οι επιστήμονες του τουρισμού διχάζονται σχετικά με το εάν η τουριστική έρευνα αποτελεί μια αυτόνομη επιστήμη ή αντιπροσωπεύει έναν διακλαδωτό τομέα όπου συναντώνται πολλές διαφορετικές επιστήμες. Ωστόσο, παρά τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει και συνεχίζει να αντιμετωπίζει, ο τουρισμός έχει περάσει από διάφορα εξελικτικά στάδια και φαίνεται ότι η πολιτική, η οικονομική, η κοινωνική και περιβαλλοντική του διάσταση γίνεται όλο και πιο αποδεκτή. Η παραπάνω άποψη απεικονίζεται στο διάγραμμα του Kaspar (1976), το οποίο αναλύει την δομή του τουριστικού

συστήματος.

Διάγραμμα 1.1: Η δομή του τουριστικού συστήματος



Πηγή:

Kaspar, C., (1976) σε Βαρβαρέσο, Σ., (2013), «Οικονομική του Τουρισμού, 2^η ανανεωμένη έκδοση», Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός, σελ .49

Σύμφωνα με τον Kaspar (1976) σε Βαρβαρέσο (2013), το «σύστημα τουρισμός» αποτελείται από δύο υποσυστήματα:

Το «υποκείμενο τουρισμός», αυτό που ενεργοποιεί τη ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών (τουρίστας/ καταναλωτής).

Το «αντικείμενο τουρισμός», αυτό το υποσύστημα περιλαμβάνει τρεις μεταβλητές:

- a. Τον τουριστικό τόπο
- b. Την τουριστική επιχείρηση
- c. Τους τουριστικούς οργανισμούς

Τα δύο υποσυστήματα στο τουριστικό σύστημα είναι σε συνεχή αλληλεπίδραση και αλληλεξάρτηση, δημιουργώντας ένα δομημένο και καλά οργανωμένο σύστημα. Αυτή η ανάλυση δείχνει ότι το τουριστικό σύστημα επηρεάζεται από άλλα συστήματα, όπως το οικονομικό, το τεχνολογικό, το κοινωνικό και το πολιτικό. Αυτή η προσέγγιση επικεντρώνεται στον τουρίστα/καταναλωτή ως κινητήρια δύναμη του τουριστικού φαινομένου. Επιπλέον, η θεωρία του Kaspar θεωρεί τη μετακίνηση και την προσωρινή παραμονή ως βασικούς παράγοντες για την ύπαρξη και λειτουργία του τουριστικού συστήματος.

Τουριστική Προσφορά

Σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο (2000), η τουριστική προσφορά απαρτίζεται από το σύνολο των προϊόντων και τις υπηρεσίες που προσφέρονται στον τουρίστα για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές του ανάγκες. Σύμφωνα με τον ίδιο, η τουριστική προσφορά διακρίνεται σε δύο βασικές κατηγορίες:

- Πρωτογενή τουριστική προσφορά: Τουριστικοί πόροι, γεωφυσικά στοιχεία, θέλγητρα (γεωγραφική θέση, πανίδα, χλωρίδα, κλίμα, μνημεία, πολιτισμός κ.τ.λ.).
- Δευτερεύουσα ή τουριστική προσφορά: Διάφορες υποδομές που δημιουργήθηκαν για τη διευκόλυνση της εκμετάλλευσης των τουριστικών πόρων. Πιο συγκεκριμένα η δευτερογενής τουριστική προσφορά διακρίνεται σε:
 - Γενικής υποδομής: (Συγκοινωνιακό δίκτυο, παροχή ρεύματος, αποχέτευση, τηλεπικοινωνίες, ύδρευση, κλπ.).
 - Ειδικής υποδομής: (τουριστικά καταλύματα, χώροι εστίασης κλπ.).

Τουριστική Ζήτηση

Η τουριστική ζήτηση αφορά στο σύνολο των τουριστικών προϊόντων- υπηρεσιών, που επιθυμούν να καταναλώσουν οι τουρίστες σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο (Βαρβαρέσος, 2000). Ο Λαλούμης (2014) προσθέτει πως η τουριστική ζήτηση λειτουργεί με έναν ιδιαίτερα πολύπλοκο τρόπο και εξαρτάται από ένα σύνολο ανομοιογενών παραγόντων που επηρεάζουν την επιλογή ή την απόρριψη ενός προορισμού από τους δυνητικούς τουρίστες. Εκτός από το διαθέσιμο εισόδημα, τον ελεύθερο χρόνο και την ανάγκη των ανθρώπων να ταξιδέψουν, υπάρχουν και άλλες αιτίες οι οποίες δημιουργούν την τουριστική ζήτηση όπου σε πολλές περιπτώσεις είναι αντικειμενικές, λογικές και εμφανείς ενώ σε άλλες υποκειμενικές, ιδιότροπες και δύσκολο να παρατηρηθούν.

Οι Mathieson και Wall (1982), κατηγοριοποίησαν τους παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση των ανθρώπων να ταξιδέψουν σε έναν τουριστικό προορισμό. Οι κύριοι χαρακτηριστικοί παράγοντες είναι οι παρακάτω:

- Προφίλ του τουρίστα: Φύλο, Εθνικότητα, Ηλικία, Μορφωτικό Επίπεδο, Επάγγελμα, Εισόδημα, κλπ.
- Γνώσει σχετικά με το ταξίδι: Εικόνα του προορισμού, πληροφορίες για το ταξίδι (υποδομές, επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών, κλπ.).
- Τα θέλγητρα και οι τουριστικοί πόροι του προορισμού.
- Τα χαρακτηριστικά του ταξιδιού: Απόσταση, διάρκεια ταξιδιού, αβεβαιότητα, ασφάλεια, κλπ.

Έννοια και συστατικά στοιχεία τουριστικού προορισμού

Σύμφωνα με τον ορισμό που δίνει ο Ηγουμενάκης (1999), ο τουριστικός προορισμός είναι μια γεωγραφική περιοχή τη οποία που επιλέγουν οι επισκέπτες στην όποια κοιμούνται και καταναλώνουν προϊόντα και αγαθά για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Ένας ακόμη ορισμός που δόθηκε από κάποιους επιστήμονες οι οποίοι ανέλυσαν τον τουριστικό προορισμό από την πλευρά της ζήτησης, αναγνώρισαν τον προορισμό σαν ένα σύνολο φυσικών και τεχνικών πόλων έλξης, οι οποίοι έχουν την δυνατότητα να προσελκύσουν επισκέπτες σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή.

Οι Ηγουμενάκης και άλλοι, (1999), διατυπώνουν πως οι τουριστικοί προορισμοί μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε δύο τύπους. Ο πρώτος τύπος είναι αυτός του ανεξάρτητου-αυτοτελούς προορισμού, ο οποίος έχει αναπτυχθεί κυρίως για την εξυπηρέτηση του τουρισμού και προσφέρει όλες τις απαραίτητες υπηρεσίες και παροχές σε έναν επισκέπτη. Ο δεύτερος τύπος προορισμού αφορά τους προορισμούς όπου ο τουρισμός δεν είναι ο κύριος στόχος ανάπτυξης. Τα πέντε κύρια συστατικά στοιχεία που συνθέτουν έναν τουριστικό προορισμό είναι τα εξής (Λαγός, 2005, σελ. 113-117):

Α. Τα θέλγητρα του τόπου προορισμού: Τα θέλγητρα του τουριστικού προορισμού διακρίνονται σε τέσσερις κατηγορίες:

1. Φυσικά θέλγητρα: Τα τοπία, η θάλασσα, οι παραλίες, το κλίμα, τα βουνά, οι λίμνες, ποταμοί, σπήλαια, κ.λπ..
2. Κατασκευασμένα θέλγητρα: Ζωολογικοί κήποι, ενυδρεία, αθλητικές εγκαταστάσεις, κ.λπ..
3. Πολιτιστικά θέλγητρα: Μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι, κλπ.
4. Κοινωνικά θέλγητρα: Τρόπος ζωής ντόπιου πληθυσμού, γλώσσα, κλπ..

Β. Οι διευκολύνσεις του τόπου προορισμού: Όλες οι υπηρεσίες που παρέχονται στους επισκέπτες με στόχο την βελτίωση της εμπειρίας τους στον προορισμό (τουριστικά καταλύματα, χώροι εστίασης, κλπ.).

Γ. Η ευκολία προσέγγισης ενός τουριστικού προορισμού: Η πρόσβαση είναι ένα σημαντικό στοιχείο για την τουριστική βιομηχανία και επηρεάζει την απόφαση των τουριστών να επισκεφθούν έναν προορισμό. Αναφέρεται κυρίως στο χρηματικό αντίτιμο (κόστος) για τη χρήση των μεταφορικών μέσων και τον χρόνο διάρκειας του ταξιδιού αλλά και των μεταφορών εντός της γεωγραφικής περιοχής του προορισμού.

Δ. Η εικόνα του προορισμού: Οι εικόνες που έχουν οι άνθρωποι για τουριστικούς προορισμούς παίζουν ένα σημαντικό ρόλο στην πιθανότητα επιλογής τους. Οι αντιλήψεις για τον προορισμό δεν είναι απαραίτητα βασισμένες σε εμπειρίες ή γεγονότα, αλλά συνήθως αποτελούν ισχυρά τουριστικά κίνητρα για τους επισκέπτες και επηρεάζουν αποφασιστικά την αγοραστική τους συμπεριφορά.

Ε. Το κόστος επίσκεψης του τουριστικού προορισμού: Το συνολικό κόστος του τουριστικού ταξιδιού περιλαμβάνει την μεταφορά, την διαμονής σε κάποιο τουριστικό κατάλυμα, την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών, κλπ. Οι τιμές των τουριστικών προϊόντων εξαρτώνται από ποικίλους παράγοντες, όπως η εποχή, η ανταγωνιστικότητα, η επιλογή του καταλύματος και η απόσταση που πρέπει να διανυθεί για να φτάσει ο επισκέπτης στον τουριστική περιοχή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

Τουριστική Ανάπτυξη

Η ανάπτυξη σαν όρος δηλώνει μια αλλαγή ή πιο συγκεκριμένα μια διαδικασία αλλαγών, όμως σε αρκετές περιπτώσεις μπορεί να δηλώνει απλώς μια ιδέα.

Στην εποχή μας όλο και περισσότερες κυβερνήσεις χρησιμοποιούν την τουριστική ανάπτυξη ως μια στρατηγική, η οποία θα προσφέρει βοήθεια στους κατοίκους μιας χώρας ή πιο συγκεκριμένα μιας περιοχής με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, την βελτίωση της διαβίωσης των κατοίκων καθώς και την προσθήκη εξωτερικών ροών χρήματος στην οικονομία.

Ο Noronha (1976 σε Ανδριώτη 2005) υποστηρίζει, πως υπάρχουν τρία στάδια τουριστικής ανάπτυξης:

- Το πρώτο στάδιο ξεκινά με την άφιξη των πρώτων επισκεπτών σε μια γεωγραφική περιοχή, οι θέλουν να εξερευνήσουν έναν νέο προορισμό.
- Η έναρξη του δεύτερου σταδίου επέρχεται όταν η φήμη ενός προορισμού διαδίδεται και αυξάνεται η προσέλκυση νέων επισκεπτών.
- Το τρίτο στάδιο εμφανίζεται όταν ο αριθμός των επισκεπτών αυξάνεται συνέχεια χωρίς να υπάρχουν διακοπές στις τουριστικές κινήσεις προς τον προορισμό.

Μοντέλα Τουριστικής Ανάπτυξης

Πολλοί ακαδημαϊκοί και ερευνητές αναζητούν και αναπτύσσουν μοντέλα που εξηγούν τη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης και προσπαθούν να κατανοήσουν πώς εξελίσσεται αυτή η διαδικασία (Παπάς, 2008):

Μοντέλα Κύκλου Ζωής

Αρχικά, η προσέγγιση του κύκλου ζωής εφαρμοζόταν σε καταναλωτικά προϊόντα, αλλά περίπου πριν από 75 χρόνια εισήχθη η ιδέα του κύκλου ζωής για τουριστικές περιοχές. Η εξέλιξη και η ελκυστικότητα ενός τουριστικού προορισμού μέσω της έννοιας του κύκλου ζωής έχει οδηγήσει πολλούς συγγραφείς στην προσπάθεια να τον προσδιορίσουν. (Ανδριώτης, 2005)

Την πρώτη αναφορά στη θεωρία του κύκλου ζωής των προορισμών την έκανε ο Gilbert (1939), ο οποίος προσπάθησε να εξηγήσει για ποιόν λόγο τα παραθαλάσσια χωριά στην Βρετανία αναπτύσσονται σε δημοφιλείς προορισμούς και στη συνέχεια μετά την ανάπτυξη έρχεται η πτώση- μαρασμός.

Στις πρώτες προσεγγίσεις, ο Gilbert (1939) πρότεινε τρία στάδια εξέλιξης:

την ανακάλυψη

την ανάπτυξη και

τον μαρασμό

Ο Defert (1954 σε Ανδριώτη 2005, σελ. 102), υποστήριξε ένα πιο θεωρητικό πλαίσιο ανάπτυξης βάσει του οποίου ένας τουριστικός προορισμός έχει μια συγκεκριμένη πορεία:

τη γέννηση

τη γήρανση και

τον μαρασμό

Ενώ εν αντιθέσει με τον Gilbert (1939), εξετάζοντας την παγκόσμια τουριστική ανάπτυξη ανέφερε επιπρόσθετα ότι το στάδιο του μαρασμού έχει τη δυνατότητα της αλλαγής μέσω της αναγέννησης.

Στη συνέχεια ο Christaller (1964), παρατήρησε τη μεταβολή της ελκυστικότητας ενός τουριστικού προορισμού ως ένα κύκλο μετεξέλιξης και παρουσιάζει την εξής τυπική διαδρομή εξέλιξης με τα επόμενα τρία στάδια:

Διάφοροι καλλιτέχνες στην πορεία, επιλέγουν έναν ήσυχο και απομακρυσμένο προορισμό για να δημιουργήσουν τα έργα τους.

Ο προορισμός αποκτά φήμη, την οποία εκμεταλλεύονται οι άνθρωποι που κατοικούν στον τόπο υποδοχής και δημιουργούν τουριστικές επιχειρήσεις αλλά και τις απαραίτητες υποδομές για να εκπληρώσουν τις ανάγκες των τουριστών.

Το τρίτο στάδιο αφορά την τουριστική ανάπτυξη του προορισμού, όπου υπάρχει μαζική εισροή τουριστών. Ωστόσο, αν η συγκέντρωση επισκεπτών είναι ανεξέλεγκτοι, η περιοχή κινδυνεύει να φτάσει στη στασιμότητα και να υποστεί κάμψη.

Υπάρχουν πολλοί ερευνητές όπως οι Cohen (1972), Plog (1973) και Smith (1978) που έχουν αναπτύξει διαφορετικές τυπολογίες των τουριστών που επισκέπτονται ένα τουριστικό προορισμό κατά τη διάρκεια των διαφόρων σταδίων του κύκλου ζωής του προορισμού. Κάθε τύπος τουρίστα έχει διαφορετικές επιδράσεις στην κοινωνία του προορισμού, στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής και στον ντόπιο πληθυσμό του προορισμού.

Ο Cohen (1972, σε Βαρβαρέσο, 2013, σελ. 192-193), διαμόρφωσε μια τυπολογία που απαρτίζεται από τέσσερις τύπους τουριστών. Αυτοί οι τύποι είναι:

Ο συλλογικά- μαζικά οργανωμένος τουρίστας:

Αγοράζει πακέτα ταξιδιών μέσω οργανωμένων ταξιδιωτικών πρακτόρων.

Οι κρατήσεις του είναι προγραμματισμένες εκ των προτέρων.

Διαθέτει υψηλό επίπεδο οικειότητας με τον προορισμό του και δεν αναζητά νεωτερισμούς.

Ο ατομικά οργανωμένος τουρίστας:

Ο τουρίστας ανήκει στον προηγούμενο τύπο των οργανωμένων ταξιδιών, αλλά εμφανίζει μεγαλύτερη αυτονομία σε σχέση με τα ομαδικά ταξίδια.

Δεν εξαρτάται τόσο από το πρόγραμμα του ταξιδιού και έχει περισσότερη ελευθερία στη χρήση του χρόνου του.

Έχει αναπτύξει ένα υψηλό επίπεδο οικειότητας με τον προορισμό του, αλλά παράλληλα επιδιώκει καινοτομίες και εμπειρίες.

Ο εξερευνητής:

Ο τύπος αυτός τουρίστα επιδιώκει να ανακαλύψει νέους τόπους και να έχει επαφή με τους ντόπιους πληθυσμούς υποδοχής.

Επιδιώκει την εύρεση άνετων τουριστικών καταλυμάτων και άλλες ανέσεις.

Ο περιηγητής:

Αποφεύγει κλισέ και στερεότυπα που σχετίζονται με τον τουρισμό.

Επιδιώκει την άμεση επαφή με τους ντόπιους, την κοινωνία και τον πολιτισμό του προορισμού.

Οι ανέσεις κατά την διαμονή του στον προορισμό δεν τον ενδιαφέρουν.

Ο ταξιδιώτης αυτός είναι περισσότερο εστιασμένος στη σημασία της καινοτομίας και απορρίπτει τις συνήθειες και τα κλισέ που συχνά σχετίζονται με τον τουρισμό.

Ο Plog (1973) προσπαθεί να εξηγήσει πώς η ανάπτυξη και η ύφεση ενός τουριστικού προορισμού συνδέεται με την τυπολογία των επισκεπτών η οποία προκύπτει με βάση τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας τους :

οι αλλοκεντρικοί (allocentrics): είναι ο πρώτος αριθμός τουριστών που εμφανίζονται σε μια περιοχή (εξερευνητές), οι οποίοι έχουν ποικιλία δραστηριοτήτων και ενδιαφερόντων.

οι μεσοκεντρικοί (mid- centrics): Οι μεσοκεντρικοί είναι ο τύπος τουριστών που εμφανίζονται στο ενδιάμεσο του αλλοκεντρικού τουρίστα ο οποίος μετά την αύξηση των τουριστών στην περιοχή φεύγει και αναζητάει άλλους προορισμούς και του ψυχοκεντρικού τουρίστα ο οποίος είναι ο επόμενος τύπος τουρίστα του Plog.

οι ψυχοκεντρικοί (psychocentrics): Ο τουριστικός προορισμός πλέον βρίσκεται πολύ ψηλά στην ζήτηση της τουριστικής αγοράς, τότε τον επισκέπτονται οι ψυχοκεντρικοί, ένα είδος μαζικού τουρισμού που αποτελείται από λιγότερο περιπετειώδεις τουρίστες.

Ο Butler (1980) διατύπωσε μια προσέγγιση που θεωρείται μία από τις πιο σημαντικές μέχρι σήμερα σχετικά με την εξέλιξη ενός τουριστικού προορισμού. Με βάση το γενικευμένο υπόδειγμα- μοντέλο κύκλου ζωής του Butler, η ανάπτυξη της τουριστικής περιοχής επηρεάζεται από τον αριθμό των ταξιδιωτικών αφίξεων και ακολουθεί τα παρακάτω έξι στάδια (Πολύζος και Σαράτσης, 2015):

Εξερεύνηση: Στο στάδιο αυτό εμφανίζεται ένας πολύ μικρός αριθμός μεμονωμένων επισκεπτών σε ένα προορισμό χωρίς να τους το προτείνουν τρίτοι αλλά από δικούς τους αναζήτησης. Η διαμονή των επισκεπτών γίνεται σε κτίρια ή κατοικίες του ντόπιου πληθυσμού. Η διατροφή αλλά και οι άλλες διάφορες «τουριστικές» υπηρεσίες παρέχονται επίσης από τους ντόπιους κατοίκους. Τις περισσότερες φορές ο αριθμός των επισκεπτών είναι πολύ μικρός λόγω της δυσκολίας που έχουν στον τρόπο πρόσβασης, αλλά και της έλλειψης υποδομών. Η κατηγορία των επισκεπτών σε αυτό το στάδιο είναι συγκεκριμένη και έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, δηλαδή ο τουρίστας είναι αυτόνομος, ψάχνει και αναζητά στοιχεία της τοπική κοινωνίας και εξερευνά τα την γεωγραφική περιοχή.

Εμπλοκή: Στο στάδιο της εμπλοκής, παρατηρούνται πιο συχνές αφίξεις των επισκεπτών, καθώς και η αναγνώριση του τουρισμού ως μέσο ανάπτυξης της ευρύτερης γεωγραφικής περιοχής. Σε αυτό το στάδιο, οι κάτοικοι προσαρμόζουν τις δραστηριότητές των επιχειρήσεων σύμφωνα με τις ανάγκες των επισκεπτών (οργανωμένη παροχή τουριστικών υπηρεσιών όπως τουριστικά καταλύματα, χώροι εστίασης, κλπ.) Επίσης, η προώθηση και προβολή της περιοχής είναι σημαντική και υπάρχουν πιέσεις προς τους αρμόδιους για βελτίωση γενικών υποδομών. Τέλος,

αξίζει να σημειωθεί πως στο στάδιο αυτό εμφανίζεται έντονη εποχικότητα στις αφίξεις των τουριστών.

Ανάπτυξη: Σε αυτό το στάδιο εμφανίζεται μια τουριστική πελατεία η οποία θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως σταθερή. Η τουριστική κίνηση είναι τακτική, ενώ παρατηρείται στην περίοδο υψηλής εποχικότητας ο αριθμός των επισκεπτών είναι πιο μεγάλος από τον αριθμό των μόνιμων κατοίκων του προορισμού. Η υποδομή και οι υπηρεσίες που προσφέρονται στους τουρίστες έχουν βελτιωθεί. Με άλλα λόγια οι αλλαγές σε αυτό το στάδιο είναι αισθητές σε όλους του τομείς. Επιπρόσθετα, ο έλεγχος της ανάπτυξης και της τουριστικής βιομηχανίας μειώνεται με πολύ γρήγορο ρυθμό από τους ντόπιους κατοίκους και περνά σε μη ντόπιους επενδυτές.

Εδραίωση: Ο αριθμός των τουριστών στον προορισμό έχει φτάσει σε υψηλά επίπεδα, υπερβαίνοντας ακόμη και τον αριθμό των ντόπιων κατοίκων. Ωστόσο, το ποσοστό εισροής του αριθμού των τουριστών φαίνεται να μειώνεται. Ο προορισμός έχει μετατραπεί σε μια καθαρά τουριστική περιοχή και οι περισσότεροι ντόπιοι είναι απασχολημένοι σε τουριστικές επιχειρήσεις. Παρόλα αυτά, κάποιοι ντόπιοι αντιλαμβάνονται ότι η τουριστική ανάπτυξη σε αυτό τον βαθμό έχει αρνητικές επιπτώσεις στο κοινωνικό, πολιτιστικό και φυσικό περιβάλλον και έτσι έχουν αρχίσει να εκδηλώνουν αρνητικά συναισθήματα και αρκετά συχνά επιθετικής συμπεριφορά προς τους τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή.

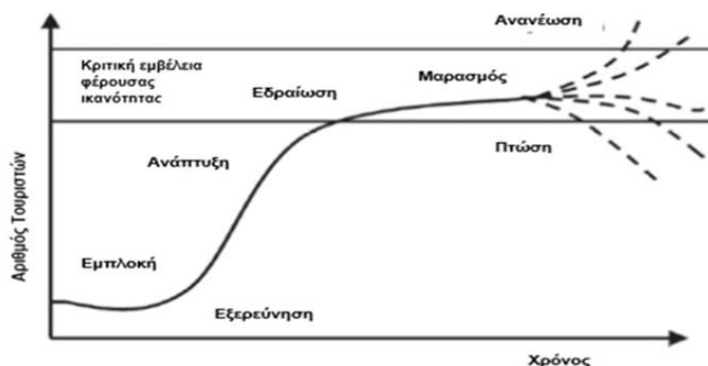
Μαρασμός: Αυτό είναι το στάδιο στο οποίο η περιοχή έχει φτάσει το μέγιστο όριο της χωρητικότητάς της και αρχίζει να υποφέρει από κορεσμό. Αν και η περιοχή έχει καθιερωθεί ως τουριστικός προορισμός, αρχίζει να χάνει την δημοφιλία της. Οι επιχειρήσεις τακτικά κλείνουν από τους ιδιοκτήτες ενώ σε αρκετές περιπτώσεις γίνεται προσπάθεια από νέους επιχειρηματίες να της θέσουν σε λειτουργία. Αυτό οδηγεί σε συνεχή μείωση της αξίας του προορισμού. Η αποσύνθεση του τουριστικού προορισμού. Η αποσύνθεση του τουριστικού προορισμού είναι

εμφανής και στη συνέχεια μπορεί να ακολουθήσει είτε η παρακμή ή η ανανέωση του προορισμού.

Παρακμή: Αυτό είναι το στάδιο της ύφεσης, όπου ο τουριστικός προορισμός αντιμετωπίζει μείωση στις αφίξεις και τη ζήτηση, καθώς και απώλεια ανταγωνιστικότητας σε σχέση με άλλους προορισμούς.

Ανανέωση: Η τουριστική περιοχή μπορεί να αποφύγει την πτώση και να μπει στο στάδιο της ανανέωσης, επενδύοντας στην ανάπτυξη των γενικών- ειδικών υποδομών και την αναβάθμιση προηγουμένως ανεκμετάλλευστων πόρων, με στόχο την ανάπτυξη νέων εναλλακτικών μορφών τουρισμού και την προσέλκυση νέων αγορών.

Διάγραμμα 2.1: Κύκλος Ζωής ενός τουριστικού προορισμού⁴



Πηγή: Butler (1980)

Σύμφωνα με τον Butler, οι περισσότεροι τουριστικοί προορισμοί ακολουθούν το πρότυπο αυτό του κύκλου ζωής. Ωστόσο, άλλοι επιστήμονες υπογραμμίζουν ότι το πρότυπο αυτό δεν είναι

ικανό να αναλύσει με σωστό τρόπο την εξέλιξη των πιο πολλών τουριστικών προορισμών, ενώ παράλληλα προτείνουν να γίνουν αλλαγές- τροποποιήσεις ή ακόμα και εναλλακτικά μοντέλα. Ο Bianchi (1994) δεν συμφωνεί με την κατηγοριοποίηση και ακολουθία των σταδίων καθώς υποστηρίζει πως αυτή η προσέγγιση είναι μη ρεαλιστική. Σύμφωνα με αυτόν, δεν είναι απαραίτητο όλες οι τουριστικές περιοχές να διαπεράσουν από όλα τα στάδια με τη σειρά του μοντέλου του Butler.

Σύμφωνα με τον Hovinen (1981 σε Butler 2006), ο κάθε προορισμός έχει μοναδική και διαφορετική προσέγγιση όποτε και ο κύκλος ζωής κάθε προορισμού διαφέρει, έχοντας διαφορετικό μήκος, σχήμα και μορφή της καμπύλης του.

Επιπλέον, το υπόδειγμα του Butler, έχει δεχθεί κριτική για τη χρήση του δείκτη που αντιπροσωπεύει τον αριθμό των τουριστών που επισκέπτονται έναν προορισμό, ως τον μοναδικό που συμβάλλει στο να προσδιοριστεί το στάδιο στο οποίο βρίσκεται ο προορισμός.

Φέρουσα Ικανότητα

Η φέρουσα ικανότητα αποτελεί ένα από τα βασικά εργαλεία για την κατάρτιση ενός σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης. Το στάδιο της τουριστικής ανάπτυξης στην οποία βρίσκεται ένας προορισμός είναι η απαρχή και το πιο σημαντικό στοιχείο ώστε να σχεδιαστούν σωστά οι βασικοί άξονες δράσεις για την τουριστική ανάπτυξη. Ο στόχος είναι να αποφευχθεί η υπερβολική επιβάρυνση του τουρισμού και να αποτραπεί η μείωση του αριθμού των τουριστών στην περιοχή. (Butler, 1997).

Η έννοια της φέρουσας ικανότητας εμπεριέχει πολλές διαφορετικές προσεγγίσεις. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, η έννοια της φέρουσας ικανότητας αναφέρεται στο μέγιστο πλήθος επισκεπτών που μπορεί να υποδεχθεί μια τουριστική περιοχή ταυτόχρονα, χωρίς

να προκαλείται οικολογική, οικονομική και κοινωνική ζημία, καθώς και χωρίς να υποβαθμίζεται η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών . Επομένως, η φέρουσα ικανότητα είναι ένας σημαντικός παράγοντας που λαμβάνεται υπόψη κατά τον σχεδιασμό τουριστικών περιοχών και πρέπει να διατηρηθεί σε ένα βιώσιμο επίπεδο, προκειμένου να αποφευχθεί η υπερβολική φόρτιση του προορισμού και η αποτυχία να παρέχεται ικανοποιητική εμπειρία στους επισκέπτες. (UNEP, 1997).

Παράγοντες Φέρουσας Τουριστικής Ικανότητας

Οι Wearing & Neil (1999) κατηγοριοποιούσαν την τουριστική φέρουσα ικανότητα στους εξής τρεις παράγοντες:

Βιοφυσική: Αφορά τις συνέπειες (θετικές ή αρνητικές) που επιφέρει η τουριστική ανάπτυξη στο φυσικό περιβάλλον του προορισμού υποδοχής.

Κοινωνικοπολιτική: Αφορά τις επιπτώσεις στην τοπική κοινωνία.

Υποδομών: Αναφέρεται στον βαθμό ποιότητας της τουριστικής προσφοράς που αποκτούν οι επισκέπτες κατά τη διαμονή τους στον προορισμό.

Ο Pearce (1989) με τη σειρά του υποστήριξε πως η φέρουσα τουριστική ικανότητα διακρίνεται σε τέσσερις κύριες συνιστώσες οι οποίες αναλύονται παρακάτω:

Οικονομική περιβαλλοντική: Επικεντρώνεται στο εάν μπορεί η τοπική οικονομία να καλύψει τις ανάγκες που δημιουργούνται από την ανάπτυξη του τουρισμού (ύπαρξη ανθρώπινου δυναμικού στον προορισμό υποδοχής των επισκεπτών, διαμόρφωση επενδυτικών προγραμμάτων, κλπ.).

Κοινωνική- περιβαλλοντική: Διακρίνεται σε δύο συνιστώσες α. την πολιτιστική, δηλαδή τον βαθμό ικανοποίησης του επισκέπτη από την τουριστική προσφορά και β. την ψυχολογική, η

οποία περιγράφει την ανοχή της τοπικής κοινωνίας στους επισκέπτες και την ανάπτυξη του τουρισμού.

Φυσική- περιβαλλοντική: Διαχωρίζεται α. στην οικολογική, η οποία υποδηλώνει το κατά πόσο οι φυσικοί πόροι μπορούν να υποστηρίξουν την τουριστική ανάπτυξη στον προορισμό υποδοχής και β. στη χωρική, η οποία εστιάζει στο εάν και κατά πόσο μπορούν οι γενικές και ειδικές υποδομές της περιοχής να καλύψουν την ανάπτυξη του τουρισμού.

Αντιληπτική: Ο αριθμός εκείνος των επισκεπτών που μπορούν να επισκεφθούν τον προορισμό και να καλύψουν όλες τους τις ανάγκες.

Δείκτες Υπολογισμού Τουριστικής Φέρουσας Ικανότητας

Υπάρχουν αρκετές μέθοδοι μέτρησης της τουριστικής φέρουσας ικανότητας. Οι πιο γνωστές είναι η δημιουργία υποθετικών σεναρίων και στατιστικών εξισώσεων με μεταβλητές για την απεικόνιση των αποτελεσμάτων, τα ερωτηματολόγια, η χρήση δεικτών, η δημιουργία ζωνών, η χρήση GIS, κλπ. Η χρήση δεικτών για τον υπολογισμό και την παρακολούθηση της πορείας της τουριστικής φέρουσας ικανότητας ίσως είναι η βέλτιστη και πιο συνηθισμένη μέθοδος, η οποία χρησιμοποιείται ευρέως.

Οι πιο συχνά χρησιμοποιούμενοι δείκτες στον υπολογισμό της φέρουσας ικανότητας είναι (Tselentis et al., 2006):

Φυσική Φέρουσα Ικανότητα (Physical Carrying Capacity- PCC): Προσδιορίζεται από τον μέγιστο αριθμό τουριστών που μπορεί να δεχθεί μια περιοχή κατά την διάρκεια της ημέρας, σε σχέση με τον χώρο που είναι απαραίτητος για κάθε επισκέπτη και σε σχέση με τις ώρες λειτουργίας του.

$$PCC = A \times \frac{u}{a} \times RF$$

A = διαθέσιμη έκταση για χρήση επισκεπτών

U/a = έκταση που απαιτείται για κάθε επισκέπτη

RF = rotation factor (Μέσος Χρόνος / Επίσκεψη)

Πραγματική Φέρουσα Ικανότητα (Real Carrying Capacity- RCC): Χρησιμοποιεί τη φέρουσα ικανότητα, αφαιρώντας τους διαρθρωτικούς παράγοντες ανάλογα με τα χαρακτηριστικά της εκάστοτε περιοχής.

$$RCC = PCC - Cf1 - Cf2 - \dots - Cfn$$

Αποτελεσματική Φέρουσα Ικανότητα (Effective Carrying Capacity- ECC): Αφορά τον μέγιστο αριθμό τουριστών που αντέχει μια περιοχή σύμφωνα με την ικανότητα διαχείρισης που υφίσταται.

$$ECC = RCC \times MC$$

$$MC = \frac{\text{Infrastrcuture} + \text{Equipment} + \text{Personel}}{3} \times 100$$

Πρέπει να σημειωθεί πως οι παραπάνω δείκτες υπολογίζονται ο ένας μετά τον άλλο σαν αλληλεξαρτώμενα επίπεδα και ισχύει η σχέση: **$PCC > RCC \geq ECC$**

Οι Coccossis, κα. (2002), προτείνουν τρεις τύπους δεικτών με βάση τις τρεις βασικές συνιστώσες της τουριστικής φέρουσας ικανότητας:

Φυσικό- Οικολογικοί Δείκτες.

Κοινωνικό- Δημογραφικοί Δείκτες.

Πολιτικό- Οικονομικοί Δείκτες.

Έπειτα από δευτερογενή έρευνα τόσο στην ελληνική αλλά και στην ξένη βιβλιογραφία στον παρακάτω πίνακα 2.1 παρουσιάζονται οι δείκτες που χρησιμοποιήθηκαν σε διάφορες μελέτες- έρευνες κατηγοριοποιημένοι με βάση τις τρεις συνιστώσες της τουριστικής φέρουσας

ικανότητας,

ΔΕΙΚΤΕΣ	ΔΕΙΚΤΕΣ	ΠΗΓΗ
Φυσικό-Οικολογικοί	Δείκτης τουριστικής έντασης (κλίνες / μόνιμος πληθυσμός)	Zαχαράτος et al., (2006)
	Αριθμός Τουριστών / Επιφάνεια Εδάφους	Li (2004)
	Δείκτης Τουριστικής Πίεσης (Αριθμός Τουριστών / km ακτογραμμής	Coccossis, et al (2002)
	Πυκνότητα Τουριστικής Ανάπτυξης (Κλίνες / τουριστικά αστικοποιημένη γη)	Coccossis, et al (2002)
	Αριθμός Τουριστών / Επιφάνεια Προστατευόμενων περιοχών	Coccossis, et al (2002)
	Έκταση Προστατευόμενων Περιοχών / Συνολική Έκταση	Visvladis, et al (2011)
	Ποσοστό Διάβρωσης Ακτών	Blancas, et al (2009)
	Αριθμός Απειλούμενων Προς Εξαφάνιση Ειδών	Li (2004)
	Επισκέψη Περιοχή / Συνολική Τουριστική Περιοχή (%)	Li (2004)
	Μέσος αριθμός ημερών ανά έτος κατά την τουριστική περίοδο όπου τα όρια της ατμοσφαιρικής ρύπανσης ξεπερνούνται	Coccossis, et al (2002)
	Κατανάλωση Νερού (Τουριστικές Δραστηριότητες) / Συνολική Κατανάλωση Νερού	Coccossis, et al (2002)
	Κατανάλωση Ενέργειας (Τουριστικές Δραστηριότητες) / Συνολική Κατανάλωση Ενέργειας	Coccossis, et al (2002)
	Ημερήσια Ποσότητα Παραγωγής Στερεών Απορριμμάτων (Τουριστικές Δραστηριότητες) / Ημερησία Ικανότητα Συλλογής	Coccossis, et al (2002)
	Αστικοποιημένη Γη που χρησιμοποιείται για τον τουρισμό (Ξενοδοχεία, κλπ.) / Συνολικά Αστικοποιημένη Γη	Coccossis, et al (2002)
	Χρόνος Αναμονής για την χρήση των τουριστικών εγκαταστάσεων	Coccossis, et al (2002)
Κοινωνικό-Δημογραφικοί	Τουρίστες / Μήνα	Coccossis, et al (2002)
	Αριθμός Αφίξεων / 100 Κατοίκους	Coccossis, et al (2002)
	Δείκτες Προσελκυστικότητας Τουριστών / Κατοίκους	Blancas, et al (2009)
	Απώλεια παραδοσιακού τρόπους ζωής λόγω του εκσυγχρονισμού	Choi & Sirakaya (2006)
	Πίεση στην πολιτιστική κληρονομία (αριθμός τουριστών / 365 Ημέρες) / Αριθμός Κτιριών	Lozano, et al (2012)

	Πολιτιστικής Κληρονομίας	
	Μέση Διάρκεια Παραμονής	Lozano, et al (2012)
	Ποσοστό Κατοίκων που επωφελούντε από τους τουριστές	Vagiona & Latinopoulos (2012)
	Εκτόπιση μελών του τοπικού πληθυσμού λόγω του τουρισμού	Coccossis, et al (2002)
	Ποσοστό ανρθώπων που αισθάνονται υπερπλήρης σε συγκεκριμένα χρόνια διαστήματα λόγω του τουρισμού	Simon, et al (2004)
	Ικανοποίηση Επισκεπτών (Αριθμός Παραπόνων Επισκεπτών)	Simon, et al (2004)
	Ικανοποίηση Τοπικής Κοινωνίας (Αριθμός Παραπόνων Κατοίκων)	Simon, et al (2004)
	Ποσοστό Επαναλαμβανόμενων Επισκεπτών	Choi & Sirakaya (2006)
	Εποχικότητα	Choi & Sirakaya (2006)
	Συσχέτιση Τουριστικών, Μεταναστών & Εγκληματικότητας	Mehmood, et al (2015)
	Αριθμός επισκεπτών & Διαφοερικά μέσα μεταφοράς	Simon, et al (2004)
Πολιτικό-Οικονομικοί	Συμβολή Τουρισμού στο ΑΕΠ	Coccossis, et al (2002)
	Αριθμός Έργων για τον Βιώσιμο Τουρισμό / Συνολικά Έργα	Coccossis, et al (2002)
	Κατά Κεφαλήν Δαπάνες Τουριστών	Coccossis, et al (2002)
	Μέση Ετήσια Απασχόληση στον τομέα του τουρισμού (άμεσα ή έμμεσα) / Συνολική Απασχόληση	Lozano, et al (2012)
	Σχέση απασχόλησης στην ακμάζουσα τουριστική περίοδο προς την απασχόληση σε χαμηλή τουριστική περίοδο	Blancas, et al (2009)
	Δημόσιες Δαπάνες για την διατήρηση & ανάδειξη πολιτιστικής- φυσικής- ιστορικής περιούσας & διατήρηση προστατευόμενων περιοχών / Συνολικές Δημόσιες Δαπάνες	Liu & Borthwick (2011)
	Ποσοστό Πληρότητας Καταλυμάτων	Lozano, et al (2012)
	Μέσο Κατά Κεφαλήν Ειδόδημα που προέρχεται από τουριστικές δραστηριότητες	Simon, et al (2004)
	Μισθός στον τομέα του τουρισμού / Μέσο Τοπικό Μισθό	Choi & Sirakaya (2006)
	Διαφορά στις αξίες γης συγκριτικά με μη τουριστικές περιοχές	Coccossis, et al (2002)
	Κόστη για την διατήρηση τουριστικής λειτουργία (όλο το έτος)	Li (2004)
	Οικονομικά Εργάλεια για τον έλεγχο της τουριστικής	Coccossis, et al

	ανάπτυξης	(2002)
	Ενσωμάτωση Περιβαλλοντικών Κριτηρίων για τον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης	Torres-Delgado & Palomeque (2014)
	Ύπαρξη περιβαλλοντικής εκπαίδευσης στους επισκέπτες	Li (2004)
	Επιστημονικό & Τεχνικό Προσωπικό ικανό για την διαχείριση προβλημάτων που προκύπτουν από την τουριστική ανάπτυξη	Coccossis, et al (2002)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

Επίδραση Τουριστικής Ανάπτυξης στον προορισμό υποδοχής

Στην Ελλάδα ο τουρισμός ίσως είναι η «μεγαλύτερη βιομηχανία», και εάν όχι σίγουρα ένας από τους δυναμικότερους τομείς της οικονομίας. Για αυτόν τον λόγο η ανάπτυξή του έχει ιδιαίτερη σημασία για τις εκάστοτε κυβερνητικές πολιτικές που εφαρμόζονται. Ο τουρισμός στη χώρα έχει μια σειρά από θετικές οικονομικές-κοινωνικές- περιβαλλοντολογικές και πολιτιστικές επιδράσεις.

Από την άλλη πλευρά, ο τουρισμός εκτός από τις θετικές επιδράσεις που επιφέρει (αύξηση των φορολογικών εσόδων, δημιουργία θέσεων εργασίας, διάδοση των ηθών, των εθίμων και της κουλτούρας ενός λαού κλπ), διακρίνεται και από αρνητικές επιπτώσεις που έχουν πολύ σοβαρές συνέπειες στον προορισμό υποδοχής όπως είναι (Ανδριώτης, 2005):

- Οικονομικές επιπτώσεις
- Περιβαλλοντολογικές επιπτώσεις
- Κοινωνικές επιπτώσεις

Θετικές Οικονομικές Επιδράσεις

Από τη χρονική στιγμή που ένας τουρίστας- καταναλωτής παίρνει την απόφαση αγοράσει ένα τουριστικό πακέτο για κάποιον προορισμό, αυτόματα δημιουργούνται συναλλαγματικά έσοδα για τον προορισμό υποδοχής, διότι εκεί ο τουρίστας θα αγοράσει τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες (διαμονή, σίτιση, ψυχαγωγία, τουριστικά είδη και καταναλωτικά αγαθά) για την ικανοποίηση των αναγκών του. Παράλληλα όμως δημιουργούνται οικονομικά οφέλη (κέρδη) για τη χώρα προέλευσης του τουρίστα, εφόσον από εκεί αγοράζει το τουριστικό πακέτο και άλλα

προϊόντα που χρειάζεται για το ταξίδι όπως για παράδειγμα ρουχισμό, βαλίτσες, εποχιακά είδη, κλπ.

Η οικονομική προσέγγιση όμως του τουρισμού και η ανάλυση των οικονομικών επιδράσεων του σε εθνικό ή περιφερειακό επίπεδο, είναι αρκετά δύσκολο και περίπλοκο να επιτευχθεί.

(Βαρβαρέσος, 2013).

Ο Theobald (1994) πιο συγκεκριμένα υπογραμμίζει πως οι παρακάτω τρεις παράγοντες δεν επιτρέπουν την ακριβή μέτρηση της τουριστικής ανάπτυξης:

- Η ετερογένεια του τουρισμού
- Η έλλειψη ικανοποιητικών στατιστικών μηχανισμών
- Οι ιδιαιτερότητες των τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών

Ο Doswell (2002) αναφέρει πως πολλοί οικονομολόγοι προσεγγίζουν τον τουριστικό τομέα με τη μέτρηση των επιδράσεων του, χρησιμοποιώντας συγκεκριμένες τεχνικές οικονομικής και λογιστικής ανάλυσης.

Υπάρχει ένας πάρα πολύ μεγάλος αριθμός αναλύσεων και καταγραφών των οικονομικών επιδράσεων του τουρισμού σε έναν προορισμό υποδοχής. Παρακάτω θα αναφερθούν μερικοί από αυτούς:

Ο Holloway (1994), κατανέμει τις οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού σε τέσσερις κατηγορίες:

- Εισόδημα
- Απασχόληση
- Ισοζύγιο πληρωμών
- Επενδύσεις και Ανάπτυξη

Οι Ritchie και Coeldner (1994 σε Βαρβαρέσο, 2013), διακρίνουν τις οικονομικές επιδράσεις σε άμεσες και έμμεσες.

- Άμεσες: Κύκλος εργασιών (παραγωγή), εισοδήματα (προερχόμενα από την εργασία, κέρδη, τόκοι και ενοίκια), απασχόληση (ιδιωτικός και δημόσιος τομέας) και φορολογικά έσοδα (κράτος, δήμοι και κοινότητες).
- Έμμεσες: Απορρέουσες από την άμεση παραγωγή και τις επενδύσεις, ή από τη δαπάνη των άμεσων εισοδημάτων. Αυτές ταξινομούνται στην ίδια κατηγορία με τις άμεσες επιδράσεις.

Αργότερα οι Lickorish και Jenkins (1997, σελ. 63-75), υπογραμμίζουν ότι οι οικονομικές επιδράσεις του διεθνούς τουρισμού αφορούν:

- Στο εθνικό εισόδημα
- Στην απασχόληση
- Στις τιμές (Πληθωρισμός)
- Στα κρατικά έσοδα (Φορολογία)
- Στο ισοζύγιο πληρωμών
- Στην περιφερειακή ανάπτυξη

Επίδραση στο ΑΕΠ

Οι δαπάνες οι οποίες προέρχονται από την τουριστική κατανάλωση των προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων σε μια γεωγραφική περιοχή έχει θετική επίδραση στο ΑΕΠ της Περιφέρειας όπου βρίσκεται η περιοχή και στη συνέχεια σε όλη την επικράτεια της χώρας.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (OMT, 1980), ορίζει την τουριστική κατανάλωση ως την αξία των αγαθών και υπηρεσιών για την άμεση ικανοποίηση των τουριστικών ενοτήτων/

οντοτήτων, όπου ενότητα/ οντότητα: οι αλλοδαποί και ημεδαποί επισκέπτες τουρίστες-εκδρομείς. Από την άλλη πλευρά οι τουριστικές συναλλαγματικές δαπάνες (συναλλαγματικές εκροές), έχουν ως στόχο την ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών και την προσαρμογή της προσφοράς στα καταναλωτικά πρότυπα της ζήτησης.

Τουριστικές συναλλαγματικές δαπάνες είναι οι εξής (Anderla (1971), Baretje (1978), Erbes (1973) σε Βαρβαρέσος (2013):

- Εισαγωγή αγαθών και υπηρεσιών για την ικανοποίηση της τουριστικής κατανάλωσης
- Εισαγωγή εξοπλισμού για τη σωστή λειτουργία του τουριστικού κλάδου
- Επενδύσεις σε project ξένων εταιρειών
- Δαπάνες για την προβολή και προώθηση του προορισμού στη διεθνή αγορά
- Αμοιβές αλλοδαπού ανθρώπινου δυναμικού το οποίο στελεχώνει τις επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου- Επαγγελματική κατάρτιση σε ξένα πανεπιστήμια, σχόλες σεμινάρια
- Διοικητικές δαπάνες γραφείων των Εθνικών Οργανισμών Τουρισμού π.χ. ΕΟΤ

Όσον αφορά στην Ελλάδα η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ σύμφωνα με τα επίσημα στατιστικά στοιχεία πριν την υγειονομική κρίση του COVID 19 έφτασε το ιστορικά μεγαλύτερο ποσοστό ύψους 30.9%. Πιο συγκεκριμένα τα έσοδα από τον εισερχόμενο τουρισμό το έτος 2018 έφτασαν τα 15,6 δισεκατομμύρια ευρώ (ΣΕΤΕ, 2018).

Τα τελευταία δημοσιευμένα στατιστικά δεδομένα της WTTC (2022) για την Ελλάδα, δείχνουν πως για το έτος 2021 η συνολική συμμετοχή του τουριστικού προϊόντος στο ΑΕΠ ανέρχεται στο ποσοστό του 14.9% καθώς τα έσοδα από τον εισερχόμενο τουρισμό ανήλθαν στα 10,3 δισεκατομμύρια ευρώ, στα οποία δεν περιλαμβάνονται τα έσοδα από τις αφίξεις κρουαζιερόπλοιων.

Ισοζύγιο πληρωμών

Το ισοζύγιο πληρωμών αποτελεί τη συνολική αναφορά των οικονομικών συναλλαγών μιας χώρας με άλλες χώρες κατά τη διάρκεια ενός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος. Στη σημερινή εποχή, όλοι αποδέχονται ότι ο τουρισμός παρέχει στο κράτος τη δυνατότητα να αποκτήσει ξένο νόμισμα μέσω της πώλησης τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών σε μη μόνιμους κατοίκους. Αυτό έχει ως συνέπεια να δημιουργούνται αυξημένες συναλλαγματικές εισροές και παράλληλα να μειώνεται το έλλειμμα του ισοζυγίου πληρωμών. (Ανδριώτης, 2005)

Από την άλλη πλευρά, συχνά συμβαίνει οι τουριστικές ανάγκες να καλύπτονται μέσω εισαγωγών προϊόντων και υπηρεσιών από άλλες χώρες, προκαλώντας έτσι την εκροή των εσόδων από τον τουρισμό προς το εξωτερικό.

Όπως προκύπτει από την Έρευνα Συνόρων, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις το 2021 διαμορφώθηκαν στα 10.328,4 εκατ. ευρώ (ΤτΕ, 2022).

Επίδραση στην απασχόληση

Η απασχόληση αποτελεί ακόμα μια θετική επίδραση της τουριστικής ανάπτυξης στην οικονομία ενός προορισμού υποδοχής. Οι Lickorish και Jenkins (1997) αναφέρουν πως είναι δύσκολο να προσδιοριστεί με ακρίβεια ο αριθμός των ατόμων που απασχολούνται στον τομέα του τουρισμού, καθώς η ανάπτυξή του εξαρτάται άμεσα από τη δημιουργία θέσεων εργασίας σε διάφορους υπο-κλάδους της οικονομίας.

Σύμφωνα με την έρευνα των Ηγουμενάκη και συν., (1999), η ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου οδηγεί στη δημιουργία τριών διαφορετικών τύπων απασχόλησης:

- Η πρώτη είναι η άμεση απασχόληση, η οποία προκύπτει από τις δαπάνες των τουριστών σε τουριστικές επιχειρήσεις (τουριστικά καταλύματα, χώροι εστίασεις, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, κλπ.).

- Ο δεύτερος τύπος απασχόλησης είναι η έμμεση απασχόληση, η οποία δημιουργείται από τις δραστηριότητες του τουρισμού, αλλά δεν σχετίζεται άμεσα με τις δαπάνες των τουριστών (κατασκευαστικές εταιρίες, καταστήματα ρούχων, κλπ.).
- Ο τρίτος τύπος απασχόλησης είναι η επαγωγική απασχόληση, η οποία προκύπτει από τον πολλαπλασιαστή του τουριστικού εισοδήματος και την επιπλέον δαπάνη των ντόπιων κατοίκων.

Ο Erbes το 1973 ανέφερε πως η απασχόληση του ανθρώπινου δυναμικού στον τουριστικό τομέα θα πρέπει εκτιμηθεί με βάση τις τρεις παρακάτω καταστάσεις, (Βαρβαρέσος, 2013):

- Εάν ο διεθνής τουρισμός δημιουργεί περισσότερες θέσεις εργασίας σε σχέση με άλλους οικονομικούς τομείς.
- Εάν σε περίπτωση μη ύπαρξης του τουρισμού, το ποσοστό απασχόλησης θα ήταν μικρότερο ή μεγαλύτερο.
- Εάν τα οφέλη είναι μεγαλύτερα στον τομέα του τουρισμού από ότι σε άλλους οικονομικούς τομείς.

Επίσης, όσον αφορά την τουριστική απασχόληση, αξίζει να σημειωθεί πως ένα μεγάλο ποσοστό του ανθρώπινου δυναμικού που εργάζεται στις τουριστικές επιχειρήσεις αποτελείται από μετανάστες, γυναίκες, νέους, καθώς και άτομα με χαμηλότερο επίπεδο εξειδίκευσης. Αυτό οφείλεται κυρίως στην εποχικότητα και στις ευέλικτες συνθήκες εργασίας.

Η Ελλάδα πιο συγκριμένα είναι μια έντονη τουριστική χώρα. Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία της WTTC (2022) φαίνεται ότι ο τουρισμός απασχολεί 787.600 άτομα δηλαδή ένα ποσοστό μεγέθους 19,9% της συνολικής απασχόλησης, έστω και εάν σε αρκετές περιπτώσεις είναι εποχιακή ή συμπληρωματική απασχόληση.

Επίδραση στο εισόδημα

Η λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων και οργανισμών και οι επενδύσεις στον τουριστικό τομέα, έχουν ως αποτέλεσμα τη δημιουργία- αύξηση του εθνικού εισοδήματος. Όπως αναφέρθηκε και στα οφέλη της απασχόλησης, ο τουρισμός είναι μια «βιομηχανία» η οποία παρέχει ένα πολύ μεγάλο αριθμό θέσεων εργασίας πράγμα το οποίο οδηγεί στην αύξηση του εισοδήματος στον προορισμό υποδοχής.

Επίδραση στην φορολογία

Οι εκάστοτε κυβερνήσεις για την ανάπτυξη, τη διατήρηση και τη διαφήμιση της τουριστικής βιομηχανίας ξοδεύουν πάρα πολύ μεγάλα ποσά ετησίως. Πολλά από τα χρήματα τα όποια διαθέτουν οι κυβερνήσεις για την τουριστική ανάπτυξη (αστυνόμευση, δημόσια υγεία, ηλεκτροδότηση, ύδρευση, κλπ.) δεν εξυπηρετούν μόνο τις ανάγκες των τουριστών που επισκέπτονται τον προορισμό υποδοχής αλλά και τους ντόπιους κατοίκους. Είναι λοιπόν κατανοητό ότι για το κόστος της υλοποίησης όλων αυτών των επενδύσεων οι κυβερνήσεις επιδιώκουν την επίτευξη κάποιων εσόδων. Φορολογικά έσοδα που προέρχονται από τον τουρισμό είναι η φορολόγηση των αερολιμένων, ο φόρος προστιθέμενης αξίας (Φ.Π.Α), κλπ. (Ανδριώτη, 2005).

Πιο συγκεκριμένα οι τουριστικές δαπάνες των ανθρώπων που επισκέπτονται μια γεωγραφική περιοχή δεν επηρεάζουν μόνο το εισόδημα και τις θέσεις εργασίας αλλά συμβάλλουν και στην παραγωγή κέρδους στο κράτος καθώς:

- Οι επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στον τουριστικό κλάδο καταβάλλουν φόρους στο κράτος.

- Μέσω της πώλησης εισιτηρίων για θέσεις παρκινγκ, για μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, κ.λπ., δημιουργείται ένα επιπλέον έσοδο για το κράτος.
- Η επιβολή τοπικών φόρων από τις αρχές των τοπικών κοινοτήτων και δήμων δημιουργεί ένα ακόμα έσοδο για τον τουριστικό προορισμό.

Επίδραση στην Περιφερειακή Ανάπτυξη

Σύμφωνα με τον Page (2006), η ανάπτυξη του τουρισμού σε περιοχές εκτός αστικών κέντρων, όπως νησιά, παραθαλάσσιες και ορεινές περιοχές, οδηγεί στην αύξηση των επενδύσεων και της απασχόλησης, με αποτέλεσμα την μείωση της εσωτερικής μετανάστευσης προς τα αστικά κέντρα και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των τοπικών κοινοτήτων. Για να αξιοποιηθούν πλήρως τα οφέλη του τουρισμού για την περιφερειακή ανάπτυξη, είναι σημαντικό να εξασφαλισθεί ότι η ανάπτυξη του τουρισμού είναι μια αειφόρος μορφή ανάπτυξης και λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες και τις προτεραιότητες των τοπικών κοινοτήτων, του περιβάλλοντος και του πολιτισμού. Οι επενδύσεις σε τουριστικές υποδομές όπως ξενοδοχεία, μεταφορές, αξιοθέατα και άλλες ανέσεις, μπορούν να βελτιώσουν την ποιότητα και την ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού, με αποτέλεσμα την αύξηση του αριθμού των τουριστών και την αύξηση των εσόδων. Επιπλέον, οι επενδύσεις σε βιώσιμες τουριστικές πρακτικές και τεχνολογίες μπορούν να συμβάλουν στη διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, μειώνοντας τις αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον και τις τοπικές κοινότητες, ενώ παράλληλα προσφέρουν στους τουρίστες πιο αυθεντικές και ουσιαστικές εμπειρίες.

Επίδραση στις επενδύσεις

Ο τουρισμός και οι επενδύσεις συνδέονται στενά, καθώς ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει ελκυστικό τομέα για επενδύσεις λόγω των δυνατοτήτων του για οικονομική ανάπτυξη. Σύμφωνα με τους Mathieson και Wall (1982) οι επενδύσεις στον τουρισμό μπορούν να διακριθούν σε παραγωγικά στοιχεία του τουριστικού κλάδου, όπως καταλύματα και εστίαση, αποτελούν άμεσες παραγωγικές επενδύσεις. Επιπλέον, οι επενδύσεις για τη βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και για την παροχή ψυχαγωγίας, αποτελούν σημαντικές επενδύσεις στον τομέα. Επιπλέον, οι επενδύσεις σε έργα υποδομής, όπως οδικό δίκτυο, νοσοκομεία, μαρίνες και αεροδρόμια, είναι σημαντικές για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα και τη βελτίωση της πρόσβασης σε διάφορους προορισμούς.

Αρνητικές Οικονομικές Επιπτώσεις

Οικονομική εξάρτηση

Όταν μια γεωγραφική περιοχή εξαρτάται υπερβολικά από τον τουρισμό, μπορεί να δημιουργήσει οικονομική ευπάθεια σε περίπτωση ύφεσης των τουριστικών κινήσεων ή μεταβολής των προτιμήσεων των επισκεπτών. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε έλλειψη οικονομικής διαφοροποίησης και περιορισμένες ευκαιρίες στην αγορά εργασίας εκτός του τουριστικού κλάδου.

Περιφερειακές Ανισότητες

Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει στις περιφερειακές ανισότητες, εάν η διαχείρισή του δεν είναι βιώσιμη και εάν τα οφέλη της τουριστικής ανάπτυξης δεν κατανέμονται δίκαια. Εάν η τουριστική ανάπτυξη επικεντρώνεται σε ορισμένες περιοχές ή προορισμούς, μπορεί να οδηγήσει

σε συγκέντρωση των οφελημάτων σε αυτές τις περιοχές, ενώ άλλες περιοχές μένουν πίσω. Για να αντιμετωπιστούν οι περιφερειακές ανισότητες και να διασφαλιστεί ότι ο τουρισμός συμβάλλει στην ισότιμη και βιώσιμη περιφερειακή ανάπτυξη, είναι σημαντικό να υιοθετηθεί μια συμμετοχική και χωρίς αποκλεισμούς προσέγγιση στον σχεδιασμό και τη διαχείριση του τουρισμού. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων και των ενδιαφερόμενων φορέων στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων, τη στήριξη των τοπικών επιχειρήσεων, την προώθηση βιώσιμων τουριστικών πρακτικών και τη διασφάλιση ότι τα οφέλη από την τουριστική ανάπτυξη κατανέμονται δίκαια στις περιφέρειες και στις κοινότητες.

Ειδική και επιπρόσθετη κατανάλωση

Σύμφωνα με τον Joschke (1954 σε Κούτουλα 2001) στον προσδιορισμό της έννοιας του τουρισμού, γίνεται ανάλυση της κατανάλωσης που πραγματοποιούν οι τουρίστες στον τόπο προορισμού. Αυτή διακρίνεται σε επιπρόσθετη και ειδική. Η επιπρόσθετη τουριστική κατανάλωση αφορά στη ζήτηση προϊόντων από τουρίστες και ντόπιους, και επηρεάζει την οικονομία ενός τουριστικού προορισμού ποσοτικά, καθώς διευρύνει τον κύκλο των επιχειρήσεων της περιοχής με την είσοδο ενός επιπλέον πελάτη, δηλαδή του τουρίστα. Από την άλλη, η ειδική τουριστική κατανάλωση αφορά στην παραγωγή προϊόντων που καταναλώνονται κυρίως από τους τουρίστες που επισκέπτονται τον προορισμό, και αυτό μπορεί να αλλάξει και να εμπλουτίσει την παραγωγική δομή μιας περιοχής με την είσοδο νέων μορφών επιχειρήσεων. Η Διονυσοπούλου (2012), υπογραμμίζει πως η συγκεκριμένη προσέγγιση εστιάζει στις οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού στον τόπο προορισμού των τουριστών, επισημαίνοντας τη συμβολή του στην παραγωγική διαδικασία της τουριστικής περιοχής.

Φοροδιαφυγή

Όταν οι επιχειρήσεις της τουριστικής βιομηχανίας φοροδιαφεύγουν, δε συνεισφέρουν το μερίδιο που τους αναλογεί στα δημόσια κονδύλια που απαιτούνται για τη στήριξη των υποδομών, των δημόσιων υπηρεσιών και των κοινωνικών προγραμμάτων που ωφελούν τους κατοίκους και τους επισκέπτες της περιοχής.

Ορισμένοι από τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να συμβεί φοροδιαφυγή στον κλάδο του τουρισμού περιλαμβάνουν την υποδήλωση εσόδων, την παράλειψη καταβολής φόρων μισθοδοσίας ή φόρων επί των πωλήσεων. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε απώλεια εσόδων για τις κυβερνήσεις, γεγονός που μπορεί να περιορίσει την ικανότητά τους να επενδύσουν στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας και άλλων βασικών τομέων της περιφερειακής ανάπτυξης.

Η φοροδιαφυγή μπορεί επίσης να συμβάλει στον αθέμιτο ανταγωνισμό, καθώς οι επιχειρήσεις που δεν καταβάλλουν το δίκαιο μερίδιο των φόρων που τους αναλογεί μπορεί να είναι σε θέση να υποτιμήσουν τους ανταγωνιστές τους που συμμορφώνονται με τους φορολογικούς νόμους. Αυτό μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις στη συνολική ανταγωνιστικότητα και βιωσιμότητα της τουριστικής βιομηχανίας.

Περιβαλλοντικές Επιδράσεις

Το περιβάλλον αναφέρεται σε ένα ανανεώσιμο αγαθό που διατίθεται σε περιορισμένες ποσότητες, είναι ευαίσθητο στη φθορά και δύσκολο να ανακτηθεί μετά από καταστροφή.

Υπάρχουν δύο κύριες κατηγορίες περιβάλλοντος: το φυσικό περιβάλλον και το τεχνητό δομημένο περιβάλλον. Το φυσικό περιβάλλον περιλαμβάνει τα φυσικά αγαθά που προσφέρονται από τη φύση, όπως το κλίμα, το έδαφος, η χλωρίδα, η πανίδα κλπ., ενώ το τεχνητό δομημένο

περιβάλλον αναφέρεται στις ανθρώπινες κατασκευές, όπως τα κτίρια, οι δρόμοι, οι γέφυρες κλπ. (Βαρβαρέσσος, 2000).

Θετικές επιδράσεις του τουρισμού στο περιβάλλον

Ο τουρισμός έχει θετικές επιδράσεις στο φυσικό περιβάλλον και μπορεί να λειτουργήσει ως μέσο ευαισθητοποίησης των τουριστών σχετικά με τα περιβαλλοντικά ζητήματα και να προωθήσει την προστασία και τη βελτίωση του περιβάλλοντος. (Doswell, 2002).

Ο τουρισμός, ως βασικές αρχές για το περιβάλλον έχει τις ακόλουθες.

- Τον σεβασμό των ιστορικών- αρχαιολογικών και θρησκευτικών στοιχείων και μνημείων και την αποτροπή κάθε είδους φθοράς τους (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2009).
- Την έρευνα για νέες τεχνολογίες που είναι πιο φιλικές προς το περιβάλλον σε σχέση με τα μεταφορικά μέσα στη θάλασσα και στον αέρα.
- Τη θέσπιση αυστηρότερων νομοθετικών κριτηρίων για την κατασκευή κτιρίων σε σχέση με τις δασικές εκτάσεις, την ύπαρξη σύγχρονων βιολογικών καθαρισμών και αποχετευτικών δικτύων.
- Την ελαχιστοποίηση και τελικά η εξάλειψη της φωτοχημικής ρύπανσης στις μεγαλουπόλεις, που προκαλεί καταστροφή στην αρχαιολογική και αρχιτεκτονική κληρονομιά μέσω νέων τεχνολογιών και διοικητικών μέτρων.
- Την επέκταση των «εναλλακτικών μορφών» τουρισμού.
- Μια σειρά από μέτρα μπορούν να ληφθούν για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων των πυρκαγιών στις τουριστικές περιοχές. Αυτά περιλαμβάνουν την εκτεταμένη αναδάσωση των πληγέντων περιοχών, με στόχο την αποκατάσταση του φυσικού περιβάλλοντος και τη διατήρηση του οικοσυστήματος της περιοχής για μελλοντικές γενιές τουριστών.

- Τον εκσυγχρονισμό και τη βελτίωση των γενικών υποδομών αεροδρόμια, οδικό δίκτυο, την ύδρευση, την αποχέτευση, τη διάθεση απορριμμάτων, της επεξεργασίας υγρών αποβλήτων και επικοινωνιών (ΣΕΤΕ, 2010).
- Αυξάνοντας την κάλυψη ειδικών προστατευόμενων περιοχών, όπως βιότοποι, υδροβιότοποι, αισθητικά δάση, εθνικοί δρυμοί και θεματικά πάρκα, μπορούμε να ενισχύσουμε την προστασία του περιβάλλοντος. (ΣΕΤΕ, 2010).
- Η εποπτεία και αντιμετώπιση της ρύπανσης του νερού, του αέρα και της ηχορύπανσης, καθώς και ο σχεδιασμός και η εφαρμογή νέων μεθόδων διαχείρισης αποβλήτων. (Τζούφη, 2010).

Αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον

Καθώς η τουριστική ζήτηση αυξάνεται συνέχεια και με ραγδαίους ρυθμούς φαίνεται πως η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες.

Οι επιπτώσεις στο περιβάλλον που σχετίζονται με τον τουρισμό είναι συνήθως πολύπλοκες και δεν προκαλούνται μόνο από την ίδια την τουριστική δραστηριότητα. Άλλες δραστηριότητες όπως οι μεταφορές, οι υπηρεσίες και το εμπόριο συνήθως συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό και μπορούν να επιφέρουν σημαντικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Οι περιβαλλοντολογικές πιέσεις που προέρχονται από τον τουρισμό μπορούν να διακριθούν σε δύο κύριες κατηγορίες (WWF, 2013):

- Οι μόνιμες πηγάζουν από την κατασκευή τουριστικών υποδομών και κεντρικών υποδομών που χρησιμοποιούνται από τον τουρισμό.
- Οι εποχικές πηγάζουν από τη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων κατά τη διάρκεια της τουριστικής σεζόν, όπως η κατανάλωση νερού και ενέργειας, η παραγωγή αποβλήτων

και θορύβου. Οι παράκτιες περιοχές και ειδικά οι νησιωτικές εμφανίζουν τις ισχυρότερες επιπτώσεις από τον τουρισμό, καθώς συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής δραστηριότητας.

Επιπλέον, σε έναν προορισμό δεν είναι απαραίτητο να υπάρχουν όλες οι περιβαλλοντικές πιέσεις που θα αναφερθούν στη συνέχεια, καθώς ο κάθε προορισμός έχει διαφορετικά χαρακτηριστικά που μπορεί να επηρεάζονται. (Κομίλης και Βαγιονής, 1999).

- Υδατικοί πόροι: Ο τουρισμός έχει σημαντική επίδραση στους υδατικούς πόρους, καθώς αυτοί χρησιμοποιούνται ευρέως στον τουριστικό τομέα. Το νερό χρησιμοποιείται για καθαριότητα, πόση και άλλες υπηρεσίες προς τους τουρίστες, και σε μεγάλες ποσότητες για αισθητικούς λόγους. Ωστόσο, υπάρχουν συχνά προβλήματα προσφοράς νερού λόγω της μεγαλύτερης κατανάλωσης νερού από τους τουρίστες σε σχέση με τους ντόπιους κατοίκους. Επιπλέον, η απόρριψη αποβλήτων στο υδάτινο περιβάλλον από τις τουριστικές εγκαταστάσεις και τις δραστηριότητες των τουριστών οδηγεί σε ρύπανση του υδροφόρου ορίζοντα, επηρεάζοντας τα οικοσυστήματα και τη δημόσια υγεία. (Ανδριώτη, 2005).
- Ενεργειακοί πόροι: Η ανάπτυξη του τουρισμού συνδέεται στενά με την αύξηση της κατανάλωσης ενέργειας σε μια περιοχή, καθώς η αυξημένη ζήτηση για ενέργεια απαιτεί την αύξηση της παραγωγής της. Σε πολλές περιοχές, ιδίως κατά τη διάρκεια των περιόδων με έντονη τουριστική κίνηση, η κατανάλωση ενέργειας αυξάνεται σημαντικά, με αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον. (Τσάρτας κ.ά., 2010)
- Ατμόσφαιρα και κλιματική αλλαγή: Σύμφωνα με τους Κοκκώση και Τσάρτα (2001), ο τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης. Η ευρεία χρήση μεταφορικών μέσων για τη μετακίνηση των τουριστών, καθώς και η αύξηση της χρήσης

καυσίμων για την παραγωγή ενέργειας, επιδεινώνουν το πρόβλημα της ατμοσφαιρικής ρύπανσης.

- Θόρυβος: Η ηχορύπανση από τα μέσα μεταφοράς αποτελεί σοβαρό πρόβλημα για τις τουριστικές περιοχές σήμερα. Με την αύξηση του αριθμού των τουριστών που επισκέπτονται έναν προορισμό, οι επίπεδα θορύβου αυξάνονται ακόμη περισσότερο, ιδίως σε περιοχές με μεγάλη κυκλοφορία τουριστικών οχημάτων και αξιοθέατα. Αυτό συμβάλλει στη δημιουργία αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον και στην υγεία των ανθρώπων που διαμένουν σε αυτές τις περιοχές.
- Τοπίο/ Αισθητική: Συχνά, οι τουριστικές εγκαταστάσεις (πχ τουριστικά καταλύματα), διαφέρουν από τα φυσικά χαρακτηριστικά και την τοπική αρχιτεκτονική της τουριστικής περιοχής, με αποτέλεσμα να υποβαθμίζουν το τοπίο και να το καθιστούν απωθητικό για τους τουρίστες και τους ντόπιους κατοίκους της περιοχής.
- Γη/ Έδαφος: Στον τομέα του τουρισμού, είναι αναπόφευκτο να υπάρξει επέμβαση στο περιβάλλον για να καλυφθούν οι ανάγκες των επισκεπτών. Ωστόσο, η αυξανόμενη τουριστική ανάπτυξη έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση της πίεσης που ασκείται στο έδαφος και τους φυσικούς πόρους

Κοινωνικές & Πολιτιστικές Επιδράσεις

Η τουριστική ανάπτυξη επιφέρει σημαντικές διαφοροποιήσεις σε έναν προορισμό υποδοχής, σε μια γεωγραφική ή ακόμα και σε ένα κράτος επιφέροντας επιπτώσεις που αφορούν το κοινωνικό-πολιτιστικό, το περιβαλλοντολογικό ή και το οικονομικό περιβάλλον. Οι πιο σημαντικές επιπτώσεις, ίσως είναι αυτές που συνδέονται με την κοινωνική αλλαγή που επέρχεται στον προορισμό υποδοχής λόγω του τουρισμού.

Ο Gould (1994) τονίζει, πως το κύριο σημείο αναφοράς των περισσότερων μελετών που αναφέρονται στις κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού, είναι η σχέση που δημιουργείται μεταξύ ντόπιο πληθυσμού και επισκεπτών.

Σύμφωνα με τον deKadt (1979 σε Ανδριώτη, 2005), η επικοινωνία και οι επαφές των τουριστών και του ντόπιου πληθυσμού εκδηλώνονται όταν:

- Αγορά προϊόντων και υπηρεσιών του επισκέπτη από ντόπιους κατοίκους.
- Οι επισκέπτες και άτομα από την τοπική κοινότητα βρίσκονται σε κοντινή απόσταση (σε χώρους εστίασης, σε μέσα μεταφοράς, κλπ.).
- Συζήτηση και ζήτηση πληροφοριών από τους τουρίστες.

Η επαφή των τουριστών με τους ντόπιους κατοίκους μπορεί να έχει θετικές ή αρνητικές επιπτώσεις στον τρόπο ζωής και τις αξίες των ντόπιων. Όλοι οι θεσμοί της δημόσιας και ιδιωτικής ζωής των ατόμων μιας κοινωνίας επηρεάζονται σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό από τις επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης. (Ηγουμενάκη και συν., 1999):

- Εργασία: Έντονη διαφοροποίηση εμφανίζεται στην εργασία. Οι ντόπιοι κάτοικοι της περιοχής υποδοχής των τουριστών απομακρύνονται από τον αγροτικό και βιομηχανικό κλάδο και κατευθύνονται σε επαγγέλματα του τουριστικού κλάδου.
- Σtereότυπα: Λόγω της επαφής των ντόπιων με τους τουρίστες, σε αρκετές περιπτώσεις αλλάζει ο χαρακτήρας των υπαρχόντων κοινωνικών στερεότυπων.
- Καταναλωτική συμπεριφορά: Η καταναλωτική συμπεριφορά αλλάζει καθώς οι κάτοικοι της περιοχής αγνοούν τα ήθη και τα έθιμα τους, και στρέφονται προς την καταναλωτική συμπεριφορά που επικρατεί στις ανεπτυγμένες χώρες (Ξενομανία).
- Εκπαίδευση: Οι κάτοικοι των περιοχών τουριστικής ανάπτυξης εστιάζουν στην εκμάθηση ξένων γλωσσών.

- Εκκλησία: Παρατηρείται απομάκρυνση από την εκκλησία ειδικά κατά την τουριστική περίοδο.
- Γάμος: Παρατηρείται μείωση των γάμων αλλά παράλληλα και σύναψη γάμων μεταξύ αλλοεθνών νεαρής ηλικίας και ντόπιων κατοίκων.

Ο Andriotis (2000) προσθέτει επιπλέον πως ο τουρισμός έχει ως αποτέλεσμα τη συνάντηση ανθρώπων από διαφορετικές κουλτούρες και παραδόσεις, καθώς ταξιδεύουν και μετακινούνται για τουριστικούς λόγους. Μέσα από αυτές τις αλληλεπιδράσεις, ανταλλάσσονται εμπειρίες, γνώσεις και απόψεις και η συνειδητοποίηση ότι όλοι ανήκουν σε μια μεγαλύτερη κοινότητα γίνεται εμφανής.

Επιπτώσεις τουρισμού στην ηθική συμπεριφορά του ντόπιου πληθυσμού

Η επαφή των ντόπιων και των τουριστών δημιουργεί νέα κοινωνικά φαινόμενα, τα οποία συχνά οδηγούν σε σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στην κοινωνία. Παρακάτω αναφέρονται κάποιες από τις αρνητικές επιπτώσεις (Ανδριώτης, 2005):

- Εγκληματικότητα: Αρκετές μελέτες υποστηρίζουν ότι η τουριστική ανάπτυξη είναι υπεύθυνη για την αύξηση της εγκληματικότητας. Το αίτιο αυτής της αύξησης οφείλεται στην αδυναμία της αστυνόμευσης λόγω του μεγάλου αριθμού των επισκεπτών και των πολλών μετακινήσεων. Επιπλέον οι de Albuquerque και McElroy (1999), υποστηρίζουν ότι οι τουρίστες είναι πιο πιθανό να γίνουν θύματα εγκληματικών πράξεων αντί των ντόπιων κατοίκων.
- Τζόγος: Ο τζόγος έχει παράλληλα και θετικές και αρνητικές επιπτώσεις στον τουρισμό. Στον τουρισμό η επικρατούσα μορφή του τζόγου είναι τα καζίνο, γι' αυτόν τον λόγο πολλές περιοχές για να αυξήσουν τον αριθμό των τουριστών δημιουργούν καζίνο. Το καζίνο έχει πολλές θετικές επιδράσεις στην οικονομία της περιοχής καθώς αυξάνει την

πληρότητα των ξενοδοχείων, επιφέρει σοβαρή συναλλαγματική δραστηριότητα και δημιουργεί αρκετές θέσεις εργασίας. Ταυτόχρονα όμως δημιουργεί σοβαρές αρνητικές επιπτώσεις όπως είναι η αύξηση της βίας, των κλοπών και της εγκληματικότητας.

- Πορνεία: Η τουριστική ανάπτυξη σε αρκετές χώρες του πλανήτη δέχτηκε κριτική όσον αφορά στην αύξηση της πορνείας και των σεξουαλικών δραστηριοτήτων. Ένα παράδειγμα είναι η πόλη του Άμστερνταμ της Ολλανδίας στην περιοχή των κόκκινων φαναριών, όπου οι γυναίκες που εργάζονται στα καταστήματα που προσφέρουν τέτοιες υπηρεσίες, ποζάρουν πίσω από παράθυρα με προκλητική εμφάνιση για να προσελκύσουν πελάτες. Ο Ηγουμενάκη και συν. (1999), τονίζουν πως το κύριο πρόβλημα του τουρισμού σε σχέση με την πορνεία δεν αφορά μονό τον λεγόμενο «σεξο- τουρισμό» (που γίνεται σε χώρες όπως η Ταϊλάνδη, οι Φιλιππίνες, η Κούβα, κτλπ.). Επίσης, αναφέρουν πως το πρόβλημα της πορνείας στον τουρισμό έχει συμβάλει στην επέκταση του AIDS και άλλων σεξουαλικών μεταδιδόμενων νοσημάτων.
- Χρήση ναρκωτικών ουσιών και επαιτεία: Μια ακόμη αρνητική επίπτωση της τουριστικής ανάπτυξης σε ορισμένους τουριστικούς προορισμούς είναι η αύξηση της κατανάλωσης ναρκωτικών ουσιών. Υπάρχει ένας αριθμός τουριστών που ταξιδεύουν σε ορισμένους προορισμούς, οι οποίοι είναι γνωστοί για τη μη απαγόρευση χρήσης και εμπορίας ναρκωτικών ουσιών (για παράδειγμα το Άμστερνταμ). Επιπρόσθετα, ακόμη μία αρνητική επίπτωση του τουρισμού είναι η αύξηση της επαιτείας των ντόπιων κατοίκων από τους τουρίστες κυρίως σε μη ανεπτυγμένες χώρες.

Ο Doxey (1976) δημιούργησε ένα μοντέλο το οποίο επικεντρώνεται στις κοινωνικές και περιβαλλοντικές συνέπειες του τουρισμού σε έναν τουριστικό προορισμό, αλλά και στην

ενόχληση των ντόπιων κατοίκων από τους τουρίστες. Σύμφωνα με τον Doxey, υπάρχουν πέντε στάδια που περιγράφουν τη στάση των ντόπιων απέναντι στους τουρίστες. Ανάλογα με τη φάση στην οποία βρίσκονται, οι ντόπιοι μπορεί να είναι θετικά ή αρνητικά διακείμενοι απέναντι στους τουρίστες.

Διάγραμμα 3.1: Προκαλούμενα Επίπεδα Ενοχλήσεων από Συναντήσεις Τουριστών - Ντόπιων³



Πηγή: Doxey, G., (1976)

Ευφορία: Οι κάτοικοι της τοπικής κοινωνίας υποδέχονται τους επισκέπτες με αίσθημα χαράς, ενθουσιασμό και προγραμματισμό σε τοπικό επίπεδο.

Απάθεια: Οι ντόπιοι πια θεωρούν τους τουρίστες και γενικά τον τουρισμό δεδομένα και η σχέση του ντόπιου πληθυσμού και των τουριστών, μετατρέπεται σε καθαρά εμπορική με στόχο την μεγιστοποίηση των κερδών.

Ενόχληση: Λόγω του μεγάλου αριθμού επισκεπτών στην τουριστική περιοχή, δημιουργείται η ανάγκη για περαιτέρω ανάπτυξη των ειδικών τουριστικών υποδομών. Αυτό συμβαίνει διότι ο

μεγάλος όγκος τουριστών προκαλεί ενόχληση στους ντόπιους, οι οποίοι επιδιώκουν να αυξήσουν τα έσοδά.

Ανταγωνισμός: Οι κάτοικοι έχουν αποκτήσει την αίσθηση πως οι τουρίστες ευθύνονται για όλα τα προβλήματα τα όποια δημιουργούνται στην περιοχή. Από την άλλη πλευρά, προσπαθούν να διατηρήσουν την καλή φήμη και εικόνα του προορισμού, οπότε συνεχίζουν να κάνουν διάφορες ενέργειες για την προβολή και διαφήμιση του.

Τελικό επίπεδο: Στο τελικό στάδιο το γόητρο του προορισμού έχει χαθεί και οι τουρίστες προτιμούν να μετακινηθούν σε άλλες περιοχές και προορισμούς.

Μετά την ανάλυση του μοντέλου του Doxey, μπορούμε να κατανοήσουμε τις αντιλήψεις που δημιουργούνται στον ντόπιο πληθυσμό για τους τουρίστες αλλά και τις παραμέτρους που τις δημιουργούν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

Συμβολή Τουρισμού στην ανάπτυξη της Περιφέρειας Αττικής

Εισαγωγή

Η τουριστική ανάπτυξη έχει θετικές επιδράσεις στον τουριστικό προορισμό, ωστόσο σε αρκετές περιπτώσεις μπορεί να επιφέρει και έντονες αρνητικές συνέπειες τόσο στην περιοχή όσο και στους κατοίκους της.

Μελέτη περίπτωσης της παρούσας εργασίας είναι η ευρύτερη γεωγραφική περιοχή της Περιφέρειας Αττικής. Σε παρών κεφάλαιο θα απεικονιστεί η υφιστάμενη κατάσταση της Ελλάδας και της Περιφέρειας Αττικής δίνοντας κυρίως έμφαση στα δεδομένα τα οποία αφορούν τον τουρισμό και τους αρμόδιους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς τουριστικής ανάπτυξης και προβολής. Επιπλέον, θα παρουσιαστεί η τουριστική προσφορά με προσανατολισμό τα τουριστικά καταλύματα και τις τουριστικές υποδομές και η τουριστική ζήτηση αναλύοντας το προφίλ των επισκεπτών.

Στη συνέχεια θα αναφερθούν οι επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στην περιοχή μελέτης. Το κεφάλαιο καταλήγει με την διατύπωση των ήδη υπάρχουσών εναλλακτικών μορφών τουρισμού οι οποίες υπάρχουν στην Περιφέρεια Αττικής αλλά και σε αυτές που θα μπορούσαν μεσοπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα να αναπτυχθούν.

Θα πρέπει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο πως τόσο στη διεθνή τουριστική αγορά αλλά και στην ελληνική, όταν γίνεται αναφορά στον προορισμό της Αττικής δυστυχώς υπάρχει σε πάρα πολύ μεγάλο ποσοστό η εικόνα κυρίως του κέντρου της Αθήνας. Εκτός όμως από την εικόνα του προορισμού σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία και τις έρευνες ο Δήμος Αθηναίων είναι το επίκεντρο των τουριστικών δραστηριοτήτων και της τουριστικής κίνησης.

Υφιστάμενη Κατάσταση Τουρισμού στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τα στοιχεία του 62ου Στατιστικού Δελτίου του ΣΕΤΕ (2020), το έτος 2019 παρατηρήθηκε αύξηση της εισερχόμενης ταξιδιωτικής κίνησης κατά +1,2 εκατομμύρια ανθρώπους ή +4,1%, φτάνοντας τους 31,3 εκατομμύρια ταξιδιώτες σε σύγκριση με τους 30,1 εκατομμύρια το 2018. Επιπλέον, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις αυξήθηκαν κατά +12,8% σε σχέση με το 2018, φθάνοντας τα 18,2 δισεκατομμύρια.

Μέχρι τον Φεβρουάριο του 2020, ο αριθμός των αεροπορικών αφίξεων στην Ελλάδα από το εξωτερικό είχε αυξηθεί σε σχέση με το 2019, συμπληρώνοντας τις προβλέψεις για αύξηση του τουριστικού ρεύματος. Ωστόσο, προς τα τέλη Φεβρουαρίου και στις αρχές Μαρτίου, τα πρώτα κρούσματα COVID-19 εμφανίστηκαν τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη. Κατά τη διάρκεια εκείνης της περιόδου, η ελληνική οικονομία βρισκόταν σε συνεχή ύφεση, με σοβαρές αρνητικές επιπτώσεις στον τουριστικό τομέα, δεδομένου ότι οι περισσότεροι κλάδοι της ελληνικής οικονομίας, κυρίως στις νησιωτικές περιοχές, είναι άμεσα ή έμμεσα συνδεδεμένοι με τον τουρισμό. Όπως ήταν αναμενόμενο μετά το πέρας της πανδημίας θα ερχόταν σταθερά η άνοδος των τουριστικών αφίξεων με συνέπεια την αύξηση των περισσότερων δεικτών που αφορούν τον τουρισμό.

Στον **πίνακα 4.1** καταγράφονται τα βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού για το έτος 2021.

Συνολική συμμετοχή στο ΑΕΠ	14,9% (WTTC, 2022)
Συνολική Συμμετοχή στην Απασχόληση	19,9% της συνολικής απασχόλησης (WTTC, 2022)
Συνολική Απασχόληση	787.600 (WTTC, 2022)
Έσοδα από εισερχόμενο τουρισμό	10,3 δισ. € στα οποία δεν περιλαμβάνονται τα

	έσοδα από κρουαζιέρα (ΤτΕ,2022)
Αφίξεις μη κατοίκων	14,7 εκατ. στα οποία δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρα (ΣΕΤΕ, 2023a)
Μέση Κατά Κεφαλή Δαπάνη	702 € στα οποία δεν περιλαμβάνονται τα ποσά από κρουαζιέρα (ΣΕΤΕ, 2023a)
Εποχικότητα	67% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο- Σεπτέμβριο (ΣΕΤΕ, 2023a)
Συγκέντρωση Προσφοράς	71% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας (ΞΕΕ, 2022a)
Ξενοδοχειακή Υποδομή	Ξενοδοχεία: 10.088 / Δωμάτια: 443.835 / Κλίνες: 877.930 (ΞΕΕ, 2022a)

Εισπράξεις

Οι εσοδείες του τουρισμού κατέγραψαν αύξηση κατά +38,7% στην περίοδο 2016-2019 και έφτασαν σε ρεκόρ εισπράξεων των €17,7 δισ. το 2019. Ωστόσο, στην περίοδο 2019-2021 μειώθηκαν κατά -41,6% φθάνοντας τα €10,3 δισ. Όσον αφορά την εποχικότητα για το 2021, το 72,2% των εσόδων καταγράφεται στο τρίτο τρίμηνο, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά για το πρώτο, δεύτερο και τέταρτο τρίμηνο ήταν 1,0%, 10,4% και 16,4% αντίστοιχα. (ΙΝΣΕΤΕ, 2022a). Το 2022 οι ταξιδιωτικές εισπράξεις διαμορφώθηκαν στα 17.631 εκατ. €. Σε σχέση με το έτος 2019, τα έσοδα εμφανίζουν απώλεια κατά 548 εκατ. €. Από αυτά, τα 392 εκατ. € οφείλονται στην απώλεια της ρωσικής αγοράς, τα 91 εκατ. € στη μείωση των εσόδων από την κρουαζιέρα και τα

64,1 εκατ. €. από την υπόλοιπη δραστηριότητα (ΙΝΣΕΤΕ, 2023).

Αφίξεις

Ο αριθμός των τουριστών που επισκέφτηκαν την Ελλάδα την περίοδο 2016-2019 αυξήθηκε κατά +26,4%, φτάνοντας σε νέο ρεκόρ το 2019 με 31.348 χιλιάδες αφίξεις. Αντίθετα, την περίοδο 2019-2021 καταγράφηκε μείωση των αφίξεων κατά -53,1%, φθάνοντας τα 14,7 εκατ. αφίξεις. ο ποσοστό των αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα δείχνει έντονη εποχικότητα, καθώς το 67,2% του συνολικού αριθμού αφίξεων του 2021 καταγράφεται στο Γ' τρίμηνο του έτους. έναντι ποσοστών 1,8%, 9,9% και 21,0% το Α', Β' και Δ' τρίμηνο αντίστοιχα (ΙΝΣΕΤΕ, 2022a). Το 2022 η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση διαμορφώθηκε στις 27.836 χιλ. ταξιδιώτες. Οι 5 περιφέρειες με το μεγαλύτερο ποσοστό αφίξεων ήταν το Νότιο Αιγαίο, η Κρήτη, η Κεντρική Μακεδονία, η Αττική και τα Ιόνια Νησιά (ΙΝΣΕΤΕ, 2023).

Διανυκτερεύσεις

Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2016-2019 αυξήθηκε κατά +22,1%, φθάνοντας στο υψηλότερο επίπεδο με 232.464 χιλιάδες διανυκτερεύσεις το 2019. Αντίθετα, κατά την περίοδο 2019-2021 καταγράφηκε μείωση κατά -43,5% στις διανυκτερεύσεις, φθάνοντας τις 131.357 χιλιάδες. Σχετικά με την εποχικότητα, το 68,5% των διανυκτερεύσεων για το 2021 καταγράφηκε στο Γ' τρίμηνο, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά για το Α', Β' και Δ' τρίμηνο ήταν 2,8%, 12,0% και 16,7% αντίστοιχα (ΙΝΣΕΤΕ, 2022a).

Την περίοδο του 2022, στο σύνολο των κύριων και μη κύριων τουριστικών καταλυμάτων παρουσιάζεται αύξηση στις διανυκτερεύσεις κατά +89,1% σε σύγκριση με την αντίστοιχη

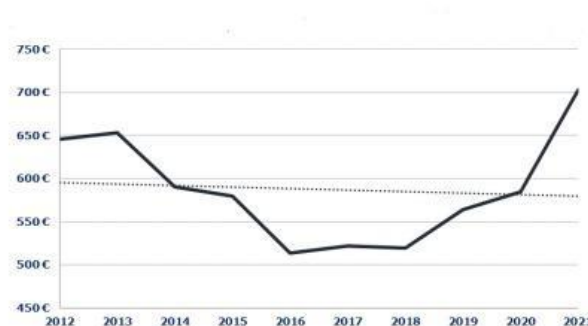
περίοδο του 2021. Πιο συγκεκριμένα, οι διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών αυξήθηκαν κατά +100,8% και των ημεδαπών κατά +40,8% (ΙΝΣΕΤΕ, 2023).

Εξέλιξη της Μέσης Κατά Κεφαλήν Δαπάνης (ΜΚΔ)

α τελευταία τρία χρόνια, η τάση της Μέσης Δαπάνης ανά Κεφάλαιο (ΜΚΔ) έχει αντιστραφεί, καλύπτοντας τις απώλειες που καταγράφηκαν έως το 2018. Συγκεκριμένα, η ΜΚΔ αυξήθηκε κατά 8,5% το 2019, 3,6% το 2020 και 20,2% το 2021. Αντίθετα, κατά την περίοδο 2012-2018, παρατηρήθηκε μείωση της ΜΚΔ με διακυμάνσεις, κατά 19,6% από € 646,0 το 2012 σε € 519,6 το 2018. Το 2021, η ΜΚΔ έφτασε στα € 702,4, που είναι η τέταρτη υψηλότερη ΜΚΔ από την έναρξη της Έρευνας Συνόρων το 2006. Οι τρεις υψηλότερες ΜΚΔ ήταν το 2005 με € 745,7, το 2008 με € 730,0 και το 2006 με € 745,9 (ΙΝΣΕΤΕ, 2022b).

Γράφημα 4.1: Εξέλιξη της Μέσης Κατά Κεφαλήν Δαπάνης (ΜΚΔ) στην Ελλάδα (σε €), 2012-

21

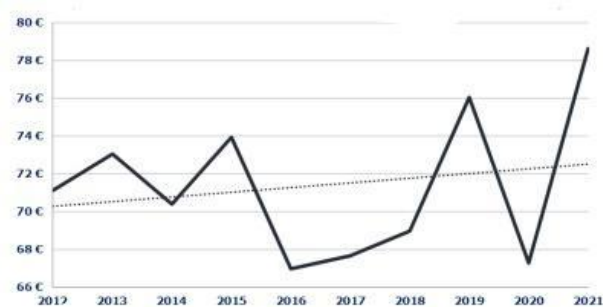


Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, (2022b). «Η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα, 2012-2021».

Εξέλιξη της Μέσης Δαπάνης ανά Διαμονή (ΜΔΔ)

Το 2021, η μέση δαπάνη του καταναλωτή ανά διανυκτέρευση σημείωσε αύξηση κατά +16,9%, από € 67,3 το 2020 σε € 78,6 το 2021, καλύπτοντας τις απώλειες της περιόδου 2012-2020, που κατέγραψε μείωση κατά -5,4%, από € 71,1 το 2012 σε € 67,3 το 2020 (ΙΝΣΕΤΕ, 2022b).

Γράφημα 4.2: Εξέλιξη της Μέσης Δαπάνης ανά Διαμονής (ΜΔΔ) στην Ελλάδα (σε €), 2012-21

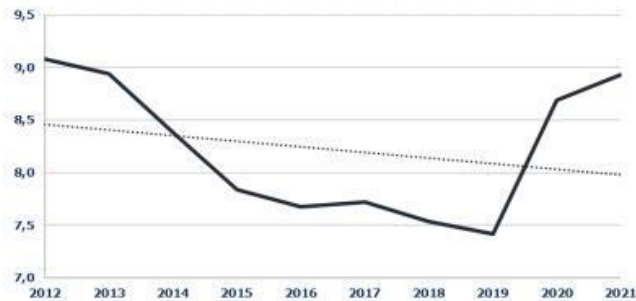


Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, (2022b). «Η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα, 2012-2021».

Εξέλιξη της Μέσης Διάρκειας Παραμονής (ΜΔΠ)

Το περασμένο έτος, η ΜΔΠ ανέβηκε κατά +16,9% (από €67,3 το 2020 σε €78,6 το 2021), καλύπτοντας τις απώλειες της περιόδου 2012-2020 (-5,4%, από €71,1 το 2012 σε €67,3 το 2020). Στην περίοδο 2019-2021, η αύξηση της ΜΔΠ κατά +20,5% ή +1,5 διανυκτερεύσεις (από 7,4 διανυκτερεύσεις το 2019 σε 8,9 διανυκτερεύσεις το 2021) σχεδόν αντιστάθμισε τη μείωση των περιόδων 2012-2019 κατά -18,3% ή -1,7 διανυκτερεύσεις (από 9,1 διανυκτερεύσεις το 2012 σε 7,4 διανυκτερεύσεις το 2019), καταλήγοντας στα επίπεδα του 2013 το 2021. (ΙΝΣΕΤΕ, 2022b).

Γράφημα 4.3: Εξέλιξη της Μέσης Διάρκειας Παραμονής (ΜΔΠ) στην Ελλάδα (σε €), 2012-21

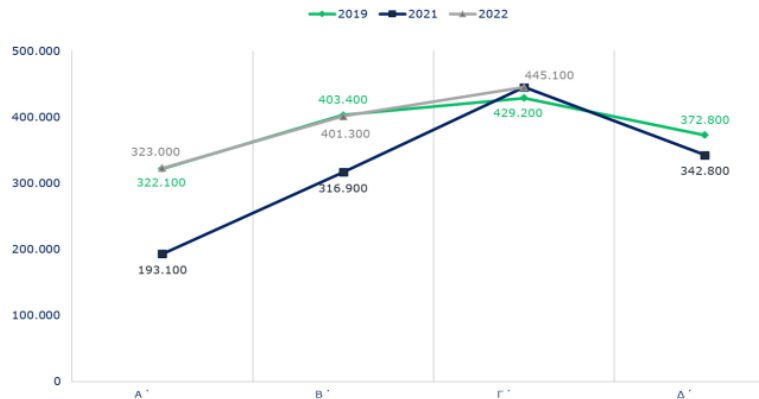


Πηγή: INSETE, (2022b). «Η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα, 2012-2021».

Απασχόληση: Τουριστικά Καταλύματα & Χώροι Εστίασης

Κατά το πρώτο τρίμηνο του 2022, ο αριθμός των εργαζομένων που παρείχαν υπηρεσίες σε τουριστικά καταλύματα και χώρους εστίασης ήταν 323 χιλιάδες, με αύξηση 0,3% σε σχέση με το 2019. Στο δεύτερο τρίμηνο υπήρξε μείωση 0,5%, καθώς καταγράφηκαν 401 χιλιάδες εργαζόμενοι έναντι 403 χιλιάδων το αντίστοιχο τρίμηνο του 2019. Κατά το τρίτο τρίμηνο, ο αριθμός των εργαζομένων ήταν 445 χιλιάδες, με αύξηση 3,7% σε σχέση με το 2019. (INSETE, 2023).

Γράφημα 4.4: Εξέλιξη Απασχόλησης: Τουριστικά Καταλύματα & Χώροι Εστίασης



Πηγή: INΣΕΤΕ, (2023). «80° Στατιστικό Δελτίο»

Περιφέρεια Αττικής

Γεωμορφολογία

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, η Περιφέρεια Αττικής καταλαμβάνει έκταση 3.808 τετραγωνικών χιλιομέτρων, που αντιστοιχεί στο 2,9% της συνολικής έκτασης της Ελλάδας.

Βρίσκεται στο κέντρο της χώρας και καλύπτει το νοτιοανατολικό τμήμα της Στερεάς Ελλάδας.

Η πρωτεύουσα της Ελλάδας, η Αθήνα, είναι η μεγαλύτερη πόλη της Περιφέρειας Αττικής. Η Αττική είναι μια χερσόνησος που βρίσκεται στο Αιγαίο Πέλαγος. Βρέχεται από τα νότια από τον Σαρωνικό Κόλπο και συνορεύει στα βόρεια με τη Βοιωτία, στα νότια με την Εύβοια και στα δυτικά με την Κορινθιακή κόλπο.

Οι κυριότεροι παράγοντες που διαμορφώνουν τη γεωμορφολογία της Αττικής περιλαμβάνουν τα ορεινά συστήματα (πχ Πάρνηθα), οι λόφοι, οι πεδιάδες, τα ποτάμια, οι λίμνες (πχ. Τεχνική Λίμνη Μαραθώνα), καθώς και τη θάλασσα με τις ακτογραμμές. Οι κλιματολογικές συνθήκες οι οποίες επικρατούν τη μεγαλύτερη διάρκεια του έτους στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή της Αττικής είναι ήπιες, αποτέλεσμα το κλίμα της να χαρακτηρίζεται ως μεσογειακό.

Η Περιφέρεια Αττικής φιλοξενεί μια πληθώρα ειδών χλωρίδας και πανίδας, καθώς και περιοχές που έχουν αναγνωρισθεί ως προτεραιότητες για τη διατήρηση του φυσικού τους περιβάλλοντος στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής νομοθεσίας. Το συγκεκριμένο «Αττικό Τοπίο» περιλαμβάνει αρκετά είδη που βρίσκονται υπό απειλή. Στην Περιφέρεια Αττικής, έχουν θεσμοθετηθεί περιοχές προστασίας σύμφωνα με την εθνική και διεθνή νομοθεσία (ΙΝΣΕΤΕ, 2022c):

- Εθνικό πάρκο Σχοινιά-Μαραθώνα (ΦΕΚ 395/Δ/3700),
- Ορεινός Όγκος Πάρνηθας (ΦΕΚ 336/Δ/24-07-2007, Εθνικός Δρυμός),
- Εθνικός Δρυμός Σουνίου (ΦΕΚ: ΠΔ 182/1974),
- 1 Ειδικά Προστατευόμενη Περιοχή σύμφωνα με τη Σύμβαση της Βαρκελώνης
- Αισθητικό Δάσος Καισαριανής Αττικής (ΦΕΚ 31/Α/1974),
- Όρος Υμηττός (ΦΕΚ 187/Δ/16-09-2011)
- 24 Παραδοσιακοί Οικισμοί

Διοικητική Διαμόρφωση

Η Περιφέρεια Αττικής σύμφωνα με τον Νόμο 3852/2010- Πρόγραμμα Καλλικράτης χωρίζεται σε οκτώ (8) Περιφερειακές Ενότητες (Π.Ε.):

1. Ανατολικής Αττικής (13 Δήμοι).
2. Βορείου Τομέα Αθηνών (12 Δήμοι).
3. Δυτικού Τομέα Αθηνών (11 Δήμοι).
4. Κεντρικού Τομέα Αθηνών (7 Δήμοι).
5. Νοτίου Τομέα Αθηνών (8 Δήμοι).
6. Δυτικής Αττικής (5 Δήμοι).
7. Πειραιώς (5 Δήμοι).

8. Νήσων (8 Δήμοι).

Αρμόδιοι Φορείς Στρατηγικού Σχεδιασμού Τουριστικής Ανάπτυξης

Δημόσιοι Φορείς

Οι φορείς που ασχολούνται με την τουριστική ανάπτυξη και προβολή της χώρας είναι:

- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ).
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ).
- Διευθύνσεις Τουρισμού Ανά Περιφερειακή Ενότητα.
- Δήμοι στους οποίους έχουν συσταθεί Διευθύνσεις- Τμήματα Τουρισμού.

Η βασική προτεραιότητα είναι να καταστεί η Ελλάδα ένας από τους προορισμούς τουρισμού με την υψηλότερη ποιότητα παγκοσμίως, που θα προσφέρει μοναδικές τουριστικές εμπειρίες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, έχουν διατυπωθεί εννέα στρατηγικοί στόχοι, οι οποίοι αποτελούν τμήμα του σχεδιασμού του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης και βρίσκονται ήδη σε εξέλιξη (2019):

1. Προώθηση της Ελλάδας ως Ελκυστικού, Ασφαλούς Διεθνούς Προορισμού όλο το χρόνο.
2. Αύξηση της συνεισφοράς του τουριστικού τομέα στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ).
3. Αύξηση των εσόδων ανά επισκέπτη
4. Αναβάθμιση των τουριστικών προϊόντων, υπηρεσιών και υποδομών.
5. Επέκταση της καλοκαιρινής σεζόν και ενίσχυση της χειμερινής τουριστικής περιόδου.
6. Προώθηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων των νέων ελληνικών προορισμών.

7. Ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού.
8. Διείσδυση σε νέες αγορές του εξωτερικού.
9. Προσέλκυση επενδύσεων υψηλής προστιθέμενης αξίας.

Διεύθυνση Τουρισμού Περιφέρειας Αττικής

Στην Περιφέρεια Αττικής κατά τη χρονική διάρκεια του έτος 2015 δημιουργήθηκε η Διεύθυνση Τουρισμού, η οποία με σημαντικές ελλείψεις σε εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό προσπαθεί να σχεδιάσει και να υλοποιήσει τους επιμέρους άξονες δράσης για την τουριστική ανάπτυξη και προβολή της Περιφέρειας.

Το ίδιο έτος έγινε σύμβαση (29.05.2015/178/2015) μεταξύ της Περιφέρειας Αττικής και του Πανεπιστημίου Πατρών, για την εκπόνηση και την παράδοση του Στρατηγικού Σχεδίου Δράσης για την τουριστική προβολή της Περιφέρειας Αττικής για την πενταετία 2016- 2020.

Ο κεντρικός στόχος της Περιφέρειας Αττικής για το διάστημα 2016-2020 ήταν η προώθηση του τουριστικού πλούτου της Αττικής μέσω ενός πλήρους χαρτοφυλακίου ανταγωνιστικών και ελκυστικών τουριστικών προϊόντων, για τα οποία υπήρχε ήδη έτοιμη διεθνής αγορά. Η διαφοροποίηση από τον συνηθισμένο αστικό και συνεδριακό τουρισμό αποτέλεσε έμμεσο στόχο της Περιφέρειας Αττικής. Οι βασικές δράσεις της κεντρικής στρατηγικής προσέγγισης του Σχεδίου Δράσης για την τουριστική προβολή της Περιφέρειας Αττικής για το διάστημα 2016-2020 μπορούν να συνοψιστούν σε συγκεκριμένες δράσεις. (Περιφέρεια Αττικής, 2015):

- Να αναδειχθούν στην Αττική δύο διακριτά χαρτοφυλάκια ταξιδιωτικών εμπειριών, το γεωγραφικό και το θεματικό, που θα αποτελούν υποσύνολα προορισμών και τουριστικών προϊόντων.

- Να εστιαστούν οι πεπερασμένοι πόροι της Περιφέρειας Αττικής στις πιο ελκυστικές και ώριμες τουριστικές αγορές.
- Να βελτιωθούν οι τουριστικές επιδόσεις της Αττικής, ιδίως ως προς την εποχικότητα και τη μέση παραμονή των επισκεπτών της.
- Να επωφεληθούν όλες οι περιοχές της Αττικής από τις προτεινόμενες ενέργειες τουριστικής προβολής.

Όσον αφορά την προώθηση και προβολή του χαρτοφυλακίου τουριστικού προϊόντος, τα έτη 2016-2019 η Διεύθυνση Τουρισμού συμμετείχε σε εκθέσεις σε χώρες του εξωτερικού (Λονδίνο, Γαλία, Ρωσία, Γερμανία) αλλά και εντός εθνικών συνόρων. Επίσης, για την προβολή του προορισμού ανά τακτά χρονικά διάστημα διοργανώθηκαν Press & Fam Trips με κύριο στόχο την ανάδειξη ειδικών θεματικών μορφών τουρισμού όπως ο οινικό- γαστρονομικός και ο θρησκευτικός τουρισμός.

Μετά το πέρας της υγειονομικής κρίσης του COVID-19 αλλά και της οικονομικής κρίσης, η οποία ακολούθησε την πανδημία, έγινε επιτακτική η ανάγκη κατάρτισης Στρατηγικού Σχεδίου Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής για την Περιφέρεια Αττικής. Για τους προαναφερθέντες λόγους, προτάθηκε η κατάρτιση ενός στρατηγικού σχεδίου με διάρκεια τριών ετών, το οποίο θα περιλαμβάνει σαφείς δράσεις και ενέργειες για την προώθηση του τουρισμού και την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα στην περιοχή της Αττικής.

Ο κεντρικός στόχος του Στρατηγικού Σχεδίου Δράσης-Προγράμματος για την Τουριστική Προβολή και Ανάπτυξη της Περιφέρειας Αττικής για την περίοδο 2021-2023 είναι η ολοκληρωμένη προβολή του τουριστικού πλούτου της Αττικής στη διεθνή και εγχώρια αγορά, λαμβάνοντας υπόψη τις νέες διεθνείς τάσεις και τις δυσμενείς συνθήκες που δημιουργήθηκαν λόγω της πανδημίας του COVID-19. Οι βασικοί άξονες δράσης περιλαμβάνουν διακριτές

δράσεις για την τουριστική προβολή και ανάπτυξη της περιοχής της Αττικής, συμπεριλαμβανομένων νέων προσεγγίσεων και στρατηγικών σχεδίων, που θα είναι προσαρμοσμένες στις συνθήκες της εποχής και στον σκοπό της προώθησης του τουρισμού στην Αττική (Περιφέρεια Αττικής, 2021).

Εταιρεία Ανάπτυξης & Τουριστικής Προβολής Αθηνών

Η Εταιρία Ανάπτυξης & Τουριστικής Προβολής Αθηνών λειτουργεί ως νομικός πρόσωπο Δήμου Αθηναίων και ενδιάμεσος φορέας του ΕΣΠΑ. Πιο συγκεκριμένα η ΕΑΤΑ προσπαθεί να καθιερώσει τη μητροπολιτική Αθήνα ως έναν από τους κύριους τουριστικούς και συνεδριακούς προορισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης με ελκυστικές και υψηλής ποιότητας προσφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες μέσω του έργου «ΕΡΓΟ: Αθήνα».

Επιπλέον, η ΕΑΤΑ έχει ως μία από τις κύριες προτεραιότητές της την ενίσχυση των επενδύσεων και των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην πόλη, με σκοπό την ενίσχυση της τοπικής αγοράς και την προώθηση της Αθήνας ως διεθνούς επενδυτικού προορισμού, μέσω της προσφοράς κινήτρων και επενδυτικών ευκαιριών.

Αναπτυξιακό Πρόγραμμα & Στόχοι της ΕΑΤΑ όπως αναφέρονται στην επίσημη ιστοσελίδα του Δήμου Αθηναίων (ΕΑΤΑ, 2023):

- Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και επιχειρηματικότητας της Αθήνας μέσω της αξιοποίησης των συγκριτικών της πλεονεκτημάτων, εστιάζοντας στην ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος.
- Βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της πόλης περιλαμβάνει πρωτοβουλίες για πράσινη ανάπτυξη.

- Αναζωογόνηση του αστικού ιστού απαιτεί στοχευμένες παρεμβάσεις σε κτίρια, πλατείες, υπαίθριους χώρους και γενικότερα στις υποδομές της πόλης.
- Διαχείριση της κοινωνικής κρίσης περιλαμβάνει μέτρα για την καταπολέμηση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού για να διασφαλιστεί η κοινωνική συνοχή.
- Υλοποίηση και η βιωσιμότητα του προγράμματος διασφαλίζονται μέσω της υποστήριξης των υπηρεσιών του Δήμου για την απρόσκοπτη υλοποίηση και τη βιωσιμότητά του.

Φορείς Ιδιωτικού Τομέα

Ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης στην Περιφέρεια Αττικής πρέπει να λαμβάνει υπόψη τους πιθανούς επενδυτές στον τομέα του τουρισμού. Κατά την σχεδίαση κάθε δράσης σε περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο, οι ιδιώτες φορείς πρέπει να συμμετέχουν και να προτείνουν προγράμματα για τους κλάδους τους και τα ενδιαφέροντά τους, έτσι ώστε να επιτευχθεί η συμμετοχή τους στην επιλεγόμενη κατεύθυνση. Οι σημαντικότεροι φορείς είναι :

- Επαγγελματικοί και Συλλογικοί Φορείς, όπως ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ)
- Επιχειρήσεις διαμονής, εστίασης, διασκέδασης, μεταφορών, όπως για παράδειγμα η Ένωση Ξενοδοχείων Αττικής και Αργολοσαρωνικού (ΕΞΑΑ)
- Ειδικοί φορείς και μη κυβερνητικές οργανώσεις (ΜΚΟ)

Τουριστική Πρόσφορα

Υποδομές Μεταφοράς

Αεροδρόμια

Στην ευρύτερη περιοχή της Περιφέρειας Αττικής υπάρχουν δύο αεροδρόμια, το Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών με την επωνυμία «Ελευθέριος Βενιζέλος» που βρίσκεται 30 χιλιόμετρα μακριά από το κέντρο της Αθήνας και τον Κρατικό Αερολιμένα Κυθήρων με την επωνυμία «Αλέξανδρος Ωνάσης» που βρίσκεται 24 χιλιόμετρα μακριά από την πόλη των Κυθήρων. (ΥΠΑ, 2023).

Λιμάνια

Η Περιφέρεια Αττικής έχει δύο βασικά επιβατικά λιμάνια, τον Πειραιά και τη Ραφήνα. Το λιμάνι του Πειραιά έχει μεγάλη εμπορική σημασία για τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, λόγω της γεωγραφικής του θέσης. Επιπλέον, αποτελεί τον κύριο λιμένα επιβατικών μετακινήσεων. Όσον αφορά το λιμάνι της Ραφήνας, βρίσκεται μέσα στον αστικό ιστό του Δήμου Ραφήνας-Πικερμίου και διαθέτει 13 προβλήτες για επιβατηγά πλοία και 2 για ταχύπλοα σκάφη, καθώς και αλιευτικό καταφύγιο και 70 θέσεις για αλιευτικά σκάφη. (ΕΛΙΜΕ, 2023).

Τα υπόλοιπα λιμάνια της Περιφέρειας της Αττικής είναι (ΕΛΙΜΕ, 2023):

- Λιμάνι Λαυρίου.
- Λιμάνι Ελευσίνας.
- Λιμάνι Αίγινας.
- Λιμένας Σπετσών.
- Λιμένας Ύδρας.
- Λιμένας Κυθήρων.
- Λιμένας Πόρου Τροιζηνίας.
- Λιμένας Γαλατά Τροιζηνίας.
- Λιμένας Φανερωμένης Σαλαμίνας.
- Λιμένας Μεθάνων.

Οδικό Δίκτυο

Το οδικό δίκτυο της Περιφέρειας Αττικής αποτελείται από την Εθνική Οδό Αθηνών-Λαμίας και την Εθνική Οδό Αθηνών-Κορίνθου. Επιπλέον, υπάρχουν πολλοί άλλοι αυτοκινητόδρομοι.

Παρακάτω αναφέρονται οι βασικοί αυτοκινητόδρομοι (ΙΝΣΕΤΕ, 2022c):

- Αυτοκινητόδρομος Α1: Συνδέει την Αττική με τη Θεσσαλονίκη και έχει συνολικό μήκος 550 χλμ.
- Αυτοκινητόδρομος Α8: είναι ο οδικός άξονας που ενώνει την Αθήνα με την Πάτρα, με συνολικό μήκος 205 χλμ. Ο Αυτοκινητόδρομος Α8 συνδέεται με τον Αυτοκινητόδρομο 7 (Κεντρικής Πελοποννήσου) και τον Αυτοκινητόδρομο 5 (Ιονία Οδό).
- Αττική Οδός: Κλειστός αυτοκινητόδρομος που αποτελεί το περιφερειακό οδικό δίκτυο του Μητροπολιτικού Κέντρου της Αθήνας και κόμβο σύνδεσης των δύο κύριων αυτοκινητοδρόμων που ενώνουν την Αθήνα με την υπόλοιπη Ελλάδα, Αυτοκινητόδρομος Α1 προς τη Θεσσαλονίκη και Α8 προς την Πελοπόννησο. Η Αττική Οδός αποτελεί βασικό τόπο σύνδεσης των σημείων πρόσβασης της Περιφέρειας όπως τα λιμάνια (Λαύριο, Ραφήνα), το ΔΑΑ και τους βασικούς οδικούς άξονες.

Σιδηροδρομικό Δίκτυο

- Προαστιακός Σιδηρόδρομος: Ενώνει τις γεωγραφικές περιοχές Αττική (Αθήνα)- Πειραιά- Αθήνα- Πελοπόννησο με το συνολικό μήκος της γραμμής 726 χλμ. Τα δίκτυα του προαστιακού είναι (Hellenic Train, 2023):
 - Αθήνα- Λιμάνι Πειραιά- Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών
 - Αθήνα- Κόρινθος- Κιάτο
 - Αθήνα- Χαλκίδα.

- ΗΣΑΠ- ΜΕΤΡΟ: Είναι το δίκτυο υπόγειου και επίγειου μητροπολιτικού σιδηροδρόμου της πόλης των Αθηνών, του Πειραιά και των προαστίων τους. Το δίκτυο αποτελείται από τρεις γραμμές με συνολικά 64 σταθμούς (ΣΤΑΣΥ, 2023):
 - Γραμμή 1 (Πράσινη Γραμμή): Πειραιάς- Κηφισιά (24 Σταθμοί)
 - Γραμμή 2 (Κόκκινη Γραμμή): Ανθούπολη- Ελληνικό (20 Σταθμοί)
 - Γραμμή 3 (Μπλε Γραμμή): Δημοτικό Θέατρο- Δουκίσσης Πλακεντίας- Αεροδρόμιο (27 Σταθμοί)
- Τραμ: Είναι μεταφορικό μέσο σταθερής τροχιάς το οποίο διασχίζει αρκετές περιοχές της Αττικής (Κέντρο Αθήνας – Αθηναϊκή Ριβιέρα). Το τραμ διαθέτει 3 τρεις γραμμές (ΣΤΑΣΥ, 2023):
 - 1^η Γραμμή: Κέντρο της Αθήνας- Νέος Κόσμος- Νέα Σμύρνη- Παλαιό Φάληρο- Παραλιακή Διαδρομή- Νέο Φάληρο
 - 2^η Γραμμή: Κέντρο της Αθήνας- Νέος Κόσμος- Νέα Σμύρνη- Παλαιό Φάληρο- Παραλιακή Διαδρομή- Βούλα.
 - 3^η Γραμμή: Συνδυάζει τις άλλες δύο γραμμές, συνδέοντας απευθείας το Νέο Φάληρο με τη Βούλα.

Κύρια Τουριστικά Καταλύματα

Η συσχέτιση του ξενοδοχειακού κλάδου με τα ενοικιαζόμενα δωμάτια- Airbnb, στην ευρύτερη περιοχή της Περιφέρειας Αττικής και κυρίως στην τουριστική περιοχή του Δήμου Αθηναίων θα αναλυθεί παρακάτω. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η δυναμική, η συγκρουσιακή και η χωροταξική σχέση μεταξύ των δύο αγορών στην Αθήνα.

Ξενοδοχεία

Η ανάπτυξη του Airbnb στην Αθήνα τα τελευταία χρόνια έχει προκαλέσει αναταράξεις στον ξενοδοχειακό κλάδο λόγω της οικονομικής κρίσης που πλήττει τη χώρα και της υπερφορολόγησης, που δυσχεραίνει την πρόσβαση των ξενοδοχείων σε τραπεζική χρηματοδότηση. Σύμφωνα με στοιχεία της ιστοσελίδας του Υπουργείου Τουρισμού, υπάρχει μεγάλη συγκέντρωση ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Ομόνοια και το Μεταξουργείο, καθώς και στην Πλατεία Συντάγματος. Υπάρχουν επίσης μικρότερες συγκεντρώσεις κατά μήκος των μεγάλων οδικών αρτηριών της Αττικής, όπως στη Λεωφόρο Κηφισίας και τη Λεωφόρο Συγγρού, και μεμονωμένα ξενοδοχεία στην πόλη.

Σύμφωνα με την ανάλυση του ΙΤΕΠ (2022) για τη χρονική περίοδο 2000-2021, η αύξηση των ξενοδοχειακών μονάδων στην Ελλάδα ήταν 25,2%, ενώ στην Αττική μειώθηκε κατά 2,2% και στην Αθήνα αυξήθηκε κατά 9,3%. Επομένως, η ανάπτυξη του ξενοδοχειακού τομέα στην Αττική και στην Αθήνα δεν ακολούθησε τον ίδιο ρυθμό με την υπόλοιπη χώρα κατά τη διάρκεια των τελευταίων 20 ετών.

Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Περιφέρειας Αττικής για το έτος 2022 παρουσιάζεται παρακάτω αναλυτικά (ΞΕΕ, 2022b):

- Το 2022, η Περιφέρεια Αττικής διαθέτει το 7% των ξενοδοχειακών μονάδων, το 8% των δωματίων και το 7% των κλινών σε όλη τη χώρα, με συνολικά 698 μονάδες, 34.577 δωμάτια και 66.902 κλίνες.
- Σε ότι αφορά την κατηγορία των αστεριών, υπάρχει μεγάλη συγκέντρωση στα 2* (34%), 3* (23%), 4* (20%) και 1* (16%) ξενοδοχεία, ενώ τα 5* αποτελούν μόλις το 7% του συνόλου.
- Η Ενότητα Κεντρικού Τομέα Αθηνών αντιστοιχεί στο περίπου 52% των δωματίων της Περιφέρειας, με 292 μονάδες, 17.904 δωμάτια και 34.165 κλίνες.

- Η Ενότητα Ανατολικής Αττικής έχει περίπου το 17% του ξενοδοχειακού δυναμικού της Περιφέρειας, με 75 μονάδες, 6.028 δωμάτια και 12.481 κλίνες, ενώ η Ενότητα Νήσων αντιπροσωπεύει το 11% με 191 μονάδες, 4.166 δωμάτια και 8.011 κλίνες.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται όλα τα στοιχεία του ξενοδοχειακού δυναμικού όλων των Περιφερειακών Ενοτήτων της Περιφέρειας Αττικής.

Πίνακας 4.2: Ξενοδοχειακό Δυναμικό Περιφέρειας Αττικής για το έτος 2022

		5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΑΤΤΙΚΗ	Μονάδες	10	17	18	28	2	75
	Δωμάτια	2.067	1.745	1.160	1.020	36	6.028
	Κλίνες	4.079	3.804	2.576	1.954	68	12.481
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΒΟΡΕΙΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΑΘΗΝΩΝ	Μονάδες	4	6	5	11	3	29
	Δωμάτια	262	229	197	421	63	1.172
	Κλίνες	498	427	365	805	118	2.213
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΔΥΤΙΚΗ ΑΤΤΙΚΗ	Μονάδες		2	2	9		13
	Δωμάτια		336	28	234		598
	Κλίνες		662	59	432		1.153
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΑΘΗΝΩΝ	Μονάδες				8	1	9
	Δωμάτια				255	21	276
	Κλίνες				470	42	512
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΚΕΝΤΡΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΑΘΗΝΩΝ	Μονάδες	28	75	72	62	55	292
	Δωμάτια	4.803	6.117	3.682	2.016	1.286	17.904
	Κλίνες	9.117	11.627	6.734	3.648	3.039	34.165
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΝΗΣΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ - ΔΗΜΟΣ ΤΡΟΙΖΗΝΙΑΣ	Μονάδες	5	21	54	72	39	191
	Δωμάτια	175	526	1.347	1.549	569	4.166
	Κλίνες	358	1.018	2.572	2.937	1.126	8.011
Αγκίστρι	Μονάδες			1	4	14	19
	Δωμάτια			19	76	222	317
	Κλίνες			44	158	438	640
Αίγινα	Μονάδες	1	2	12	38	13	66
	Δωμάτια	74	32	493	875	174	1.648
	Κλίνες	155	55	954	1.671	360	3.195
Κύθηρα	Μονάδες		4	19	13	2	38
	Δωμάτια		74	290	161	22	547
	Κλίνες		144	544	310	36	1.034
Πόρος	Μονάδες		3	6	5	3	17
	Δωμάτια		165	247	183	51	646
	Κλίνες		313	456	319	99	1.187
Σαλαμίνα	Μονάδες			1		1	2
	Δωμάτια			20		21	41
	Κλίνες			40		40	80
Σπέτσες	Μονάδες	1	2	5	5	5	18
	Δωμάτια	55	94	89	122	70	430
	Κλίνες	113	184	169	225	132	823
Σπέτσες	Μονάδες	1	2	5	5	5	18
	Δωμάτια	55	94	89	122	70	430
	Κλίνες	113	184	169	225	132	823
Υδρα	Μονάδες	3	9	7	4	1	24
	Δωμάτια	46	106	101	44	9	306
	Κλίνες	90	231	199	86	21	627
ΔΗΜΟΣ ΤΡΟΙΖΗΝΙΑΣ (Μέθανα, Γαλατάς, Καλλονή)	Μονάδες		1	3	3		7
	Δωμάτια		55	88	88		231
	Κλίνες		91	166	168		425
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΤΤΙΚΗ-ΝΟΤΙΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΑΘΗΝΩΝ	Μονάδες	3	15	10	15	3	46
	Δωμάτια	436	1.085	572	534	61	2.688
	Κλίνες	927	2.072	1.037	919	136	5.091
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	Μονάδες	1	2	8	22	10	43
	Δωμάτια	77	87	496	807	278	1.745
	Κλίνες	125	177	907	1.455	512	3.176
ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	Μονάδες	51	138	169	227	113	698
	Δωμάτια	7.820	10.125	7.482	6.836	2.314	34.577
	Κλίνες	15.104	19.787	14.250	12.620	5.041	66.802

Πηγή: ΞΕΕ, (2023b). «Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας Ανά Περιφέρεια – Νομό – Νησί».

Μη Κύρια Τουριστικά Καταλύματα

Ενοικιαζόμενα Δωμάτια

Σύμφωνα με τα στοιχεία του INΣΕΤΕ (2022c) όσον αφορά τα Ενοικιαζόμενα Δωμάτια για το έτος 2019 στην Περιφέρεια Αττικής ισχύουν τα εξής:

- Αντιπροσωπεύει το 3% των ενοικιαζόμενων δωματίων της Ελλάδας.
- Διαθέτει 775 μονάδες με 5.877 δωμάτια και 13.204 κλίνες.
- Ενότητα Νήσων: 76% του δυναμικού δωματίων - 601 μονάδες - 4.466 δωμάτια - - 9.936 κλίνες.
- Ενότητα Κεντρικού Τομέα Αθηνών: 10% του δυναμικού -61 μονάδες -590 δωμάτια - 1.464 κλίνες
- Ενότητα Πειραιά: 6% του δυναμικού - 61 μονάδες - 367 δωμάτια - 756 κλίνες.
- Ενότητα Ανατολικής Αττικής: 3% του δυναμικού - 24 μονάδες - 193 δωμάτια - 461 κλίνες.
- Ενότητα Βορείου Τομέα Αθηνών: 3% του δυναμικού - 15 μονάδες -176 δωμάτια - 376 κλίνες.
- Ενότητα Νοτίου Τομέα Αθηνών: 1% του δυναμικού - 7 μονάδες - 47 δωμάτια - 119 κλίνες.
- Ενότητα Δυτικής Αττικής: 0,5% του δυναμικού - 5 μονάδες - 29 δωμάτια - 75 κλίνες.

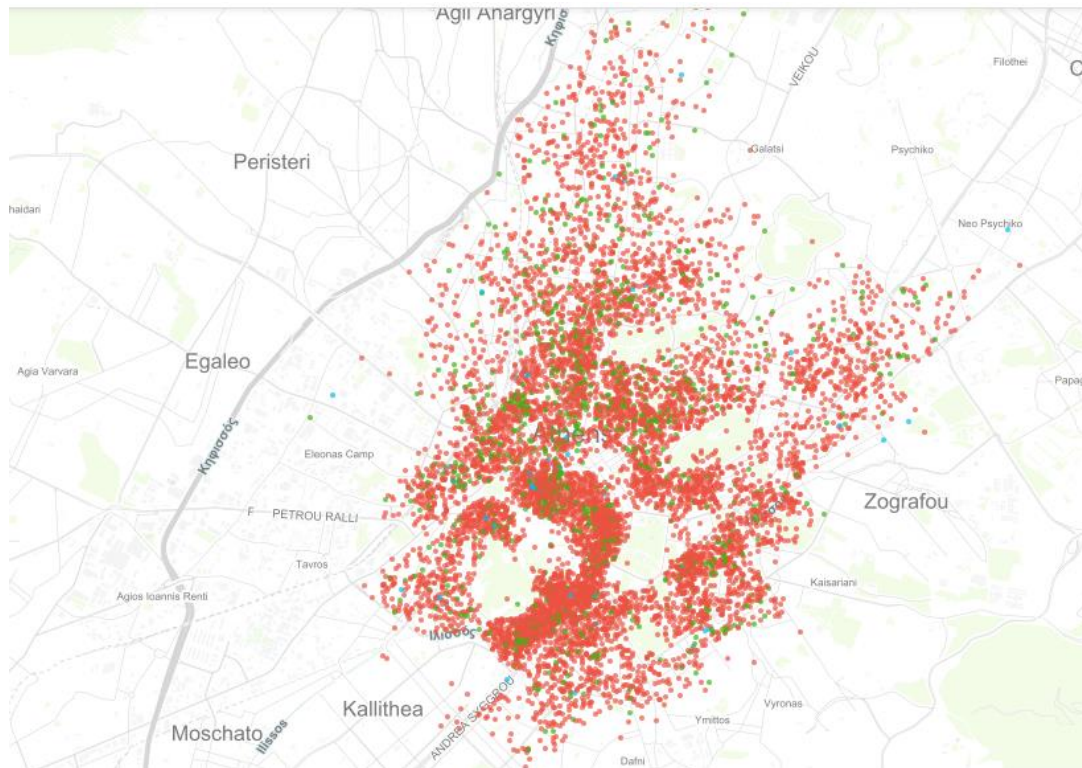
Airbnb

Μελετώντας τις εξελίξεις στη βραχυπρόθεσμη ενοικίαση ακινήτων στην Περιφέρεια Αττικής, η οποία διαθέτει το μεγαλύτερο αριθμό καταλυμάτων, φαίνεται ότι ο κεντρικός τομέας Αθηνών κατέχει το 53,3% του συνολικού αριθμού αυτών των καταλυμάτων στο τέλος της περιόδου που εξετάζεται. Επιπλέον, το 93% του αριθμού αυτών των καταλυμάτων συγκεντρώνεται στον Δήμο Αθηναίων (insideairbnb).

Το χρονικό πλαίσιο αφορά στην περίοδο μεταξύ Αυγούστου 2015 και του έτους 2019, η οποία αποτελεί και την κύρια περίοδο στην οποία αναπτύχθηκε το φαινόμενο του Airbnb στην Αθήνα. Το 2019, ο συνολικός αριθμός των καταχωρήσεων ακινήτων στην πλατφόρμα του Airbnb στο Δήμο Αθηναίων έφτασε τις 9.122, αυξηθείς σημαντικά από τις 6.749 καταχωρήσεις τον Μάρτιο του 2018, τις 4.492 τον Μάρτιο του 2017 και τις μόλις 2.114 καταχωρήσεις τον Μάρτιο του 2016. Η αύξηση των καταχωρήσεων τον τελευταίο χρόνο ήταν της τάξεως του 50%, ενώ τα δύο προηγούμενα χρόνια η αύξηση ήταν περίπου 200%, αποδεικνύοντας την εντυπωσιακή δυναμική αυτού του φαινομένου.

Στην εικόνα 4.1 φαίνονται όλες οι ενεργές καταχωρήσεις ακινήτων στην πλατφόρμα του Airbnb στον Δήμο Αθηναίων κατά το έτος 2019. Τα διαμερίσματα απεικονίζονται με πορτοκαλί σημεία (8.012 συνολικά), τα δωμάτια με πράσινα σημεία (1.055 συνολικά) και τα κοινόχρηστα δωμάτια με γαλάζια σημεία (55 συνολικά). Ένα σημαντικό στοιχείο είναι ότι τα διαμερίσματα και τα δωμάτια κατανέμονται σε μεγάλο βαθμό σε ολόκληρη την έκταση του Δήμου, με εξαίρεση το δυτικότερο τμήμα του Δήμου, το οποίο είναι πιο βιομηχανικό και διαθέτει λιγότερες καταχωρήσεις. Ωστόσο, η κατανομή των καταχωρήσεων διαφέρει σημαντικά ανά περιοχή, με τις μεγαλύτερες συγκεντρώσεις να παρατηρούνται στο κεντρικό τμήμα του Δήμου και να μειώνονται σταδιακά όσο απομακρυνόμαστε από το κέντρο.

Εικόνα 4.1:Καταχωρίσεις στο Airbnb στον Δήμο Αθηναίων το 2019



Πηγή: <http://insideairbnb.com/athens/>

Οι πολύ έντονες συγκεντρώσεις καταχωρίσεων που υπάρχουν στο νότιο τμήμα του Δήμου, καλύπτουν τις γειτονιές γύρω από την Ακρόπολη και το ιστορικό κέντρο της Αθήνας, καθώς επίσης και τις συνοικίες που βρίσκονται κοντά σε αυτές.

Αναλυτικότερα, οι δέκα πιο αντιπροσωπευτικές συνοικίες του Δήμου Αθηναίων το 2019 με καταχωρήσεις διαμερισμάτων, δωματίων και κοινόχρηστων δωματίων που φιλοξενούνται στην πλατφόρμα του Airbnb είναι οι παρακάτω (insideairbnb):

1. Εμπορικό Τρίγωνο- Πλάκα (1.320)
2. Μουσείο- Εξάρχεια- Νεάπολη (779)
3. Κουκάκι- Μακρυγιάννη (732)
4. Νέος Κόσμος (620)

5. Άγιος Κωνσταντίνος- Πλατεία Βάθης (550)
6. Παγκράτι (446)
7. Πλατεία Αττικής (443)
8. Κολωνάκι (353)
9. Αμπελόκηποι (351)
10. Κυψέλη (222)

Προς το τέλος του έτους 2022, τα καταχωρημένα καταλύματα στο Airbnb στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας έφτασαν τα 12.165, ένας αριθμός που αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο ποσοστό από την έναρξη του φαινομένου. Από το 2015 έως το 2022, τα καταλύματα του Airbnb αυξήθηκαν κατά περίπου 475% στην περιοχή της Αθήνας. Από την άλλη πλευρά, ο αριθμός των ξενοδοχείων τα οποία παραμένουν ανοικτά και λειτουργικά στην Αθήνα αυξήθηκε κατά περίπου 25% το 2015-2021. Επομένως, η αύξηση των τουριστικών καταλυμάτων στην κέντρο της πρωτεύουσας τα τελευταία χρόνια οφείλεται κυρίως στην ανάπτυξη των καταλυμάτων βραχυπρόθεσμης μίσθωσης, τα οποία αποτελούν πλέον περίπου το 40% των διαθέσιμων κλινών. (ΙΤΕΠ, 2022).

Δυναμικό Κάμπινγκ

Η Περιφέρεια Αττικής το έτος 2021 είχε περίπου ένα ποσοστό της τάξης του 3% των μονάδων κατασκήνωσης της Ελλάδας. Συνολικά διαθέτει 10 μονάδες με 736 θέσεις. Πιο συγκεκριμένα η (ΞΕΕ, 2021):

- Ενότητα Ανατολικής Αττικής: 64% του δυναμικού των θέσεων- 6 μονάδες- 468 θέσεις.
- Ενότητα Βορείου Τομέα Αθηνών: 17% του δυναμικού- 1 μονάδα- 122 θέσεις.
- Ενότητα Νήσων: 11% του δυναμικού- 2 μονάδες- 80 θέσεις.
- Ενότητα Δυτικού Τομέα Αθηνών: 9% του δυναμικού- 1 μονάδα- 66 θέσεις.

Ανάλυση τουριστικής ζήτησης

Το 2022 η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση διαμορφώθηκε στις 27.836 χιλ. ταξιδιώτες.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΙΝΣΕΤΕ (2022c) το καταναλωτικό προφίλ των πελατών της Αττικής για τη χρονική διάρκεια από το 2016 έως το 2021 αναλύεται ως εξής:

1. Χώρες Προέλευσης

Πίνακας 4.3:Βασικές Χώρες προέλευσης τουριστών

Χώρες Προέλευσης	2016	2019	2021	%Δ 2016-2019	%Δ 2019-2021
Ην. Βασίλειο	536	514	348	-4%	-32%
Γαλλία	266	321	311	21%	-3%
Γερμανία	291	420	286	44%	-32%
Κύπρος	313	450	243	44%	-46%
ΗΠΑ	554	836	223	51%	-73%
Ιταλία	281	298	101	6%	-66%
Τουρκία	151	165	64	9%	-61%
Αυστραλία	105	213	(:)	104%	
Λοιπές	2.047	2.707	1.065	32%	-61%
Σύνολο	4.543	5.923	2.640	30%	-55%

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, (2022c). «Περιφέρεια Αττικής: Ετήσια Έκθεση Ανταγωνισμού και Διαθρωπτικής Προσαρμογής στον Τομέα του Τουρισμού».

2. Αριθμός Διανυκτερεύσεων

Το 2021, οι διανυκτερεύσεις που καταγράφηκαν στην Περιφέρεια Αττικής αντιπροσωπεύουν περίπου το 16% του συνολικού αριθμού διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα.

Πίνακας 4.4:Αριθμός Διανυκτερεύσεων

Χώρες Προέλευσης	2016	2019	2021	%Δ 2016-2019	%Δ 2019-2021
Ην. Βασίλειο	3.386	3.922	3.403	16%	-13%
Γερμανία	1.560	2.368	2.383	52%	1%
Γαλλία	1.407	1.894	2.082	35%	10%
Κύπρος	2.330	3.837	1.976	65%	-49%
ΗΠΑ	3.054	4.379	1.802	43%	-59%
Ιταλία	1.240	1.162	762	-6%	-34%
Τουρκία	581	833	368	43%	-56%
Αυστραλία	646	843	(:)	30%	
Λοιπές	10.565	14.791	8.656	40%	-41%
Σύνολο	24.769	34.028	21.432	37%	-37%

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, (2022c). «Περιφέρεια Αττικής: Ετήσια Έκθεση Ανταγωνισμού και Διαθρωπτικής Προσαρμογής στον Τομέα του Τουρισμού».

3. Ταξιδιωτικές Εισπράξεις

Το 14% των εισπράξεων που καταγράφηκαν στην Ελλάδα το 2021 αντιστοιχεί στην Περιφέρεια Αττικής.

Πίνακας 4.5: Ταξιδιωτικές Εισπράξεις

Χώρες Προέλευσης	2016	2019	2021	%Δ 2016-2019	%Δ 2019-2021
Ην. Βασίλειο	213	251	212	18%	-16%
ΗΠΑ	275	397	189	45%	-52%
Γαλλία	91	150	160	64%	7%
Γερμανία	98	183	136	88%	-26%
Κύπρος	121	227	113	88%	-50%
Ιταλία	74	98	43	33%	-56%
Τουρκία	53	67	34	28%	-50%
Αυστραλία	56	82	(:)	49%	
Λοιπές	755	1.136	579	50%	-49%
Σύνολο	1.734	2.592	1.466	49%	-43%

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, (2022c). «Περιφέρεια Αττικής: Ετήσια Έκθεση Ανταγωνισμού και Διαθρωπτικής Προσαρμογής στον Τομέα του Τουρισμού».

4. Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη

Η μέση δαπάνη ανά επίσκεψη στην περιφέρεια Αττικής εκτιμάται στα 555 ευρώ. Ωστόσο, η μέση δαπάνη ανά επίσκεψη διαφέρει σημαντικά ανάλογα με τις επιμέρους αγορές της περιοχής και είναι μικτή σε σχέση με το σύνολο της Περιφέρειας.

Πίνακας 4.6: Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη

Χώρες Προέλευσης	2016	2019	2021	%Δ 2016-2019	%Δ 2019-2021
ΗΠΑ	496	475	850	-4%	79%
Ην. Βασίλειο	396	488	610	23%	25%
Τουρκία	350	409	530	17%	30%
Γαλλία	344	466	513	35%	10%
Γερμανία	335	436	475	30%	9%
Κύπρος	385	505	467	31%	-7%
Ιταλία	262	331	430	26%	30%
Αυστραλία	531	386	(:)	-27%	
Λοιπές	369	420	544	14%	30%
Περιφέρεια	382	438	555	15%	27%

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, (2022c). «Περιφέρεια Αττικής: Ετήσια Έκθεση Ανταγωνισμού και Διαθρωπτικής Προσαρμογής στον Τομέα του Τουρισμού».

5. Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση

Στην περιφέρεια Αττικής η δαπάνη ανά διανυκτέρευση εκτιμήθηκε στα 68 €.

Πίνακας 4.7: Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση

Χώρες Προέλευσης	2016	2019	2021	%Δ 2016-2019	%Δ 2019-2021
ΗΠΑ	90	91	105	1%	16%
Τουρκία	91	81	92	-11%	14%
Γαλλία	65	79	77	22%	-3%
Ην. Βασίλειο	63	64	62	2%	-3%
Κύπρος	52	59	57	14%	-3%
Γερμανία	63	77	57	24%	-26%
Ιταλία	60	85	57	42%	-33%
Αυστραλία	86	98	(:)	14%	
Λοιπές	71	77	67	7%	-13%
Σύνολο	70	76	68	9%	-10%

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, (2022c). «Περιφέρεια Αττικής: Ετήσια Έκθεση Ανταγωνισμού και Διαθρωπτικής Προσαρμογής στον Τομέα του Τουρισμού».

6. Μέση Διάρκεια Παραμονής

Στην περιφέρεια Αττικής η μέση διάρκεια παραμονής εκτιμήθηκε στις 8,1 ημέρες, καταγράφοντας αυξητική πορεία από 5,5 ημέρες που ήταν το έτος 2016.

Πίνακας 4.8: Μέση Διάρκεια Παραμονής

Χώρες Προέλευσης	2016	2019	2021	%Δ 2016-2019	%Δ 2019-2021
Ην. Βασίλειο	6,3	7,6	9,8	21%	28%
Γερμανία	5,4	5,6	8,3	5%	48%
Κύπρος	7,4	8,5	8,1	15%	-5%
ΗΠΑ	5,5	5,2	8,1	-5%	55%
Ιταλία	4,4	3,9	7,6	-11%	94%
Γαλλία	5,3	5,9	6,7	11%	13%
Τουρκία	3,9	5,1	5,8	31%	14%
Αυστραλία	6,2	4,0	(:)	-36%	
Λοιπές	5,2	5,5	8,1	6%	49%
Περιφέρεια	5,5	5,7	8,1	4%	41%

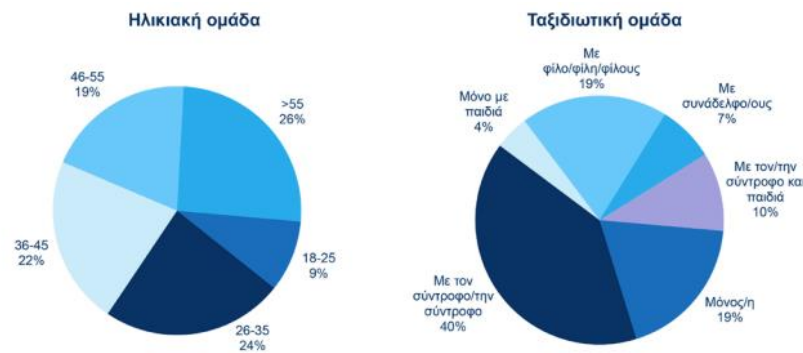
Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, (2022c). «Περιφέρεια Αττικής: Ετήσια Έκθεση Ανταγωνισμού και Διαθρωπτικής Προσαρμογής στον Τομέα του Τουρισμού».

Σύμφωνα με έρευνα του ΕΞΑΑΑ (2021):

7. Ηλικιακή Διάρθρωση- Συνταξιδιώτες

Ο μεγαλύτερος αριθμός επισκεπτών ήταν άνω των 55 ετών (26%), με δεύτερη κατηγορία ηλικίας 26-35 (24%). Όσον αφορά τους συνταξιδιώτες το μεγαλύτερο ποσοστό έλαβε η απάντηση με τον/ την σύντροφο (40%).

Διάγραμμα 4.1: Ηλικιακή Ομάδα & Συνταξιδιώτες



Πηγή: ΕΞΑΑ, (2022). «18^η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική 2021».

8. Σκοπός Ταξιδιού

Εμφανίζεται με μεγάλη διαφορά η απάντηση διακοπές (74%) και ακολουθεί η δουλειά με (12%).

Το 51% επισκέφθηκε την Αθήνα για πρώτη φορά ενώ το 57% επισκέφθηκε και άλλες περιοχές της Αττικής.

Διάγραμμα 4.2: Σκοπός Ταξιδιού & Ηλικιακή Ομάδα



Πηγή: ΕΞΑΑ, (2022). «18^η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική 2021».

9. Λόγοι επιλογής της Αθήνας

Πίνακας 4.9: Λόγοι επιλογής της Αθήνας

Λόγοι επιλογής	Ηλικιακή ομάδα 2017	Ποσοστό 2017	Λόγοι επιλογής	Ποσοστό 2021 (Όλες οι ηλικίες)
Αρχαιολογικοί χώροι/ Ιστορικό ενδιαφέρον	18-30 30-50 Άνω των 50	81% 80% 74%	Αρχαιολογικοί χώροι/ Ιστορικό ενδιαφέρον	46%
Γαστρονομία /Διασκέδαση	18-30 30-50 Άνω των 50	34% 30% 24%	Είναι must προορισμός	38%
Εμπορικό Κέντρο / Σύγχρονη Ζωή	18-30 30-50 Άνω των 50	27% 24% 15%	Εύκολη Πρόσβαση	22%
Δελεαστικό Τουριστικό Πακέτο	18-30 30-50 Άνω των 50	10% 4% 3%	Στάση για μετάβαση σε άλλον	20%

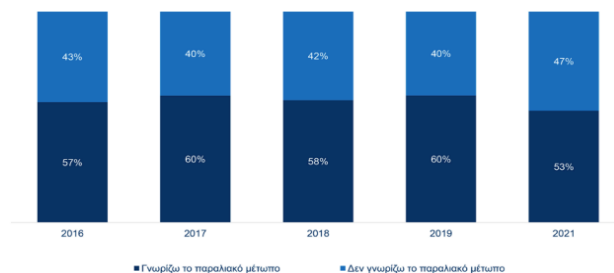
			προορισμό της Ελλάδας	
Επίσκεψη ή συμμετοχή σε μια εκδήλωση	18-30 30-50 Άνω των 50	5% 4% 5%	Ασφαλής προορισμός λόγω COVID 19	20%
Ιατρικοί λόγοι	Άνω των 50	1%	Διασκέδαση / Νυχτερινή Ζωή	9%
Άλλος λόγος	Άνω των 50	1%	Άλλος λόγος	7%

Πηγή: ΕΞΑΑΑ (2018). «14 η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική 2018» & ΕΞΑΑ, (2022). «18^η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική 2021».

10. Παραλιακό Μέτωπο & Νησιά Αργοσαρωνικού

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΞΑΑ (2022), το 52% των επισκεπτών επισκέφθηκαν το παραλιακό μέτωπο και από αυτούς το 73% έκαναν και μπάνιο σε κάποια από τις παραλίες. Για αυτούς που δεν το επισκεφθήκαν ερωτήθηκαν εάν το γνωρίζουν ή όχι ότι η Αθήνα έχει σε πολύ κοντινή απόσταση παραλιακό μέτωπο και οι απαντήσεις παρουσιάζονται παρακάτω.

Διάγραμμα 4.3: Τουρίστες οι οποίοι δεν επισκέφθηκαν το παραλιακό μέτωπο



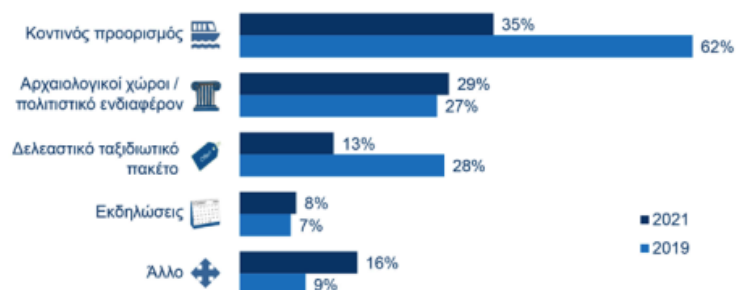
Πηγή: ΕΞΑΑ, (2022). «18^η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική 2021».

Όσον αφορά τα Νησιά του Αργοσαρωνικού στην ερώτηση εάν επισκέφθηκαν και γνωρίζουν τα νησιά απάντησαν:

- Αίγινα: 18% Επισκέφθηκαν – 56% Δε γνώριζαν το νησί.
- Ύδρα: 13% Επισκέφθηκαν – 53% Δε γνώριζαν
- Πόρος: 8% Επισκέφθηκαν – 63% Δε γνώριζαν το νησί.
- Αγκίστρι: 7% Επισκέφθηκαν – 74% Δε γνώριζαν το νησί.
- Σπέτσες: 4% Επισκέφθηκαν – 72% Δε γνώριζαν το νησί.
- Κύθηρα: 3% Επισκέφθηκαν – 73% Δε γνώριζαν το νησί.
- Σαλαμίνα: 2% Επισκέφθηκαν – 76% Δε γνώριζαν το νησί.
- Αντικύθηρα: 2% Επισκέφθηκαν – 80% Δε γνώριζαν το νησί.

Για του λόγους επίσκεψης οι τουρίστες απάντησαν ως εξής:

Διάγραμμα 4.4: Κύριοι Λόγοι Επίσκεψης Νησιών Αργοσαρωνικού



Πηγή: ΕΞΑΑ, (2022). «18^η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική 2021».

Τμηματοποίηση Τουριστικής Αγοράς Περιφέρειας Αττικής

Χαρακτηριστικά της γεωγραφικής προέλευσης των τουριστών

Η Περιφέρεια Αττικής (2015) επικεντρώνει τις προσπάθειές της στην προώθηση του τουρισμού και ορίζει ως προτεραιότητες την αγορά χώρων της Κεντρικής Ευρώπης όπως η Γαλλία, η Γερμανία, η Ιταλία, η Αυστρία, η Ελβετία, τις παραδοσιακές αγορές των Η.Π.Α και της Βρετανίας, καθώς και τις δυναμικές αγορές όπως η Κίνα. Συνεπώς, η Περιφέρεια Αττικής επικεντρώνει τις προσπάθειές της στην προώθηση του τουρισμού σε αυτές τις αγορές.

Συμπεριφορά του καταναλωτή και αναζήτηση ωφελειών

Σύμφωνα με τις έρευνες της ΕΞΑΑΑ το (2007) και το (2018), η τμηματοποίηση στην Αττικής εστιάζει:

- **Στον σκοπό ταξιδιού:** Η στρατηγική στοχεύει σε επισκέπτες που έρχονται στην Αθήνα για διάφορους λόγους, όπως αναψυχή, επαγγελματικές υποχρεώσεις, συνέδρια και εκθέσεις.
- **Στους λόγους επίσκεψης:** Ο στόχος είναι να προσελκυσθούν κυρίως άτομα που ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό, τη γαστρονομία και τη διασκέδαση, το shopping tourism, τα ελκυστικά τουριστικά πακέτα, τη συμμετοχή σε εκδηλώσεις και εκθέσεις καθώς και για ιατρικούς λόγους..
- **Στη χρήση των μέσων ενημέρωσης για την προετοιμασία του ταξιδιού:**

- Sites: TripAdvisor, Booking κλπ..
- Κοινωνικά Δίκτυα: Facebook, Instagram κλπ..
- Βιβλία/ Άλλα Έντυπα
- Website Ξενοδοχείων/ Ταξιδιωτικών Γραφείων/ Μουσείων κλπ..
- Smart phone app για την Αθηνά
- **Στον τρόπο κράτησης:**
 - Online κράτηση
 - Κράτηση απευθείας στο ξενοδοχείο
- **Στην επιλογή καταλύματος**
 - Ξενοδοχείο 3 μέχρι 5 αστέρων
 - Ξενοδοχείο 1 μέχρι 2 αστέρων
 - Καταλύματα μέσω πλατφόρμας διαμοιρασμού πχ. Airbnb
 - Ενοικιαζόμενα δωμάτια
 - Κάμπινγκ
- **Στο μέσο για τη μετακίνηση των τουριστών:**
 - Αεροπλάνο
 - Λεωφορείο/ Αυτοκίνητο
 - Κρουαζιέρα

Κοινωνικοοικονομικά- δημογραφικά χαρακτηριστικά

Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΙΝΣΕΤΕ (2018) και τη μελέτη του ΕΞΑΑΑ (2018) τα κοινωνικοοικονομικά- δημογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών είναι τα παρακάτω :

- **Ηλικιακή Διάρθρωση:** (18-30) - (30-50) - (άνω των 50).
- **Φύλο:** Άνδρες & Γυναίκες.
- **Οικογενειακή Κατάσταση:**
 - Η κατηγορία των επισκεπτών περιλαμβάνει νέους, μεσήλικες και ανθρώπους που είναι είτε αγάμοι είτε έγγαμοι με ή χωρίς παιδιά.
- **Συνταξιδιώτες:** Μόνο με τον/ τη σύντροφο, με τον/ τη σύντροφο και τα παιδιά, μόνο με τα παιδιά, μόνος/ μόνη, με φίλους, με συναδέλφους, με γκρουπ, λοιπά.
- **Οικογενειακό εισόδημα:** Κυρίως άνθρωποι με μέσο και υψηλότερο εισόδημα (στα επίπεδα των 30.000 - 60.000 €), αν και δεν αποκλείονται τουρίστες με ανώτερο εισόδημα από χώρες όπως τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και άλλες.
- **Επίπεδο Εκπαίδευσης:** Στοχεύονται τουρίστες κυρίως με ανώτερη εκπαίδευση και κατά δεύτερο λόγο με μέση και κατώτερη.
- **Επάγγελμα:** Επιχειρηματίες, στελέχη επιχειρήσεων, συνταξιούχοι, ιδιωτικοί/ δημόσιοι υπάλληλοι, φοιτητές, μαθητές
- **Θρήσκευμα:** Στοχεύονται κυρίως χριστιανοί ορθόδοξοι στο θρήσκευμα, χωρίς όμως να αποκλείονται και οι αγορές τουριστών άλλων θρησκευμάτων.

Χαρτοφυλάκιο Τουριστικών Προϊόντων

Η Περιφέρεια Αττικής θεωρείται ως ένας από τους πιο εδραιωμένους και δημοφιλείς προορισμούς της Ελλάδας, με μια έντονη ανάπτυξη τα τελευταία έτη λόγω της καλής προσβασιμότητας και των σημαντικών πόρων και υποδομών που διαθέτει.

Ωστόσο, η υγειονομική κρίση του COVID-19 ανέδειξε την ανάγκη επαναπροσδιορισμού των αναγκών του τουριστικού κλάδου μέσω της χρήσης της υψηλής τεχνολογίας και της

αναβάθμισης και ανάπτυξης τεχνολογικών εργαλείων, τα οποία πρέπει να ενταχθούν σε όλη την διαδικασία παραγωγής και προσφοράς των προϊόντων και υπηρεσιών της βιομηχανίας του τουρισμού. Εκτός όμως από την κρίση λόγω της πανδημίας του κορονοϊού, υπάρχει το πρόβλημα της έλλειψης αναγνωσιμότητας των νησιωτικών προορισμών και τους πέριξ της προορισμούς της Περιφέρειας Αττικής παρά τη σημαντική επιστημονική προσπάθεια υλοποίησης του Στρατηγικού Σχεδίου Προβολής της τελευταίας 4ετίας 2016- 2020.

Στην ετήσια έκθεση Ανταγωνιστικότητας και Προσαρμογής στον Τομέα του Τουρισμού έτους 2022 για την Περιφέρεια Αττικής (ΙΝΣΕΤΕc, 2022), καταγράφονται αναλυτικά οι τουριστικοί, πολιτιστικοί και φυσικοί πόροι της Αττικής στους οποίους θα γίνει αναφορά παρακάτω.

Ωριμα Τουριστικά Προϊόντα

Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός

Η περιοχή της Αττικής διαθέτει πλούσιους πολιτιστικούς και θρησκευτικούς πόρους σε όλες τις Περιφερειακές Ενότητες, γεγονός που την καθιστά ιδανικό προορισμό για πολιτιστικό τουρισμό. Επιπλέον, η ήπια κλιματική συνθήκη στην περιοχή επιτρέπει στους τουρίστες να απολαύσουν την περιήγηση για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Ωστόσο, απαιτείται βελτίωση της πρόσβασης και της ανάδειξης των πολιτιστικών χώρων.

Επιπρόσθετα η Περιφέρεια Αττικής είναι μια από τις πιο σημαντικές περιφέρειες του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα με ισχυρό διεθνές brand name ταυτισμένο με την κλασσική αρχαιότητα και πολιτιστικό απόθεμα που περιλαμβάνει την Ακρόπολη των Αθηνών (Μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς UNESCO) και το Μουσείο Ακρόπολης, πολιτιστικούς χώρους με την υψηλότερη επισκεψιμότητα στη χώρα, με ποικίλα σημεία ενδιαφέροντος και

πολιτιστικούς πόρους, καθώς και κοντινούς προορισμούς τόσο στον ηπειρωτικό γεωγραφικό χώρο της Αττικής, όσο και σε κοντινές Περιφέρειες όπως οι Δελφοί, οι Μυκήνες, η Τίρυνθα, το Ναύπλιο, η Κόρινθος, τα Ισθμια, η Επίδαυρος, τα Νησιά Αργοσαρωνικού κ.α.

Παραδοσιακοί Οικισμοί

Πίνακας 4.10: Παραδοσιακοί Οικισμοί

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΙ ΟΙΚΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΤΤΙΚΗΣ						
ΑΤΤΙΚΗ	ΠΕΙΡΑΙΑΣ	ΑΙΓΙΝΑ	ΚΥΘΗΡΑ	ΠΟΡΟΣ	ΣΠΕΤΣΕΣ	ΥΔΡΑ
ΑΘΗΝΑ (ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ)	ΑΚΤΗ ΠΡΩΤΟΨΑΛΤΗ (ΚΑΣΤΕΛΛΑ)	ΠΑΧΕΙΑ ΡΑΧΗ	ΑΡΩΝΙΑΔΙΚΑ	ΠΟΛΗ ΤΟΥ ΠΟΡΟΥ	ΠΟΛΗ ΤΩΝ ΣΠΕΤΣΩΝ	ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΥΔΡΑΣ
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΤΡΙΓΩΝΟ ΑΘΗΝΩΝ	ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΠΕΙΡΑΙΑ	ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΑΙΓΙΝΑΣ	ΚΑΣΤΡΙΣΙΑΝΙΚΑ			
ΕΞΑΡΧΕΙΑ-ΜΟΥΣΕΙΟ-ΣΤΡΕΦΗ ΘΗΣΕΙΟ	ΠΕΙΡΑΙΑΣ		ΚΑΤΩ ΧΩΡΑ			
	ΠΟΡΟΣ ΠΕΙΡΑΙΑ		ΜΥΛΟΠΟΤΑΜΟΣ			
ΚΗΦΗΣΙΑ (ΤΜΗΜΑ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ)			ΧΩΡΑ ΚΥΘΗΡΩΝ			
ΛΑΥΡΙΟ (ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΛΑΥΡΙΟΥ)						
ΜΕΤΑΞΟΥΡΓΕΙΟ						
ΝΕΑ ΦΙΛΑΔΕΛΦΕΙΑ (ΠΡΟΣΦΥΓΙΚΟΣ ΟΙΚΙΣΜΟΣ)						
ΠΕΡΙΟΧΗ ΨΥΡΡΗ						
ΠΛΑΚΑ						

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, (2022c). «Περιφέρεια Αττικής: Ετήσια Έκθεση Ανταγωνισμού και Διαθρωτικής Προσαρμογής στον Τομέα του Τουρισμού»

Αρχαιολογικοί Χώροι

Η περιοχή της Ακροπόλεως είναι ο πιο γνωστός αρχαιολογικός χώρος στην Αττική και στην Ελλάδα, αλλά υπάρχουν και άλλοι σημαντικοί αρχαιολογικοί χώροι στην περιοχή όπως η Αγορά, ο Άρειος Πάγος, οι Λόφοι και οι Δήμοι της Αρχαίας Αθήνας, ο Κεραμεικός, η Βιβλιοθήκη του Αδριανού, η ρωμαϊκή αγορά, το Ολυμπείο, η Πύλη του Αδριανού και το Καλλιμάρμαρο.

Επιπλέον, στην Περιφέρεια Αττικής υπάρχουν σημαντικά αξιοθέατα όπως η Μονή Δαφνίου. Επίσης, στην Ανατολική Αττική υπάρχουν σημαντικοί λατρευτικοί χώροι, όπως ο Ναός του Ποσειδώνα στο Σούνιο, κ.α.

Τέλος, στην Ενότητα Νήσων, οι σημαντικότεροι αρχαιολογικοί χώροι είναι ο Ναός της Αφαίας στην Αίγινα, Αρχαιολογικός Χώρος Κολώνας και ο Ναός του Απόλλωνα στην Αίγινα, η Αρχαία Σαλαμίνα, το Ιερό των Μουσών/ Αρδαλίδων στην Τροιζήνα, ο Αρχαιολογικός Χώρος Ιερού του Ποσειδώνα στον Πόρο κ.α.

Πολιτιστικές Διαδρομές

Οι διαδρομές αυτές μπορεί να είναι, είτε αυτές που διαμορφώνονται από κάποιο τουριστικό μεταφορικό μέσο που ακολουθεί σταθερή πορεία (τουριστικά λεωφορεία, τρένα), είτε αυτές (περιπάτου, με ποδήλατο) που προτείνονται στις επίσημες ιστοσελίδες του ΕΟΤ, του Δήμου Αθηναίων και των τουριστικών γραφείων. Όσον αφορά τις πολιτιστικές & θρησκευτικές διαδρομές η επίσημη ιστοσελίδα της Περιφέρειας Αττικής προωθεί τις εξής:

- Η Ακρόπολη (Παρθενώνας)- Μουσείο Ακρόπολης- Ωδείο Ηρώδου του Αττικού.
- Πλάκα & Μοναστηράκι. Ωρολόγιο του Κυρρήστου, γνωστό ως Αέρηδες- Αρχαία Αγορά- Στοά Αττάλου.
- Περίπατοι στο «ανοιχτό μουσείο» του κέντρου της Αθήνας- Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο.
- Ελευσίνα: Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης για το έτος 2021 και τόπο ταυτισμένο με τον Αισχύλο, τη θεά Δήμητρα και τα Ελευσίνια Μυστήρια.
- Ανατολική Αττική: Βραυρώνα, ιερός χώρος για τους αρχαίους Αθηναίους με το ιερό της Θεάς Αρτέμιδος.
- Νότια Αττική: Ακρωτήριο Σουνίου 9Ναός του Ποσειδώνα0.
- Αίγινα: Νησί του Σαρωνικού μισή ώρα από το λιμάνι του Πειραιά: Ναό της Αθηνάς Αφαίας.

Μουσεία

Πίνακας 4.11: Μουσεία στην Περιφέρεια Αττικής

Μουσεία στην Περιφέρεια Αττικής							
Κεντρικός Τομέας Αθηνών		Νότιος Τομέας Αθηνών	Βόρειος Τομέας Αθηνών	Πειραιώς	Νήσων	Δυτικής Αττικής	Ανατολικής Αττικής
Αρχαιολογικό Μουσείο Κεραμεικού	Αρχαιολογική Έκθεση στο σταθμό Μετρό "Ακρόπολης"	Πνακοθήκη Δημήτρη Περδω	Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Γουλιανδρή	Αρχαιολογικό Μουσείο Πειραιά	Αρχαιολογικό Μουσείο Κολώνας Αίγινας	Αρχαιολογικό Μουσείο Ελευσίνας	Αρχαιολογική Συλλογή Αχαρνών
Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο	Δημοτική Βιβλιοθήκη Αθηνών		Σπαθόρειο Μουσείο Θεάτρου Σκίων	Δημοτική Πνακοθήκη Πειραιά	Αρχαιολογικό Μουσείο Κυθήρων	Αρχαιολογικό Μουσείο Μεγάρων	Αρχαιολογική Συλλογή στον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών "Ελευθέριος Βενιζέλος"
Δημοτική Πνακοθήκη Αθηνών	Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο			Ελληνικό Ναυτικό Μουσείο	Αρχαιολογικό Μουσείο Σαλαμίνας	Μουσείο Σκίτσου	Αρχαιολογικό Μουσείο Βραυρώνας
Εθνική Πνακοθήκη-Μουσείου Αλεξάνδρου Σούτζου	Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης				Αρχαιολογικό Μουσείο του Πόρου	Σιδηροδρομικό Μουσείο Αθηνών	Αρχαιολογικό Μουσείο Λαυρίου
Εθνικό Ιστορικό Μουσείο	Επιγραφικό Μουσείο				Αρχοντικό Παύλου Κουντουριώτη		Αρχαιολογικό Μουσείο Μαραθώνα
Ελληνικό Εβραϊκό Μουσείο	Μουσείο Γουναροπούλου				Ιστορικό Αρχείο-Μουσείο Ύδρας		Διαδραστικό Αγροτικό Λαογραφικό Μουσείο Βορνάβα
Θεατρικό Μουσείο	Μουσείο Ελληνικών Λαϊκών Οργάνων				Μουσείο Μεταβυζαντινής Τέχνης και Ιστορίας Ύδρας		Ευρωπαϊκό Μουσείο Άρτου
Ίδρυμα Νικολάου Π. Γουλιανδρή-Μουσείο Κυκλοδότησης Τέχνης	Μουσείο και Κέντρο Μελέτης του Ελληνικού Θεάτρου				Μουσείο Σπετσών		Μουσείο Βορρέ
Κανελλοπούλειο Μουσείο	Μουσείο Κοσμήματος Ηλία Λαλούνη				Μουσείο Χρήστου Καπράλου		Μουσείο Ζυγομαλά
Μουσείο Αρχαίας Αγοράς Αθηνών	Μουσείο Λαϊκής Τέχνης και Ιστορίας				Σπίτ-Μουσείο της Λακαρίνας Μπουμπουλίνας		Ορυκτολογικό Μουσείο Λαυρίου
Μουσείο Ελευθερίου Βενιζέλου	Μουσείο Μαρίας Κοτοπούλη				Το Ιστορικό Μουσείο της Αίγινας		
Μουσείο Ελληνικής Παραδοσιακής Τέχνης	Μουσείο Μικρασιατικού Ελληνισμού "Φιλώ Χαϊδεμένου"				Χατζοπούλειο Δημοτική Βιβλιοθήκη		
Μουσείο Μπενάκη	Μουσείο Νεώτερης Κεραμικής						
Μουσείο της Ιστορίας της Ελληνικής Ενδυμασίας	Μουσείο Τηλεπικοινωνιών ΟΤΕ						
Νέο Μουσείο Ακρόπολης	Μουσείο Χαρακτικής και Γραφικών Τεχνών						
Νομισματικό Μουσείο	Μουσείο-Καλλιτεχνική Συλλογή Εθνικής Τραπεζής						
Πνακοθήκη Νίκου Χατζηκυριάκου-Γκίκα	Φιλοτελικό Μουσείο						
Πολεμικό Μουσείο							

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, (2022c). «Περιφέρεια Αττικής: Ετήσια Έκθεση Ανταγωνισμού και Διαθρωπτικής Προσαρμογής στον Τομέα του Τουρισμού»

City Break

Ο αστικός τουρισμός (City Break) είναι ένα φαινόμενο το οποίο διαδίδεται συνέχεια τα τελευταία 20 χρόνια σε ολόκληρο τον κόσμο. Η Αθήνα είναι ο κύριος και πιο δημοφιλής προορισμός City Break τουρισμού της Ελλάδας. Η Αθήνα βρίσκεται στην πρώτη θέση καθώς συγκεντρώνει όλα τα χαρακτηριστικά για την προσφορά αυτού του είδους τουριστικού προϊόντος. Μερικά από τα βασικά χαρακτηριστικά είναι το μεγάλο δυναμικό τουριστικών καταλυμάτων (κύριων και μη), η γεωμορφολογία της περιοχής η οποία συνδυάζει πεδιάδες-

βουνά- θάλασσα και μεγάλη ποικιλομορφία όσον αφορά τις δραστηριότητες και τις εμπειρίες που μπορούν να βιώσουν οι επισκέπτες στον ελεύθερο τους χρόνο (αναψυχή, clubbing- νυχτερινή ζωή, ανεπτυγμένη εμπορική αγορά της χώρας, υψηλή γαστρονομία, καλλιτεχνικά/ θεματικά φεστιβάλ και πολιτιστικές εκδηλώσεις, θεματικά πάρκα αναψυχής) καθώς και αξιόπιστο δίκτυο μέσων μαζικής μεταφοράς και άλλων γενικών υποδομών.

Εκτός από το κέντρο της Αθήνας η Ριβιέρα θα μπορούσε έχει αρκετά χαρακτηριστικά για να στηρίξει την ανάπτυξη του City Break. Αυτά τα χαρακτηριστικά είναι τα παρακάτω:

- Αστικό κέντρο με το μεγαλύτερο λιμάνι και αεροδρόμιο.
- Οργανωμένες παραλίες.
- Υποδομές για τις ανάγκες συνεδρίων- εκθέσεων- ημερίδων.
- Νοσοκομειακές μονάδες- Ιαματικές εγκαταστάσεις.
- Περιοχές αρχαιολογικού ενδιαφέροντος.
- Shopping Tourism: Καταστήματα ένδυσης, υπόδησης, κοσμημάτων, μπουτίκ γνωστών οίκων του εξωτερικού βρίσκονται σε Ερμού, Κηφισιά, Κολωνάκι, Γλυφάδα, Μοναστηράκι και Πειραιά. • Επίσης, στην Αθήνα βρίσκονται πολλά εμπορικά κέντρα: The Mall, Attica, Avenue, Golden Hall, McArthur Glen, Athens Metro Mall, Factory Outlet (Αεροδρόμιο & Νέο Φάληρο), Athens Heart και Athenian Capitol.
- Εστιατόρια υψηλής γαστρονομίας
- Παραδοσιακές αγορές με ελληνικά προϊόντα όπως η Κεντρική Αγορά (Βαρβάκειος).
- Αναψυχή- Έντονη νυχτερινή ζωή.
- Εκδηλώσεις& Φεστιβάλ: Ενδεικτικά αναφέρονται κάποια από τα πιο γνωστά Φεστιβάλ Αθηνών & Επιδαύρου, Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου, Rockwave Festival, Release

Music Festival, Ημιμαραθώνιος Αθήνας, Αυθεντικός Μαραθώνιος Αθήνας, Athens Bike, κλπ.

Επαγγελματικός Τουρισμός / MICE

Σύμφωνα με αρκετούς επιστήμονες του κλάδου, ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί ένα αρκετά ανεπτυγμένο και κερδοφόρο τουριστικό προϊόν καθώς συνδυάζει ένα σύνολο από διαφορετικούς τομείς όπως μεταφορές, ελεύθερο χρόνο, διαμονή, κατανάλωση γαστρονομικών προϊόντων, χρήση προϊόντων ανεπτυγμένης τεχνολογίας, χρηματοδότηση και εκπαίδευση (Παπαγεωργίου, 2018). Ο όρος MICE είναι ακρωνύμιο των μορφών που συνθέτουν τον επαγγελματικό τουρισμό Meetings - Incentives-Congress - Conferences & Exhibitions (ICCA, 2018).

Η Περιφέρεια Αττικής και πιο συγκεκριμένα η Αθήνα είναι ένας από τους κορυφαίους προορισμούς επαγγελματικού τουρισμού στην Ευρώπη. Πιο συγκεκριμένα η Αθήνα βρέθηκε στη 12η θέση πανευρωπαϊκά και στη 17η θέση παγκοσμίως όσον αφορά τον αριθμό συνεδρίων και στην 20η θέση παγκοσμίως σε σχέση με τον αριθμό συμμετεχόντων σε συνέδρια το 2019, σημειώνοντας σημαντική ανέλιξη στη σχετική λίστα της ICCA κατά την τελευταία 5ετία. Αυτό συμβαίνει λόγω των παρακάτω σημείων αναφοράς:

- Των πολύ κάλων κλιματολογικών συνθηκών που επικρατούν στην περιοχή.
- Των πολλών και διαφορετικών τουριστικών εμπειριών στον προορισμό όπως οι πολιτιστικοί πόροι στους όποιους αναφερθήκαμε πιο πάνω στην παρούσα εργασία, τη γαστρονομία, κλπ.
- Η Αττική θεωρείται ασφαλής προορισμός και βρίσκεται σε πλεονεκτική γεωγραφική θέση καθώς ενώνει την Ευρώπη με την Ανατολή.
- Ανεπτυγμένες μεταφορικές υποδομές.

- Ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις με κατάλληλες υποδομές για την παροχή των υπηρεσιών οι οποίες απαιτούνται για τον τουρισμό MICE.
- Λοιποί χώροι με υψηλού επιπέδου υποδομές MICE στον προορισμό.
- Ιστορικό επιτυχούς διοργάνωσης και τεχνογνωσίας στη φιλοξενία μικρών και μεσαίων συνεδρίων, με σταθερά ανοδική πορεία στην κατάταξη του ICCA (2014-2019) και ύπαρξη δικτύου εξειδικευμένων συνεργατών/ επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών MICE (DMC, PCO, οπτικοακουστικής υποστήριξης, εστίασης, μεταφορών) στον ευρύτερο προορισμό της «Αθήνας».
- Προβολή/ προώθηση προορισμού μέσα από το συνεδριακό γραφείο της Περιφέρειας «This is Athens-Convention & Visitors Bureau».

Ενδεικτικά Συνεδριακά Κέντρα & Ξενοδοχεία

- Helexpo
- Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο Αθηνών "Μέγαρο" (MAICC)
- Τεχνόπολη Αθήνας
- Grand Hyatt Athens
- Athens Metropolitan Expo
- Crowne Plaza Athens City Centre
- Grande Bretagne Hotel
- Εκθεσιακός χώρος Ζαπείου Μεγάρου
- Athenaeum Intercontinental
- King George Palace

Θαλάσσιος τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός αναφέρεται στις δραστηριότητες που σχετίζονται με τη θάλασσα και προσελκύουν τουρίστες. Αυτές περιλαμβάνουν τον παράκτιο τουρισμό (sun & sea), τον scuba-diving τουρισμό, τον αλιευτικό τουρισμό, τον θαλάσσιο αθλητικό τουρισμό, το yachting και την cruise.

Παράκτιος Τουρισμός/ Sun & Sea:

Η Περιφέρεια Αττικής διαθέτει υψηλής ποιότητας και εύκολα προσβάσιμες παράκτιες ζώνες- παραλίες σε όλη την έκταση της γεωγραφικής περιοχής αλλά σε κοντινή απόσταση από το κέντρο της Αθήνας. Δυστυχώς μέχρι στιγμής δεν έχει προβληθεί σωστά στα target groups, στοιχείο το οποίο κάθε χρόνο αναφέρεται στις έρευνες της ΕΞΑΑ. Για το έτος 2021 η Περιφέρεια Αττικής είχε δεκαπέντε παραλίες με γαλάζια σημαία. Πιο συγκεκριμένα:

- ΠΕ Νοτίου Τομέα Αθηνών (3): Γλυφάδα, Γλυφάδα Α, Γλυφάδα Β,
- ΠΕ Ανατολικής Αττικής (9): Διασταύρωση, Λίμνη, Αυλάκι, Λιμανάκι Δασκαλειό Κερατέας, Μαύρο Λιθάρι/ Eden Beach, Αστέρας Βουλιαγμένης/ Astir Beach Vouliagmenis, Βάρκιζα, Βούλα Α, Βουλιαγμένη,
- ΠΕ Νήσων (3): Αγ. Μαρίνα, Ασκέλι/ Νέα Αίγλη, Καψάλι.

Επιπρόσθετα, η Περιφέρεια Αττικής και κυρίως η περιοχή της Αθηναϊκής Ριβιέρας μπορεί να παρέχει διάφορες δραστηριότητες αναψυχής ανάλογα με τις προτιμήσεις των επισκεπτών, για χαλάρωση ή διασκέδαση, με πληθώρα επιλογών από χώρους εστίασης (εστιατόρια, καφετέριες, μεγάλα νυχτερινά κέντρα, κλπ.).

Ναυτικός Τουρισμός (Yachting & Κρουαζιέρα):

Τα παραθαλάσσια τουριστικά καταλύματα, η κοντινή απόσταση από τα Νησιά του Αργοσαρωνικού και η εγγύτητα με το νησιωτικό σύμπλεγμα των Κυκλάδων, τόσο από τον

Πειραιά, όσο και από το Λαύριο δίνουν τη δυνατότητα για short- island break. Ο ναυτικός τουρισμός στην Περιφέρεια Αττικής βρίσκεται σε ικανοποιητικό στάδιο ανάπτυξης και αυτό έχει γίνει διότι (ΙΝΣΕΤΕ, 2022d):

- Οι κλιματολογικές συνθήκες είναι ήπιες κατά τη μεγαλύτερη διάρκεια τους έτους.
- Κοντινή ναυτική απόσταση από διάφορους προορισμούς της Ελλάδας, το οποίο είναι βασικό κίνητρο για διακοπές με σκάφος ή ιστιοπλοϊκό για τους τουρίστες που επιθυμούν να επισκεφθούν 2 ή 3 νησιά.
- Εκτεταμένο δίκτυο μαρίνων (8) που καλύπτει τα νότια παράλια της Αττικής με βασικές υποδομές (π.χ. ηλεκτροδότηση, ανεφοδιασμός καυσίμων, διαχείριση αποβλήτων) και ορισμένες θέσεις ελλιμενισμού για super- yachts.
- Η μεγαλύτερη συγκέντρωση μαρίνων με Γαλάζια Σημαία στη χώρα (4 μαρίνες, 28,6% επί του συνόλου της χώρας).
- Πλήθος οργανωμένων ή ελεύθερων παραλιών σε κοντινή απόσταση με το σκάφος ή το ιστιοπλοϊκό για ημερήσιες εκδρομές.
- Το λιμάνι του Πειραιά έχει τις κατάλληλες υποδομές για την υποδοχή και τον ελλιμενισμό κρουαζιερόπλοιων.
- Κομβική θέση Πειραιά, με άμεση πρόσβαση στο κέντρο και σε κοντινή απόσταση από σημαντικά αξιοθέατα και σημεία ενδιαφέροντος, εμπορικές οδούς, με πολλές επιλογές διασκέδασης.

Μαρίνες Αναψυχής

Σύμφωνα με τα συνοπτικά στοιχεία του ΙΝΣΕΤΕ (σελ. 28, 2022c) οι μαρίνες αναψυχής είναι οι παρακάτω:

- Μαρίνα Ζέας: Δυνατότητα ελλιμενισμού 670 σκαφών, με μέγιστο μήκος 80μ. και βύθισμα 10μ., εξασφαλίζοντας όλες τις σύγχρονες ανέσεις: παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, νερό, ανεφοδιασμό καυσίμων, πρόσβαση σε δίκτυο Wi-Fi.
- Μαρίνα Βουλιαγμένης: Έχει χωρητικότητα 102 θέσεων μόνιμου αγκυροβολίου για τουριστικά σκάφη από 7μ. έως 40μ. Παρέχει όλες τις βασικές υπηρεσίες (ηλεκτρικό ρεύμα, νερό, τηλέφωνο) και βρίσκεται κοντά στο κέντρο της Αθήνας, τον Πειραιά και το ΔΑΑ.
- Μαρίνα Αθηνών: Η εγκατάσταση παρέχει τη δυνατότητα να ελιμενίζουν mega και super yachts, με δυνατότητα πρόσδεσης 130 σκαφών με μήκος έως 130μ. Επιπλέον, προσφέρουν πάνω από 10 θέσεις για σκάφη με μήκος από 50 έως 100μ και περισσότερες από 25 νέες θέσεις για super yachts με μήκος από 30 έως 35μ.
- Μαρίνα Γλυφάδας: Έχει 800 θέσεις ελλιμενισμού.
- Μαρίνα Αγίου Κοσμά: Ιδιωτική μαρίνα που μπορεί να φιλοξενήσει συνολικά 337 σκάφη και μπορεί να φιλοξενήσει σκάφη μήκους από 15μ. έως 80μ.
- Μαρίνα Φλοίσβου: Έχει δυνατότητα φιλοξενίας έως και 300 σκαφών, μήκους 70μ.
- Μαρίνα Αλίμου: Η μεγαλύτερη μαρίνα της Αττικής και μια από τις μεγαλύτερες της ΝΑ Μεσογείου, μπορεί να φιλοξενήσει μέχρι και 1.000 σκάφη έως 40μ., με μέγιστο βάθος τα 6,5μ., ενώ έχει και τη δυνατότητα να φιλοξενήσει 600 σκάφη στην ξηρά, ώστε να γίνονται οι απαραίτητες επισκευές και συντηρήσεις.
- Olympic Marine Λαυρίου: Διαθέτει 680 θέσεις, ναυπηγοεπισκευαστική μονάδα, 700 θέσεις διαχείρισης σκαφών, ανέσεις και πολλαπλές παροχές, όπως πχ. παραλαβή και διαχείριση αποβλήτων από τα ελλιμενιζόμενα σκάφη.

Δυνατότητες ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Περιφέρεια Αττικής

Γαστρονομικός & Οινικός Τουρισμός

Για έναν σημαντικό αριθμό τουριστών, η κατανάλωση τοπικών προϊόντων αποτελεί το βασικό κίνητρο για τον προγραμματισμό ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό. Για αυτό το λόγο, συχνά καταβάλλονται προσπάθειες για την προώθηση των τοπικών προϊόντων και την εξοικείωση των τουριστών με αυτά. Σε αυτό το σημείο πρέπει να τονίσουμε πως ο οινικός τουρισμός αποτελεί υποκατηγορία του γαστρονομικού τουρισμού. Ο οινικός τουρισμός αποτελεί μια ειδική μορφή του τουρισμού και αποτελεί σημαντική κατηγορία του αγροτουρισμού. Αυτός ο τύπος τουρισμού εστιάζει στην παραγωγή κρασιού και τον οινικό πολιτισμό μιας περιοχής. Συνδυάζει τα κλασικά στοιχεία του τουρισμού, όπως η διαμονή σε ξενοδοχεία και η επίσκεψη σε αξιοθέατα, με εκπαιδευτικές επισκέψεις σε αμπελώνες και οινοποιεία, γευσιγνωσία κρασιών και συμμετοχή σε οινικά γεγονότα. Ο οινικός τουρισμός εισάγεται στους τουριστικούς κλάδους του αγροτικού, του τουρισμού της φύσης και του πολιτιστικού τουρισμού και αποτελεί μια εξαιρετική ευκαιρία για την προώθηση της τοπικής κουλτούρας και των προϊόντων μιας περιοχής. (Καλδής, 2008).

Ο οινικός τουρισμός αναφέρεται στη δοκιμή διαφόρων κρασιών και στην εξοικείωση με τα κύρια χαρακτηριστικά μιας περιοχής. Οι βασικές αιτίες που ωθούν τους επισκέπτες να ασχοληθούν με τον οινικό τουρισμό περιλαμβάνουν:

- Επίσκεψη σε αμπελώνες
- Επίσκεψη σε οινοποιεία
- Γιορτές- Εκδηλώσεις Φεστιβάλ
- Διαγωνισμοί Κρασιού
- Wine Tasting

Γαστρονομικά- Πολιτιστικά- Οινικά Μονοπάτια

Γαστρονομικός

- Παραδοσιακά τοπικά γεύματα- εδέσματα- προϊόντα από την Π.Ε. Νήσων, όπως το φιστίκι και το μέλι Αιγίνης, αμυγδαλωτά Σπετσών, ελαιόλαδο Κυθήρων, κλπ.
- 11 βραβευμένα εστιατόρια με Χρυσό Σκούφο καθώς και 11 εστιατόρια που ανήκουν στην κατηγορία Top Notch.
- Βραβείο ελληνικής κουζίνας σε 8 εστιατόρια/ ταβέρνες της Περιφέρειας Αττικής.

Οινικός Τουρισμός

- **Cluster:** Η ομάδα Attica Food & Wine Experience (2023) αποτελείται από οينوπαραγωγούς και επαγγελματίες από τους τομείς της γαστρονομίας, του τουρισμού και των μέσων ενημέρωσης. Όραμα της ομάδας είναι η ανάπτυξη του οινοτουρισμού στην Αττική.
- **Οينوπαραγωγοί:** Η Ένωση Οينوπαραγωγών Αττικής (2023) η οποία αριθμεί 34 ενεργούς οينوπαραγωγούς.
- **Σήμα τοπικής κουζίνας σε εστιατόρια & ταβέρνες:** Στην Περιφέρεια Αττικής υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός εστιατορίων και παραδοσιακών ταβερνών που προσφέρουν τοπικά πιάτα, εδέσματα αλλά και ροφήματα. Στην Αττική ο επισκέπτης μπορεί να δοκιμάσει πιάτα με ποικιλίες κρεάτων τα όποια συνοδεύονται από κόκκινο κρασί ή τσίπουρο. Επίσης, κυρίως στις περιοχές της Αττικής στο παραλιακό μέτωπο και την Π.Ε. νήσων μπορούν οι τουρίστες να απολαύσουν τα φρέσκα θαλασσινά συνοδεύοντας τα με ούζο.

- **Πολιτιστικές διαδρομές και περιηγήσεις:** Λόγω του μεγάλου ενδιαφέροντος των τουριστών για την εξερεύνηση της τοπικής κουζίνας και του οινικού πολιτισμού της περιοχής υποδοχής, συχνά στα τουριστικά αξιοθέατα διοργανώνονται διαδρομές και εκδηλώσεις που αφορούν την ανακάλυψη της γαστρονομίας ή της οινολογίας της περιοχής.

Οινικές & Πολιτιστικές Διαδρομές στην Περιφέρεια Αττικής (Athens Attica, 2023):

- Επίσκεψη στο Σούνιο.
- Ξενάγηση στα κρασιά Chateau Kaniaris & επίσκεψη στην Ελευσίνα.
- Κρασί & Πολιτισμός.
- Αθήνα, Αττική Ριβιέρα, Οινοποιεία Μεσογείων Ιδιωτική Περιήγηση.
- Ξενάγηση κρασιού στην Αθήνα και στον Πύργο Βασιλίσσης.
- Επίσκεψη στον Μαραθώνα & ξενάγηση κρασιού στην Οινότρια Γη.
- Επίσκεψη στο Οινοποιείο Αλλαγιάννη.
- Ξενάγηση κρασιού, γευσιγνωσία στο Κτήμα Βασιλείου.
- Γευσιγνωσία κρασιού στο οινοποιείο Στροφιλιά.

Αγροτουρισμός

Με την εκπόνηση ενός σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης, η όχι και τόσο ανεπτυγμένη αγροτική περιοχή της Περιφέρειας Αττικής θα μπορούσε να φιλοξενήσει μια σημαντική ποσότητα αγροτουριστικών μονάδων. Η προώθηση της τοπικής παραγωγής και η σύνδεση των επισκεπτών με την τοπική γεωργία θα μπορούσε να παρέχει επιπλέον εισόδημα στους ντόπιους κατοίκους. Επιπλέον, θα μπορούσαν να δημιουργηθούν αγροτουριστικές μονάδες για την εκτροφή οικόσιτων ζώων και την παραγωγή βιολογικών προϊόντων, συνδυάζοντας τη διαμονή στη φύση με την απόλαυση υγιεινών τοπικών προϊόντων.

Στην Περιφέρεια Αττικής αγροτουριστικές μονάδες με σχετικά μεγάλη επισκεψιμότητα είναι (ΙΝΣΕΤΕ, 2022d):

- Το Περιβόλι της Βάρης: Βρίσκεται στα νότια προάστια της Αθήνας, στο Χέρωμα Βάρης. Οι επισκέπτες μπορούν να ενημερωθούν για την πράσινη ηλιακή τουαλέτα και τη σωστή διαχείριση νερού και αποβλήτων.
- The Margi Farm: Βρίσκεται σε οικόπεδο 20 στρεμμάτων, περιτριγυρισμένη από αμπελώνες και ελαιώνες, χρησιμοποιούνται φυσικές γεωργικές πρακτικές, σε συνδυασμό με φυσικές μεθόδους, κλπ.
- Μια φορά κι έναν καιρό: Βρίσκεται στον Αυλώνα. Δραστηριότητες οι οποίες προσφέρονται είναι η ανακύκλωση και συλλογή βρόχινου νερού, διαδικασία άλεσης στον νερόμυλο, ζύμωμα και ψήσιμο ψωμιού στον ξυλόφουρνο, κλπ.
- Αγρόκτημα Διαμάντι: Οι επισκέπτες μαθαίνουν πώς καλλιεργούνται τα βιολογικά προϊόντα, έρχονται σε επαφή με τα ζώα, συμμετέχουν στη διαδικασία συγκομιδής και στη συντήρηση της φάρμας.

Οικοτουρισμός

Η Περιφέρεια Αττικής φιλοξενεί μια πλούσια βιοποικιλότητα στο φυσικό της περιβάλλον.

Υπάρχουν πολλά είδη χλωρίδας και πανίδας που κινδυνεύουν, καθώς και περιοχές που έχουν καθοριστεί ως οικότοποι προτεραιότητας από την ευρωπαϊκή νομοθεσία. Τα τοπικά χαρακτηριστικά επιπλέον συνθέτουν το γνωστό ως «Αττικό Τοπίο». (ΙΝΣΕΤΕ, 2022d).

Επιπλέον, οι ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες σχεδόν τις γεωγραφικές περιοχές της Αττικής επιτρέπουν τη διεξαγωγή διαδρομών και περιηγήσεων σε πολλά ορεινά και πεδινά σημεία ακόμη και κατά τους χειμερινούς μήνες.

Στην Περιφέρεια Αττικής υπάρχουν θεσμοθετημένες περιοχές προστασίας, βάσει της υφιστάμενης εθνικής και διεθνούς νομοθεσίας. Οι περιοχές αυτές είναι:

- Το Εθνικό πάρκο Σχοινιά- Μαραθώνα (ΦΕΚ 395/Δ/3700).
- Ο Ορεινός Όγκος Πάρνηθας (ΦΕΚ 336/Δ/24-07-2007).
- Ο Όρος Υμηττός (ΦΕΚ 187/Δ/16-09-2011).
- 24 παραδοσιακοί οικισμοί

Για την υποστήριξη των δραστηριοτήτων του οικοτουρισμού όπως η πεζοπορία, οι περιηγήσεις, η δεντροφύτευση, κλπ., θα πρέπει σε αυτές τις περιοχές να κατασκευαστούν μη κύρια τουριστικά καταλύματα, κάμπινγκ ή να πραγματοποιηθεί ανάπλαση παραδοσιακών κατοικιών και να χρησιμοποιηθούν ως ενοικιαζόμενα δωμάτια. Όσον αφορά τον τρόπο κατασκευής τους, θα πρέπει να ακολουθούνται κάποια πρότυπα, όπως η χρήση φιλικών υλικών προς το περιβάλλον, χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, κλπ.

Αθλητικός Τουρισμός

Η Περιφέρεια Αττικής διαθέτει 1.200 δημοτικές αθλητικές εγκαταστάσεις, από τις οποίες το 33,8% είναι γήπεδα μπάσκετ, το 19,3% γήπεδα τένις και το 14,4% γυμναστήρια.

Σημαντικές Αθλητικές Εγκαταστάσεις

- Εθνικό Αθλητικό Κέντρο Νεότητας Αγίου Κοσμά.
- Κέντρο Ιππασίας στο Μαρκόπουλο.
- Γήπεδο Golf Γλυφάδας.
- Ολυμπιακό Κλειστό Γυμναστήριο Φαλήρου.
- Στάδιο Καραϊσκάκη Νέο Φάληρο, Νότια Προάστια.
- Ολυμπιακό Αθλητικό Κέντρο Αθηνών (ΟΑΚΑ).

Αθλητικές Δραστηριότητες

Παρακάτω ακολουθούν οι αθλητικές δραστηριότητες στις Π.Ε. της Περιφέρειας Αττικής

(Εικόνα 5.2)



Αναρριχτηκά πεδία

- **ΠΕ Βορείου Τομέα Αθηνών**
 - Αναρριχτικό πεδίο Σπηλιά Νταβέλη, στην ΝΔ του όρους Πεντέλη σε υψόμετρο 700μ. στην είσοδο του σπηλαίου. Ο βαθμός δυσκολίας των διαδρομών είναι V-IX.
- **ΠΕ Ανατολικής Αττικής**
 - Αναρριχτικό πεδίο Κακιά Θάλασσα, στην Κερατέα Αττικής, με ΒΔ προσανατολισμό και με βαθμό δυσκολίας των διαδρομών VI-IX.
 - Αναρριχτικό πεδίο Αγ. Μαρίνα, στην Αγ. Μαρίνα λίγο μετά τη Βάρκιζα. Ο βαθμός δυσκολίας των διαδρομών είναι 5c-7b.
 - Αναρριχτικό πεδίο Βραχόκηπος στο Κορωπί σε ρήγμα βράχου. Το σκαρφάλωμα κινείται κυρίως σε αρνητικά και κάθετα τμήματα. Λόγω της συγκεκριμένης μορφολογίας, οι διαδρομές είναι υψηλής δυσκολίας και ο βαθμός δυσκολίας κυμαίνεται από 6a-7c.
 - Αναρριχτικό πεδίο Μαυροσουβάλας, ΒΑ της Αθήνας σε απόσταση 3χλμ. από τον οικισμό της Μαυροσουβάλας του Δήμου Ωρωπού. Ο βαθμός δυσκολίας των διαδρομών είναι 5b-8c.
- **ΠΕ Δυτικής Αττικής**
 - Αναρριχτικό πάρκο Πλάτωσι, κοντά στην Αθήνα για αθλητική αναρρίχηση. Ο βαθμός δυσκολίας των διαδρομών είναι 6b-8a.
 - Αναρριχτικό πεδίο Βαρυμπόμπης, 20χλμ. από το κέντρο της Αθήνας στους πρόποδες της Πάρνηθας. Ο βαθμός δυσκολίας των διαδρομών είναι 2-7+.
 - Αναρριχτικό πεδίο Χούνη, βόρεια της Αθήνας στις παρυφές της Πάρνηθας, συνορεύει με τον οικισμό των Θρακομακεδόνων. Ο βαθμός δυσκολίας των διαδρομών είναι VI-IX.
 - Αναρριχτικό πεδίο Πηγή Αβράμη στη Δυτική Πάρνηθα. Ο βαθμός δυσκολίας είναι V-IX.
 - Αναρριχτικό πεδίο Αλογόπετρα, στη Δυτική Πάρνηθα, διαθέτει 38 διαδρομές με βαθμό δυσκολίας 4c-7a/7a+.
 - Αναρριχτικό πεδίο Αχαρνείς, βρίσκεται πάνω από την νότια πλευρά του οικισμού Φυλής. Ο βαθμός δυσκολίας των διαδρομών είναι 4a-7b.
- **ΠΕ Κεντρικού Τομέα Αθηνών**
 - Αναρριχτικό πεδίο Προφήτης Ηλίας, στο βουνό του Υμηττού και ενδείκνυται για παραδοσιακή αναρρίχηση. Το πεδίο έχει βόρειο προσανατολισμό και ο βαθμός δυσκολίας των διαδρομών κυμαίνεται από IV-VIII.
 - Αναρριχτικό πεδίο Καράβι Πλώρη, στη δυτική πλευρά του Υμηττού, πάνω από τον δήμο Βύρωνα. Ο βαθμός δυσκολίας των διαδρομών είναι V-VII.
 - Αναρριχτικό πεδίο Κόκκινο πεδίο, 100μ. χαμηλότερα από το πεδίο Καράβι Πλώρη. Ο βαθμός δυσκολίας των διαδρομών είναι V-VII.



Πεζοπορία / trekking

- **ΠΕ Βορείου Τομέα Αθηνών**
 - Θρακομακεδόνες-Χούνη-καταφύγιο Μπάφι
 - Θρακομακεδόνες-Χούνη-καταφύγιο Φλαμπούρι
 - Θρακομακεδόνες-Χούνη-Αγ. Τριάδα
 - Θρακομακεδόνες-Κορυμηλιά-καταφύγιο Φλαμπούρι
 - Θέση Μέλια-Κεραμίδι-κορυφή Κυρά-Αγ. Τριάδα
 - Αγ. Τριάδα-καταφύγιο Μπάφι-Λυκοποριά-Μόλα
 - Αγ. Τριάδα-διασταύρωση Mont Parnes-Ναυτικό-Σκίπιζα
 - Πηγή Παλιοχώρι-Σκίπιζα-Περιφερειακό Μονοπάτι
 - Σκίπιζα-διάσελο Πάνα-Μαυρόρεμα-Λοιμικό
 - Σκίπιζα-Πλατύ βουνό-Πηγή Γκούρα-Ντράσιζα-Λοιμικό
 - Αγία Παρασκευή-Σπήλαια Πανός
 - Μόλα-Λοιμικό
 - Αγία Παρασκευή-Τερψιθέα
 - Καρακοβούνι-Αγία Ελεούσα
 - Πράσινο Μονοπάτι
 - Παπάγου-Παιανία
 - Παπάγου-Πύργος Ανθούσας
- **ΠΕ Ανατολικής Αττικής**
 - Σφενδάλη-Παλιομήλεσι-Μόλα,
 - Σφενδάλη-Παλιομήλεσι-Σαλονίκι-Λοιμικό
 - Βρυσάκι-Πύργος Ανθούσας
 - Πύργος-Σπηλιά της Νυχτερίδας
 - ΟΤΕ-Σπηλιά του Λιονταριού
 - Πύργος Ανθούσας-Ι.Μ. Αστερίου
 - Πύργος Ανθούσας-Καλοπούλα
- **ΠΕ Δυτικής Αττικής**
 - Χασιά-πηγή Ταμίλι-Αγ. Παρασκευή-Ρουμάνι-Διάσελο Πάνα-Σκίπιζα
 - Χασιά-πηγή Ταμίλι-Σπήλαιο Πανός-Αγ. Παρασκευή-πηγή Γκούρα.
- **Νότιος Τομέας Αθηνών**
 - Τερψιθέα-διάσελο Σταυρού-Κορωπί
 - Σφήττια Οδός
- **ΠΕ Κεντρικού Τομέα Αθηνών**
 - Μονή Κασσαριανής-πηγή Καλοπούλα-Γλυκά Νερά



Ορειβατικά καταφύγια

Τα ορειβατικά καταφύγια που καταγράφονται στην Περιφέρεια Αττικής είναι:

- **ΠΕ Βορείου Τομέα Αθηνών**
 - Καταφύγιο «Μπάφι», το καταφύγιο βρίσκεται στο όρος Πάρνηθα σε υψόμετρο 1.161μ. και σε απόσταση 2,5χλμ. από το καζίνο της Πάρνηθας Mont Parnes. Το καταφύγιο μπορεί να φιλοξενήσει έως 70 άτομα.
 - Καταφύγιο «Φλαμπούρι», το καταφύγιο βρίσκεται στο όρος Πάρνηθα σε υψόμετρο 1.158μ. και σε απόσταση 35χλμ. από την Αθήνα. Το καταφύγιο μπορεί να φιλοξενήσει έως 40 άτομα
 - Καταφύγιο «Κωνσταντίνος Αυγουστίνος», το καταφύγιο βρίσκεται στην Πάρνηθα στην τοποθεσία Κατσιμίδι σε υψόμετρο 708μ. και ανήκει στο Σύστημα Προσκόπων Αθηνών από το 1990. Το καταφύγιο μπορεί να φιλοξενήσει έως 20 άτομα.



Καταδύσεις

- **ΠΕ Ανατολικής Αττικής**
 - Στα νότια παράλια της Αττικής (Ανάβυσσος, Λαγονήσι, Βάρη) έχουν ανοίξει καταδυτικές σχολές εκμάθησης αλλά και ενοικίασης καταδυτικού εξοπλισμού, οι οποίες προσφέρουν εκπαιδευτικά προγράμματα και εκδρομές κατάδυσης.
 - Μερικοί καταδυτικοί προορισμοί είναι οι νήσοι Πάτροκλος, Ποθητός, Ποθητάκι, Αρσίδα, Μαρκελίου, Μακρόνησος κ.α.

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, (2022d). «Ελληνικός Τουρισμός Σχέδια Δράσης 2030: Περιφέρεια Αττικής»

Από τη δευτερογενή έρευνα φαίνεται πως η Περιφέρεια Αττικής έχει ένα πολύ καλά ανεπτυγμένο σύμπλεγμα αθλητικών υποδομών και δραστηριοτήτων, το οποίο όμως δεν εκμεταλλεύεται. Θα πρέπει να γίνουν συντονισμένες ενέργειες προώθησης και προβολής, τόσο από τους Δημόσιους Φορείς, όσο και από τις αθλητικές ομάδες, ώστε να αυξηθούν οι επισκέπτες που ενδιαφέρονται για αθλητικές δραστηριότητες. Σε αυτό θα βοηθούσε και ο Αυθεντικός Μαραθώνιος καθώς κάθε χρόνο η Αθήνα μπαίνει στο επίκεντρο

του παγκόσμιου ενδιαφέροντος. Τέλος, η σημασία του Μαραθωνίου είναι παρά πολύ μεγάλη διότι μπορούν να το εκμεταλλευτούν μη ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές, ώστε να προωθήσουν το δικό τους τουριστικό χαρτοφυλάκιο προϊόντων.

Επιδράσεις Τουριστικής Ανάπτυξης στην Περιφέρεια Αττικής

Η τουριστική ανάπτυξη επιφέρει μια σειρά από θετικές επιδράσεις στην τουριστική περιοχή, στον αντίποδα, η έντονη ανάπτυξη του τουρισμού σε μια περιοχή, όπως συμβαίνει στο κεντρικό τομέα της Αθήνας, μπορεί σε αρκετές περιπτώσεις να έχει κάποιες αρνητικές επιπτώσεις, σε κοινωνικό, πολιτιστικό, οικονομικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Σε αυτό το σημείο θα γίνει συνοπτική αναφορά των θετικών επιδράσεων και αρνητικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης στην Περιφέρεια Αττικής. Όλα τα σχόλια και τα πορίσματα προέκυψαν από τη δευτερογενή έρευνα και τα στοιχεία που έχουν παρουσιαστεί στα προηγούμενα κεφάλαια.

Οικονομικές Επιδράσεις

ΑΕΠ

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία από την ΕΛΣΤΑΤ για την Ελλάδα, παρατηρείται ότι το ΑΕΠ αυξήθηκε κατά 3% στην περίοδο 2014-2019, ανεβαίνοντας από τα € 177.236 δισ. το 2014 στα € 183.250 δισ. το 2019. Σε σχέση με την ποσοστιαία κατανομή του ΑΕΠ το 2019, είναι φυσικό ότι η Περιφέρεια Αττικής είχε τη μεγαλύτερη συνεισφορά στο ΑΕΠ με ποσοστό 48%. Συγκεκριμένα, το ΑΕΠ της Περιφέρειας Αττικής αυξήθηκε από € 84,6 δισ. το 2014 σε € 87,4 δισ. το 2019.

Το 2021, τα έσοδα του τουρισμού στην Περιφέρεια Αττικής αντιπροσώπευαν το 14% των συνολικών εσόδων της χώρας, με το ποσό των 1,9 δισ. ευρώ. Παρόλο που η άμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της Περιφέρειας ήταν μόνο 2%. Επιπλέον, οι εκτιμήσεις δείχνουν ότι το ΑΕΠ της Περιφέρειας Αττικής μειώθηκε κατά 0,2% το 2021, από 87,428 δισ. ευρώ το 2019 σε 87,227 δισ. ευρώ το 2021. (ΙΝΣΕΤΕ, 2022c).

Απασχόληση

Στην περίοδο 2015-2019, ο αριθμός των απασχολούμενων σε ολόκληρη τη χώρα αυξήθηκε κατά 8%, από 3,6 εκατομμύρια το 2015 σε 3,9 εκατομμύρια το 2019. Από το 2019 έως το 2021, ο αριθμός των απασχολούμενων σε ολόκληρη τη χώρα αυξήθηκε ελαφρά κατά 0,4%, από 3,9 εκατομμύρια το 2019 σε 3,9 εκατομμύρια το 2021. Στην Ελλάδα για το 2021, η Περιφέρεια Αττικής (38%) είχε το υψηλότερο ποσοστό απασχολούμενων σε σχέση με τις υπόλοιπες περιφέρειες.

Οι απασχολούμενοι στην Περιφέρεια Αττικής έχουν καταγράψει αύξηση κατά +8% την περίοδο 2015-2019 (από 1,3 εκατ. το 2015 σε 1,4 εκατ. το 2019) και αύξηση κατά +4% την περίοδο 2019-2021 (από 1,4 εκατ. το 2019 σε 1,5 εκατ. το 2021). Ωστόσο, η εικόνα είναι μικτή, καθώς η αύξηση των απασχολούμενων δεν είναι ομοιόμορφη σε όλους τους τομείς.

- Λοιπούς Κλάδους (+5%, από 1,3 εκατ. το 2019 σε 1,4 εκατ. το 2021).
- Τουριστικά Καταλύματα (+17%, από 14 χιλ. το 2019 σε 16 χιλ. το 2021).
- Εστίαση (-10%, από 100 χιλ. το 2019 σε 90 χιλ. το 2021).

Μπορούμε να συμπεράνουμε πως η έντονη τουριστική ανάπτυξη κυρίως στον κεντρικό τομέα των Αθηνών αλλά και στις παράκτιες περιοχές της Αττικής περιοχής έχει οδηγήσει τον τοπικό πληθυσμό να στραφεί σε επαγγέλματα που έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουρισμό. Για τις παράκτιες περιοχές αυτό είναι αρνητικό διότι όπως φαίνεται η ανάπτυξη και η οικονομία της περιοχής εξαρτάται αν όχι μόνο, κυρίως από τον τουρισμό. Ένα άλλο στοιχείο που θα πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι πως η εξέλιξη της τουριστικής ανάπτυξης στο κεντρικό τομέα της Αθήνας έχει δημιουργήσει έναν μεγάλο αριθμό θέσεων εργασίας που συνήθως απασχολούν ανθρώπους νέας ηλικίας. Εκτός από τις θέσεις εργασίας που δημιουργήθηκαν και έχουν άμεση σχέση με τις τουριστικές δημιουργήθηκαν και θέσεις εργασίας για τα τεχνικά επαγγέλματα όπως οικοδόμοι,

ελαιοχρωματιστές, υδραυλικοί, ηλεκτρολόγοι, κλπ., λόγω των ανακαινίσεων που πραγματοποιήθηκαν και της κατασκευή νέων τουριστικών καταλυμάτων.

Εισόδημα

Σημαντική αύξηση στα εισοδήματα των ντόπιων κατοίκων σε αρκετές Π.Ε. της Περιφέρειας Αττικής αλλά κυρίως στο κεντρικό τομέα της Αθήνας, φαίνεται πως επιφέρουν τα ενοικιαζόμενα δωμάτια. Κυρίως το φαινόμενο του Airbnb έχει επιφέρει αύξηση των εισοδημάτων.

Επενδύσεις

Κατά τη χρονική περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 έγιναν πάρα πολλά έργα υποδομής όπως ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών, το μετρό, το τραμ, η Αττική Οδός, η μαρίνα Φλοίσβου, το νέο Μουσείο της Ακρόπολης, ενώ ταυτόχρονα έγινε εκσυγχρονισμός των ξενοδοχειακών μονάδων. (Χατζηδάκης, 2015).

Επιπρόσθετα, λόγω του ότι είναι το μεγαλύτερο αστικό κέντρο της χώρας, έχουν ξεκινήσει ή αναμένεται να υλοποιηθούν σημαντικά έργα και επενδύσεις στην Περιφέρεια Αττικής στο άμεσο μέλλον. Ένα από αυτά τα έργα είναι η τέταρτη γραμμή του μετρό, η οποία βρίσκεται σε εξέλιξη και θα βελτιώσει την πρόσβαση σε περιοχές της Αττικής.

Οι πιο πολλές επενδύσεις που γίνονται αυτή τη χρονική περίοδο στον κλάδο του τουρισμού, αφορούν είτε ανακαίνιση, είτε μετασχηματισμό ή ανέγερση ξενοδοχειακών μονάδων ή κατασκευή νέων. Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΙΝΣΕΤΕ, (2022d), οι πιο πολλές επενδύσεις αναμένονται στον κεντρικό τομέα της Αττικής (11), στην Ανατολική Αττική (1), στο Βόρειο τομέα (1) και (2) στον Νότιο τομέα.

Το μεγαλύτερο σχέδιο επένδυσης που θα αναβαθμίσει ολόκληρη την Περιφέρεια Αττικής είναι το Ελληνικό. Αυτό το έργο θα βελτιώσει σημαντικά την εικόνα της Αθήνας και θα καταστήσει την Αττική ως έναν από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς σε παγκόσμιο

επίπεδο. Εκτός από την προσθήκη νέων τουριστικών καταλυμάτων, θα δημιουργηθούν ειδικές υποδομές οι οποίες θα μπορούν να υποστηρίξουν θεματικές μορφές τουρισμού. Υπολογίζεται ότι το Ελληνικό θα προσελκύσει 1 εκατομμύριο τουρίστες, μειώνοντας την εποχικότητα, αυξάνοντας τη μέση διαμονή και δαπάνη στην Αττική καθώς θα δημιουργήσει περισσότερες από 75.000 θέσεις εργασίας. (ΙΝΣΕΤΕ, 2022d).

Κοινωνικές Επιδράσεις

Η τουριστική ανάπτυξη του κεντρικού τομέα Αττικής περιοχής άλλαξε τον χαρακτήρα της και απομάκρυνε τους παλαιούς κατοίκους. Ο τρόπος με τον οποίο έχει επέλθει η τουριστική ανάπτυξη στο κεντρικό τομέα Αττικής, κυρίως από το Airbnb, συνδέεται με το φαινόμενο του εξευγενισμού. Αυτό σημαίνει ότι περιοχές κοντά στο κέντρο των πόλεων που φιλοξενούσαν κοινωνικές ομάδες με χαμηλό εισόδημα, αρχίζουν να αναβαθμίζονται με την αγορά και την ανακαίνιση κατοικιών και καταστημάτων, ενώ οι παραδοσιακοί κάτοικοι εκτοπίζονται από αυτές τις περιοχές. Αυτό ακριβώς έχει συμβεί σε περιοχές όπως το Κουκάκι, φαινόμενο το οποίο έχει δημιουργήσει αντιδράσεις από τους κατοίκους της περιοχής που έχουν απομείνει, θεωρώντας τον τουρισμό πλέον ως απειλή.

Επιπρόσθετα, κάτοικοι των περιοχών του κεντρικού τομέα της Αθήνας εκφράζουν ανησυχίες για την αλλοίωση της κουλτούρας αλλά και των κοινωνικών στοιχείων που συνθέτουν την περιοχή, καθώς οι ενοικιαστές που είχαν κατοικίες στην περιοχή για χρόνια αντιμετωπίζουν την ανάγκη να αποχωρήσουν προκειμένου οι κατοικίες τους να μετατραπούν σε καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης.

Από την άλλη πλευρά, η τουριστική ανάπτυξη της Αττικής έχει επιφέρει και θετικές επιδράσεις στην κοινωνία. Ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των κατοίκων σε διάφορες τουριστικές περιοχές

μάθανε ξένες γλώσσες λόγω των επισκεπτών. Επίσης, κυρίως στον κεντρικό τομέα της Αθήνας, υπάρχουν παρά πολλά εστιατόρια με ξένη κουζίνα ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες των επισκεπτών. Τέλος, λόγω της μεγάλης τουριστικής κίνησης υπάρχουν τακτικές περιπολίες από την αστυνομία. Αυτό έχει σαν συνέπεια οι κάτοικοι να νιώθουν ασφαλείς.

Περιβαλλοντικές Επιδράσεις

Η Αθήνα αντιμετωπίζει πολλές επί μακρόν ανεπιλύτες προκλήσεις, μεταξύ των οποίων η ανεπαρκής καθαριότητα των δημόσιων χώρων και η αναποτελεσματική διαχείριση των απορριμμάτων, η έλλειψη πρασίνου και η έλλειψη προστασίας των μουσείων και των αρχαιολογικών χώρων. (Χατζηδάκης, 2015).

Η επιδίωξη της μεγιστοποίησης του κέρδους χωρίς κάποιο σχέδιο ανάπτυξης φαίνεται πως έχει κάποιες σοβαρές επιπτώσεις όσον αφορά τις υποδομές, την καθαριότητα, τις εγκαταστάσεις, την αισθητική της περιοχής καθώς και τη μόλυνση και επιβάρυνση του περιβάλλοντος.

Παρακάτω αναφέρονται τα πιο σημαντικά προβλήματα στην Περιφέρεια Αττικής:

- Ζητήματα Καθαριότητας: Αρκετοί δρόμοι είναι βρώμικοι, χωρίς φωτισμό, γεμάτοι λακκούβες ενώ τα πεζοδρόμια είναι σπασμένα. Οι περισσότερες πλατείες είναι αφρόντιστες. Οι κάδοι σκουπιδιών είναι ξέχειλοι στους δρόμους
- Μη φιλικό αστικό περιβάλλον και ανεπαρκείς υποδομές για άτομα με αναπηρία ή/ και με μειωμένη κινητικότητα.
- Σε αρκετές περιοχές της Αττικής τα νερά από τις βροχοπτώσεις δημιουργούν προβλήματα κυρίως στο οδικό δίκτυο.
- Στον κεντρικό τομέα κυρίως υπάρχει ατμοσφαιρική ρύπανση και ηχορύπανση.

Η περιοχή αποτελείται από διαφορετικές ζώνες οικιστικής ανάπτυξης ανά Π.Ε. από τις οποίες αρκετές εμφανίζουν πυκνή δόμηση. Επιπλέον, ο μεγάλος αριθμός των τουριστών στον κεντρικό τομέα της Αθήνας ειδικά τη χρονική περίοδο του καλοκαιριού επιβαρύνει ασφυκτικά την κυκλοφορία.

Όσον αφορά το φυσικό περιβάλλον στις περιόδους αιχμής, εμφανίζεται μικρή θαλάσσια ρύπανση στις ακτές της Αττικής χωρίς να παρατηρούνται πιέσεις σε ευαίσθητα οικοσυστήματα. Αυτό το οποίο θα πρέπει να σημειωθεί είναι η έλλειψη πρασίνου και η θαλάσσια ρύπανση στις περιοχές του Πειραιά και της Ραφήνας.

Οι υπάρχουσες τουριστικές υποδομές καλύπτουν ικανοποιητικά τις ανάγκες των επισκεπτών, αλλά απαιτείται βελτίωση για την περαιτέρω ανάπτυξη, ειδικά στον τομέα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Επιπλέον, η περιοχή διαθέτει εκτεταμένο και σύγχρονο δίκτυο υποδομών και δεν υπάρχει έλλειψη ύδρευσης κατά τους περιόδους αιχμής.

Τέλος, ένα άλλο ζήτημα αφορά τη δαπάνη ενέργειας που προκαλείται κυρίως από τις βραχυπρόθεσμες ενοικιάσεις ακινήτων, τα οποία συχνά δεν διαθέτουν συστήματα που να αποτρέπουν την ανεξέλεγκτη κατανάλωση ενέργειας (π.χ. διακοπή λειτουργίας των κλιματιστικών με ανοικτά παράθυρα, νέας τεχνολογίας θερμοστάτες κ.λπ.), όπως έχουν τα ξενοδοχεία. (ΙΤΕΠ, 2022).

Ανάλυση SWOT

Παρακάτω παρουσιάζεται η ανάλυση S.W.O.T. για τον τουριστικό τομέα στην Περιφέρεια Αττικής:

Δυνατά Σημεία

- Ανεπτυγμένες υποδομές μεταφοράς (Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών (ΔΑΑ) - Λιμάνι Πειραιά, κλπ.).
- Ανεπτυγμένο οδικό, σιδηροδρομικό δίκτυο και μαζικά μέσα μεταφοράς.
- Επαρκείς υποδομές ενέργειας και ηλεκτροδότησης, ύδρευσης, αποχέτευσης και εκτεταμένο δίκτυο Φυσικού Αερίου.
- Ικανοποιητικό επίπεδο παροχών υγείας.
- Εργατικό και διοικητικό ανθρώπινο δυναμικό στον κλάδο του τουρισμού με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης και κατάρτισης.
- Επάρκεια τουριστικών, κύριων και μη, καταλυμάτων.
- Η Αττική είναι το μεγαλύτερο αστικό, εμπορικό, χρηματοοικονομικό και βιομηχανικό κέντρο της Ελλάδας (City Break Προορισμός).
- Ήπιες κλιματολογικές συνθήκες όλη τη διάρκεια του έτους.
- Πλούσιο απόθεμα πολιτιστικών, αρχαιολογικών, θρησκευτικών πόρων.
- Ύπαρξη συνεδριακών υποδομών.
- Πλούσιοι φυσικοί και περιβαλλοντικοί πόροι υψηλής αξίας.
- Πολυπολιτισμική γαστρονομική παράδοση.
- Ύπαρξη σημαντικών αθλητικών υποδομών που μπορούν να φιλοξενήσουν μεγάλα και διεθνή αθλητικά γεγονότα.

Αδύνατα Σημεία

- Μη ύπαρξη data base για την συλλογή και επεξεργασία ποσοτικών και ποιοτικών στοιχείων.

- Υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικών υποδομών στον κεντρικό τομέα της Αθήνας.
- Σχετικά μικρός βαθμός αξιοποίησης των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, ειδικά για την ανάπτυξη εναλλακτικών και ήπιων μορφών τουρισμού.
- Προορισμοί οι οποίοι είναι πιο ανταγωνιστικοί όσον αφορά την επιλογή από τους τουρίστες (Λονδίνο, Παρίσι, Κωνσταντινούπολη, κλπ.).
- Μεγάλη απόσταση από τα χερσαία σύνορα της χώρας.
- Χαμηλής ποιότητας υποδομές και λιμενικές υπηρεσίες.
- Έλλειψη χώρου στάθμευσης στο κέντρο της πόλης.
- Χαμηλή αξιοποίηση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (INΣETE, 2022d).
- Μη επαρκής υδροδότηση και παλαιότητα δικτύου ύδρευσης στα μικρά νησιά του Σαρωνικού (Περιφέρεια Αττικής, 2015).
- Ζητήματα χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού αρκετών περιοχών της Πρωτεύουσας και της ευρύτερης Περιφέρειας λόγω της άναρχης οικιστικής ανάπτυξης και της υποβάθμισης του περιβάλλοντος.
- Ζητήματα δημόσιας καθαριότητας.
- Περιορισμένη ανάπτυξη/ αξιοποίηση συμπληρωματικών τουριστικών προϊόντων.
- Μη οργανωμένη αξιοποίηση και προώθηση του παραλιακού μετώπου και των νησιών της Αττικής.

Ευκαιρίες

- Επενδυτικά προγράμματα για Δημόσιους Φορείς και ιδιωτικές επιχειρήσεις (ΕΣΠΑ 2021-2027, Ταμείο Ανάκαμψης, Πράσινο Ταμείο, Intererg, κλπ).

- Αξιοποίηση νέων τεχνολογιών (VR – AR Tours, 3D Videos, κλπ.).
- Ανάδειξη νέων γεωγραφικά αγορών μέσω των εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Π.Ε Νήσων, Ανατολική Αττική, κλπ.).
- Ανάπτυξη και προώθηση σύνθετων τουριστικών προϊόντων (πολιτιστικών, θρησκευτικών, ιστορικών διαδρομών και γαστρονομικών- οινικών εμπειριών) στην Αττική.
- Ανάπτυξη Φορέα Διαχείρισης Προορισμού (DMO) για την προβολή.
- Project Ελληνικού.
- Συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση για τοπικά, παραδοσιακά, βιολογικά προϊόντα.

Απειλές

- Η μη αυστηρή τήρηση των περιβαλλοντικών όρων μπορεί να επιφέρει την υποβάθμιση του περιβάλλοντος, καθώς η τουριστική δραστηριότητα μπορεί να προκαλέσει αρνητικές επιπτώσεις στην περιβαλλοντική ισορροπία της περιοχής.
- Εξάρτηση του τουριστικού συστήματος από μη προβλέψιμες καταστάσεις του εξωτερικού περιβάλλοντος (π.χ. πανδημία COVID-19, πόλεμος στην Ουκρανία, κλπ.)
- Έντονος διεθνής ανταγωνισμός, με νέες τουριστικές περιοχές να αναπτύσσονται στην ευρύτερη περιοχή (π.χ. Κροατία, Μαυροβούνιο, Αλβανία).
- Απειλές που προκύπτουν από την συναλλαγματική ισοτιμία του ευρώ.
- Πιθανή μείωση ταξιδιωτικών αφίξεων Βρετανών λόγω του την έξοδου του Ηνωμένου Βασιλείου από την Ευρωπαϊκή Ένωση.
- Καθυστέρηση στην ολοκλήρωση ή στην εκκίνηση επενδύσεων σε γενικές και ειδικές τουριστικές υποδομές.

- Μη εξειδικευμένη στελέχωση των Δημόσιων Φορέων οι οποίοι ασχολούνται με την τουριστική ανάπτυξη και προβολή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

Συμπεράσματα

Η Περιφέρεια Αττικής, λόγω της ιστορικής- αρχαιολογικής σημασίας, των πολιτιστικών, φυσικών αλλά και τουριστικών πόρων αποτελεί κάθε χρόνο πόλο έλξης εκατομμυρίων επισκεπτών από όλο τον κόσμο. Μέχρι πριν τη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, το ποσοστό επενδύσεων για εκσυγχρονισμό, αναβάθμιση και ανάπτυξη τουριστικών υποδομών ήταν πάρα πολύ μικρό.

Η Αττική έχει λειτουργήσει ως σημαντικό κέντρο επισκεπτών για την Ελλάδα, καθώς συχνά λειτουργεί ως διαμετακομιστικός σταθμός για τους επισκέπτες που ταξιδεύουν προς τα νησιά. Η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 βοήθησε στην αναβάθμιση και ανάπτυξη της τουριστικής προσφοράς της χώρας, συμπεριλαμβανομένης της ενίσχυσης των γενικών υποδομών όπως του οδικού δικτύου, του ΔΑΑ, του μετρό κλπ., καθώς και της ειδικής υποδομής, όπως των τουριστικών καταλυμάτων, των χώρων εστίασης, των μαρίνων αναψυχής, των αθλητικών εγκαταστάσεων, των συνεδριακών κέντρων κλπ. Όσον αφορά την τουριστική ανάπτυξη και την επίδραση της στην οικονομία τόσο της Ελλάδας αλλά και της Περιφέρειας Αττικής όπως είδαμε στο τέταρτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας είναι πολύ σημαντική (συμβολή στον ΑΕΠ, εισπράξεις, απασχόληση, εισόδημα, επενδύσεις).

Η Αθήνα, η πρωτεύουσα της Περιφέρειας, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα πολιτιστικά κέντρα του κόσμου και έναν από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς, καθώς είναι πλούσια σε αρχαία μνημεία, μουσεία, αξιοθέατα και γαστρονομική παράδοση. Ωστόσο, η Περιφέρεια Αττικής προσφέρει επίσης πολλά άλλα αξιοθέατα και δραστηριότητες και μεγάλη

ποικιλία παραθεριστικών περιοχών όπως η Αθηναϊκή Ριβιέρα και τα νησιά του Αργοσαρωνικού.

Η τουριστική ανάπτυξη στην Περιφέρεια Αττικής συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην αύξηση των εσόδων και στην ανάπτυξη της οικονομίας της περιοχής. Για αυτόν τον λόγο, η τουριστική ανάπτυξη αποτελεί μια προτεραιότητα για την Περιφέρεια Αττικής και για τους τοπικούς φορείς και επιχειρήσεις.

Παρόλα αυτά, η τουριστική ανάπτυξη στην Αττική δεν έχει αναπτυχθεί στο ίδιο βαθμό με άλλες Περιφέρειες της χώρας, και έτσι υπάρχει ακόμη μεγάλο αναπτυξιακό περιθώριο. Για την προώθηση του τουρισμού στην Αττική απαιτείται η ενίσχυση των υποδομών και η αναβάθμιση των υπηρεσιών της περιοχής, καθώς και η ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων και εμπειριών για τους επισκέπτες.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της παρούσας εργασίας η αυξημένη δυνατότητα της Περιφέρειας Αττικής να αναπτύξει ένα σύνολο εναλλακτικών θεματικών μορφών τουρισμού, οι τακτικές αυξανόμενες αφίξεις του μαζικά οργανωμένου τουρισμού (Ηλιος & Θάλασσα) καθώς και ο τρόπος με τον οποίο έχει επέλθει η τουριστική ανάπτυξη, εκτός από το αστικό κέντρο της Περιφέρειας στο οποίο φαίνεται να έχουν δημιουργηθεί κάποια προβλήματα στο περιβάλλον, στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή δεν υπάρχουν ορατοί άμεσοι κίνδυνοι για το περιβάλλον. Τέλος, πρέπει να εξεταστεί η εξέλιξη της τουριστικής δραστηριότητας στην περιοχή του αστικού κέντρου της Αθήνας, καθώς φαίνεται ότι υπάρχει αύξηση του ποσοστού για υπηρεσίες καταλύματος και υπάρχει αντίστοιχη άνοδος των κύριων και μη τουριστικών καταλυμάτων.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΙΤΕΠ (2022), οι δείκτες της τουριστικής ανάπτυξης στην περιοχή της Αθήνας έχουν δείξει ότι η τουριστική πυκνότητα βρίσκεται σε εξαιρετικά υψηλά επίπεδα, υποδεικνύοντας ότι η περιοχή ενδέχεται να έχει ξεπεράσει ή να βρίσκεται ήδη στο όριο της

φέρουσας ικανότητάς της. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό και πρέπει να ληφθεί υπόψη στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή.

Αναγκαιότητα σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης

Σήμερα γίνεται πλέον περισσότερο αναγκαία η κατάρτιση μιας καλοσχεδιασμένης επιστημονικής στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης σε συνέργεια με τις τοπικές κοινωνίες ώστε να αξιοποιηθούν ορθολογικά όλοι οι πόροι της κάθε περιοχής με στόχο την αιεφορία των προορισμών. Το Αναπτυξιακό σχέδιο που θα σχεδιαστεί, θα πρέπει να υποδείξει στους φορείς τη μέθοδο καθώς και να τους εφοδιάσει με τα κατάλληλα εργαλεία για να οδηγήσει σε ανάπτυξη όσες περιοχές δεν έχουν μπει ακόμα συστηματικά στην τροχιά του αιεφόρου τουρισμού στοχεύοντας στην υλοποίηση του οράματος του προορισμού. Το σχέδιο ανάπτυξης για τον τουρισμό στην Περιφέρεια Αττικής θα πρέπει να συνταχθεί με βάση έρευνα η οποία θα αναδεικνύει τους τρόπους εκμετάλλευσης της υπάρχουσας προσφοράς τουριστικών προϊόντων και όχι απλά την παράθεση των πόρων της Περιφέρειας Αττικής. Στην ετήσια έκθεση Ανταγωνιστικότητας και Προσαρμογής στον Τομέα του Τουρισμού έτους 2022 για την Περιφέρεια Αττικής, που έχει εκπονηθεί από το ΙΝΣΕΤΕ, αναφέρονται οι τουριστικοί και φυσικοί πόροι της Αττικής και οι υπάρχουσες υποδομές χωρίς να καταγράφονται όμως τα τουριστικά προϊόντα και οι τουριστικές υπηρεσίες της αγοράς.

Προτάσεις

Εναλλακτικές Θεματικές Μορφές Τουρισμού

Η υγειονομική κρίση του COVID-19 αποκάλυψε ένα βασικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει ο τουρισμός στην Ελλάδα, το οποίο είναι η έντονη εποχικότητα. Για να αντιμετωπιστεί αυτό το

πρόβλημα, πρέπει να επικεντρωθούμε στην επέκταση της τουριστικής περιόδου και στην ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, και αυτό θα πρέπει να είναι ένας βασικός άξονας της εθνικής και περιφερειακής τουριστικής στρατηγικής. Η ανάπτυξη νέων θεματικών μορφών δεν απαιτεί μεγάλες ειδικές υποδομές, αλλά απαιτεί μέτρα υποστήριξης και επιχορηγήσεις από διάφορα επενδυτικά προγράμματα. Οι επενδύσεις πρέπει να προσανατολίζονται προς αυτή την κατεύθυνση, ώστε να δοθεί ώθηση στην επαγγελματική και τουριστική ζωή στην ύπαιθρο. Δυστυχώς, η Περιφέρεια Αττικής έχει σοβαρό έλλειμμα στην οργάνωση των φυσικών και άλλων πόρων της σε ολοκληρωμένα τουριστικά προϊόντα. Θα πρέπει η Περιφέρεια Αττικής να μην ταυτίζεται- θεωρείται μόνο αστικός προορισμός λόγω της Αθήνας αλλά να αναπτύξει και να προωθήσει τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού σε διαφορετικές περιοχές των Περιφερειακών της Ενοτήτων με στόχο:

- Την ομαλότερη γεωγραφική διασπορά της τουριστικής κίνησης- και των οικονομικών οφελών που απορρέουν από αυτήν- σε όλη την επικράτεια.
- Την αύξηση της Μέσης Διάρκειας Παραμονής σε όλη την επικράτεια της Αττικής.
- Την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, ιδίως στις περιοχές της Αττικής οι οποίες βρίσκονται εκτός του αστικού κέντρου της Αθήνας.
- Οι δημόσιοι καθώς και οι ιδιωτικοί φορείς οι οποίοι είναι υπεύθυνοι για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής να επικεντρωθούν στις επιπτώσεις του τουρισμού και να προβούν σε κινήσεις τόσο σε τοπικό, όσο και σε περιφερειακό επίπεδο για τη βελτίωση των προβλημάτων που δημιουργούνται.

Προσανατολισμός στον εσωτερικό τουρισμό

Στόχος της τουριστικής στρατηγικής πρέπει να είναι η ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού στη χώρα, με έμφαση στη βελτίωση της αναλογίας μεταξύ ξένων και εγχώριων τουριστών. Ειδικά κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19, έγινε εμφανές το πρόβλημα αυτό. Στόχος θα μπορούσε να είναι η ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού για αναψυχή και επαφή με τη φύση στις περιοχές της ενδοχώρας. Οι αρμόδιοι φορείς πρέπει να επικεντρωθούν σε αυτό τον στόχο και να αναζητήσουν τρόπους βελτίωσης της κατάστασης.

Καθώς στην Περιφέρεια Αττικής βρίσκεται το μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού, βασικός στόχος είναι οι κάτοικοί της κατά τη διάρκεια του έτους να επιλέγουν τουριστικούς προορισμούς της στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή της Αττικής για σύντομα ταξίδια με σκοπό την αναδιανομή του χρήματος εντός της Περιφέρειας. Επιπρόσθετα, και οι κάτοικοι των άλλων περιφερειών της Ελλάδας θα πρέπει μέσω της σωστής προώθησης του προορισμού να μάθουν για τα τουριστικά προϊόντα της Αττικής και να μην την συνδέουν μόνο με το city break στην Αθήνα και τον συνεδριακό τουρισμό.

Επιμήκυνση Τουριστικής Περιόδου

Αν και η Περιφέρεια Αττικής δεν έχει έντονη εποχικότητα στις αφίξεις των επισκεπτών σε σχέση με τις υπόλοιπες περιφέρειες της χώρας, λαμβάνει τον μεγαλύτερο όγκο επισκεπτών κατά τους μήνες Μάιο-Σεπτέμβριο. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού σε συνδυασμό με τις ήπιες κλιματολογικές συνθήκες της περιοχής παρέχουν το πλεονέκτημα διατήρησης της τουριστικής ροής σε υψηλά επίπεδα όλο το χρόνο, αρκεί να υπάρχουν οι κατάλληλες γενικές και ειδικές υποδομές. Πρέπει να σημειωθεί πως για να μπορέσει να υποδεχτεί επισκέπτες όλους τους μήνες του έτους, θα πρέπει να αξιοποιήσει όλους τους τουριστικούς της πόρους.

Εφαρμογή και ανάπτυξη νέων τεχνολογιών

Προκειμένου να ενισχυθεί η σύνδεση των τουριστικών φορέων και επιχειρήσεων με την τεχνολογία, χρειάζεται να αναπτυχθούν καινοτόμα μέσα προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος. Είναι επίσης απαραίτητο να ενσωματωθούν όλα τα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας σε όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις. Μια ενδιαφέρουσα πρόταση θα μπορούσε να είναι η προώθηση και αξιοποίηση του τουριστικού και πολιτιστικού προϊόντος στην Περιφέρεια Αττικής, ειδικότερα στα νησιά του Αργοσαρωνικού, μέσω της τεχνολογίας Virtual Reality (VR) 360oSTEREOSCOPIC και της χρήσης καινοτόμων ψηφιακών εργαλείων όπως το διαδίκτυο, τα έξυπνα τηλέφωνα, οι έξυπνες ετικέτες, τα βίντεο 360ο, οι εικονικές και επαυξημένες πραγματικότητες και τα ψηφιακά κιόσκια.

Περαιτέρω Έρευνα

Στην Περιφέρεια Αττικής αλλά και σε άλλες περιφέρειες της Ελλάδας εδώ και αρκετά χρόνια υπάρχουν προβλήματα στην καταγραφή, ανάλυση και δημοσίευση στατιστικών δεδομένων και στοιχείων για την τουριστική ανάπτυξη, τους δείκτες τουρισμού καθώς και τις επιδράσεις στις τοπικές κοινωνίες. Τα προβλήματα που εντοπίζονται είναι τα κάτωθι:

- Περιορισμένα στοιχεία για τον τουρισμό σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.
- Μεγάλη χρονική διάρκεια για τη δημοσιοποίηση των στατιστικών δεδομένων και στοιχείων.
- Αξιόπιστη καταγραφή της τουριστικής κίνησης μόνο στα κύρια τουριστικά καταλύματα (ξενοδοχειακές μονάδες) και τα κάμπινγκ. Όσον αφορά τα μη κύρια καταλύματα (ενοικιαζόμενα δωμάτια, κλπ.) υπάρχουν λίγα στατιστικά δεδομένα.
- Ασύμβατα και μη συγκρίσιμα τα ευρήματα των διαφόρων ερευνών και καταγραφών λόγω διαφορετικής μεθοδολογίας.

Καταλήγοντας, απαραίτητη είναι η περαιτέρω διεξαγωγή ερευνών και στατιστικών μελετών για την περιοχή της Περιφέρειας Αττικής, ενώ παράλληλα εξίσου απαραίτητη είναι και η προσπάθεια να αναπτυχθούν οι κατάλληλες υποδομές οι οποίες θα καταφέρουν να ελαχιστοποιήσουν αν όχι να εξαλείψουν όλα τα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν από την τουριστική ανάπτυξη στην περιοχή. Χωρίς αμφιβολία, η ανάπτυξη του τουρισμού συμβάλλει στη βελτίωση και στον εκσυγχρονισμό μιας περιοχής, γι' αυτό είναι απαραίτητο να δοθεί η απαραίτητη προσοχή για τη διατήρησή της.

Επιπλέον, μπορεί να πραγματοποιηθεί έρευνα για τη γενικότερη άποψη των κατοίκων σε περιοχές στις οποίες υπάρχει τουριστική κίνηση, ώστε να προκύψουν τα απαραίτητα στοιχεία για την κοινωνική φέρουσα ικανότητα. Επίσης θα πρέπει να γίνει έρευνα για την ικανοποίηση των τουριστών καθώς και έρευνα για το προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται τις τουριστικές περιοχές των Π.Ε. της Αττικής. Τα αποτελέσματα που θα προκύψουν θα δώσουν νέες κατευθύνσεις για τη δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών ή τη βελτίωση των παλιών για τη μεγιστοποίηση του βαθμού ικανοποίησης των τουριστών. Αυτά τα στοιχεία της έρευνας θα βοηθήσουν πάρα πολύ τα ξενοδοχεία και τις επιχειρήσεις στην περιοχή να βελτιωθούν. Τέλος, θα ήταν καλό να διεξαχθεί και μια έρευνα, της οποίας τα αποτελέσματα θα βοηθούσαν να γίνει αντιληπτό ποιες είναι αυτές οι υποδομές της περιοχής που χρειάζεται να αναβαθμιστούν, έτσι ώστε οι κρατικοί και οι ιδιωτικοί φορείς να λάβουν τις απαραίτητες δράσεις για να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα που υπάρχουν στην περιοχή.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Αποστολόπουλος, Κ., και Σδράλη, Δ., (2009): *«Εναλλακτικός και Ήπιος Τουρισμός Υπαίθρου»*, Αθήνα: Ελληνοεκδοτική.
2. Αθανασόπουλος Κων. Γ. (2000), *«Θεσμικό Πλαίσιο Περιφερειακής Ανάπτυξης, Τόμος Α»*, Έκδ. Δ'.
3. Ανδριώτης, Κ., (2005). *«Τουριστική Ανάπτυξη και Σχεδιασμός»*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε.
4. Βαρβαρέσος, Σ., (2000). *«Τουρισμός: Έννοιες, Μεγέθη, Δομές»*. Β' Έκδοση. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
5. Βαρβαρέσο, Σ., (2013). *«Οικονομική του Τουρισμού»*. 2 η ανανεωμένη έκδοση. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
6. Γκέκας Ρ. & Χατζημιχάλης Κ. (2001). *«Βιώσιμη Τοπική και Περιφερειακή Ανάπτυξη»*. Αθήνα 2001.
7. Βογιατζής, Ν., (2013). *«Εξέταση της Παγκόσμιας Αλυσίδας του Τουρισμού – Χωρικές Διαστάσεις: Η Εφαρμογή στην Ελληνική Περίπτωση»*. Βόλος, Διδακτορική Διατριβή.
8. Διονυσοπούλου, Π., (2012). *«Ευρωπαϊκή Τουριστική Πολιτική»*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
9. ΕΑΤΑ, (2023). *«Εταιρεία Ανάπτυξης και Τουριστικής Προβολής Αθηνών»*. Επίσημη Ιστοσελίδα Δήμου Αθηναίων.
Διαθέσιμο στο: <https://www.cityofathens.gr/who/etaireia-anaptyxis-kai-toyristikis-provolis-athinon-eata/> [Ανακτήθηκε στις 10 Μάρτιου 2023].

10. ΕΛΙΜΕ, (2023). «*Οργανισμοί Λιμένων*». Ένωση Λιμένων Ελλάδας.
Διαθέσιμο στο: <https://www.elime.gr/limania> [Ανακτήθηκε στις 11 Μάρτιου 2023].
11. Ένωση Οινοπαραγωγών Αττικής, (2023). «*Δρόμοι Κρασιού*». Διαθέσιμο στο: [ΔΡΟΜΟΙ ΚΡΑΣΙΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ | enoaa](https://www.enoaa.gr/) [Ανακτήθηκε στις: 23/03/2023].
12. Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών, (2017). «*Έρευνα της ΕΞΑΑΑ & GBR Consulting 2016-2017*». Αθήνα: Ένωση Ξενοδόχων Αθήνας - Αττικής & Αργοσαρωνικού
13. ΕΞΑΑΑ, (2018). «*14 η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική 2018*». Αθήνα: Ένωση Ξενοδόχων Αθήνας - Αττικής & Αργοσαρωνικού
14. ΕΞΑΑ, (2022). «*18 η Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών & Απόδοση Ξενοδοχείων στην Αττική 2021*». Αθήνα: Ένωση Ξενοδόχων Αθήνας - Αττικής & Αργοσαρωνικού
15. Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., (2008). «*Τόμος Γ', Τουριστικός Τομέας*». Έκδοση για Ε.Α.Π.
16. Ηγουμενάκης, Ν., Γ.,Κραβαρίτης, Κ., Ν., και Λύτρας, Π., Ν., (1999). «*Εισαγωγή στον τουρισμό*». Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
17. Ηγουμενάκης Ν., (1999). «*Τουριστικό Μάρκετινγκ*». Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
18. ΙΝΣΕΤΕ, (2022a). «*Ακτινογραφία Εισερχόμενου Τουρισμού 2016-2021 – Προφίλ Αγορών*». Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.
19. ΙΝΣΕΤΕ, (2022b). «*Η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα, 2012-2021*». Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.
20. ΙΝΣΕΤΕ, (2022c). «*Περιφέρεια Αττικής: Ετήσια Έκθεση Ανταγωνισμού και Διαθρωπτικής Προσαρμογής στον Τομέα του Τουρισμού*». Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.
21. ΙΝΣΕΤΕ, (2022d). «*Ελληνικός Τουρισμός Σχέδια Δράσης 2030: Περιφέρεια Αττικής*». Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.

22. ΙΝΣΕΤΕ, (2023). «80^ο Στατιστικό Δελτίο». Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.
23. ΙΤΕΠ, (2022). «*Η Φέρουσα Ικανότητα Τουριστικής Ανάπτυξης στην Περιοχή της Αθήνας*». Αθήνα: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων.
24. Καλδής Π., (2008). «*Οινοτουρισμός, διαχείριση τοπικού περιβάλλοντος και αειφορία*». Κέντρο Περιβαλλοντικής εκπαίδευσης Νάουσας.
25. Κοκκώσης Χ. (1994). «*Η περιβαλλοντική προστασία στις πολιτικές αστικής και περιφερειακής ανάπτυξης*». Σελ. 385-408 στο: Γετίμης, Π., Καυκαλάς Γ.
26. Κομίλης, Π., Βαγιονής, Ν., (1999). «*Τουριστικός Σχεδιασμός: Μέθοδοι και πρακτικές αξιολόγησης*». Εκδόσεις Προπομπός.
27. Κονσόλα, Ν., (1997) «*Σύγχρονη Περιφερειακή Οικονομική Πολιτική*». Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
28. Κουρλιούρος Η. (2001), «*Διαδρομές στις Θεωρίες του Χώρου: Οικονομικές Γεωγραφίες της Παραγωγής και της Ανάπτυξης*», Αθήνα, Ελληνικά Γράμματα.
29. Κουτσούλας, Δ., (2001). «*Ο θεωρητικός προσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος ως βασική προϋπόθεση του τουριστικού μάρκετινγκ*». Χίος, Διδακτορική Διατριβή.
30. Λαγός, Δ., (2005), «*Τουριστική Οικονομική*». Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
31. Λαλούμης, Δ. (2014). «*Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*». Αθήνα.
32. Λαμπριανίδης Λ. (2011), «*Οικονομική Γεωγραφία, Στοιχεία Θεωρίας και Εμπειρικά Παραδείγματα*». Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
33. Νόμος 3852/2010, «*Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης - Πρόγραμμα Καλλικράτης*». Εφημερίς της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας. (ΦΕΚ Α 87/07.06.2010).

34. ΞΕΕ, (2021). *«Κάμπινγκ Ελλάδας 2021»*. Αθήνα: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας.
35. ΞΕΕ, (2022a). *«Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας 2022 - Σύνολο Χώρας»*. Αθήνα: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας.
36. ΞΕΕ, (2022b). *«Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας 2022 - Ανά Περιφέρεια - Νομό – Νησί»*. Αθήνα: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας.
37. Παπαγεωργίου, Α., (2018). *«Οργάνωση Συνεδρίων & Εκδηλώσεων: Τουρισμό MICE»*. Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος.
38. Παππάς, Ν., (2008). *«Περιβάλλον-Πολιτισμός-Τουρισμός-Περιφερειακή Ανάπτυξη»*. Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης.
39. Πετράκος Γ. & Ψυχάρης Γ. (2004), *«Περιφερειακή Ανάπτυξη στην Ελλάδα»*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
40. Περιφέρεια Αττικής, (2015). *«Αναλυτικό Στρατηγικό Σχέδιο Δράσης για την Τουριστική Προβολή της Περιφέρειας Αττικής την Πενταετία 2016-2020»*.
41. Περιφέρεια Αττικής, (2021). *«Έγκριση του Στρατηγικού Σχεδίου Δράσης για την Τουριστική Προβολή και Ανάπτυξη της Περιφέρειας Αττικής για τη χρονική περίοδο 2021-2023»*.
- Προδρομίδης, Κ., (1999). *«Αρχές Οικονομικής Πολιτικής»*, Αθήνα: Εκδόσεις Μπένος.
42. Πολύζος Σ., (2011). *«Περιφερειακή Ανάπτυξη»*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
43. Πολύζος, Σ. και Σαράτσης, Γ., (2015). *«Τουριστική χωρητικότητα και κύκλος ζωής των τουριστικών περιοχών: Η περίπτωση του Ν. Μαγνησίας»*. Επιστημονικό Περιοδικό: αειχώρος, 21, pp. 82-106.

44. ΣΕΤΕ, (2010). «*Η Σημασία του Τουρισμού για την Ελληνική Οικονομία/Κοινωνία & Προτάσεις για την Τουριστική Ανάπτυξη*». Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.
45. ΣΕΤΕ, (2018). «*Βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού*». Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Διαθέσιμο στο: <https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/> [Ανακτήθηκε στις 14 Μάρτιου 2023]
46. ΣΕΤΕ, (2020). «*62ο Στατιστικό Δελτίο*». Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.
47. ΣΕΤΕ, (2023a). «*Βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού*». Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Διαθέσιμο στο: <https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/> [Ανακτήθηκε στις 14 Μάρτιου 2023]
48. ΣΤΑΣΥ, (2023). «*Σταθμοί*».
- Διαθέσιμο στο: <https://stasy.gr/%cf%83%cf%84%ce%b1%ce%b8%ce%bc%ce%bf%ce%af/> [Ανακτήθηκε στις 12 Μάρτιου 2023]
49. Τσάρτας, Π., (1996). «*Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον τουρισμό*». Αθήνα: Εκδόσεις Εξάντας.
50. Τσάρτας Π., Σταυρινούδης Θ., Ζαγκότση Σ., Κυριακάκη Α., Βασιλείου Μ., (2010). «*Τουρισμός και Περιβάλλον, Οδηγός για το Περιβάλλον*». WWF.
51. Τζούφη, Μ., (2010). «*Η Τουριστική Ανάπτυξη στην Ελλάδα. Θεματική Περιοχή: Τουρισμός και Περιβάλλον*». Ερευνητική Εργασία, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας και Ανάπτυξης.

52. ΤτΕ, (2022). «*Δελτία Τύπου 14/04/2022: Εξελίξεις στο ταξιδιωτικό ισοζύγιο πληρωμών: 2021*». Αθήνα: Τράπεζα της Ελλάδας.
53. ΥΠΑ, (2023). «*Αερολιμένες*». Αθήνα: Υπηρεσίες Πολιτικής Αεροπορίας.
Διαθέσιμο στο: <http://www.ypa.gr/our-airports> [Ανακτήθηκε στις 12 Μάρτιου 2023]
54. Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης (2019), «*Εθνική Στρατηγική για τη Βιώσιμη και Δίκαιη Ανάπτυξη 2030*». Στρατηγική για ένα βιώσιμο τουρισμό υψηλής προστιθέμενης αξίας / Στρατηγικοί Στόχοι, Εθνική και Περιφερειακή Τουριστική Πολιτική, παρ. 2.2.2.3.
55. Υπουργείο Τουρισμού, (2021). «*Σχέδιο Τομεακού Προγράμματος Ανάπτυξης Τουρισμού 2021-2025*».
56. Χατζηδάκης, Α., (2015). «*Τάσεις της Τουριστικής Κίνησης 2008-2015*». Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.
57. Athens Attica, (2023). «*Πολιτιστικό short break στην Αττική με ιστορικές διαδρομές που συναρπάζουν*». Διαθέσιμο στο: <https://athensattica.com/el/ti-na-kanete/diadromes/politistiko-short-break-sthn-attikh-me-istorikes-diadromes-pou-synarpazoun/> [Ανακτήθηκε στις: 22/03/2023]
58. Attica Food & Wine Experience, (2023). “*Featured Experiences*”. Διαθέσιμο στο: [Home - Attica Wine & Food Experience \(awafe.gr\)](https://awafe.gr) [Ανακτήθηκε στις: 23/03/2023]
59. Doswell, R., (2002). «*Τουρισμός: Ο ρόλος του αποτελεσματικού μάνατζμεντ*». Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
60. Hellenic Train, (2023). «*Προαστιακές Γραμμές Αθήνας*».
Διαθέσιμο στο: <https://www.hellenictrain.gr/proastiakes-grammes-athinas> [Ανακτήθηκε στις 11 Μάρτιου 2023]

61. Holloway C., J. & Robinson C., (2003), «*Τουριστικό Μάρκετινγκ*». Τρίτη Αγγλική Έκδοση.
Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
62. INSETE, (2022), «*Ποιος πάει πού; Πόσο μένει; Πόσα ξοδεύει; Α' μέρος: Ανάλυση στοιχείων εισερχόμενου τουρισμού ανά Περιφέρεια 2021*». Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.
63. Page, S., J., (2006). «*Εισαγωγή στον τουρισμό: Το τουριστικό μάνατζμεντ στον 21ο αιώνα*».
Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
64. WWF (2013). «*Ζωντανή Ελληνική Οικονομία για το Περιβάλλον και τον Άνθρωπο*».

ΞΕΝΗ

1. Andriotis, K., (2000). “*Local Community Perceptions of Tourism as a Development Tool: The Island of Crete*”. Unpublished PhD Thesis, Bournemouth: BournemouthUniversity.
2. Armstrong, H., Taylor, J., (2000). “*Regional Economics and Policy*” 3rd edition. London, Blackwell.
3. Beguin H., (1994). “*Region*”. Encyclopedie d' Economie Spatiale, Auray J.P., Bailly A., Derycke P.H., CKE, Huriot J., (ed.) Economica, 1994.
4. Bianchi, R., (1994). “*Tourism development and resort dynamics: an alternative approach*”, Progress in Tourism Recreation and Hospitality Management, 5, pp.181-193.
5. Blancas, F. J., González, M., Lozano-Oyola, M., & Pérez, F., (2010). “*The assessment of sustainable tourism: Application to Spanish coastal destinations*”. Ecological Indicators, 10, 484–492.
6. Brunet R., Ferras R. Et Thery, H. (1992). “*Les mots de la geographie, dictionnaire critique*”. Montpellier/Paris/Reclus/La Documentation Francaise, 470p.

7. Butler, R.W., (1980). "*The concept of the tourist area life-cycle of evolution: Implications for management of resources*". Canadian Geographer, 24 (1), pp.5-12
8. Butler, R., W., (2006). "*The Tourism Area Life Cycle, Vol. 1 Applications and Modifications*". Toronto: Publications Channel View.
9. Christaller, W., (1964). "*Some considerations of tourism location in Europe: The peripheral regions – Underdeveloped countries – recreation areas*", Regional Science Association Papers, 12: 95-105.
10. Choi, H. C., & Sirakaya, E., (2006). "*Sustainability indicators for managing community tourism*". Tourism Management, 27(6), 1274–1289.
11. Coccossis, H., Mexa, A., & Collovini, A. (2002). "*Defining, measuring, and evaluating carrying capacity in European Tourism destinations*". Athens, Environmental Planning Laboratory.
12. Cohen, E., (1972). "*Toward sociology at international tourism*". Social Research, Vol. 39, pp.164-182
13. Doxey, G.V. (1976). "*When Enough's Enough: The Natives are Restless in Old Niagara*". Heritage Canada, Vol. 2, No. 2
14. Gilbert, E.W., (1939). "*The growth of inland and seaside health resorts in England*", Scottish Geographical Magazine, 55, pp.16-35.
15. Gould, G., (1994). "*Evaluating Tourism Impacts: Study Book*". Bournemouth University.
16. de Albuquerque, K. and McElroy J., (1999). "*Tourism and crime in the Caribbean*". Annals of Tourism, 26(4), pp.968-984.
17. Holloway C., J., (1994). "*The business of tourism*". 4th edition. London: Pitman Publishing.
18. ICCA, (2018). "*Definition of MICE*". International Congress and Convention Association.

19. Karoulia, S., Gaki, E., Kostopoulou, S., & Lagos, D. (2016). Greek tourism sector and signs of resilience. 56th Congress of the European Regional Science Association: "*Cities & Regions: Smart, Sustainable, Inclusive?*". 23-26 August 2016, Vienna, Austria, European Regional Science Association (ERSA), Louvain-la-Neuve.
20. Kaspar, C. (1991). "*Die Tourismudlehre im Grundriss*". Bern-Stuttgart: Verlag Paul Haupt.
21. Li, W., (2004). "*Environmental management indicators for ecotourism in China's nature reserves: A case study in Tianmushan Nature Reserve*". *Tourism Management*, 25(5), 559–564.
22. Lickorish, L. and Jenkins, C., (1999). "*An Introduction to Tourism*". Oxford: Buitenworth Heinemann.
23. Liu, R. Z., & Borthwick, A. G. L., (2011). "*Measurement and assessment of carrying capacity of the environment in Ningbo, China*". *Journal of Environmental Management*, 92(8), 2047–53.
24. Lozano-Oyola, M., Blancas, F. J., Gonzalez, M., & Caballero, R., (2012). "*Sustainable tourism indicators as planning tools in cultural destinations*". *Ecological Indicators*, 18, 659–675.
25. Mathieson, S.R.C. and Wall, G., (1982). "*Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*". London: Publications Longman.
26. Mehmood, S., Ahmad, Z., & Khan, A. A., (2016). "*Dynamic relationships between tourist arrivals, immigrants, and crimes in the United States*". *Tourism Management*, 54, 383–392.
27. OMT (1980). "*Etude sur les effets du tourisme dans l' economie des pays recepteurs et emetteurs*". Madrid.

28. Pearce, (1987). *“Tourism Today: a geographical analysis”*. Long mar scientific and Technical. John & Wiley Sons Ed. New York.
29. Plog, A., (1973), *“Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity”*. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, November, 13-16
30. Simón, F. J. G., Narangajavana, Y., & Marqués, D. P., (2004). *“Carrying capacity in the tourism industry: a case study of Hengistbury Head”*. Tourism Management, 25(2), 275–283.
31. Theobald, W., (1994). *“The context, meaning and scope of tourism: Global Tourism, the next decade”*. Butterworth-Heinemann, Oxford.
32. Torres-Delgado, A., & Palomeque, F. L., (2014). *“Measuring sustainable tourism at the municipal level”*. Annals of Tourism Research, 49, 122–137.
33. Tselentis, B.S., Prokopiou, D.G., & Toanoglou, M., (2006). *“Carrying capacity assessment for the Greek islands of Kalymnos, Kos and Rhodes”*. WIT Transactions on Ecology and the Environment”, 97 (2), pp.353- 363.
34. UNEP, (1997). *“Guidelines for carrying capacity assessment for tourism in Mediterranean coastal areas”*. Mediterranean Action Plan, Priority Actions Programme, Regional Activity Centre, Split, Croatia.
35. Vagiona D., Latinopoulos D., (2012). *“Sustainable Indicators as a tool of tourism impact assessment and management in protected areas, Protection and Restoration of the Environment XI. Thessaloniki”*. 3 – 6 July 2012, pp. 1507-1516.
36. Visvaldis, V., Ainhua, G., & Ralfs, P., (2013). *“Selecting indicators for sustainable development of small towns: The case of valmiera municipality”*. Procedia Computer Science, 26(December), 21–32.

37. Wearing, S., & Neil, J., (1999). “*Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities*”. London: Publications Butterworth-Heinemann.
38. World Tourism Organization (1997). “*National and Regional Tourism Planning; Methodologies and Case Studies*”. 3rd edition. London: International Thomson Business Press.
39. World Tourism Organization (2005-2007). “*Understanding Tourism: Basic Glossary*”.
40. WTTC, (2022). “*GREECE 2022 Annual Research: Key Highlights*”. World Travel & Tourism Council.

Ιστοσελίδες

www.world-tourism.org

<https://www.airdna.co/>

<http://insideairbnb.com/get-the-data.html>

<http://www.mintour.gov.gr/>

www.athensattica.com

<https://www.cityofathens.gr/who/etaireia-anaptyxis-kai-toyristikis-provolis-athinon-eata/>

<https://www.blueflag.gr/awards/2021>

