



**ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ**  
**ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**  
**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**  
**«ΕΦΗΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ»**  
**ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: «ΑΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ»**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΘΕΜΑ :<<Πολιτισμός, Δημιουργικότητα και Τουριστικοποίηση αστικών περιοχών>>**  
**<<Civilization, Creativity and Touristification in urban centers>>**

**Μεταπτυχιακή Φοιτήτρια:**

**Καρανάση Δέσποινα-Μαρία**

**A M : 0818M038**



Αθήνα 2020

Η Δέσποινα - Μαρία Καρανάση,

δηλώνω υπεύθυνα ότι:

Είμαι η κάτοχος των πνευματικών δικαιωμάτων τις πρωτότυπης αυτής εργασίας και από όσο γνωρίζω η εργασία μου δεν συκοφαντεί πρόσωπα, ούτε προσβάλλει τα πνευματικά δικαιώματα τρίτων συγγραφέων.

Λέξεις κλειδιά: Πολιτισμός, Δημιουργικότητα, Τουριστικοποίηση

ΚΑΡΑΝΑΣΗ ΔΕΣΠΟΙΝΑ-ΜΑΡΙΑ

ΑΘΗΝΑ , ΜΑΡΤΙΟΣ 2020



## ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the association of culture and creativity, which may lead to the phenomenon of touristification in urban centers. This study attempts to examine this phenomenon as much as possible with greater detail. For the purpose of work performed literature review on culture, creativity, tourism and its impact touristification in urban centers. More particularly the method relates followed for the collection of data as well as the difficulties encountered in this process. Additionally is a detailed report on tourism, which explains the meaning of tourists - tourism, presented the forms that can meet today and the impact generated in several areas from uncontrolled tourism.

While stressing the concept of culture and analyzes the concepts of cultural heritage, cultural tourism and the impact that can generate tourist activities in various cultural monuments and place and a bibliographic approach in various forms that may display cultural tourism. Even considering the concept of the urban phenomenon, mentioned some theories concerning the urban development and lists various problems created by the economic crisis in European cities. Also studying the phenomenon of touristification, through the examination of new urban policies can be expressed through phenomena such as the city are branding, the voltage of creative cities, for the purposes of refining and global Airbnb and impact becomes capable created.

Finally, a detailed report where strong touristification in cities such as Barcelona, Venice, Amsterdam, Koukaki and Exarchia which presented different aspects of the phenomenon and possible solutions proposed and implemented by each city-state actors.



## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να ερευνήσει τη σύνδεση του πολιτισμού και της δημιουργικότητας, που πιθανόν να οδηγούν στο φαινόμενο της τουριστικοποίησης των αστικών κέντρων. Η μελέτη αυτή προσπαθεί να εξετάσει το φαινόμενο αυτό όσο το δυνατό με μεγαλύτερη λεπτομέρεια. Για το σκοπό της εργασίας πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική ανασκόπηση για τον πολιτισμό, την δημιουργικότητα, τον τουρισμό και τις επιπτώσεις της τουριστικοποίησης στα αστικά κέντρα. Πιο συγκεκριμένα, αναφέρεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για τη συλλογή των δεδομένων καθώς και οι δυσκολίες που αντιμετωπίστηκαν κατά τη διαδικασία αυτή. Επιπροσθέτως, γίνεται μία λεπτομερής ανάλυση πάνω στον τομέα του τουρισμού, όπου επεξηγείται η έννοια του τουρίστα – τουρισμού, παρουσιάζονται οι μορφές του, οι οποίες μπορούν να συναντηθούν σήμερα καθώς και οι επιπτώσεις που δημιουργούνται σε διάφορους τομείς από την ανεξέλεγκτη τουριστική δραστηριότητα.

Στη συνέχεια, τονίζεται η έννοια του πολιτισμού και γίνεται ειδική αναφορά στις έννοιες της πολιτιστικής κληρονομιάς, του πολιτιστικού τουρισμού και των επιπτώσεων που μπορεί να δημιουργήσουν οι τουριστικές δραστηριότητες σε διάφορα πολιτιστικά μνημεία ενώ πραγματοποιείται και μία βιβλιογραφική προσέγγιση για την τουριστικοποίηση. Επιπλέον, εξετάζεται η έννοια του αστικού φαινομένου και ορισμένες θεωρίες που αφορούν την αστική ανάπτυξη και καταγράφονται διάφορα προβλήματα που δημιουργήθηκαν από την οικονομική κρίση στις ευρωπαϊκές πόλεις. Επίσης, επισημαίνεται το φαινόμενο της τουριστικοποίησης, μέσω των νεοφιλελεύθερων αστικών πολιτικών που δύναται να εκφράζονται από φαινόμενα όπως, το city branding, της τάσης των δημιουργικών πόλεων, την έννοια του εξευγενισμού και το φαινόμενο του Airbnb αλλά και των επιπτώσεων που καθίσταται ικανό να δημιουργήσει.

Τέλος, γίνεται μία λεπτομερής παράθεση συγκεκριμένων πόλεων με έντονη τουριστικοποίηση, περιλαμβανομένης της υπόθεσης της Αθήνας ως city break προορισμός και δίδεται έμφαση στις διάφορες πτυχές του φαινομένου αλλά και πιθανές λύσεις που προτάθηκαν και εφαρμόστηκαν από τους κρατικούς φορείς κάθε πόλης.



## Πίνακας περιεχομένων

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| ABSTRACT .....                                                             | 3  |
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....                                                             | 4  |
| ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ .....                                                          | 7  |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1-ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....                                                  | 8  |
| 1.1)ΚΙΝΗΤΡΟ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ .....                                   | 8  |
| 1.2) ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΕΛΕΤΗΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ.....                      | 9  |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2-ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....                                                | 10 |
| 2.1)ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....                                                         | 10 |
| 2.2) ΘΕΩΡΙΑ.....                                                           | 11 |
| 2.3) ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ .....                                   | 11 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3-ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....                                                  | 13 |
| 3.1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....                                                        | 13 |
| 3.2) Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ “ΤΟΥΡΙΣΤΑ-ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ” .....                               | 13 |
| 3.3) ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....                                                | 14 |
| 3.4) ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ .....                                  | 15 |
| 3.5) ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ .....                     | 17 |
| 3.6) ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....                                               | 19 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4-ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ.....                                                 | 19 |
| 4.1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....                                                        | 19 |
| 4.2) ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ .....                                          | 20 |
| 4.3) ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....                                           | 21 |
| 4.4) ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ .....             | 22 |
| 4.5) ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ.....                | 25 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5-ΒΑΣΙΚΕΣ ΘΕΩΡΙΕΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΑΣΤΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ..... | 26 |
| 5.1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....                                                        | 26 |
| 5.2) ΚΑΤΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΟΥ ΑΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ .....                     | 26 |
| 5.3) ΘΕΩΡΙΕΣ ΤΗΣ ΑΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ .....                                   | 28 |
| 5.4) ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΠΟΛΕΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ .....               | 29 |
| 5.5) ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....                                                | 30 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6--ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΙΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ.....                    | 32 |
| 6.1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....                                                        | 32 |



|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| 6.2) ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗΣ .....                              | 32 |
| 6.3) ΟΙ ΝΕΟΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ .....                            | 33 |
| 6.4) ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ ΠΟΛΕΙΣ .....                                             | 33 |
| 6.5) CITY BRANDING .....                                                   | 35 |
| 6.6) Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΕΞΕΥΓΕΝΙΣΜΟΥ – “ Gentrification” .....                   | 36 |
| 6.7) ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ Airbnb.....                                          | 37 |
| 6.8) ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ Airbnb ΣΤΙΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ .....                     | 38 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7-ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗΣ .....                              | 39 |
| 7.1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....                                                        | 39 |
| 7.2) ΥΠΕΡ-ΝΕΟΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΗ ΑΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....                              | 39 |
| 7.3) Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ PORT VELL ΣΤΗΝ ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ .....                            | 40 |
| 7.4) Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΒΕΝΕΤΙΑΣ ΣΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ .....                            | 41 |
| 7.5) Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΑΜΣΤΕΡΝΤΑΜ ΣΤΗΝ ΟΛΛΑΝΔΙΑ .....                        | 42 |
| 7.6) Η ΑΘΗΝΑ ΩΣ CITY BREAK ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ – ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΞΑΡΧΕΙΩΝ-ΚΟΥΚΑΚΙ..... | 43 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....                                              | 46 |
| 9)ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ.....                                             | 47 |
| ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ .....                                                           | 47 |
| ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ.....                                                          | 48 |



## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστώ για την πολύτιμη καθοδήγηση του τον επιβλέποντα καθηγητή μου κύριο Αυδίο και την οικογένεια μου για την στήριξη τους σε αυτό το δύσκολο αγώνα της μάθησης.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1-ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### 1.1)ΚΙΝΗΤΡΟ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Η δημιουργικότητα και ο πολιτισμός έχει παρατηρηθεί πως μέσα από το πέρασμα των αιώνων αποτελούν έννοιες, που εμφανίζουν μία άμεση σύνδεση μεταξύ τους. Παράλληλα, μέσα από πληθώρα μελετών έχει διαπιστωθεί πως η δημιουργικότητα και ο πολιτισμός παίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού και πιο συγκεκριμένα της τουριστικής βιομηχανίας ενός κράτους. Σημαντικό είναι το γεγονός πως συμβάλουν στην οικονομική ανάκαμψη ορισμένων περιοχών και πόλεων, δημιουργώντας με τον τρόπο αυτό ένα κλίμα που έχει ως στόχο τη διατήρηση και την προστασία τους. Συγχρόνως, ενθαρρύνουν την τουριστική ανάπτυξη σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο και προσδίδουν ιδιαίτερη αξία στον τοπικό πληθυσμό.

Ο πολιτισμός μαζί με τις δημιουργικές δραστηριότητες που δύναται να τον ακολουθούν, αποτελούν την ουσία του τουρισμού, καθώς έχουν την ικανότητα να αυξάνουν την ελκυστικότητα και τη ζήτηση του. Όταν όμως η ανάπτυξη του τουρισμού πραγματοποιείται ανεξέλεγκτα και δεν υπάρχει κάποια οργάνωση και σχέδιο, είναι πολύ πιθανό να εμφανιστεί το φαινόμενο της τουριστικοποίησης. Η τουριστικοποίηση των αστικών κέντρων αποτελεί πλέον ένα παγκόσμιο φαινόμενο, η διαχείριση του οποίου παρουσιάζει μία ταυτόχρονη δυσκολία και ιδιαιτερότητα, διότι οι επιπτώσεις του είναι εμφανείς σε πολλούς τομείς της οικονομίας, του πολιτισμού και της κοινωνίας. Παρ' όλα αυτά, η σωστή διαχείριση του φαινομένου μπορεί να οδηγήσει στην δημιουργία ενός βιώσιμου τουρισμού, ο οποίος θα είναι σε θέση να σεβαστεί την ιδιωτική ιδιοκτησία, τον πολιτιστικό πλούτο της κάθε περιοχής και τις ιδιαιτερότητες που εμφανίζει ο ντόπιος πληθυσμός της κάθε περιοχής.

Αντικείμενο μελέτης της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η δημιουργικότητα, ο πολιτισμός και το φαινόμενο της τουριστικοποίησης στις αστικές περιοχές. Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η εξέταση διαφόρων τομέων του πολιτισμού, της δημιουργικότητας και του αστικού συστήματος που συμβάλουν στην εμφάνιση του φαινομένου της τουριστικοποίησης μέσα από την παρατήρηση του φαινομένου αυτού σε διάφορες πόλεις του κόσμου.

Αρχικά, στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται η καταγραφή του σκοπού της διπλωματικής εργασίας και των ερευνητικών ερωτημάτων που απαντά. Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την επιλογή της βιβλιογραφίας, όπως επίσης και των δυσκολιών που συναντήθηκαν και αντιμετωπίστηκαν κατά την συλλογή των πληροφοριών.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται τι σημαίνει τουρισμός και τουρίστας, ποιες είναι οι μορφές του τουρισμού που συναντώνται σήμερα, τι είναι και πως λειτουργούν οι όροι της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς. Έπειτα, εξετάζονται οι επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας και ο βιώσιμος τουρισμός. Εν συνεχεία, στο τέταρτο κεφάλαιο τονίζεται ο πολιτιστικός τουρισμός και η πολιτιστική κληρονομιά, ποιες είναι οι επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στον πολιτισμό ενώ τέλος παρουσιάζεται και μία βιβλιογραφική προσέγγιση για την τουριστικοποίηση. Στο κεφάλαιο πέντε



σημειώνονται τα βασικά χαρακτηριστικά και οι θεωρίες που περιγράφουν την λειτουργία του αστικού συστήματος.

Στο κεφάλαιο έξι μελετάται το φαινόμενο της τουριστικοποίησης δίδοντας έμφαση στις νεοφιλελεύθερες αστικές πολιτικές, το city branding, την τάση των δημιουργικών πόλεων, την έννοια του εξευγενισμού, το φαινόμενο και τις επιπτώσεις του Airbnb. Τέλος, στο κεφάλαιο επτά γίνεται αναφορά σε περιπτώσεις τουριστικοποίησης σε πόλεις όπως η Βαρκελώνη, η Βενετία, το Άμστερνταμ και η Αθήνα.

## 1.2) ΠΕΡΙΓΡΑΦΜΑ ΜΕΛΕΤΗΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται έντονη αύξηση της βραχυχρόνιας μίσθωσης, αν και η βραχυχρόνια μίσθωση των ακινήτων δεν αποτελεί ένα νέο φαινόμενο στην κτηματομεσιτική αγορά. Η έντονη επιτυχία και επέκταση που βιώνει αυτό το είδος της μίσθωσης, οφείλεται κατά κύριο λόγο στον συνδυασμό της ανάπτυξης της κατάλληλης τεχνολογίας με οικονομικούς και κοινωνικούς παράγοντες, οι οποίοι μπορούν να παρέχουν εύκολα και γρήγορα σε μεγάλη μερίδα του κόσμου την ικανότητα να εκμεταλλευτεί τα οφέλη που προσφέρει το συγκεκριμένο είδος μίσθωσης.

Σημαντικό ρόλο στην αγορά της βραχυχρόνιας μίσθωσης, η οποία ακολουθεί μια συνεχόμενη εξέλιξη και πρόοδο, διαδραματίζουν εταιρείες χαμηλού κόστους, οι οποίες έχουν μετατραπεί σε οικονομικούς κολοσσούς, με χαρτοφυλάκια δισεκατομμυρίων δολαρίων. Εταιρίες αυτού του είδους είναι η Trip Advisor, η Booking.com, η VRBO και η Airbnb, με την τελευταία να γνωρίζει σημαντική άνοδο παγκοσμίως και να αποτελεί την μεγαλύτερη οικονομικά εταιρία βραχυχρόνιας μίσθωσης.

Θα ήταν παράλειψη να μην αναφερθεί πως η Αθήνα και αρκετές συνοικίες της γνώρισαν ιδιαίτερη αύξηση της βραχυχρόνιας μίσθωσης, η οποία αποτελεί με την σειρά της ένα λιθαράκι για την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού ή όπως είναι γνωστότερο με τον διεθνή όρο City Break, όπου αποτελεί μία ανερχόμενη τάση των τελευταίων εικοσιπέντε χρόνων. Το City Break μπορεί να προσφέρει αρκετά οφέλη στην ανάπτυξη της πόλης, καθώς αυξάνει τις θέσεις εργασίας ιδιαίτερα στον ξενοδοχειακό κλάδο και ενισχύει έντονα την ντόπια επιχειρηματικότητα. Από την άλλη πλευρά βέβαια, δημιουργεί και αρκετά προβλήματα στην πόλη και τους κατοίκους της όπως είναι η ρύπανση και η δυσκολία στην εύρεση μόνιμης κατοικίας.

Η Αθήνα όμως, παρά τις πολλές διακυμάνσεις που έχει υποστεί η τουριστική κίνηση τα τελευταία χρόνια, έχει αποδειχθεί ένας από τους πιο σπουδαίους τουριστικούς προορισμούς με αποτέλεσμα να έχει μεταβληθεί σημαντικά η φυσιογνωμία της πόλης, στην οποία συναντάται και έντονο το φαινόμενο της τουριστικοποίησης. Στο γεγονός αυτό, εκτός της βαθιάς ιστορίας και του πλούσιου πολιτισμού, συνέβαλαν έργα υποδομής όπως νέοι πολιτιστικοί χώροι, το νέο Μουσείο της Ακρόπολης, τα αεροδρόμια, το μετρό, οι νέες μαρίνες και οι καινοτόμοι πόλοι στο ναυτιλιακό εμπόριο. Οι παραπάνω επομένως παράγοντες ήταν εκείνοι που συνέβαλλαν στο να αναβαθμιστεί η θέση της Αθήνας σε μία από τις πρωτεύουσες που λαμβάνουν μία σπουδαία θέση στην διεθνή αγορά. Το 2018 αποτέλεσε πόλο έλξης για 5 εκατομμύρια τουρίστες για όλο το χρόνο, ενισχύοντας τη θέση της στην τουριστική αγορά και το ξεχωριστό “brand” της.

Παρά ταύτα, σε περιπτώσεις που δεν παρθούν μέτρα και αποφάσεις με σκοπό να οχυρώσουν και να προστατέψουν την πόλη θεσμικά, όπως συμβαίνει και με την περίπτωση της Αθήνας, ενδέχεται η έντονη



και ανεξέλεγκτη ανάπτυξη του τουρισμού, η οποία υπάρχει μεγάλη πιθανότητα να προκαλέσει αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική βάση της ντόπιας κοινωνίας. Η τουριστικοποίηση επομένως της πόλης και πιο συγκεκριμένα ορισμένων συνοικιών της (Εξάρχεια, Κουκάκι), δύναται να διαμορφώσει μία νέα κοινωνική δομή του αστικού τόπου που εκφράζεται από δραστηριότητες που είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με την τουριστική ανάπτυξη, έχοντας ως αποτέλεσμα ένα σημαντικό τμήμα της παραγωγική βάσης της οικονομίας να εξαρτάται από τον τουρισμό. Μέσα από την εξάρτηση αυτή γίνεται και ένας κοινωνικός μετασχηματισμός σε μία κοινωνία υπηρεσιών και καταναλωτικών προτύπων που δημιουργούν έντονες ανισότητες (Τσάρτας, 1998).

Σε ότι αφορά τις βραχυχρόνιες μισθώσεις, σύμφωνα με την πλατφόρμα Airbnb, παρατηρείται μεγάλος αριθμός κρατήσεων στις συγκεκριμένες συνοικίες της Αθήνας, λόγω της θέσης τους που βρίσκεται κοντά στο λόφο του Λυκαβηττού, με πολύ καλή πρόσβαση στα σημεία Πολιτισμικού ενδιαφέροντος, με αρκετά μεγάλη δυνατότητα επιλογής επιμορφωτικών δραστηριοτήτων αλλά και δραστηριοτήτων αναψυχής και της εύκολης πρόσβασής τους στο αεροδρόμιο και το λιμάνι. Οι συνοικίες αυτές όπως επίσης και οι παράγοντες που γεννούν την τουριστικοποίηση αλλά και ο πολιτισμός και η δημιουργικότητα θα εξεταστούν και αναλυθούν στα παρακάτω κεφάλαια.

Από τα παραπάνω μπορούν να διατυπωθούν και τα ερευνητικά ερωτήματα που θα απαντήσει η παρούσα μελέτη, τα οποία είναι:

- Πως δημιουργούνται προϋποθέσεις τουριστικοποίησης.
- Πως αλληλεπιδρά με τον Πολιτισμό και τη Δημιουργικότητα η τουριστικοποίηση.

Στο παρόν κεφάλαιο επομένως έγινε μία πρώτη αναφορά στην αύξηση της βραχυχρόνιας μίσθωσης μέσα από πλατφόρμες τύπου Airbnb και τα προβλήματα τουριστικοποίησης που δημιουργεί, σημειώθηκε μία πρώτη συσχέτιση του πολιτισμού και της δημιουργικότητας με την τουριστικοποίηση και πραγματοποιήθηκε μία νύξη για τον αστικό τουρισμό - City Break, σε συνοικίες της Αθήνας όπως το Κουκάκι και τα Εξάρχεια. Τέλος, διατυπώθηκαν τα ερευνητικά ερωτήματα.

Στο επόμενο κεφάλαιο θα πραγματοποιηθεί μια εκτενής περιγραφή της μεθοδολογίας που ακολουθήθηκε για τη συγγραφή και τη συλλογή των δεδομένων.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2-ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

### 2.1)ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο παρόν κεφάλαιο περιγράφεται η έρευνα που θα πραγματοποιηθεί, η οποία χαρακτηρίζεται ως ποιοτική. Αποτελεί ένα από τα κυριότερα γρανάζια για την αναζήτηση της γνώσης και χρησιμοποιείται για την καλύτερη διερεύνηση και κατανόηση του εξεταζόμενου θέματος. Στη συνέχεια, θα αναλυθεί η μεθοδολογία συλλογής των δεδομένων και πιο συγκεκριμένα η ερευνητική διαδικασία που θα ακολουθηθεί, όπως επίσης και η αντιμετώπιση των δυσκολιών που εμφανίστηκαν κατά την διάρκεια της και οι τρόποι με τους οποίους αντιμετωπίστηκαν.



## 2.2) ΘΕΩΡΙΑ

Για την ολοκλήρωση της διπλωματικής αυτής εργασίας μπορεί να ακολουθηθούν διάφοροι τύποι και μεθοδολογίες, τεχνικές και εργαλεία που δύναται να χρησιμοποιηθούν για την διεξαγωγή της. Η ανάλυση και ο ορισμός της έρευνας λήφθηκαν υπόψη με βάση τις πληροφορίες που προκύπτουν από τους Σκιττίδη και Κοίλιαρη (2006). Στις επόμενες παραγράφους γίνεται μία ανάλυση της μεθόδου και των τεχνικών που εφαρμόστηκαν για της περάτωση της παρούσας διπλωματικής.

Η παρούσα έρευνα μπορεί να κατηγοριοποιηθεί ως **δευτερογενής (Secondary Research)**, διότι περιλαμβάνει τη μελέτη όσων έχουν ήδη γραφεί σχετικά με ένα φαινόμενο. Το αντικείμενο της δευτερογενούς έρευνας είναι να εντοπίσει τη γνώση, να ανακαλύψει τι είναι ήδη γνωστό και να θεσπίσει τη βάση για την αξιολόγηση της ήδη υπάρχουσας γνώσης. Για τον λόγο αυτό μπορεί να οριστεί και ως «η *ανακάλυψη του ήδη γνωστού*». Για την πραγματοποίηση της γίνεται η χρήση πλήθους μελετών και βιβλιογραφικών αναφορών έτσι ώστε να καταστεί δυνατή η λεπτομερής καταγραφή της τουριστικοποίησης των αστικών περιοχών, του πολιτισμού και της δημιουργικότητας. Μέσω της καταγραφής αυτής θα μπορεί να δοθεί μία πιο ξεκάθαρη εικόνα για την σύνδεση που υπάρχει ανάμεσα στον πολιτισμό τη δημιουργικότητα και το φαινόμενο της τουριστικοποίησης των αστικών περιοχών.

Παρόλα αυτά, ο τύπος της συγκεκριμένης έρευνας μπορεί να χαρακτηριστεί και ως **Ανασκόπηση (Survey)**. Κατά την διαδικασία της ανασκόπησης, γίνεται μία επανεκτίμηση των ερευνών και βιβλιογραφικών αναφορών με σκοπό να αποδοθούν πληροφορίες και δεδομένα γύρω από βασικούς τομείς που απαρτίζουν τον πολιτισμό, την έννοια της δημιουργικότητας και τον τουρισμό. Η ανασκόπηση όμως με την σειρά της διακρίνεται σε δύο κατηγορίες. Η κατηγορία που ακολουθείται στην παρούσα μελέτη είναι εκείνη της **θεωρητικής ανασκόπησης (Theoretical)**. Η θεωρητική ανασκόπηση στηρίζεται στη σύγκριση ήδη διατυπωμένων θεωριών γύρω από την ερευνητική περιοχή. Πιο συγκεκριμένα, μέσω της βιβλιογραφίας λαμβάνονται πληροφορίες σχετικά με τις μορφές του τουρισμού, τους τομείς που συμβάλουν στην δημιουργικότητα και την αξία του πολιτισμού μέσω των οποίων μπορούν να προκύψουν σημαντικά συμπεράσματα για την έρευνα.

## 2.3) ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

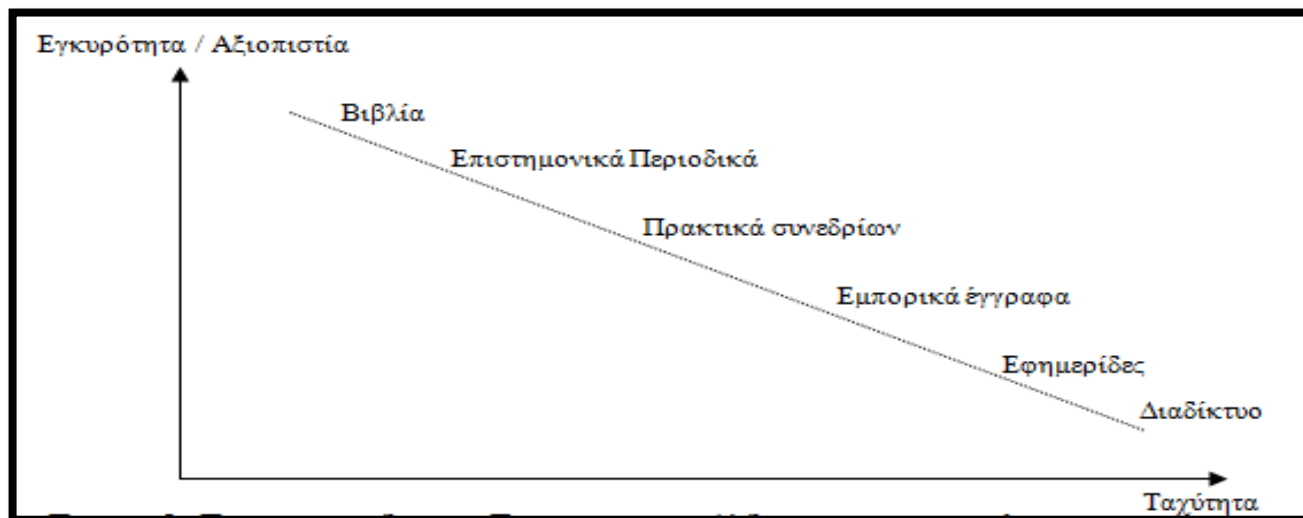
### Βιβλιογραφία

Η έρευνα των διαθέσιμων επιστημονικών πηγών ενημέρωσης και η συγκριτική ανάλυση των πληροφοριών τους αποτελεί μέτρο εγκυρότητας της ερευνητικής δραστηριότητας καθώς επίσης και των συμπερασμάτων στα οποία η βιβλιογραφική έρευνα (literature review) καταλήγει. Η έρευνα της βιβλιογραφίας αποσκοπεί στο να καταστεί ο ερευνητής ενήμερος πάνω στη διαθέσιμη επιστημονική γνώση που σχετίζεται με το θέμα της έρευνας που επέλεξε από τη μια, και από την άλλη στη συστηματική καταγραφή των πηγών και των σημαντικών για την έρευνα διαπιστώσεων ή θεωριών.

Η διαδικασία της έρευνας των κατάλληλων βιβλιογραφικών αναφορών (βιβλίων, δημοσιεύσεων, άρθρων και λοιπού έντυπου, ηλεκτρονικού και οπτικοακουστικού υλικού) και η απαραίτητη ανασκόπηση και κριτική μελέτη των πληροφοριών αυτών, αποτελούν δύο δραστηριότητες βαρύνουσας σημασίας για το αποτέλεσμα που θα προκύψει.



Ωστόσο, θα ήταν παράλειψη να μην αναφερθεί πως υπάρχει μια αλληλένδετη σχέση ανάμεσα στην ταχύτητα με την οποία έχουμε πρόσβαση στην πληροφορία και στην εγκυρότητα / αξιοπιστία που χαρακτηρίζουν την ίδια την πληροφορία. Η σχέση αυτή παρουσιάζεται στο παρακάτω γράφημα. Όσο πιο έγκυρη είναι η πληροφορία, τόσο πιο κοπιώδης είναι η προσπάθεια για να εντοπισθεί.



Διάγραμμα 1.1. Σχέση μεταξύ της Εγκυρότητας / Αξιοπιστίας της πληροφορίας και της Ταχύτητας με την οποία έχουμε πρόσβαση σε αυτήν.

Θα πρέπει επομένως να γίνει σαφές πως η μελέτη των στοιχείων και δεδομένων που συνθέτουν και ενισχύουν το φαινόμενο της τουριστικοποίησης στις αστικές περιοχές, της δημιουργικότητας και του πολιτισμού βασίστηκε σε εξειδικευμένη βιβλιογραφία, η οποία σε μεγάλο βαθμό προέρχεται από ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες.

Εν τέλει, το κεφάλαιο αυτό περιλαμβάνει την περιγραφή της μεθόδου που χρησιμοποιείται για το θεωρητικό υπόβαθρο της μελέτης, αναλύει τη διαδικασία έρευνας για την κύρια εργασία, εξηγώντας κάθε έννοια της με λεπτομέρεια, καθώς επίσης και τα βήματα που πρέπει να ακολουθηθούν για την συλλογή αξιόπιστων δεδομένων από την επιλεγείσα βιβλιογραφία.

Στο κεφάλαιο 3 αναλύεται η έννοια του τουρισμού και γίνεται αναφορά στις διάφορες πτυχές που εμφανίζει η κάθε μορφή του.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3-ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### 3.1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός στις μέρες μας αποτελεί για τα σύγχρονα κράτη μία από τις μεγαλύτερες ή αν όχι την μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο. Με βάση τα στοιχεία του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού, τα έσοδα που προέρχονται από τον τουρισμό για το έτος του 2018 ανέρχονται στα 3 δις δολάρια. Για την τελευταία δεκαετία, όπου αρκετές χώρες βιώνουν μία σημαντική οικονομική κρίση, ο τομέας του τουρισμού καταφέρνει να γνωρίζει μία τρομακτική ανάπτυξη, η οποία συμβάλει σημαντικά στην ανόρθωση των οικονομιών τους. Το γεγονός αυτό στηρίζεται στα δεδομένα πως αρκετοί τουριστικοί προορισμοί βασίζονται κατά το πλείστον στους φυσικούς πόρους, στον πολιτισμό και στο περιβάλλον που τους περιβάλλει (κλίμα) (Dugulan et all, 2010).

Βέβαια, θα πρέπει να τονισθεί πως ο τουρισμός εκτός από τα θετικά πλεονεκτήματα που παρουσιάζει, εμφανίζει και αρκετά αρνητικά στοιχεία τόσο σε περιφερειακό όσο και σε τοπικό επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα, ακαδημαϊκές μελέτες και έρευνες έχουν δείξει πως η ανάπτυξη του τουρισμού δημιουργεί σοβαρές επιπτώσεις στις κοινωνίες των περιοχών αυτών.

Σ' αυτό το κεφάλαιο θα γίνει η προσπάθεια να ορισθούν οι έννοιες του "τουρισμού" και του "τουρίστα". Θα αναφερθεί η σημασία των όρων της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς όπως επίσης και οι μορφές του τουρισμού που συναντώνται στην τουριστική αγορά. Τέλος, εξετάζονται λεπτομερώς οι επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας στους βασικούς τομείς της οικονομίας, του περιβάλλοντος και της κοινωνίας, ενώ παράλληλα καταγράφεται τι είναι βιώσιμος τουρισμός και ποια είναι η σημασία του για τον τοπικό πληθυσμό (Jeonglyeol Lee et all, 2007).

### 3.2) Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ "ΤΟΥΡΙΣΤΑ-ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ"

Ο τουρισμός σύμφωνα με τις προβλέψεις των οικονομικών φόρουμ αναμένεται τα επόμενα 50 χρόνια να τριπλασιαστεί όπως επίσης και οι θετικές και αρνητικές συνέπειες που προκύπτουν από αυτόν. Κάθε έτος παρατηρείται μεγάλη μετακίνηση πληθυσμών, η οποία οφείλεται στον τουρισμό, προκαλώντας με τον τρόπο αυτό την ανάπτυξη διάφορων τομέων της βιομηχανίας. Θα πρέπει όμως να προσδιοριστεί τι σημαίνει ο όρος τουρισμός για τον οποίο γίνεται αναφορά. Σύμφωνα με τους καθηγητές Hunziker και Kraf, οι οποίοι έκαναν μία πρώτη προσπάθεια προσδιορισμού του όρου, τουρισμός ορίζεται το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού, το οποίο όμως δεν είναι σε θέση να οδηγήσει σε μόνιμη διαμονή και δεν έχει καμία κερδοσκοπική δραστηριότητα. (Ηγουμενάκης, 1991)

Συγχρόνως, τουρισμός σύμφωνα με την Α.Ι.Τ λογίζεται ως το σύνολο των μετακινήσεων (ανθρώπινων) και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές (Βαρβαρέσος, 2000). Αντίστοιχα, το σύνολο των μετακινήσεων και δραστηριοτήτων των ανθρώπων που οφείλονται στην εξωτερίκευση και την πραγματοποίηση της ανάγκης που τους γεννιέται για ξεγνοιασιά και παρουσιάζεται σε διαφορετικά επίπεδα και ένταση για κάθε άτομο, αποτελεί τον ορισμό του τουρισμού σύμφωνα με την Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού (Κολτσιδόπουλος, 2000).



Παράλληλα, η εξέλιξη της τεχνολογίας και οι γρήγοροι ρυθμοί της καθημερινότητας δεν θα μπορούσαν να μην οδηγήσουν και στον εκσυγχρονισμό της μορφής του τουρισμού, που μεταφράζεται μέσα από το σύνολο των πρόσκαιρων μετακινήσεων των ανθρώπων από την περιοχή όπου διαμένουν σε κάποια άλλη, με στόχο την κάλυψη των τουριστικών αναγκών, όπως επίσης και της συντονισμένης προσπάθειας των ντόπιων κατοίκων της περιοχής για το δυνατότερο, καλύτερο και πιο οργανωμένο τρόπο υποδοχής, εξυπηρέτησης και προσέλκυσης (Ηγουμενάκης, 1995).

Από την άλλη μεριά του νομίσματος, θα πρέπει να αποδοθεί και ο όρος του τουρίστα, ο οποίος αποτελεί τον πυρήνα του κλάδου του τουρισμού. Ως τουρίστας ορίζεται το άτομο ή άτομα, που εκτελούν μία μετακίνηση σε άλλο τόπο (χώρα), από εκείνο της μόνιμης κατοικίας τους για κάθε λόγο εκτός εκείνου της αμειβόμενης εργασίας (επαγγέλματος). Βέβαια, με βάση την συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών ο παραπάνω ορισμός δύναται να καλύψει δύο κατηγορίες επισκεπτών. Η πρώτη κατηγορία αφορά τους τουρίστες, των οποίων η διαμονή υπερβαίνει το 24ωρο στην χώρα ή τον τόπο που επισκέπτονται και ο σκοπός τους είναι οι διακοπές, σπουδές, επαγγελματικές υποθέσεις και συνέδρια. Αντίθετα, η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει τα άτομα των οποίων η διαμονή δεν υπερβαίνει τις 24ώρες (Βαρβαρέσος, 2000).

### 3.3) ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός ανάλογα με τις ανάγκες που εμφανίζει ο κάθε άνθρωπος στις μετακινήσεις του, εκφράζεται μέσα από τρεις μεγάλες κατηγορίες .

- Η πρώτη κατηγορία αφορά τον λεγόμενο **τουρισμό υγείας**, ο οποίος κατά κύριο λόγο αφορά λόγους υγείας και κατά το πλείστον θεραπείας. Περιλαμβάνει με την σειρά του τις υποκατηγορίες όπως ο τουρισμός ανάπαυσης, ιαματικός – θεραπευτικός τουρισμός, λασποθεραπεία.
- Η δεύτερη κατηγορία σχετίζεται με τον **τουρισμό αναψυχής**, ο οποίος βασίζεται σε υποκειμενικά κριτήρια. Περιλαμβάνει τις υποκατηγορίες όπως ο πολιτιστικός, ο αθλητικός και ο γαστρονομικός.
- Η τρίτη κατηγορία με την σειρά της αποτελεί τον **επαγγελματικό τουρισμό**, ο οποίος βασίζεται σε επαγγελματικούς λόγους. Περιλαμβάνει τις υποκατηγορίες του θρησκευτικού τουρισμού , τον επιστημονικό τουρισμό και τον τεχνικό.

Για να προκύψουν όμως οι παραπάνω κατηγορίες (μορφές) τουρισμού θα πρέπει να εξυπηρετούν και πιο συγκεκριμένα να ικανοποιούν τα παρακάτω κριτήρια που διαμορφώνουν και τους τύπους αυτού:

- ❖ Το **μεταφορικό μέσο**, μπορεί να είναι αεροπορικό, σιδηροδρομικό, ποδηλατικό.
- ❖ Τον **προορισμό**, ο οποίος διακρίνεται σε ορεινό, παραθαλάσσιο.
- ❖ Την **διάρκεια** που διακρίνεται στον εβδομαδιαίο τουρισμό και τον περαστικό ή τουρισμό παραμονής.
- ❖ Το **τουριστικό κατάλυμα**, όπου περιλαμβάνει ξενοδοχεία, κάμπινγκ, εξοχικά σπίτια (δεύτερη κατοικία), γιοτ.



- ❖ Το **μέγεθος της ομάδας**, διακρίνεται σε ατομικό τουρισμό (ατομική οργάνωση ταξιδιού) και στον μαζικό τουρισμό (ομαδική συμμετοχή τουριστών – γκρουπ).
- ❖ Την **ηλικία**, διακρίνεται σε εκείνη της τρίτης ηλικίας και στους νέους
- ❖ Τον **προϋπολογισμό**, ανάλογα με τον οποίο έχουμε τον κοινωνικό τουρισμό ή τον τουρισμό πολυτελείας.

### 3.4) ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Η τουριστική ζήτηση ορίζεται ως το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών που επιθυμεί το τουριστικό κοινό σε μία συγκεκριμένη χρονική στιγμή για να καταναλώσει. Θα πρέπει όμως να αναφερθεί πως καθορίζεται σε σημαντικό βαθμό από παράγοντες όπως είναι οι κοινωνικοί-οικονομικοί, ψυχολογικοί και η ποιότητα του προϊόντος (Βαρβαρέσος, 2000).

Πιο αναλυτικά για κάθε παράγοντα διαπιστώνεται :

- I. **Ποιότητα του προϊόντος:** Από την ποιότητα κρίνεται σε μεγάλο βαθμό η ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών των τουριστών (κόστος ζωής, φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι).
- II. **Ψυχολογικοί παράγοντες:** Αφορούν κατά κύριο λόγο τη συμπεριφορά του καταναλωτή (τουρίστα), ερμηνεύοντας σε μεγάλο βαθμό τις προτιμήσεις και τις επιθυμίες του. Ειδικότερα, παράγοντες όπως οι προσωπικοί λόγοι, γεννούν την ανάγκη για επιστροφή στη φύση (τουρισμός σε φυσικά τοπία) και της ξεκούρασης (το άτομο ξεφεύγει από την καθημερινότητα και δύναται να λάβει ρόλους όπως του εξερευνητή, του ψαρά). Επιπλέον, η ανάγκη για επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων αποτελεί άλλον ένα σημαντικό παράγοντα, καθώς δίδεται η δυνατότητα την ίδια χρονική στιγμή όπου αρκετά άτομα συγκεντρώνονται στα ίδια μέρη να δημιουργείται μία ατμόσφαιρα γιορτής και ξεχνοιασάς από την καθημερινότητα.
- III. **Κοινωνικοί –Οικονομικοί παράγοντες:** Οι σημαντικότεροι παράγοντες είναι:
  - i. **Το εισόδημα:** καθορίζει σε μεγάλο βαθμό το ποσοστό των τουριστικών ροών, διότι η αύξηση του εθνικού εισοδήματος οδηγεί με την σειρά της και σε μία αύξηση των μεσαίων εισοδημάτων με αποτέλεσμα να μεταβληθούν σημαντικά οι δομές και η φύση του τουρισμού.
  - ii. **Η διάρκεια των διακοπών:** πιο συγκεκριμένα σχετίζεται με την επιμήκυνση αυτών, καθώς η αύξηση των διακοπών με αποδοχές και η συνταξιοδότηση σε μικρή ηλικία αποτελούν βασικούς λόγους που συνδράμουν καθοριστικά στην αύξηση του ελεύθερου χρόνου και της συμμετοχής των ατόμων αυτών στον τουρισμό.
  - iii. **Το επαγγελματικό και κοινωνικό επίπεδο των τουριστών:** εκφράζεται μέσω του εισοδήματος και εμφανίζει άμεσα τις επιδράσεις του στο ποσοστό της μέσης διάρκειας παραμονής και αναχώρησης για διακοπές.
  - iv. **Η αστικοποίηση:** η ανάπτυξη της τεχνολογίας και η επέκταση του βιομηχανικού φαινομένου οδήγησε στην ολοένα και μεγαλύτερη συγκέντρωση του πληθυσμού στα αστικά κέντρα με



αποτέλεσμα την γιγάντωση της αστικοποίησης και την εντατικοποίηση του τουριστικού φαινομένου.

- v. **Η τεχνολογική εξέλιξη των μεταφορικών μέσων:** η μείωση του κόστους των μεταφορικών μέσων, η αύξηση της ταχύτητας των αεροπλάνων, της ασφάλειας και της άνεσης που προσφέρουν, όπως επίσης και ο έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των μεταφορικών εταιρειών, είχε ως αποτέλεσμα την μεγαλύτερη ανάπτυξη του τουρισμού.
- vi. **Οι τιμές:** η διακύμανση που μπορεί να υποστούν οι τιμές, είναι άμεσα συνδεδεμένες και με την τουριστική ζήτηση. Το γεγονός αυτό οφείλεται στο ότι ο τουρίστας μη χρησιμοποιώντας μία ορθολογιστική λογική, συνήθως δεν υπολογίζει το κόστος για την τουριστική κατανάλωση.

Από την άλλη πλευρά, θα πρέπει να αναφερθεί και τι σημαίνει ο όρος τουριστική προσφορά. Η τουριστική προσφορά ορίζεται ως το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται στον καταναλωτή, έχοντας ως στόχο την ικανοποίηση των αναγκών που μπορούν να χαρακτηριστούν ως τουριστικές και διακρίνεται στην πρωτογενή και την δευτερογενή προσφορά.

Η **πρωτογενής προσφορά** περιλαμβάνει τους φυσικούς (κλίμα, θάλασσα, ακτές, τοπικά προϊόντα) και ανθρώπινους πόρους (μνημεία), οι οποίοι αποτελούν τη βάση της κάθε τουριστικής δραστηριότητας και καθορίζουν το επίπεδο ελαστικότητας του κάθε τόπου.

Η **δευτερογενής προσφορά** περιλαμβάνει με την σειρά της κάθε είδους υποδομή του ανθρώπου που σκοπό έχει τη μεγαλύτερη ευκολία στην εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων, κάνοντας ενεργή την τουριστική ζήτηση (μεταφορικά μέσα, δίκτυα ύδρευσης, αποχέτευσης, ηλεκτροδότησης, εμπορικά καταστήματα).

Σε αυτό το σημείο, θα πρέπει να τονισθεί πως ο τουρισμός αποτελεί ένα μείγμα άυλων (ήλιος, αέρας) και υλικών (θάλασσα, υποδομές, δάση) στοιχείων. Με βάση επομένως τα δεδομένα αυτά μπορεί να γίνει η ταξινόμησή του σε ‘‘μεικτούς’’ τομείς όπου παρουσιάζονται τα παρακάτω στοιχεία:

- A. **Η υπό-κατάσταση μεταξύ των τουριστικών υποπροϊόντων:** για παράδειγμα, το αυτοκίνητο μπορεί να αντικατασταθεί από το τρένο, το αεροπλάνο με το καράβι και ένα ξενοδοχείο τέταρτης κατηγορίας με ένα πρώτης.
- B. **Η ‘‘ανθεκτικότητα’’ των τουριστικών δραστηριοτήτων** απέναντι σε διάφορες μορφές κρίσης (οικονομικές, πολιτικές, περιβαλλοντικές). Ισχυρά παραδείγματα αποτελούν τα γεγονότα μετά την απόπειρα πραξικοπήματος του 2016 στην Τουρκία που υπήρξε μία μείωση της τάξης του 55% στις αφίξεις τουριστών σε σχέση με τα δύο προηγούμενα χρόνια. Επίσης, ο εννιάετής εμφύλιος πόλεμος που μαίνεται στην Συρία έχει αποτελέσει έναν καίριο παράγοντα για την πτώση έως και 85% στον τουρισμό, σε σχέση με την προ-εμφυλίου κατάσταση του 2010.
- C. **Τα μεγέθη των επενδύσεων στον τουριστικό τομέα:** είναι αρκετά μεγάλα (έργα υποδομής), με αποτέλεσμα να δημιουργούνται προβλήματα στην αποδοτικότητα και την διαχείρισή τους.



- D. **Η κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος:** πραγματοποιείται στον ίδιο τον τόπο παραγωγής και δεν δύναται να αποσταλεί στο τόπο μόνιμης διαμονής του κάθε τουρίστα (ήλιος, θάλασσα, κλίμα).
- E. **Η ταυτόχρονη παραγωγή και κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος** μπορεί να πραγματοποιηθεί στον ίδιο χώρο.
- F. **Η έλλειψη σύγχρονων αυτοματοποιημένων διαδικασιών** πάνω στο τουριστικό προϊόν (μη διαδεδομένη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών και έλλειψη μηχανογράφησης στα ξενοδοχειακά καταλύματα).
- G. **Το τουριστικό προϊόν δεν δύναται να αποθηκευτεί:** (ήλιος, θάλασσα, τουριστικά καταλύματα), με αποτέλεσμα αυτή η δεδομένη αδυναμία αποθήκευσης του να οδηγεί σε μία επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου ώστε να υπάρχει και μία καλύτερη εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων.

### 3.5) ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Η τουριστική δραστηριότητα τείνει όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενες ενότητες να εμφανίζει σημαντικά θετικά αλλά και αρνητικά αποτελέσματα σε βασικούς τομείς όπως:

#### I. Το Περιβάλλον

Η αύξηση του ρυθμού των μεταφορών οδήγησε αναπόφευκτα σε μόλυνση των ακτών, της ατμόσφαιρας, σε καταστροφή και υποβάθμιση των βιοτόπων και σε μια ολόένα και μεγαλύτερη κατανάλωση των φυσικών πόρων. Σημαντικό ζήτημα αποτελεί και η χρήση της γης, καθώς η ανέγερση νέων ξενοδοχειακών μονάδων, σε συνδυασμό με την άναρχη δόμηση αποτελεί εμπόδιο για την ανάπτυξη της παραγωγής του αγροτικού τομέα. Γίνεται επομένως εμφανές πως οι παραπάνω αρνητικές επιπτώσεις, μπορούν να οδηγήσουν σε μείωση της ζήτησης για τουρισμό, αφού η ανεξέλεγκτη και μη σωστά σχεδιασμένη τουριστική ανάπτυξη μπορεί να διαταράξει ανεπανόρθωτα την οικολογική ισορροπία (Κολτιδόπουλος, 2000).

Από την αντίπερα όχθη, υπάρχουν και οι φωνές που υποστηρίζουν την ύπαρξη θετικών επιδράσεων στο περιβάλλον από τις τουριστικές δραστηριότητες. Ορισμένες από αυτές είναι η προστασία και η διατήρηση φυσικών και αρχαιολογικών χώρων, η βελτίωση και αναβάθμιση των υποδομών όπως επίσης και η βελτίωση της ποιότητας του περιβάλλοντος. Διάφορες περιβαλλοντικές μελέτες έχουν φανερώσει πως ο τουρισμός δύναται να παρέχει στις κοινότητες αρκετά οφέλη όπως πρότυπα πάρκα αναψυχής, μείωση της ανεργίας, βελτίωση των δημοσίων υποδομών στηρίζοντας την άποψη πως δεν παρατηρείται τόσο μεγάλη οικολογική παρακμή. Με τον τρόπο αυτό μπορούν να ισορροπήσουν μειονεκτήματα όπως η συσσώρευση απορριμμάτων, η κυκλοφοριακή συμφόρηση και τα προβλήματα στάθμευσης που σημειώνονται από τους μόνιμους κατοίκους των τουριστικών περιοχών (Lindberg and Johnson ,1997).



## II. Η Οικονομία

Όπως αναφέρθηκε και στην πρώτη ενότητα ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τομείς στην παγκόσμια οικονομία. Η ύπαρξη του τουρισμού σημαίνει μείωση του ποσοστού της ανεργίας με νέες θέσεις εργασίας ενώ συμβάλλει καθοριστικά στην ανάπτυξη άλλων σημαντικών κλάδων για το κοινωνικό σύνολο (μεταφορές, δημόσιες υπηρεσίες). Επιπρόσθετα οφέλη μπορούν να χαρακτηριστούν τα φορολογικά έσοδα, οι περισσότερες ευκαιρίες για απασχόληση, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και η γενικότερη βελτίωση της οικονομικής κατάστασης του κάθε κράτους. Την ίδια στιγμή όμως παρουσιάζει και αρκετά μειονεκτήματα όπως είναι η αύξηση των τιμών τη γης, η εποχικότητα σε ότι αφορά τις θέσεις εργασίας και η αύξηση του κόστους ζωής (McCool και Martin, 1994).

## III. Η Κοινωνία

Σημαντικές είναι χωρίς αμφιβολία και οι συνέπειες που δημιουργεί ο τουρισμός στην κοινωνία. Ειδικότερα, είναι εμφανής ο κίνδυνος της εξαφάνισης των παραδοσιακών εθίμων ορισμένων τοπικών κοινωνιών ενώ υπάρχουν δεδομένα που αποδεικνύουν πως η διατήρηση των παραδόσεων δύναται να αποτελέσει και μία πηγή έλξης για τους τουρίστες. Η ανάπτυξη του τουρισμού τείνει να προκαλέσει μια σειρά από μεταβολές τόσο στα χαρακτηριστικά, όσο και στις λειτουργίες των τοπικών κοινωνιών. Η επαφή των ντόπιων κοινωνιών με τους τουρίστες οδηγεί σε μία επαφή με ξένες παραδόσεις, έθιμα και ιδεολογίες, η οποία συμβάλλει στην σύναψη κοινωνικών σχέσεων, στη βελτίωση του τρόπου ζωής και στην εκτίμηση των τοπικών παραδόσεων. Ωστόσο, υπάρχει και η περίπτωση να σημειωθεί και μία αλλοίωση των τοπικών παραδόσεων, η οποία δεν θα οφείλεται στο είδος του τουρισμού αλλά στην επαφή των ντόπιων κατοίκων με τους τουρίστες. Ιδιαίτερα ανησυχητική κρίνεται και η τάση της μετατροπής των τοπικών προϊόντων σε τουριστικά είδη με αποτέλεσμα την εμπορευματοποίηση και αλλοίωση του χαρακτήρα τους (Κολτσιδόπουλος, 2000).

Θα ήταν παράλειψη να μην αναφερθεί πως εκτός από την αγοραστική δύναμη που διαθέτουν οι τουρίστες, ο διαφορετικός τρόπος συμπεριφοράς αποτελεί και ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά τους που δύναται να επηρεάσει καθοριστικά τις συνήθειες των τοπικών κοινωνιών. Ιδιαίτερη προσοχή χρήζει το γεγονός πως σε δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, από την στενή επαφή του ντόπιου πληθυσμού με τους τουρίστες μπορεί να προκληθεί η εμφάνιση ενός αισθήματος ξενοφοβίας. Μέσα από αυτήν την επαφή μπορεί να παρατηρηθεί μεταβολή των κοινωνικών αξιών διότι ο ντόπιος πληθυσμός πιστεύει πως αν αλλάξει τον τρόπο συμπεριφοράς και ζωής του, θα φτάσει το υλικό και οικονομικό επίπεδο των τουριστών. Η ακαριαία αλλαγή των παραδοσιακών κοινωνικών προτύπων μπορεί να οδηγήσει σε μία υποβάθμιση των ηθικών αξιών που συνήθως εκδηλώνεται με την αύξηση της εγκληματικότητας και να αποτελέσει με την σειρά της προπομπή μίας μεταβολής των πολιτισμικών αξιών. Πολύ βασικοί όμως είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν καθοριστικά τον ντόπιο πληθυσμό να αποδεχτεί τον τουρισμό και είναι οι παρακάτω:

- Η κοινωνική – οικονομική κατάσταση του ντόπιου πληθυσμού.
- Ο βαθμός γνώσεων και εκπαίδευσης που διαθέτει ο ντόπιος πληθυσμός για τον τουρισμό.
- Το επίπεδο ζωής και η ανθεκτικότητα του πολιτισμού και των αξιών του.



Τέλος, ο τουρισμός μπορεί να προσφέρει και μία σειρά από σημαντικά οφέλη στην κοινωνία όπως η βελτίωση των συγκοινωνιών (από τις οποίες ευνοούνται και οι τουρίστες αλλά και ο ντόπιος πληθυσμός), η ανάπτυξη και η κατασκευή πάρκων, πεζοδρομίων, δρόμων, συστήματος φωτισμού, η διαχείριση των απορριμμάτων ενώ μπορεί να συμβάλει καθοριστικά και στην συντήρηση – διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς μέσα από την ανακαίνιση και προστασία ιστορικών μνημείων. Σε κάθε περίπτωση, είναι μείζονος σημασίας το περιβάλλον και ο ντόπιος πληθυσμός να προστατεύονται καθώς αποτελούν ένα σημαντικό τμήμα της πολιτιστικής κληρονομιάς του κάθε τόπου.

### 3.6) ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο βιώσιμος τουρισμός, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ορίζεται ως η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες των τουριστών και των περιοχών υποδοχής τους, προστατεύοντας και βελτιώνοντας κάθε ευκαιρία για το μέλλον. Εκτός αυτού, έχουν δοθεί και άλλοι ορισμοί για τους οποίους ο βιώσιμος τουρισμός λογίζεται ως η διαχείριση όλων των πόρων, η οποία θα πρέπει να γίνεται με τέτοιο τρόπο ώστε αισθητικές, οικονομικές και κοινωνικές ανάγκες να μπορούν να ικανοποιηθούν, ενώ ταυτόχρονα να διατηρούνται οι οικολογικές διαδικασίες, η πολιτιστική ακεραιότητα, η ποικιλομορφία των βιότοπων και η υποστήριξη κάθε συστήματος ζωής (Andereck et al, 2007).

Πολύ σημαντική είναι η παρατήρηση πως κατά τον σχεδιασμό του βιώσιμου τουρισμού θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη κάθε περιβαλλοντικό ζήτημα, διότι οι διακοπές που πρόκειται να πραγματοποιήσει ο κάθε τουρίστας είναι άμεσα συνδεδεμένες με την αξιοποίηση των φυσικών πόρων. Επίσης, αναγκαία κρίνεται και η συμμετοχή των κατοίκων στην λήψη αποφάσεων που αφορούν την τουριστική ανάπτυξη του τόπου τους, καθώς με τον τρόπο αυτό μπορούν να δημιουργηθούν οι κατάλληλες συνθήκες για την διατήρηση και τη μακροζωία της τόσο σημαντικής τουριστικής βιομηχανίας (Godfrey, 1998).

Συνοπτικά, στο κεφάλαιο αυτό καταγράφεται η έννοια των όρων τουρίστας και τουρισμός, τονίζονται οι όροι της προσφοράς και ζήτησης στο τουριστικό τομέα και δίδεται ιδιαίτερο βάρος στις επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας σε βασικούς τομείς όπως η κοινωνία, η οικονομία και το περιβάλλον.

Το επόμενο κεφάλαιο εξετάζει τον πολιτισμό και τις διάφορες μορφές που εμφανίζει.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4-ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

### 4.1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο πολιτισμός ορίζεται ως το σύνολο των πνευματικών εκδηλώσεων (ήθη, έθιμα, τέχνες, γράμματα) μίας κοινωνίας ή έθνους. Συνδέεται έντονα με την έννοια του κράτους-έθνους και πιο συγκεκριμένα οι πολιτιστικές και καλλιτεχνικές παραδόσεις είναι εκείνες που προσφέρουν την πολιτική οργάνωση στις κοινωνίες.

Ο όρος αυτός είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με τις πρώτες μορφές πόλεων όπως επίσης και με την ανάπτυξη, δηλαδή ένα πρώιμο φαινόμενο αστικοποίησης. Η αρχαία Ελλάδα, η Αίγυπτος και η Κίνα λόγω της ανεπτυγμένης γραφής, της αρδευτικής γεωργίας και οργάνωσης μπορούν να χαρακτηριστούν ως τα



πρώτα κέντρα πολιτισμού. Την τελευταία δεκαετία όλο και περισσότερες έρευνες υποστηρίζουν το γεγονός πως ο πολιτισμός μπορεί να περιέχει στοιχεία όπως τα κοινωνικά έθιμα, η λαογραφία, τα μνημεία, τα οικογενειακά πρότυπα και οι περιοχές άγριας φύσης (Natura, 2000).

Από την άλλη μεριά, η κουλτούρα αποτελεί με την σειρά της ένα σύνθετο σύστημα από σκέψεις, αξίες και κανόνες. Στην σύγχρονη εποχή, η κουλτούρα εκφράζει έναν τρόπο ζωής, καθώς έχει ξεπεράσει αυτό το σύνθετο σύστημα που αποτελεί, με αποτέλεσμα ένα κομμάτι της να ταυτίζεται με τον πολιτισμό (Brύζας, 2005).

Τέλος, είναι βασικό να σημειωθεί πως ο εθνικός πολιτισμός αποτελεί έναν ακρογωνιαίο λίθο για την ύπαρξη της πολιτιστικής ταυτότητας. Το έθνος παράγει ένα σύστημα πολιτιστικής αναπαράστασης και δεν αποτελεί μία απλή και μονοδιάστατη πολιτική οντότητα. Ιδιαίτερα σημαντικός κρίνεται και ο ρόλος του πολίτη ενός κράτους με την συμμετοχή του στην ιδέα του έθνους, όπως αυτή καθρεπτίζεται από την εθνική κουλτούρα.

#### 4.2) ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ

Η πολιτιστική κληρονομιά αναγνωρίζεται για πρώτη φορά ως όρος το 1907 και από την δεκαετία των 70' και μετέπειτα εισέρχεται στον τομέα της τουριστικής βιομηχανίας. Στις μέρες μας αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που συμβάλουν στην διατήρηση της ελκυστικότητας που εκπέμπει ο τουρισμός, μέσα από την πολιτιστική προσφορά των τοπικών κοινοτήτων (MacDonald and Jolliffe, 2003).

Σύμφωνα με την σύμβαση της Παγκόσμιας Κληρονομιάς που συντάχθηκε το 1976, η πολιτιστική κληρονομιά ορίζεται ως το σύνολο των έργων αρχιτεκτονικής, των οικοδομικών συγκροτημάτων και των χώρων που αποτελούν έργα του ανθρώπου ή κοινά δημιουργήματα της φύσης και της τεχνολογίας του ανθρώπινου είδους. Η διατήρηση της ιστορίας, της θρησκείας, του πολιτισμού και της βιομηχανίας, αποτελεί έναν από τους ισχυρότερους πόλους έλξης για τους τουρίστες και μία μεγάλη πηγή εσόδων και ανταγωνιστικότητας για τον τουριστικό τομέα (Bowitz and Ibenholt, 2009).

Ως πολιτιστικό αγαθό θεωρείται κάθε τι που από ιστορική σκοπιά και με το πέρασμα των ετών, μπορεί να δώσει μία αίσθηση ότι αποτελεί ένα μέρος της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η προστασία όμως της πολιτιστικής κληρονομιάς εξαρτάται και καθορίζεται σε σημαντικό βαθμό από παράγοντες όπως η ανάδειξη των μνημείων και των τοποθεσιών που η δημοτικότητα τους δεν είναι τόσο διαδεδομένη στο ευρύ κοινό, παρά το γεγονός πως η αρχαιολογική, ιστορική και επαγγελματική τους αξία είναι ανεκτίμητη. Επιπροσθέτως, καθοριστική για την ανάπτυξη των τοπικών περιοχών αποτελεί η σύνδεση τους με μία πολιτιστική διαδρομή κληρονομιάς που μπορεί να τις οδηγήσει και στην είσοδό τους σε νέες προσοδοφόρες οικονομικές αγορές (Haberle and Chepstow, 2000).

Σε αρκετούς τουριστικούς προορισμούς, η πολιτιστική κληρονομιά αποτελεί την ίδια την ουσία του ταξιδιού. Στην περίπτωση βέβαια, όπου οι πολιτιστικοί πόροι δεν δύναται να αποδώσουν τα μέγιστα για την διατήρηση και αύξηση της ανταγωνιστικότητας των περιοχών που υπάρχουν, καθίσταται αναγκαία η απόκτηση γνώσης που θα μπορέσει να αλλάξει αυτό το γεγονός. Με αυτό τον τρόπο μπορεί να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα. Η αποτελεσματικότερη αξιοποίηση των πολιτιστικών πόρων, μπορεί να οδηγήσει



στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας που οφείλονται κατά κύριο λόγο στον τομέα της τουριστικής βιομηχανίας, στην ανάπτυξη του Α.Ε.Π και των διεθνών τουριστικών εσόδων (Dugulan et al, 2010).

Από την άλλη μεριά, ορισμένες λανθασμένες ενέργειες φορέων μπορούν να οδηγήσουν σε ακατάλληλη χρήση και μη αξιοποίηση των πολιτιστικών αγαθών, δημιουργώντας με τον τρόπο αυτό μία καταστροφή των περιουσιακών στοιχείων και σύγκρουση με τους τοπικούς φορείς. Για αυτό το λόγο, το θέμα της ανάπτυξης της πολιτιστικής τουριστικής κληρονομιάς αποκτά σπουδαία σημασία για την ανάπτυξη του τουρισμού, μέσω της προστασίας σημαντικών πολιτιστικών πτυχών (Huibin et al, 2012).

#### 4.3) ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο πολιτισμός μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένας παράγοντας ιδιαίτερης και βαρύνουσας σημασίας για την χάραξη της εθνικής τουριστικής πολιτικής. Ο πολιτιστικός τουρισμός που αναφέρθηκε και στην προηγούμενη ενότητα αποτελεί έναν από τους πιο ραγδαία αναπτυσσόμενους τομείς του τουρισμού. Περιλαμβάνει άμεσα εξαρτώμενες μεταξύ τους δραστηριότητες και παίζει καθοριστικό ρόλο στην τουριστική βιομηχανία, ακόμη και στην αποκατάσταση και ανάκαμψη περιοχών, ζωνών και πόλεων. Επιπλέον, αναγνωρίζεται ως ο κινητήριο μοχλός για την προώθηση του τουρισμού στις περιφερειακές και αγροτικές περιοχές και δεν αποτελεί μόνο τη βάση για την ανάπτυξη του τουρισμού στις πόλεις (Taylor, 2001).

Πληθώρα μελετών έχει φανερώσει πως ο συνδυασμός του τουρισμού και του πολιτισμού δύναται να μετατραπεί σε πόρους ικανούς να προσφέρουν μία κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη στις τοπικές κοινότητες. Το γεγονός αυτό οφείλεται στο στοιχείο, πως η πολιτιστική ανάπτυξη της υπαίθρου μπορεί να χρησιμοποιήσει ανθρώπινους και φυσικούς πόρους της περιοχής, τις σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων της κοινότητας, την κληρονομιά και τον τρόπο ζωής του κάθε τόπου (MacDonald and Jolliffe, 2003).

Σε αυτό το σημείο επιβάλλεται να αναφερθεί πως ως πολιτιστικός τουρισμός ορίζεται η μετακίνηση ανθρώπων σε πολιτιστικά αξιοθέατα που βρίσκονται μακριά από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους και έχουν πρόθεση να συλλέξουν πληροφορίες, εμπειρίες και γνώσεις έτσι ώστε να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές τους ανάγκες (Bachleitner and Zins, 1999).

Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να αποτελεί και ένα είδος τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος, το οποίο βασίζεται κατά κύριο λόγο στην αναζήτηση και ακόμα περισσότερο στη συμμετοχή σε αισθητικές, πνευματικές, συναισθηματικές και ψυχολογικές εμπειρίες. Δύναται επίσης να περιλαμβάνει τον τουρισμό στα αστικά κέντρα και πιο συγκεκριμένα σε ιστορικές και μεγάλες πόλεις, στα μουσεία και στα θέατρα. Το γεγονός αυτό οφείλεται στο κίνητρό τους που είναι η ανακάλυψη μνημείων και αρχαιολογικών χώρων. Από την άλλη μεριά, στις αγροτικές και περιφερειακές περιοχές περιλαμβάνει τις παραδόσεις των τοπικών κοινωνιών, τον τρόπο ζωής τους, τις αξίες με τις οποίες διέπεται η ζωή τους, την τοπική γλώσσα, τα είδη ένδυσης, την τεχνολογία και την τοπική παραδοσιακή γαστρονομία (Asplet and Cooper, 2000).

Η προσφορά του πολιτιστικού τουρισμού είναι εμφανής και στην οικονομία αφού συμβάλει καθοριστικά στην τοπική ανόρθωση μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, της αύξησης του εθνικού εισοδήματος, της αξιοποίησης του υπάρχοντος εργατικού δυναμικού, της εμφάνισης μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων με πιστοποιημένα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα και της ανύψωσης της ψυχολογίας των



κατοίκων διαμέσου του αισθήματος υπερηφάνειας για την εθνική τους ταυτότητα (Burns and Sancho, 2003).

Θα πρέπει όμως να σημειωθεί, πως ο πολιτιστικός τουρισμός κρίνεται επιτυχής όταν υπάρχει μία ρεαλιστική εικόνα και εκτίμηση της αξίας των τουριστικών περιουσιακών στοιχείων από τους οργανισμούς και τις επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται, όπως επίσης και μέσα από την κάλυψη των αναγκών για διατήρηση των βασικών πολιτιστικών αξιών (McKeller et al, 2005).

Εξετάζοντας το ζήτημα γενικότερα, γίνεται εμφανές πως απαιτείται περισσότερη έρευνα πάνω στο θέμα του πολιτιστικού τουρισμού σε ότι αφορά τις περιφερειακές περιοχές και πιο συγκεκριμένα στους τομείς της ανάπτυξης των αξιοθέατων, της ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, της ενημέρωσης των αγορών και της διατήρησης της ελκυστικότητας (Shamsuddoha et al, 2011).

#### 4.4) ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ

Σε πληθώρα περιπτώσεων που έχουν εξεταστεί, η σύγκρουση μεταξύ πολιτισμικών και οικονομικών συμφερόντων κρίνεται αναπόφευκτη προκειμένου να προωθηθεί η ανάπτυξη του τουρισμού, έτσι ώστε να παραχθεί επιπλέον οικονομική αξία. Με τον τρόπο αυτό, δημιουργούνται αρκετές αρνητικές επιπτώσεις για τον πολιτισμό και προβλήματα όπως η εμπορευματοποίηση των παραδοσιακών τουριστικών εκδηλώσεων, οι παράνομες αρχαιολογικές ανασκαφές, η υποβάθμιση της παραδοσιακής τέχνης και των αισθητικών αξιών όπως επίσης και η δημιουργία μιας ψευτο-κουλτούρας. Συνεπώς, κρίνεται απαραίτητη η προστασία και η διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και των τουριστικών προορισμών.

Από την άλλη πλευρά, η ουσιαστική και καλή οργάνωση του πολιτιστικού τουρισμού που έχει ως κύριο γνώμονα το σεβασμό για το φυσικό και ανθρώπινο περιβάλλον, μπορεί να επηρεάσει με θετικό πρόσημο τους επισκέπτες και τον τοπικό πληθυσμό .

Ειδικότερα:

- A. Ο τουρισμός στηρίζεται στις αξίες των κοινωνιών, οι οποίες δίνουν έμφαση στις δραστηριότητες που απαιτούν ποιοτικό περιβάλλον (δραστηριότητες αναψυχής & ξεκούραση).
- B. Ο τουρισμός μπορεί να συντελέσει στη διατήρηση και στην αναβίωση της τοπικής τέχνης και χειροτεχνίας, όπως επίσης και των παραδοσιακών πολιτιστικών δραστηριοτήτων σε προστατευμένες περιοχές.
- C. Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στην ανανέωση της κοινωνικής και πολιτιστικής ζωής του ντόπιου πληθυσμού, ενισχύοντας την τοπική κοινότητα, προσελκύοντας νέους ανθρώπους στον τόπο και ευνοώντας τις τοπικές δραστηριότητες.
- D. Ο τουρισμός μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μέσο «αναζωογόνησης» των αστικών περιοχών.
- E. Η δημιουργία ευκαιριών και εισοδήματος που προσφέρονται από τον τουρισμό αφορά περισσότερο περιοχές όπου οι παραδοσιακές δραστηριότητες βρίσκονται σε κάμψη.



Τέλος, η αλληλεπίδραση των τουριστών με τους ντόπιους κατοίκους φαίνεται να έχει θετική επίδραση για τους τελευταίους σε τομείς όπως:

- i. Η ανταλλαγή ιδεών.
- ii. Η ανταλλαγή πολιτισμικών συνηθειών και αντιλήψεων, η οποία μπορεί να ευνοήσει την επαφή και των τουριστών με τον ντόπιο πληθυσμό.

Θα πρέπει όμως να τονισθεί, ότι εκτός από τη σχέση κόστους – οφέλους, η τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να αντιμετωπιστεί μακροπρόθεσμα. Η αντιμετώπιση αυτή επιτυγχάνεται μέσω της συμμετοχής της τοπικής κοινότητας στο σχεδιασμό και στη διαχείρισή της, με την προϋπόθεση πως η κοινότητα και η ηγεσία της να μην «απέχουν» όπως συμβαίνει σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες σε αντίθεση με τις δυτικές, δημοκρατικές χώρες.

Βέβαια, οι οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού γίνονται αντιληπτές βραχυπρόθεσμα, οι κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις είναι λιγότερο εμφανείς ή γίνονται αντιληπτές μακροπρόθεσμα και είναι πιο δύσκολα μετρήσιμες. Πιο συγκεκριμένα:

### **1. Εμπορευματοποίηση του τοπικού πολιτισμού**

Η υπερβολική χρήση και η εμπορευματοποίηση του τοπικού πολιτισμού από τον τουρισμό οδήγησε στην ανάγκη της διατήρησης και της προστασίας του. Η μετατροπή του πολιτισμού σε τουριστικό πόρο μεγάλης σημασίας σε διάφορες περιοχές ή χώρες έχει οδηγήσει σε μια τελείως διαφορετική προσέγγιση του ζητήματος, διότι ο πολιτισμός εκτός από αντικείμενο έρευνας, αισθητικής απόλαυσης και γνώσης, έχει μετατραπεί σε ένα προϊόν το οποίο προβάλλεται, πωλείται και αγοράζεται. Καθοριστικός είναι ο ρόλος της μαζικοποίησης του τουρισμού που μεγιστοποιεί αυτή την τάση της εμπορευματοποίησης και η τουριστική ανάπτυξη που δημιουργεί μια αγορά για αγαθά και υπηρεσίες πολιτισμού αποκλειστικά για τους τουρίστες.

Πιο συγκεκριμένα, μέσα από τις πολιτιστικές εκδηλώσεις θρησκευτικού χαρακτήρα ή παρόμοιων που συνδέονται με έθιμα και ήθη των τοπικών περιοχών, δύναται να γίνει εμφανής η εμπορευματοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η ψυχαγωγία των τουριστών στηρίζεται πάρα πολύ σε τέτοιες εκδηλώσεις όπου συμμετέχει και ο ντόπιος πληθυσμός. Οι παράγοντες που συμμετέχουν στην τουριστική οργάνωση και ιδιαίτερα στις ανεπτυγμένες χώρες, φροντίζουν να παρέχουν κατά το πλείστον τουριστικά πακέτα που διαθέτουν την προβολή του εξωτικού και παραδοσιακού πολιτισμού. Για να ικανοποιηθεί η ανάγκη των τουριστών για συμμετοχή και προβολή σε αυτά τα γεγονότα, παρατηρείται μία μετατροπή τους σε τεχνητά δημιουργήματα τα οποία διατηρούν μία επιφανειακή μόνο έκφραση των νοημάτων τους, οδηγώντας στην απόκτηση εμπορευματοποιημένων χαρακτηριστικών. Έτσι όμως, για τον ντόπιο πληθυσμό χάνεται ο σκοπός και το ιδιαίτερο νόημα των εθίμων καθώς φαίνεται ότι η εμπορευματοποίησή τους, έχει μεγάλο αντίκτυπο στην δομή της τοπικής κοινωνίας, προκαλώντας σοβαρές μεταβολές στα κοινωνικά και πολιτισμικά πρότυπα.

Μεγάλο ενδιαφέρον εμφανίζει και η συμπεριφορά των τοπικών καταστημάτων που προσπαθούν να προβάλλουν τον ντόπιο πληθυσμό και την αυθεντικότητα του μέσα από τη χρήση συμβόλων που τείνουν να δημιουργήσουν στον τουρίστα μία αίσθηση οικειότητας με εκείνα τα στοιχεία που θεωρούν ότι χαρακτηρίζουν την αυθεντικότητα του πολιτισμού. Αποτέλεσμα των εκδηλώσεων αυτών και της πλαστής



αυθεντικότητας που παρουσιάζεται στους τουρίστες, είναι οι τελευταίοι να αποκτήσουν ένα ψευδές στερεότυπο για την περιοχή που έχουν επισκεφτεί. Επίσης, η διαφήμιση διαδραματίζει ένα σημαντικό ρόλο στην εμπορευματοποίηση του τοπικού πολιτισμού, καθώς μπορεί να προβάλει μία παράδοση της ιστορικής εποχής των τοπικών πληθυσμών που δεν υπάρχει πλέον, αλλά οι τουρίστες και ειδικότερα εκείνου του μαζικού οργανωμένου τουρισμού, τείνουν να οδηγούνται σε λανθασμένα συμπεράσματα και να εμμένουν σε μία επιφανειακή επαφή με τον ντόπιο πολιτισμό.

## **2. Πολιτισμική διάχυση και ομογενοποίηση**

Τα στοιχεία που άμεσα ή έμμεσα συγκροτούν την έννοια του πολιτισμού (υλικού και πνευματικού) είναι οι αξίες, οι πεποιθήσεις, τα τεχνολογικά, επιστημονικά και πολιτισμικά αγαθά. Όταν η προβολή καταναλωτικών και κοινωνικών προτύπων από τους τουρίστες προς τους ντόπιους περιλαμβάνει τα παραπάνω στοιχεία τότε η αλληλεπίδραση μεταξύ τους είναι εντονότερη, κυρίως στις αναπτυσσόμενες χώρες και στις αγροτικές απομονωμένες περιοχές όπου εμφανίζεται ο τουρισμός. Στη μεταπολεμική περίοδο, ο τουρισμός σε συνδυασμό με την ανάπτυξη των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης συνέβαλε στην πολιτιστική διάχυση του κυρίαρχου μοντέλου ανάπτυξης που επικρατεί στα αστικά κέντρα των αναπτυγμένων χωρών. Έρευνες έχουν δείξει ότι οι αναπτυσσόμενοι λαοί τείνουν να απορρίπτουν το τοπικό πολιτισμικό πρότυπο και να υιοθετούν τα πρότυπα των αναπτυγμένων χωρών. Πολλές φορές μάλιστα, παρατηρείται η πολιτιστική εξάρτηση των χωρών από τις αναπτυγμένες χώρες αποστολής των τουριστών και ο τουρισμός καταλήγει να λειτουργεί ως πομπός μηνυμάτων πολιτισμικού χαρακτήρα.

## **3. Αλλαγές στα ήθη και τα έθιμα**

Αν και τα ήθη και τα έθιμα αποτελούν την ταυτότητα ενός τόπου και τη συνέχεια του τοπικού πολιτισμού και των πολιτισμικών ιδιαιτεροτήτων μιας περιοχής, υφίστανται αλλαγές για διάφορους λόγους. Οι αλλαγές στα ήθη και τα έθιμα γίνονται περισσότερο αντιληπτές σε περιοχές με αγροτική ή παραδοσιακή δομή καθώς και σε περιοχές με χαμηλή οικονομική ανάπτυξη πριν την έλευση του τουρισμού. Με τη διαφοροποίηση της παραγωγικής βάσης της τοπικής οικονομίας (αύξηση επαγγελματιών δραστηριοτήτων στον τριτογενή τομέα) εμφανίζονται και οι πρώτες αλλαγές. Σε περιοχές με παραδοσιακή συντηρητική κοινωνική δομή, τα ήθη και οι αξίες καθορίζουν τους κανόνες συμπεριφοράς, τις κοινωνικές σχέσεις και γενικότερα τον τρόπο ζωής.

## **4. Τουριστικοποίηση της τοπικής κοινωνίας**

Ο τουρισμός, ως κοινωνικό φαινόμενο, δημιουργεί αλλαγές στην τοπική κοινωνικό-οικονομική δομή, με αποτέλεσμα η τοπική κοινωνία να μπαίνει στη διαδικασία της «τουριστικοποίησης» και να διαμορφώνει μια κοινωνική δομή αστικού τύπου λόγω των δραστηριοτήτων που συνδέονται με την τουριστική ανάπτυξη. Η τουριστικοποίηση ξεκινάει όταν εμφανίζονται οι τουριστικές επιχειρηματικές δραστηριότητες και το σύνολο σχεδόν του τοπικού πληθυσμού αντλεί κάποιο εισόδημα από τον τομέα του τουρισμού. Όταν το σύνολο της παραγωγικής βάσης της τοπικής οικονομίας εξαρτάται από τον τουρισμό και κυριαρχούν οι τουριστικές υποδομές και δραστηριότητες, οι υπόλοιποι κλάδοι φθίνουν και επέρχεται στροφή από τα παραδοσιακά ήθη, έθιμα και κοινωνικές σχέσεις με αποτέλεσμα την αστικοποίηση και τον ταχύτατο κοινωνικό μετασχηματισμό σε μια κοινωνία υπηρεσιών και καταναλωτικών προτύπων.



Πιο αναλυτικά, οι μεταβολές που παρατηρούνται στην κοινωνία και την οικονομία κατά τα πρώτα στάδια εμφάνισης του τουρισμού είναι περιορισμένες σε σχέση με την ταχύτατη επέκταση της ανάπτυξης που ακολουθεί τον τουρισμό στην κάθε περιοχή. Ιδιαίτερη σημασία αποκτά το γεγονός πως για να υπάρξει ικανοποιητική ανταπόκριση στην ανάπτυξη του τουρισμού συντελείται μία μεταβολή της παραγωγικής βάσης. Αποτέλεσμα της ενέργειας αυτής είναι να παρατηρούνται αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, στον ντόπιο πληθυσμό που υιοθετεί νέες αξίες, συμπεριφορές και κοινωνικά πρότυπα, αφήνοντας πίσω τα τοπικά ήθη και έθιμα. Τέλος, όταν ο τουρισμός εισέλθει στο στάδιο του μαζικού τουρισμού τότε επέρχεται μία πλήρης κοινωνική και οικονομική αλλαγή στην δομή καθώς εγκαταλείπονται άλλοι τομείς της οικονομίας με αποτέλεσμα την απόλυτη κυριαρχία του τουρισμού και την ολοκλήρωση της διαδικασίας της τουριστικοποίησης (Τσάρτας, 1998).

#### **4.5) ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ**

Οι Bachleitner & Zins (1999), σε έρευνά τους για τον πολιτιστικό τουρισμό στις αγροτικές περιοχές, εξέτασαν τα ψυχομετρικά χαρακτηριστικά της επίδρασης του τουρισμού και των στάσεων/απόψεων στον τοπικό πληθυσμό. Διαπίστωσαν ότι οι κάτοικοι που συμμετέχουν στη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης και είναι πιο δεμένοι με την κοινότητα, αποτελούν την πιο ευαίσθητη ομάδα εντός του αγροτικού πληθυσμού. Ωστόσο, οι κάτοικοι που αντιτίθενται στην ανάπτυξη του τουρισμού αποτελούν τη μεγαλύτερη ομάδα, η οποία δεν πρέπει να αγνοηθεί κατά τον σχεδιασμό των περιφερειακών προγραμμάτων. Έτσι, όταν ο πολιτιστικός τουρισμός χρησιμοποιείται ως αναπτυξιακό εργαλείο για τις αγροτικές περιοχές, οι υπεύθυνοι χάραξης της πολιτικής πρέπει να εξετάσουν παράγοντες όπως η πολιτιστική ταυτότητα και η αυθεντικότητα, καθώς μπορεί να επηρεαστούν από τις επιπτώσεις του τουρισμού.

Οι Lee et all. (2007), μελέτησαν τις αντιλήψεις των κατοίκων για την ιστορική /πολιτιστική κληρονομιά της πόλης York, της Αγγλίας, εξετάζοντας τους κοινωνικό-οικονομικούς και δημογραφικούς δείκτες που τις επηρεάζουν. Διαπιστώθηκε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων είχε θετική στάση απέναντι στις επιπτώσεις του τουρισμού στην πόλη. Αν και οι ερωτηθέντες φαινόταν να γνωρίζουν καλά τις αρνητικές πλευρές, οι περισσότεροι από αυτούς δεν ήταν αντίθετοι για την επέκταση της τουριστικής βιομηχανίας. Παρατηρήθηκε επίσης ισχυρή σχέση μεταξύ των κοινωνικό-οικονομικών και κοινωνικό-δημογραφικών χαρακτηριστικών των ερωτηθέντων όπως και των αντιλήψεών τους για ορισμένα θέματα που σχετίζονται με τον τουρισμό. Το εισόδημα, η απόσταση του σπιτιού του ερωτώμενου από το τουριστικό κέντρο και η προσήλωση στον προορισμό, φαίνεται να είναι οι πιο σημαντικοί προγνωστικοί παράγοντες για τις διαφορές στη συμπεριφορά που σχετίζονται με θέματα του τουρισμού. Έτσι, ένα από τα πιο ουσιαστικά στοιχεία της παρούσας μελέτης είναι ο προσδιορισμός της στάσης των κατοίκων της κοινότητας για τη συμμετοχή στο σχεδιασμό του τουρισμού και στη των λήψη αποφάσεων. Επιπλέον, κάτοικοι με ορισμένα κοινωνικο-οικονομικά χαρακτηριστικά, είναι πιο ενθουσιασμένοι και υποστηρίζουν θετικά τη συμμετοχή της κοινότητας στον τομέα του τουρισμού.

Συνοπτικά, στο κεφάλαιο αυτό, έγινε αναφορά στην έννοια της πολιτιστικής κληρονομιάς και του πολιτιστικού τουρισμού. Πραγματοποιήθηκε μία λεπτομερής καταγραφή για τις επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στον πολιτισμό αλλά και μία προσεκτική βιβλιογραφική προσέγγιση για την τουριστικοποίηση. Το επόμενο κεφάλαιο αφορά τις βασικές θεωρίες και τα χαρακτηριστικά του αστικού συστήματος.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5-ΒΑΣΙΚΕΣ ΘΕΩΡΙΕΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΑΣΤΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

### 5.1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται η προσπάθεια να αναφερθούν τα βασικά χαρακτηριστικά και οι θεωρίες που πλαισιώνουν το αστικό σύστημα ενώ παράλληλα θα γίνει η προσπάθεια να προσδιοριστεί η καταγωγή του αστικού φαινομένου, να δοθούν αναλυτικά οι θεωρίες που μπορεί να ακολουθηθούν για να επέλθει η αστική ανάπτυξη, να καταγραφούν τα προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίζουν οι πόλεις της Ε.Ε κατά την περίοδο της κρίσης και να καταγραφεί η έννοια του αστικού τουρισμού.

### 5.2) ΚΑΤΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΟΥ ΑΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

Το αστικό φαινόμενο ουσιαστικά αναφέρεται και με την έννοια της αστικοποίησης που είναι η τάση συγκέντρωσης του πληθυσμού μιας χώρας στις μεγάλες πόλεις ή αύξησης του πληθυσμού που ζει σε αστικές περιοχές. Είναι η φυσική αύξηση του πληθυσμού και της έκτασης που καταλαμβάνουν οι αστικές περιοχές, ως συνέπεια της μετανάστευσης από τις αγροτικές ή τις προαστιακές περιοχές. Βέβαια, το φαινόμενο αυτό μπορεί να περιγραφεί και με τον όρο της «αστυφιλίας» που έχει αρνητικό περιεχόμενο, αφού ως κοινωνική διαδικασία θεωρείται «υπεύθυνη» για την απογύμνωση και την εγκατάλειψη της υπαίθρου και γενικότερα για την πρόκληση οικονομικών ανισοτήτων μεταξύ των περιφερειών μιας χώρας.

Το αστικό φαινόμενο όπως γίνεται κατανοητό συνδέεται με τις κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές και τις εξελίξεις σε μια περιοχή. Η μελέτη του έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την ανάπτυξη αυτής της περιοχής αλλά και της χώρας γενικότερα. Αποτελεί ένα παγκόσμιο και διαχρονικό φαινόμενο, το οποίο επηρεάζει τόσο τις αναπτυγμένες όσο και τις λιγότερο αναπτυγμένες ή τις αναπτυσσόμενες χώρες ενώ συνήθως υπολογίζεται ως η ποσοστιαία αναλογία του αστικού επί του συνολικού πληθυσμού μιας περιοχής ή μιας χώρας. Επιπροσθέτως, ορισμένοι ερευνητές ορίζουν ως αστικοποίηση την αύξηση της έκτασης που καταλαμβάνει μια πόλη ή την αύξηση της έκτασης που χρησιμοποιείται για αστικές χρήσεις, ενώ κάποιοι άλλοι ορίζουν την αστικοποίηση ως μια κοινωνική διαδικασία για την υιοθέτηση από τους κατοίκους ενός συνόλου στάσεων και συμπεριφορών που παραδοσιακά συνδέονται και χαρακτηρίζουν τους κατοίκους των μεγάλων πόλεων.

Για να υπάρχει αύξηση του βαθμού του αστικού φαινομένου θα πρέπει να παρατηρούνται ορισμένοι παράγοντες, οι οποίοι είναι :

- Η παραγωγή των κατοίκων της υπαίθρου να μπορεί να ικανοποιήσει τις δικές τους ανάγκες, καθώς και τις ανάγκες των κατοίκων της πόλης.
- Οι κάτοικοι της πόλης να παράγουν αγαθά και υπηρεσίες σε αντάλλαγμα των προϊόντων που προέρχονται από την ύπαιθρο.
- Οι υποδομές των μεταφορών να μπορούν να ικανοποιήσουν τις μεταφορικές ανάγκες «από και προς» την πόλη.



Επίσης, η αύξηση του μεγέθους της κάθε πόλης μπορεί να οφείλεται σε τρεις βασικούς πυλώνες που είναι:

- Η φυσική αύξηση του πληθυσμού, δηλαδή το πλεόνασμα των γεννήσεων έναντι των θανάτων ή την αύξηση των γεννήσεων και τη μείωση των θανάτων στις αστικές περιοχές.
- Η καθαρή μετανάστευση, κυρίως από μικρότερους οικισμούς προς τις μεγάλες πόλεις, δηλαδή το πλεόνασμα των ατόμων που εγκαθίστανται στις πόλεις έναντι εκείνων που φεύγουν από αυτές.
- Οι μεταβολές των δημοτικών ορίων, αφού πολλές φορές τα όρια μιας πόλης επεκτείνονται και καλύπτουν εκτάσεις του περιφερειακού χώρου, με αποτέλεσμα την ενσωμάτωση σε αυτές μικρότερων οικισμών και την αύξηση του πληθυσμού της πόλης που επεκτείνεται.

Παράλληλα το αστικό φαινόμενο εμφανίζει αρκετά θετικά και αρνητικά στοιχεία τα οποία μπορούν να περιγραφούν παρακάτω.

Ως θετικά στοιχεία δύναται να θεωρηθούν:

- Η αύξηση της παραγωγής στον δευτερογενή ή τον τριτογενή παραγωγικό τομέα, λόγω της δημιουργίας οικονομιών συγκεντρώσεως και οικονομιών αστικοποίησης, οικονομιών κλίμακας και γενικότερα άλλων παραγόντων, που βοηθούν στη λειτουργία της αστικής οικονομίας. Το αστικό φαινόμενο έχει θετικές επιδράσεις στον κοινωνικό και οικονομικό τομέα αφού οι πόλεις αποτελούν επιχειρηματικά κέντρα με πολλές και ποικίλες ευκαιρίες απασχόλησης ευνοώντας με αυτόν τον τρόπο τη βελτίωση της παραγωγικότητας.
- Η διευκόλυνση της λειτουργίας της οικονομίας στο πλαίσιο της ελεύθερης αγοράς λόγω της ύπαρξης πληθυσμιακών συγκεντρώσεων σε κάποια σημεία του χώρου και συνεπώς, της ύπαρξης μεγάλων πόλεων, δεδομένου ότι στις περιοχές αυτές η ανταλλαγή των αγαθών πραγματοποιείται ευκολότερα και με μικρότερο κόστος.
- Η βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και σε ορισμένες περιπτώσεις η βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων. Οι μεγάλες πόλεις αποτελούν κέντρα παραγωγής και εξέλιξης των τεχνών, της κουλτούρας και του πολιτισμού γενικότερα, γεγονός που επηρεάζει την ποιότητα της ζωής όσων διαμένουν σε αυτές. Οι κάτοικοι των πόλεων απολαμβάνουν υψηλότερα επίπεδα κοινωνικών παροχών αφού οι υποδομές σε όλους τους τομείς (υγεία, εκπαίδευση, οδικές, πολιτιστικές, ψυχαγωγίας κτλ.) είναι περισσότερες και καλύτερης ποιότητας.
- Η βελτίωση του επιπέδου του εισοδήματος των κατοίκων των πόλεων αφού αυτοί έχουν υψηλότερο εισόδημα από τους κατοίκους της υπαίθρου.

Και ως αρνητικά στοιχεία μπορούν να καταγραφούν:

- Η διαβίωση των ανθρώπων σε ένα τεχνητό περιβάλλον όπως είναι το δομημένο περιβάλλον των μεγάλων πόλεων, χωρίς επαφή με τη φύση, σε συνθήκες με τις οποίες δεν ήταν εξοικειωμένοι στο παρελθόν. Επίσης, η ρύπανση του περιβάλλοντος, εξαιτίας της συγκεντρώσεως πολλών ανθρώπων σε μικρό χώρο. Γενικά, η υφιστάμενη κατάσταση σε πολλές σύγχρονες αστικές περιοχές χαρακτηρίζεται από έντονα περιβαλλοντικά προβλήματα, υποβάθμιση της ποιότητας ζωής και



ασφυκτική έλλειψη ζωτικού χώρου, υπονόμευση της ατομικής και της δημόσιας υγείας, και υποβάθμιση του περιβάλλοντος από την ύπαρξη πολλών βιομηχανιών και ανεπαρκών αποχετευτικών συστημάτων.

- Στις μεγάλες πόλεις παρατηρούνται πολλά κοινωνικά προβλήματα όπως η δυσκολία στη δημιουργία κοινωνικών ή προσωπικών σχέσεων, η κοινωνική απομόνωση του πληθυσμού και η αύξηση της εγκληματικότητας. Επιπλέον, το φαινόμενο της αστικοποίησης προκαλεί μεγάλες κοινωνικές ανισότητες και σημαντικά κοινωνικά προβλήματα όπως εγκληματικότητα και βίαιες συγκρούσεις. Ένα σημαντικό ποσοστό του πληθυσμού, στο οποίο οφείλεται η αύξηση του αριθμού των κατοίκων των πόλεων των αναπτυσσόμενων χωρών, είναι μικρών και μεσαίων ηλικιών. Σύμφωνα με τις προβλέψεις του ΟΗΕ, έως το 2030 το 60% του πληθυσμού των πόλεων στις αναπτυσσόμενες χώρες θα αποτελείται από νέους κάτω των 18 ετών. Ο συνδυασμός νέων, ανεργίας και φτώχειας θα έχει συνέπεια την αύξηση της εγκληματικότητας στις πόλεις.
- Επίσης ένα πρόβλημα που τις περισσότερες φορές δημιουργείται, αφορά την αύξηση του κόστους ζωής των κατοίκων των πόλεων, γιατί η διαβίωση στις μεγάλες πόλεις απαιτεί μεγάλα έργα και δαπανηρές υποδομές. Έτσι, η κατασκευή και η λειτουργία στις μεγάλες πόλεις συγκοινωνιακών δικτύων, δικτύων ύδρευσης και αποχέτευσης, δικτύων ενέργειας, συστημάτων απομάκρυνσης και απορριμμάτων απαιτούν μεγάλα κεφάλαια, τα οποία επιβαρύνουν τους κατοίκους τους και αυξάνουν το κόστος ζωής τους. Δεν θα πρέπει να παραβλεφθεί το γεγονός ότι πολλές φορές η κατασκευή δαπανηρών έργων στις πόλεις επιβαρύνει οικονομικά και τις περιφέρειες, αφού η χρηματοδότησή τους γίνεται από προγράμματα δημόσιων επενδύσεων, για τη διαμόρφωση των οποίων συμβάλλει το σύνολο των κατοίκων της χώρας και όχι μόνο των μεγάλων πόλεων.
- Το κόστος των υποδομών που θα πρέπει να υλοποιηθούν σε μια πόλη, για την ικανοποίηση της αυξημένης ζήτησης σε σχετικές υπηρεσίες, αποτελεί ένα πρόβλημα που δημιουργεί η υποαπασχόληση του επενδεδυμένου κεφαλαίου στις περιοχές που συρρικνώνονται πληθυσμιακά εξαιτίας της αστικοποίησης. Η μετακίνηση πληθυσμού από τους μικρούς οικισμούς προς τις μεγάλες πόλεις, κυρίως λόγω των διαφορών στα μεταξύ τους επίπεδα ανάπτυξης, έχει αποτέλεσμα αφενός τη δημιουργία ζήτησης για επέκταση του κοινωνικού κεφαλαίου και των υποδομών στις πόλεις και αφετέρου την εγκατάλειψη ή υπο-χρησιμοποίηση των υποδομών στους μικρούς οικισμούς.

### 5.3) ΘΕΩΡΙΕΣ ΤΗΣ ΑΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Οι παράγοντες που καθορίζουν την αστική ανάπτυξη συνδέονται άμεσα με τον οικονομικό ρόλο που μπορεί να έχει η κάθε πόλη. Έτσι, ανάλογα με τον οικονομικό ρόλο της κάθε πόλης προκύπτουν και οι θεωρίες της αστικής ανάπτυξης που διακρίνονται σε εκείνες της εξωγενούς και της ενδογενούς αστικής ανάπτυξης.

Οι εξωγενείς θεωρίες αστικής ανάπτυξης διακρίνονται στα μοντέλα του κέντρου-περιφέρειας, εποικισμού και διάχυσης. Κοινό τους σημείο αποτελεί η συνεχής διαδικασία επέκτασης της που κυριαρχείται από το μοντέλο των πόλεων-δορυφόρων στην πρώτη περίπτωση, του μετώπου αστικοποίησης-συνόρων στην δεύτερη και κέντρων καινοτομίας στην τρίτη.



Από την αντίθετη μεριά, οι ενδογενείς θεωρίες αστικής ανάπτυξης περιλαμβάνουν τα μοντέλα των πόλων ανάπτυξης, της οικονομικής βάσης των πόλων, την αστικοποίηση και εκβιομηχάνιση και την θεώρηση των κεντρικών τόπων.

#### 5.4) ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΥΡΩΠΑΙΚΩΝ ΠΟΛΕΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

Η οικονομική κρίση που βιώνει η Γηραιά Ήπειρος την τελευταία δεκαετία δεν άφησε ανεπηρέαστες και τις πόλεις των περισσότερων ευρωπαϊκών κρατών που αποτελούν και τα κύτταρα παραγωγής πολιτισμού και οικονομικού πλούτου για αυτές. Η μείωση των μισθών και των συντάξεων, η πληγή που έχει υποστεί το εμπόριο λόγω των μειωμένων πωλήσεων, η αρνητική ψυχολογία των περισσότερων πολιτών είναι επακόλουθα της οικονομικής κρίσης στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες. Ωστόσο, στις πόλεις τα προαναφερθέντα φαινόμενα παρουσιάζονται ακόμα πιο έντονα. Οι πολίτες, ενταγμένοι στο ανώνυμο αστικό περιβάλλον, είναι περισσότερο επιρρεπείς στις ψυχοκοινωνικές επιπτώσεις της κρίσης, καθώς εκλείπουν οι στενότερες σχέσεις των κατοίκων ενός χωριού. Στην πόλη τα προβλήματα διογκώνονται. Η οικονομική κρίση καθιστά δυσμενέστερες της συνθήκες διαβίωσης.

Για να γίνει κατανοητό το φαινόμενο της κρίσης στον αστικό χώρο, θα πρέπει να περιοριστεί η διερεύνηση των επιπτώσεων της στον γεωγραφικά οριοθετημένο χώρο των πόλεων, λαμβάνοντας υπόψη ορισμένα χαρακτηριστικά και ιδιομορφίες που χαρακτηρίζουν τον χώρο αυτό. Η πόλη θα μπορούσε να οριστεί ως μια εταιρική σχέση ανθρώπων που επιδιώκουν το κοινό καλό. Επειδή βλέπουμε ότι κάθε πόλη είναι μια μορφή κοινωνικής συνύπαρξης και κάθε κοινότητα έχει συσταθεί για την επίτευξη κάποιου αγαθού, είναι φανερό ότι όλες τους (οι πόλεις) επιδιώκουν κάποιο αγαθό – και φυσικά επιδιώκει το ανώτερο απ' όλα τα αγαθά αυτή που είναι ανώτερη από όλες και κλείνει μέσα της όλες τις άλλες. Από την άλλη, η αρχαία και μεσαιωνική πόλη στη δύση παρουσιάζει διαφορετικά κύρια γνωρίσματα. Αποτελεί την έδρα μιας αγοράς, είναι σύνδεσμος των κατοίκων της, οι οποίοι έχουν κοινά προνόμια, εν μέρει δικό της δίκαιο και δικά της δικαστήρια, και έστω μερική, αυτονομία κατά την διοίκηση των υποθέσεών της. Στη Δύση, αρχαία και μεσαιωνική, διεκδικείται η νομική εξίσωση των κατοίκων, γεννιέται η δημοκρατία, «ο αέρας της πόλης σε κάνει ελεύθερο» (Βέμπερ Μ., 1921). Οι πόλεις είναι ένα σύνολο πραγμάτων: απομνημονεύσεων, επιθυμιών, σημείων μιας γλώσσας. Οι πόλεις είναι τόποι ανταλλαγών όπως εξηγούν όλα τα βιβλία της οικονομίας, αλλά οι ανταλλαγές αυτές δεν είναι μονάχα ανταλλαγές εμπορευμάτων, είναι και ανταλλαγές λέξεων, πόθων, αναμνήσεων (Καλβίνο Ι., 2004).

Οι πόλεις δεν είναι μόνο τα κτήρια, οι δημόσιοι χώροι, τα δίκτυα. Είναι πολύ περισσότερα. Η πόλη δεν υπάρχει χωρίς τους ανθρώπους που γεννιούνται, ζουν, εργάζονται και παράγουν αγαθά, υπηρεσίες, πολιτισμό, που μορφώνονται, διασκεδάζουν, μετακινούνται, συναντώνται σε αυτή. Οι άνθρωποι χρησιμοποιούν την πόλη και επιδρούν σε αυτή και ταυτόχρονα η πόλη επηρεάζει αρνητικά ή θετικά τους ανθρώπους. Υπάρχει ένας ξεχωριστός σύνδεσμος, μια ιδιαίτερη σχέση που συνδέει τον πολίτη με την πόλη. Η πόλη επίσης είναι η ιστορία της, η εξέλιξη μέσα από αδιόρατες μεταβολές στην διάρκεια του χρόνου ή μέσα από τομές που έφεραν ορατές αλλαγές στη μορφή και τη λειτουργία της.

Αυτή η σύνθετη και αμφίδρομη σχέση μεταξύ πόλης και κοινωνίας, γίνεται ιδιαίτερα ορατή σε περιόδους πολύ σημαντικών μεταβολών, όπως με την έκρηξη της αστικοποίησης λόγω της εκβιομηχάνισης του 19ου και 20ου που άλλαξε ριζικά το χάρτη ευρωπαϊκών πόλεων, αλλά και στις μέρες



μας, όπου οι τεράστιες μετακινήσεις ανθρώπων για άλλους λόγους (κλιματική αλλαγή, παγκόσμιες οικονομικές αναδιαρθρώσεις, πόλεμοι, διώξεις) αλλάζουν ξανά τις ευρωπαϊκές πόλεις.

Κατά την τελευταία εικοσαετία, οι πόλεις είχαν αποτελέσει αφενός τόπους συγκέντρωσης δημόσιων και ιδιωτικών επενδύσεων σε αστικά ακίνητα και υποδομές και αφετέρου τόπους μεγάλης επέκτασης των υπηρεσιών, ιδιαίτερα του χρηματοπιστωτικού τομέα και του εμπορίου, με αποτέλεσμα να δοκιμάζονται εντονότερα από την τρέχουσα οικονομική κρίση. Στις μεγάλες πόλεις η πολυσύνθετη οικονομική και κοινωνική γεωγραφία σε συνδυασμό με τη συσσώρευση περιβαλλοντικών προβλημάτων αναδεικνύουν με μεγαλύτερη ένταση πολλές από τις οικονομικές και κοινωνικές πλευρές της κρίσης όπως είναι το κλείσιμο ή η χρεοκοπία των επιχειρήσεων, η ανεργία και η υποαπασχόληση, οι κατασχέσεις ακινήτων και η φτώχεια. Πρόκειται για παράγοντες που οδηγούν σε σοβαρά προβλήματα συρρίκνωσης, απαξίωσης και υποβάθμισης συγκεκριμένων ζωνών ή περιοχών της πόλης. Για παράδειγμα, το μαζικό κλείσιμο των εμπορικών επιχειρήσεων και η αύξηση των κενών καταστημάτων σε βασικούς εμπορικούς δρόμους πολλών ελληνικών πόλεων, οδηγεί στην απαξίωση του κτηριακού αποθέματος, στην ερήμωση ολόκληρων ζωνών και σε νέα προβλήματα υποβάθμισης του αστικού περιβάλλοντος. Ιδιαίτερα οι πόλεις που εξαρτήθηκαν για μεγάλο χρονικό διάστημα από την εσωτερική κατανάλωση που τροφοδοτούσαν οι εισοδηματικές επιδοτήσεις και η απασχόληση στο δημόσιο τομέα, είναι ακόμα πιο ευάλωτες στη δημοσιονομική κρίση. Η κρίση των πόλεων εντείνεται και από τα οργανωτικά και χρηματοδοτικά ελλείμματα των τοπικών αυτοδιοικήσεων και επομένως από την αδυναμία τους να ανταποκριθούν στις αυξανόμενες οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανάγκες των πολιτών.

Παράλληλα, η οικονομική κρίση προκαλεί διαφοροποίηση των ατομικών και συλλογικών συμπεριφορών που κατευθύνονται στην εκμετάλλευση τυχόν διαθέσιμων περιβαλλοντικών πόρων για την αντιμετώπιση έκτακτων αναγκών, με αποτέλεσμα την επιδείνωση ή/και την εμφάνιση νέων πιέσεων και προβλημάτων στο αστικό περιβάλλον. Οι αρνητικές συνέπειες της οικονομικής κρίσης στο αστικό περιβάλλον γίνονται ιδιαίτερα αισθητές στα μεγάλα αστικά κέντρα όπου η κάλυψη των αναγκών θέρμανσης με τη χρήση καυσόξυλων ή άλλης βιομάζας ακόμα και κάθε είδους ακατάλληλων υλικών αυξάνει τη συγκέντρωση των αιωρούμενων σωματιδίων πάνω από τα επιτρεπτά όρια, προκαλώντας έτσι κινδύνους για τη δημόσια υγεία. Λιγότερο φανερές αλλά εξίσου σοβαρές, είναι οι επιπτώσεις που προκαλούνται από τις υποχρεωτικές διαρθρωτικές μεταβολές. Ακόμη, η απλοποίηση των διαδικασιών περιβαλλοντικής αδειοδότησης λόγω της κρίσης προκειμένου να διευκολυνθούν οι επενδύσεις, μπορεί να οδηγήσει σε απώλεια κρίσιμων φυσικών πόρων ή ακύρωση σημαντικών περιβαλλοντικών κεκτημένων. Επίσης, η ανεπαρκής στελέχωση και χρηματοδότηση των αρμόδιων υπηρεσιών για θέματα παρακολούθησης και ελέγχου του περιβάλλοντος όπως των υπηρεσιών για την ολοκλήρωση των δασικών χαρτών και του κτηματολογίου, αδυνατίζει αντικειμενικά τις προϋποθέσεις της περιβαλλοντικής προστασίας (Ερευνητική Μονάδα Χωρικής Ανάπτυξης Α.Π.Θ., 2014).

## 5.5) ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο αστικός τουρισμός αναφέρεται στον τουρισμό που αφορά τις πόλεις. Η μορφή αυτή του τουρισμού τον τελευταίο καιρό έχει επιδείξει αλματώδη ανάπτυξη. Το τουριστικό δυναμικό φαίνεται να ενδιαφέρεται περισσότερο για την μοναδική πολιτιστική κληρονομιά, αφού πλέον σημαντικοί τουριστικοί προορισμοί, δεν είναι μόνο οι καθιερωμένοι, αλλά εντάσσονται σε αυτούς νέοι. Νέες πόλεις, νέες χώρες κερδίζουν έδαφος στο τουριστικό προσκήνιο. Αυτή η τάση, έχει αναγνωριστεί από την



πολιτική ηγεσία και πλέον γίνονται συντονισμένες προσπάθειες για να γίνει η εκάστοτε πόλη τουριστικά πιο ανταγωνιστική από τις άλλες.

Τα οφέλη τα οποία δύναται να προσφέρει ο αστικός τουρισμός μπορούν να παρουσιαστούν αναλυτικότερα παρακάτω και είναι τα εξής:

- Η εστίαση, τα καταλύματα και οι μεταφορές είναι τομείς της οικονομίας που συνδέονται άμεσα με τον τουρισμό, μιας και αποτελούν απαραίτητες υποδομές για την ανάπτυξη του. Σε συνδυασμό με την ενίσχυση αυτών των κλάδων, οι υπηρεσίες και οι δραστηριότητες πολιτισμού μέσα στη πόλη τροφοδοτούνται συνεχώς, αφού οι επισκέπτες επιθυμούν να γνωρίσουν την πόλη και έτσι πραγματοποιούν επισκέψεις και εκδρομές στα σημεία ενδιαφέροντος.
- Η ανάγκη για παροχή υπηρεσιών, λοιπόν, χρειάζεται εργατικό δυναμικό να την υποστηρίξει και έτσι δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας στο κέντρο της πόλης. Ταυτόχρονα, με την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού και κατ' επέκταση της οικονομίας, η πόλη εξελίσσεται.
- Οι απαραίτητες υποδομές για τη φιλοξενία των τουριστών, απαιτούν νέα οικοδομικά και τεχνικά έργα που θα εκσυγχρονίσουν την πόλη προσελκύοντας νέους επενδυτές. Παράλληλα, ενεργοποιούνται περιοχές με ιστορικό ενδιαφέρον, γεγονός που δίνει νέα δυναμική σε διαφορετικά σημεία της πόλης.

Η ανάπτυξη όμως του αστικού τουρισμού προϋποθέτει και την άμεση συνεργασία διάφορων φορέων σε συνδυασμό πάντα και με τον κατάλληλο συντονισμό των απαραίτητων δραστηριοτήτων. Οι απαραίτητες προϋποθέσεις παρουσιάζονται παρακάτω:

- Δημόσιοι χώροι και χώροι πρασίνου, τα παράκτια σημεία της πόλης, τα μνημεία της είναι στοιχεία που συνδέονται με τον τόπο και κεντρίζουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών. Κατ' επέκταση απαιτούνται εξειδικευμένες δραστηριότητες και υποδομές που θα αναδείξουν την υλική βάση αυτή, της πόλης, όπως είναι τα μουσεία με σκοπό τη προβολή της ιστορικής κληρονομιάς του τόπου και εκδηλώσεις διαφόρων τύπων, συναυλίες, ομιλίες, δράσεις ώστε οι τουρίστες να μάθουν για την πόλη και να ζήσουν στους ρυθμούς της.
- Απαραίτητη κρίνεται και η ύπαρξη υπηρεσιών εστίασης και διαμονής υψηλής ποιότητας, εκσυγχρονισμένες, σε κομβικά σημεία της πόλης, ώστε να διευκολύνονται οι μετακινήσεις τους.
- Παράλληλα, χρειάζεται να υπάρχουν γραφεία τουρισμού που να εξυπηρετούν τους τουρίστες στις μεταφορές τους ή τα μέσα μαζικής μεταφοράς να μπορούν να διανέμουν το τουριστικό δυναμικό σε όλα τα σημεία ενδιαφέροντος.
- Η ύπαρξη επαρκούς πληροφόρησης των τουριστών για όλα τα παραπάνω κρίνεται αναγκαία από τους αρμόδιους φορείς, με σκοπό την εξυπηρέτησή τους.

Περίληπτικά, στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάστηκαν η καταγωγή και η θεώρηση του αστικού φαινομένου και οι θεωρίες της αστικής ανάπτυξης. Στη συνέχεια, καταγράφηκαν τα προβλήματα των πόλεων κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης και τέλος δόθηκε η περιγραφή του αστικού τουρισμού, των οφελών



που προσφέρει και των προϋποθέσεων για την ανάπτυξη του. Στο επόμενο κεφάλαιο γίνεται μία εκτενής ανάλυση της τουριστικοποίησης στις αστικές περιοχές.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6-ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΙΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

### 6.1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται η προσπάθεια να αναλυθούν οι παράγοντες που συντελούν στην τουριστικοποίηση των αστικών περιοχών. Πιο συγκεκριμένα, θα αναφερθεί λεπτομερώς το φαινόμενο της τουριστικοποίησης και οι νεοφιλελεύθερες αστικές πολιτικές μέσα από μία εκτεταμένη καταγραφή των φαινομένων του city branding, των δημιουργικών πόλεων και της έννοιας του εξευγενισμού που τις απαρτίζουν. Παράλληλα, δίδεται έμφαση στο φαινόμενο του Airbnb και στις επιπτώσεις που γεννά στις αστικές περιοχές όπου εμφανίζεται.

### 6.2) ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗΣ

Μια από τις εκφάνσεις που μπορεί να εμφανίσει ο τουρισμός είναι το φαινόμενο της τουριστικοποίησης περιοχών και πόλεων. Το φαινόμενο της τουριστικοποίησης γεννάται από την απρογραμματίστη και μη ελεγχόμενη ανάπτυξη του τουρισμού, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται σοβαρά προβλήματα σε βασικούς τομείς όπως είναι η κοινωνία, το περιβάλλον και ο πολιτισμός.

Η ολοένα και αυξανόμενη τουριστική ζήτηση και η ανάγκη για την κάλυψη της, οδήγησε τον τοπικό πληθυσμό να απολέσει σταδιακά την τοπική και πολιτιστική του ταυτότητα και να αποκτήσει μία ομοιόμορφη εικόνα. Τα τελευταία τριάντα χρόνια, όλο και πιο έντονο γίνεται το φαινόμενο της τουριστικοποίησης, με τις επιπτώσεις της να είναι εμφανείς σε αρκετές πόλεις, καθώς παρατηρούνται πιέσεις και εντάσεις στον τοπικό πληθυσμό που εκδηλώνονται μέσω της πολυκοσμίας και των συνεχών θορύβων. Η απώλεια των δικαιωμάτων της ιδιοκτησίας, η μόλυνση που οφείλεται σε πυρκαγιές στα δάση, στην άναρχη ανέγερση ξενοδοχείων που αλλοιώνουν τον αστικό ιστό και στα ύδατα από τη μη ύπαρξη του αποχετευτικού δικτύου είναι ορισμένα γεγονότα που οφείλονται στην τουριστικοποίηση. Επιπλέον, ο μεγάλος αριθμός τουριστών, συχνά οδηγεί σε έναν υποβιβασμό της αισθητικής των περιοχών, σε προβλήματα όπως η κακοπληρωμένη εργασία και η αύξηση των τιμών σε αγαθά, και συντελεστές παραγωγής (εργασία αγαθών, γης, φόρων) που επιβαρύνουν οικονομικά κυρίως τον ντόπιο πληθυσμό με αποτέλεσμα να τον εξαναγκάσουν να εγκαταλείψει τον τόπο του και να αντικατασταθεί με τουρίστες (Ακογλάνης, 2011).

Από την άλλη μεριά του νομίσματος, για έναν ορισμένο αριθμό ανθρώπων, η τουριστικοποίηση περιοχών και πόλεων μπορεί να οδηγήσει σε αρκετά οφέλη. Ειδικότερα, παρατηρείται μία ταχύτατη τοπική ανάπτυξη, που συνοδεύεται από οικονομικές αποδόσεις βραχυπρόθεσμου ορίζοντα και καταγράφεται μία βελτίωση των μεταφορικών μέσων, μέσω της οποίας καθίσταται δυνατή η αύξηση της επισκεψιμότητας από τουρίστες, καθώς οι μεταφορές μπορούν να τους προσφερθούν με μικρότερες τιμές εισιτηρίων, με μεγαλύτερη άνεση και ασφάλεια.



### 6.3) ΟΙ ΝΕΟΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ

Οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές αποδεικνύεται μέσα από το πέρασμα των τελευταίων εβδομήντα ετών ότι έβρισκαν πρόσφορο έδαφος για την εφαρμογή τους στις πόλεις. Οι πόλεις αποτελούσαν με την σειρά τους, τους γεωγραφικούς χώρους και τα 'εργαστήρια' για την εφαρμογή ποικίλων νεοφιλελεύθερων πειραμάτων (Van Geut ,2012).

Από τις αρχές της δεκαετίας του εβδομήντα, οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές διατηρούν την μορφή με την οποία συναντώνται και εφαρμόζονται στις μέρες μας, αποτελώντας μία απάντηση στο κράτος πρόνοιας της κεϋνσιανής θεωρίας. Θα πρέπει να υπογραμμιστεί πως οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές περιλαμβάνουν μεθόδους όπως οι ιδιωτικοποιήσεις, οι ανοικτές και ανταγωνιστικές αγορές, η εξάπλωση του εμπορίου, ο μονεταρισμός και η προστασία των δικαιωμάτων της ιδιοκτησίας.

Εξετάζοντας τον νεοφιλελευθερισμό γενικότερα, γίνεται κατανοητό πως οι εκφράσεις, οι πολιτικές και οι επιπτώσεις του διαφέρουν σημαντικά για κάθε πόλη και χώρα. Ταυτόχρονα, παρατηρείται πως ορισμένες διαδικασίες της νεοφιλελευθεροποίησης δεν αντιτίθενται απέναντι στις κρατικές πολιτικές αλλά εμπλέκονται περισσότερο με αυτές και ενισχύουν τις διαδικασίες της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Κρίνεται αναγκαίο όμως να τονισθεί πως οι νεοφιλελεύθερες πολιτικές είναι πού πιθανόν να συνδέονται άμεσα με πολλαπλά συστήματα εξουσίας (Mitchell, 2003).

Τέλος, οι νεοφιλελεύθερες αστικές πολιτικές εκφράζονται μέσα από τρεις βασικούς πυλώνες οι οποίοι είναι: οι δημιουργικές πόλεις, οι πολιτικές εξευγενισμού και το City Branding. Κάθε ένας από αυτούς τους πυλώνες εξετάζεται αναλυτικότερα στις παρακάτω ενότητες.

### 6.4) ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ ΠΟΛΕΙΣ

Ο όρος "δημιουργικές πόλεις" αναφέρεται σε πόλεις που έχουν βιώσει την εφαρμογή νέων αξιών, κοινωνικών σχέσεων και τρόπων οργάνωσης. Είναι μέρη όπου υπάρχει έντονη πνευματική και κοινωνική αναταραχή και οι κλασσικές συντηρητικές αξίες τίθενται σε έντονη αμφισβήτηση. Η έννοια των δημιουργικών πόλεων περικλείει μέσα της τρεις βασικούς πυλώνες που στηρίζουν την ύπαρξή της. Αναλυτικότερα, ο πρώτος υπογραμμίζει πως οι δημιουργικές πόλεις αποτελούν ένα από τα εργαλεία της αστικής ανάπτυξης, ο δεύτερος αναλύει την ύπαρξη δραστηριοτήτων που συγκαταλέγονται στους δημιουργικούς τομείς ενώ ο τρίτος τις εκλαμβάνει ως το βασικό στοιχείο για την προσέλκυση δημιουργικού ανθρώπινου δυναμικού (Hall, 2000).

Έναν από τους σημαντικότερους ρόλους στις δημιουργικές πόλεις διαδραματίζει ο πολιτισμός. Ο πολιτισμός συνδέεται άρρηκτα με την δημιουργικότητα και δύναται να αποτελέσει τον αστικό πόρο που μπορεί να αντικαταστήσει σε μεγάλο βαθμό άλλους πόρους όπως είναι η βιομηχανία και ο γεωγραφικός χώρος. Παράλληλα, αποτελεί τον παράγοντα που προσφέρει μία ταυτότητα στην πόλη, αναδεικνύοντας την μοναδικότητα της και επιφέροντας με τον τρόπο αυτό πολλαπλά οικονομικά και κοινωνικά οφέλη. Μέσα από τον πολιτισμό μπορεί να γίνει η σύνδεση και η άντληση στοιχείων και πληροφοριών ικανών να συντελέσουν εφελκυστικό για την ύπαρξη νέων ιδεών, που θα προωθούν την καινοτομία και τον εναρμονισμό των τοπικών ιδιοτεροτήτων με κάθε μελλοντικό σχεδιασμό (Landry, 2000).

Βέβαια, για να μπορεί να χαρακτηριστεί μία πόλη ως δημιουργική και ακόμη περισσότερο και επιτυχημένη θα πρέπει να υπάρχουν συγκεκριμένοι παράγοντες που να δημιουργούν με τη σειρά τους και



τις κατάλληλες προϋποθέσεις. Οι παράγοντες αυτοί παρουσιάζονται αναλυτικά παρακάτω και είναι οι εξής:

**Δημιουργικότητα των οργανισμών-** Σχετίζεται με την ύπαρξη ενός καθαρά δημιουργικού τρόπου λειτουργίας και οργάνωσης με βασικό στοιχείο τις κατάλληλες συνθήκες για την προώθηση και εφαρμογή δημιουργικών δραστηριοτήτων, την εγκατάλλειψη των παραδοσιακών κανόνων και στερεότυπων και την αποδοχή της αποτυχίας και την ικανότητα δημιουργικών οργανισμών να θεωρούν τη δια βίου μάθηση ως πρωταρχικό τους σκοπό.

**Ενίσχυση τοπικής ταυτότητας της πόλης-** Γίνεται αναφορά σχετικά με την τόνωση της τοπικής ταυτότητας μέσω της οποίας δημιουργούνται οι κατάλληλες προϋποθέσεις για την εγκατάσταση του κοινωνικού πνεύματος, της αστικής υπερηφάνειας και της φροντίδας για το περιβάλλον της πόλης. Επιπλέον, η ανοχή στις διάφορες ταυτότητες που δύναται να εντοπιστούν στις δημιουργικές πόλεις συμβάλλει σημαντικά στην ζωτικότητα τους.

**Προσωπικές ποιότητες-** Συνδέεται με τους ανθρώπους που υπάρχουν στις δημιουργικές πόλεις, οι οποίοι διαθέτουν μία σκέψη ανοικτή και ευέλικτη ενώ δείχνουν μία προθεσμία να σκεφτούν από την αρχή τα προβλήματα. Παρ' όλα αυτά δεν μπορούν να επιτύχουν τίποτα χωρίς τους λιγότερο δημιουργικούς οι οποίοι είναι εκείνοι που εξετάζουν, δοκιμάζουν και αξιοποιούν τις δημιουργικές νέες ιδέες.

**Ανθρώπινη ποικιλομορφία και αξιοποίηση ταλέντων-** Υπογραμμίζει πόσο σημαντικό είναι να υπάρχει μία αλληλοσύνδεση μεταξύ μίας πολιτιστικής και κοινωνικής ποικιλομορφίας με την δυνατότητα κατανόησης και της γνώσης που σχετίζεται με το διαφορετικό, παρά με την ξενοφοβία. Σε ότι αφορά τους μετανάστες, οι διαφορετικές δεξιότητες, τα ταλέντα και οι πολιτιστικές τους αξίες μπορούν να οδηγήσουν σε νέες ιδέες και ευκαιρίες που δύναται να αναπτυχθούν στις δημιουργικές πόλεις.

**Βούληση και ηγεσίες-** Σχετίζεται άμεσα με το αίσθημα της θέλησης που θα πρέπει να έχουν οι άνθρωποι των δημιουργικών πόλεων για να στηρίζουν τις αλλαγές και τις νέες προσεγγίσεις που θα πρέπει να ακολουθηθούν στην επίλυση των νέων προβλημάτων. Θεμέλιος λίθος βέβαια είναι η ύπαρξη ηγετών οι οποίοι είναι διατεθειμένοι να συγκρουστούν με συμφέροντα και κατεστημένα.

**Δικτύωση και σχετικές υποδομές της πόλης-** Τονίζεται η μεγάλη σημασία της δικτύωσης και της σύνδεσης μεταξύ των πόλεων. Αυτό συμβαίνει διότι η δημιουργικότητα είναι συνδεδεμένη με τους όρους της ανταλλαγής γνώσεων και καινοτόμων πρακτικών.

**Αστικοί χώροι και εγκαταστάσεις-** Σημειώνει τον πολύ σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει ο δημόσιος χώρος στην ανάπτυξη της δημιουργικότητας μέσω της επαφής ανάμεσα στις κοινωνικές ομάδες και στην ύπαρξη των απαραίτητων δημόσιων πολιτιστικών και καινοτομικών υποδομών στην πόλη.

(Landry, 2000: 105-131)



Παράλληλα ανάλογα με τον τρόπο που αναπτύσσονται οι πόλεις και τις βάσεις της οικονομίας τους μπορούν να διακριθούν στους παρακάτω τύπους:

**Τεχνολογικές – οργανωτικές πόλεις-** Οι συγκεκριμένες πόλεις αποτελούν εκείνες τις αστικές περιοχές όπου γίνεται η χρήση αυθεντικών και πρωτότυπων τρόπων για την λύση των αστικών προβλημάτων από τους τοπικούς φορείς.

**Τεχνολογικές – καινοτόμες πόλεις-** Οι συγκεκριμένες πόλεις αποτελούν εκείνες τις αστικές περιοχές όπου εμφανίζονται καινούργιες τεχνολογίες.

**Πολιτιστικές – τεχνολογικές πόλεις-** Οι συγκεκριμένες πόλεις αποτελούν εκείνες τις αστικές περιοχές όπου υπάρχει μία σύνδεση ανάμεσα στην τεχνολογία και τον πολιτισμό.

**Πολιτιστικές – πνευματικές πόλεις-** Οι συγκεκριμένες πόλεις αποτελούν εκείνες τις αστικές περιοχές στις οποίες μέσα από την σύγκρουση της συντηρητικής τάξης και των καινοτόμων ριζοσπαστών αναπτύχθηκαν η επιστήμη και ο πολιτισμός. Μέσα από αυτή την διαμάχη αρκετοί φιλόσοφοι, άνθρωποι της διανόησης και καλλιτέχνες κατάφεραν να παράγουν δημιουργήματα και να εκφράσουν το ταλέντο τους στις πόλεις αυτές (Hospers, 2003: 147-148).

Οπότε γίνεται εμφανές πως οι δημιουργικές πόλεις αποτελούν μία από τις μορφές μέσω των οποίων είναι δυνατή η αστική ανάπτυξη που έχει ως επίκεντρο τον άνθρωπο. Επίσης, όροι όπως η διαφορετικότητα, το ταλέντο, η τεχνολογία, η μάθηση, η ανοχή, ο πολιτισμός, η δικτύωση και η συνεργασία αποτελούν βασικά στοιχεία των πόλεων αυτών.

## 6.5) CITY BRANDING

Την τελευταία δεκαετία μέσα από τον τομέα του εμπορικού μάρκετινγκ γεννήθηκε η έννοια του City Branding που θα επηρέαζε σημαντικά χιλιάδες πόλεις. Σε ότι αφορά τον ορισμό του City Branding έχουν δοθεί αρκετοί προσδιορισμοί, με ορισμένους από αυτούς να τη θεωρούν ως μία μακράς διάρκειας στρατηγική ή διαδικασίων λήψης μέτρων και ενεργειών, μεταξύ των οποίων υπάρχει μία άμεση σύνδεση αποσκοπώντας στην αύξηση ή ακόμη και στη διατήρηση της ελκυστικότητας ενός προορισμού. (Hospers and Pen, 2008)

Σύμφωνα με τον Καραχάλη (2016), το City Branding σχετίζεται με ένα σύστημα ανταγωνισμού της πόλης που έχει ως στόχο να επηρεάσει την αντίληψη και την γνώμη των ανθρώπων προς όφελός της. Είναι σαφές πως το City Branding αποτελεί τη στρατηγική που έχει ως σκοπό τη βελτίωση της εικόνας και του προφίλ της κάθε πόλης μέσω της επιλογής και προώθησης με τον πιο εύστοχο και κατάλληλο τρόπο των κεντρικών χαρακτηριστικών της.

Η έννοια του City Branding σχετίζεται άμεσα όμως και με βασικούς τομείς όπως η ασφάλεια, η χωροταξία, η υγεία και η οικονομία όπου μέσω στρατηγικών μεταβολών σε αυτούς τους τομείς επιτυγχάνεται η μεγαλύτερη ελκυστικότητα κάθε προορισμού σε διεθνές επίπεδο. Έτσι, βασικός στόχος της εφαρμογής αυτών των στρατηγικών μεταβολών είναι η προώθηση του City Branding, η οποία οδηγεί στην όλο και μεγαλύτερη προσέλκυση τουριστών, επενδύσεων, εργατικού δυναμικού και σημαντικών πολιτιστικών γεγονότων στην πόλη.



Αξίζει να αναφερθεί πως το City Branding εμφανίζει και ορισμένα βασικά γνωρίσματα που είναι η εικόνα, το όραμα, η αφοσίωση, ο έλεγχος και η διάγνωση. Μία περαιτέρω εξέταση των γνωρισμάτων αυτών φανερώνει μία άμεση σύνδεση μεταξύ τους. Ταυτόχρονα, η διαμόρφωση μία επιθυμητής εικόνας προκύπτει μέσω της ανάλυσης των θετικών και αρνητικών στοιχείων της κάθε πόλης, καταλήγοντας στην ανάπτυξη ενός στρατηγικού πλάνου και στον τρόπο με τον οποίο θα μπορεί να πραγματοποιηθεί ο έλεγχος του. Οπότε γίνεται αντιληπτό πως ο σκοπός του City Branding είναι πολυεπίπεδος, διότι εκτός από την από την ανάπτυξη του τουρισμού, του εμπορίου και άλλων διαδικασιών που στόχο έχουν την επίτευξη του κέρδους, εμφανίζει ως μέλημα του και τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των μόνιμων κατοίκων της πόλης μέσω της ικανοποίησης των αναγκών τους (Vanolo, 2008).

Τέλος, πρέπει να υπογραμμιστεί πόσο σημαντική είναι η ενεργή συμμετοχή των κατοίκων για τη διαδικασία του City Branding. Η συμμετοχή τους στην λήψη αποφάσεων και η φιλική τους συμπεριφορά απέναντι σε τουρίστες και νέους επενδυτές που δύναται να αξιολογήσουν την περιοχή τους, συμβάλει καθοριστικά στην καλή εικόνα της πόλης. Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης αποτελούν και εκείνα με την σειρά τους έναν καίριο παράγοντα για το City Branding, καθώς μέσα από τις εικόνες, τις πληροφορίες, τις ειδήσεις που προβάλλουν στους ανθρώπους, δύναται να διαμορφώσουν μία θετική ή αρνητική εικόνα για την κάθε πόλη. Ως εκ τούτου, αποτρέπουν ή προκαλούν ένα μεγάλο μέρος της κοινής γνώμης να επισκεφτεί ή όχι έναν προορισμό (Castellot & Mader, 2010).

#### **6.6) Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΕΞΕΥΓΕΝΙΣΜΟΥ – “Gentrification”**

Η έννοια του εξευγενισμού “Gentrification” διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη του φαινομένου της τουριστικοποίησης. Ο όρος εξευγενισμός έχει στενή σχέση με τις διαδικασίες αναδιάρθρωσης των υποβαθμισμένων συνοικιών των πόλεων τόσο κοινωνικά όσο και σε γεωγραφικό χώρο. Η αντικατάσταση των οικονομικά, πολιτικά και κοινωνικά χαμηλών πληθυσμιακών στρωμάτων με ανώτερα και μεσαία στρώματα αποτελεί μία από τις πρώτες διαδικασίες της έννοιας του Gentrification.

Αναλυτικότερα, η αύξηση των τιμών της γης, οδηγεί αναπόφευκτα στη δημιουργία της λεγόμενης υπεραξίας. Η υπεραξία αυτή οφείλεται στην διαφορά που υφίσταται ανάμεσα στην πραγματική και δυνητική γαιοπρόσοδο, καθρεπτίζοντας με τον τρόπο αυτό τις αυξητικές τάσεις των τιμών στην αγορά γης στις περιοχές που επικρατούν οι τάσεις του εξευγενισμού. Με την εφαρμογή των τάσεων αυτών, παρατηρείται μία μεταβολή του αστικού τοπίου καθώς σημειώνονται αλλαγές στη χρήση γης, δημιουργώντας καινοτόμες κατασκευές που χρησιμοποιούνται για την ανάδειξη μνημείων και κτηρίων που φανερώνουν την ιστορικότητα της κάθε περιοχής. Βέβαια, ουσιώδης είναι η παρατήρηση πως η έννοια του εξευγενισμού συνδέεται άμεσα με τις φιλελεύθερες πολιτικές του καπιταλιστικού οικονομικού συστήματος αφού έχει ως βασικό γνώμονα το κέρδος. Το γεγονός αυτό έγινε έντονο μετά τις αρχές της δεκαετίας του 90’ σε αρκετές ιστορικές πόλεις της ανατολικής Ευρώπης όπου καταγράφηκε αποδυνάμωση του κράτους πρόνοιας και ενίσχυση της παρουσίας του πολυεθνικού κεφαλαίου. Ορισμένα από τα δεδομένα που ενίσχυσαν την άποψη αυτή είναι η σύμπραξη των τοπικών κυβερνήσεων με ιδιωτικές επιχειρήσεις για την “τεχνική” απαξίωση ορισμένων περιοχών, οδηγώντας σε τεράστια περιθώρια κέρδους και σε καινοτόμα έργα. Ο σκοπός της δημιουργίας αυτών των έργων τα οποία δεν εξυπηρετούν τους “γηγενείς” κατοίκους είναι η εφήμερη προσέλκυση κάθε είδους τουριστών.



Αντιθέτως, αρκετές είναι οι απόψεις οι οποίες δεν δαιμονοποιούν τον εξευγενισμό, αλλά επικεντρώνονται στις θετικές επιδράσεις που προσφέρει στις περιοχές που εφαρμόζεται. Η ανακαίνιση εγκαταλειμμένων κτηρίων, η μεταβολή του τρόπου ζωής από τις νέες κοινωνικές ομάδες που εγκαθίστανται, η εισαγωγή νέων αξιών και κάθε είδους κουλτούρας σε συνδυασμό με μία ανάπτυξη των πολιτιστικών δράσεων και ενός καινοτόμου πολεοδομικού σχεδιασμού αποτελούν βασικούς παράγοντες που ενισχύουν το θετικό πρόσωπο της έννοιας του εξευγενισμού (Atkinson and Bridge, 2003).

## 6.7) ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ Airbnb

Μία από τις νέες μορφές βραχυχρόνιας ενοικίασης κατοικιών που αποδεικνύεται πως επικρατεί την τελευταία δεκαετία αποτελεί το φαινόμενο του Airbnb. Το Airbnb δημιουργήθηκε από μία ομάδα άνεργων φοιτητών (Brian Chesky, Joe Gebbia και Nathan Blecharczyk) το 2008, οι οποίοι κατάφεραν να παρουσιάσουν μία εταιρία που προκάλεσε μία “επανάσταση” στον κλάδο των μισθώσεων και στον τουρισμό. Πιο συγκεκριμένα, η ταχεία εξάπλωση και αποδοχή της εφαρμογής αυτής από τον κόσμο οδήγησε στην μεταβολή πολλών ισορροπιών στο κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο του κάθε κράτους.

Η εφαρμογή διαθέτει μία ηλεκτρονική ιστοσελίδα μέσω της οποίας μπορεί να γίνει η καταχώρηση, η εύρεση και η ενοικίαση κάθε είδους καταλύματος. Η εταιρεία βασίζεται κατά κύριο λόγο στην οικονομία διαμοιρασμού. Μία σημαντική ειδοποιός διαφορά σε σχέση με τις αντίστοιχες εταιρίες που προϋπήρχαν στον χώρο των ενοικιάσεων είναι πως το Airbnb δεν διαχειρίζεται και ούτε έχει στην κυριότητα του ακίνητα αλλά αποτελεί έναν πυλώνα ζεύξης μεταξύ των ανθρώπων και της κάθε τοποθεσίας ενοικίασης. Η επικράτηση του στην αγορά στηρίζεται στην απλότητα και την ευκολία που δύναται να προσφέρει η πλατφόρμα στον χρήστη ώστε να κάνει με απλά βήματα και χωρίς να διαθέτει ιδιαίτερες γνώσεις την κράτηση που επιθυμεί. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως η παρακράτηση μεγαλύτερου μεριδίου προμήθειας από τους μισθωτές και η μικρότερη από τους ιδιοκτήτες αποτελούν τις βασικές πηγές εσόδων για την εφαρμογή. Οι παρακρατήσεις αυτές είναι πάντα εντός των χαμηλών επιπέδων με στόχο, οι μισθωτές και οι ιδιοκτήτες να αποθαρρύνονται από το να προχωρήσουν σε συμφωνία μεταξύ τους εκτός πλατφόρμας (Galagher, 2017).

Η οικονομική ανάπτυξη της εταιρίας εκδηλώνει ιδιαίτερη άνθηση και κέρδη τα τελευταία έτη. Ειδικότερα, το 2016 παρουσιάζει συνολική αξία συναλλαγών στα 40 εκατομμύρια ευρώ ενώ ένα χρόνο αργότερα, το 2017 οι συναλλαγές αυτές έχουν διπλασιαστεί. Η πρόβλεψη των εκτιμητών στην αγορά των ενοικιάσεων δείχνουν ότι μέχρι το 2025 τα κέρδη της εταιρίας θα έχουν ξεπεράσει το 1 δις ενώ το εύρος δραστηριοποίησης της θα κυμαίνεται σε περίπου 191 χώρες και σε πάνω από 40.000 πόλεις. Τα στοιχεία και οι προβλέψεις αυτές καθιστούν φανερό τη ραγδαία γιγάντωση της εταιρίας αλλά και τη δυναμική της για περεταίρω εξάπλωση της και σε άλλους κλάδους της τουριστικής αγοράς.



## 6.8) ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ Airbnb ΣΤΙΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

Η ύπαρξη και η ραγδαία εξάπλωση της εφαρμογής του Airbnb όπως αναφέρθηκε και στην προηγούμενη ενότητα παρουσιάζει επιδράσεις και μεταβολές στην οικονομία, τον τουρισμό, την κοινωνία και τη γενικότερη οργάνωση που θα πρέπει να ακολουθήσει η κυβέρνηση του κάθε κράτους. Το γεγονός αυτό έχει ως αποτέλεσμα να υπάρχουν θετικές και αρνητικές επιπτώσεις της εφαρμογής αυτής σε κάθε ένα από τους παραπάνω τομείς. Ορισμένες από αυτές τις επιπτώσεις θα γίνει προσπάθεια να καταγραφούν και να αναλυθούν στις παρακάτω ενότητες.

Μία από τις σημαντικότερες θετικές επιδράσεις που εμφανίζει είναι πως οι άνθρωποι που επιλέγουν να κάνουν μία κράτηση μέσω της εφαρμογής, διαμένουν περισσότερο χρόνο στα οικήματα εν αντιθέσει με εκείνους που έχουν κάνει κρατήσεις διαμονής σε ξενοδοχεία. Έχει παρατηρηθεί ακόμη πως οι χρήστες της εφαρμογής τείνουν να ξοδεύουν περισσότερα χρήματα καθώς η διαμονή τους σε διάφορες γειτονιές της κάθε πόλης τους προσφέρει την αίσθηση του ‘ντόπιου’, αφού μπορούν να έρθουν σε επαφή με κάθε είδους συνοικιακά μαγαζιά. Επίσης, σημαντική είναι η οικονομική βοήθεια που προσφέρει στους ιδιοκτήτες των οικημάτων, καθώς σύμφωνα με μελέτες της ίδιας της πλατφόρμας ένα μεγάλο ποσοστό από το εισόδημα που τους προσφέρει χρησιμοποιείται για την κάλυψη βασικών αναγκών του νοικοκυριού (λογαριασμοί, φαγητό κ.α).

Από την άλλη πλευρά, η εφαρμογή παρουσιάζει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στις πόλεις όπου παρατηρείται η δραστηριοποίηση της. Η αύξηση των ενοικίων στις μακροχρόνιες μισθώσεις κατοικιών φαίνεται να είναι εκείνη με το μεγαλύτερο αντίκτυπο. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την αύξηση των εξώσεων των μισθωτών από τους ιδιοκτήτες, οι οποίοι επιθυμούν την βραχυχρόνια μίσθωση των οικημάτων οδηγεί σε έναν ‘ξεριζωμό’ του ντόπιου πληθυσμού από τις συνοικίες που δραστηριοποιείται η εφαρμογή και στο δύσκολο έργο της εύρεσης κατοικίας για μακροχρόνια μίσθωση σε αυτές τις περιοχές. Επιπροσθέτως, η αδυναμία που εκδηλώνεται από τις κυβερνήσεις να θεσμοθετήσουν νόμους ώστε να είναι δυνατός ο έλεγχος της νομιμότητας των καταχωρήσεων μέσω της πλατφόρμας σε συνδυασμό με την ανάγκη για μείωση της φοροδιαφυγής που προκύπτει από τα έσοδα των κρατήσεων αποτελεί μία καίρια αρνητική επίπτωση για την οικονομία του κάθε κράτους αλλά και για τον ξενοδοχειακό κλάδο που υφίσταται έναν αθέμιτο ανταγωνισμό. Ενδιαφέρουσα είναι και η αρνητική επίδραση που παρατηρείται στην ψυχολογία των ιδιοκτητών αφού μέχρι και οι ίδιοι αναγκάζονται να διαμείνουν σε άλλες οικίες ή να φιλοξενηθούν σε φίλους και συγγενείς με σκοπό να νοικιάσουν την οικία τους για λίγες μέρες ή ακόμα και για μήνες ώστε να εξασφαλίσουν ένα εισόδημα. Το γεγονός αυτό οδηγεί σε ένα αίσθημα αποξένωσης απέναντι στην οικεία τους και μία γενικευμένη σύγχυση.

Τελικά, στο κεφάλαιο αυτό μελετήθηκε το φαινόμενο της τουριστικοποίησης και οι νεοφιλελεύθερες αστικές πολιτικές. Εξετάστηκαν τα μέσα με τα οποία εκφράζονται οι πολιτικές αυτές όπως είναι οι δημιουργικές πόλεις, ο εξευγενισμός και το City Branding και έγινε ιδιαίτερη αναφορά στο φαινόμενο του Airbnb και στις επιπτώσεις που δημιουργεί στις αστικές περιοχές.

Στο επόμενο κεφάλαιο αναλύονται οι επιπτώσεις της τουριστικοποίησης μέσα από υπαρκτά παραδείγματα σε πόλεις.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7-ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗΣ

### 7.1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται η προσπάθεια να αναλυθεί η υπέρ-νεοφιλελεύθερη αστική ανάπτυξη ενώ παράλληλα θα εξεταστούν και οι επιπτώσεις της τουριστικοποίησης μέσα από τις περιπτώσεις του Port Vell της Βαρκελώνης, της Βενετίας στην Ιταλία και του Άμστερνταμ στην Ολλανδία. Τέλος, θα αναπτυχθεί η υπόθεση της Αθήνας ως ένας από τους κορυφαίους City Break προορισμούς αλλά και η κατάσταση που επικρατεί στις συνοικίες που αποτελούν τις δημοφιλέστερες επιλογές διαμονής των τουριστών, Εξάρχεια και Κουκάκι.

### 7.2) ΥΠΕΡ-ΝΕΟΦΙΛΕΛΕΥΘΕΡΗ ΑΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η οικονομική κρίση που μαστιάζει τις ευρωπαϊκές χώρες για τουλάχιστον δέκα χρόνια φαίνεται πως αποτέλεσε την κερκόπορτα για την είσοδο ιδιαίτερα νεοφιλελεύθερων μέτρων που έχουν ως στόχο την ανάπτυξη των αστικών κέντρων μέσω δομικών αναδιαρθρώσεων σε διαφορετικούς βασικούς τομείς. Τα νεοφιλελεύθερα αυτά μέτρα μέσα στο πλαίσιο μίας υπέρ-νεοφιλελεύθερης πολιτικής δύναται να χαρακτηριστούν και ως “καπιταλισμός της καταστροφής” (Klein, 2010). Αυτό συμβαίνει διότι έχουν ως βασικό στόχο μέσω της εφαρμογής μέτρων που επιβάλλουν να προκαλέσουν μία ιδιωτικοποίηση της δημόσιας περιουσίας, των φυσικών πόρων, να διαλύσουν τα εργασιακά δικαιώματα και να επιβάλουν τους κανόνες της ελεύθερης αγοράς σε κάθε τομέα της δημόσιας ζωής, προβάλλοντας τα ως αναγκαία για την αστική και οικονομική ανάπτυξη. Βέβαια, μέσω της εφαρμογής του δόγματος του σοκ, η υιοθέτηση των μεταρρυθμίσεων αυτών, γίνεται ιδιαίτερα γρήγορα στοχεύοντας σε μία πολιτική, η οποία για να επέλθει η πολυπόθητη αστική ανάπτυξη είναι διατεθειμένη να προχωρήσει σε τομές σε βασικούς κοινωνικούς τομείς, όπως είναι η ιδιωτικοποίηση της υγείας, της παιδείας και των κοινωνικών υπηρεσιών, στοχεύοντας με αυτό τον τρόπο στη δημιουργία νέων ευκαιριών επένδυσης για εκείνους που διαθέτουν αρκετά κεφάλαια (Mayer και Kinkel, 2011).

Γίνεται επομένως κατανοητό πως οι πόλεις και γενικότερα η γη, αποτελούν ένα προνομιακό πεδίο για την εφαρμογή ορισμένων νεοφιλελεύθερων αναδιαρθρώσεων. Πιο διεξοδικά, η έννοια της γης αποκτά ιδιαίτερη σημασία κατά την περίοδο της κρίσης καθώς μπορεί να συνδεθεί με τις σοβαρές μεταλλαγές στις νεοφιλελεύθερες αστικές πολιτικές που έλαβαν χώρα κατά την διάρκεια της δεκαετίας του 90', οι οποίες σε συνδυασμό με την παγκοσμιοποίηση της οικονομίας οδήγησαν σε έναν ανταγωνισμό μεταξύ των πόλεων, επιβάλλοντας έναν δημοσιονομικό περιορισμό στην τοπική αυτοδιοίκηση. Η εκμετάλλευση της αστικής γης δύναται να δημιουργήσει νέες ευκαιρίες για το διεθνές κεφάλαιο. Το γεγονός αυτό ενισχύεται μέσω ενός αναπτυξιακού μοντέλου που δίνει ιδιαίτερη έμφαση στις ιδιωτικοποιήσεις της ακίνητης περιουσίας του δημοσίου, των δημόσιων υπηρεσιών, της κατοικίας των απλών κατοίκων, καθώς επίσης και στη δημιουργία μεγάλων έργων αστικής ανάπτυξης, τα οποία έχουν ως στόχο να επιβάλουν και να καθιερώσουν εμπορευματοποιημένες μορφές στην κοινωνική ζωή των κατοίκων. Ουσιώδης είναι η κατάσταση πως οι πολιτικές αυτές αποτελούν τμήμα μίας γενικότερης πολιτικής ατζέντας για την αστική ανάπτυξη που διαφημίζεται ως λύση για την οικονομική κρίση παρά το μεγάλο βαθμό δυσαρέσκειας και αντίδρασης από τους τοπικούς πληθυσμούς.



### 7.3) Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ PORT VELL ΣΤΗΝ ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ

Η Βαρκελώνη αποτελεί την μητρόπολη της Καταλονίας στην Ισπανία διαδραματίζοντας ταυτόχρονα το ιστορικό και εμπορικό κέντρο για το βόρειο τμήμα της Ισπανίας για αρκετούς αιώνες. Τα τελευταία τριάντα χρόνια η Βαρκελώνη μετεξελίχθηκε σε ένα από τα σημαντικότερα κέντρα βιομηχανικής παραγωγής στην Ευρωπαϊκή Ένωση και πόλος έλξης για σημαντικούς φορείς που μπορούν να διαμορφώσουν τον τουρισμό και το κτηματομεσιτικό τομέα. Ιδιαίτερο ρόλο στο γεγονός αυτό διαδραματίζουν και οι δημόσιες πολιτικές, οι οποίες με νόμους βοήθησαν στα αλλαγές χρήσης της γης, δίνοντας την δυνατότητα για δόμηση σε κάθε χώρο, παρά τις αντιδράσεις των κατοίκων, οδηγώντας με τον τρόπο αυτό σε μία ανεξέλεγκτη επέκταση των πόλεων και τοποθετώντας ως βασικό χρηματοδότη ιδιωτικές και δημόσιες τράπεζες, όπου με την έναρξη της οικονομικής κρίσης θα κατέληγαν σε ακραία μέτρα που θα επηρέαζαν τον κοινωνικό ιστό της πόλης. Βέβαια, η αστική επιχειρηματικότητα της πόλης έδωσε ιδιαίτερη βαρύτητα στην πολιτιστική βιομηχανία, μέσω αναπλάσεων και διοργανώσεων με παγκόσμιο ενδιαφέρον. Οι μετασχηματισμοί αυτοί του αστικού τοπίου σε συνδυασμό με τις διαδικασίες που ακολουθήθηκαν για την υλοποίηση του μετέτρεψαν την Βαρκελώνη ως το πρότυπο προς μίμηση μίας εξαιρετικά πετυχημένης πόλης σε παγκόσμιο επίπεδο (Blanco, 2009).

Κύριος στόχος της στρατηγικής του κοινωνικού και οικονομικού μετασχηματισμού που ακολουθήθηκε ήταν η αναδιαμόρφωση του παραλιακού μετώπου, μετατρέποντας όπως συνέβη και με τις συνοικίες του ιστορικού κέντρου της πόλης που αποτελούσαν ένα περιθωριακό και υποβαθμισμένο αστικό χώρο, σε κόμβο μεταβιομηχανικής ανασυγκρότησης της πόλης. Καθοριστικό ρόλο στα γεγονότα αυτά έπαιξαν και οι Ολυμπιακοί Αγώνες, όπως και το Φόρουμ των πολιτισμών που χρησιμοποιήθηκαν επιτυχώς για μία παγκόσμια προβολή της πόλης, νομιμοποιώντας ταυτόχρονα και τις διαδικασίες επέκτασης και ανάπλασης στον θαλάσσιο μέτωπο και παραγωγής νέων αστικών χώρων.

Έναν από αυτούς τους αστικούς χώρους αποτέλεσε και το παλιό λιμάνι Port Vell της πόλης, το οποίο έχει έκταση περίπου 550 στρέμματα και αναδείχθηκε στα μέσα της δεκαετίας του 90' ως μία νέα περιοχή κεντρικότητας. Παρά το γεγονός πως ήταν χρόνια αποκλεισμένο, λόγω του ότι η παραλία ήταν τόπος συλλογικής κληρονομιάς, το Port Vell θεωρήθηκε ως προέκταση του κέντρου της πόλης. Καινούργιες αθλητικές και πολιτιστικές εγκαταστάσεις, ξενοδοχεία, κτήρια γραφείων και τουριστικά αξιοθέατα κατασκευάστηκαν μετατρέποντας το θαλάσσιο μέτωπο σε μία από τις πιο τουριστικές περιοχές. Ωστόσο, η οικονομική επιτυχία που γνώρισε το όλο εγχείρημα επισκιάστηκε από την ακραία εμπορευματοποίηση της περιοχής, που αποτέλεσε πεδίο σκληρής κριτικής και διαμάχης μεταξύ των κατοίκων και της τοπικής αυτοδιοίκησης (Magrinya και Maza, 2005). Κατά την περίοδο της κρίσης, η τοπική αυτοδιοίκηση της Βαρκελώνης αποφάσισε να πουλήσει τα δικαιώματα εκμετάλλευσης του Port Vell στην εταιρία υψηλού ρίσκου Salamanca Investment. Η εταιρία είχε ως σκοπό να επενδύσει περισσότερα από 30 εκ. ευρώ και να μετατρέψει την μαρίνα ελλιμενισμού για μικρά και μεσαία σκάφη σε μία μαρίνα όπου θα είναι δυνατός ο ελλιμενισμός μεγάλων πολυτελών σκαφών. Το έργο περιελάμβανε την ολική αναμόρφωση των υποδομών, έτσι ώστε να είναι δυνατή η εξυπηρέτηση σκαφών έως 170 μέτρα, τη δημιουργία μίας ζώνης πρόσβασης, όπως επίσης και την κατασκευή νέων υποδομών ικανών να προσφέρουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας ανταποκρινόμενη στις υψηλές προδιαγραφές που ζητούνται.

Το έργο σύμφωνα με τους επενδυτές μετά την ολοκλήρωση του θα ήταν σε θέση να προσφέρει 400 μόνιμες θέσεις εργασίας και περισσότερα από 100 εκ. ευρώ ετησίως στην πόλη της Βαρκελώνης. Οι δημοτικές αρχές έδωσαν την πλήρη στήριξή τους στο έργο και την εταιρία αφού προχώρησαν σε πλήρη



αλλαγή του πολεοδομικού σχεδίου. Με τον τρόπο αυτό περιορίστηκε ο ρόλος του πολεοδομικού σχεδιασμού για να διευκολυνθούν οι ιδιωτικές επενδύσεις μέσω αλλαγών στην χρήση γης και με αυξήσεις στους συντελεστές δόμησης.

Κατανοώντας επομένως πως το έργο είναι κατά το πλείστον βασισμένο σε επιλογές ανάπτυξης του ιδιωτικού τομέα, στην καταστρατήγηση του χωρικού σχεδιασμού, στην παράκαμψη των διαδοχικών διαδικασιών και στην έλλειψη συστήματος κατανομής ευθυνών, οι κάτοικοι εξέφρασαν την δυσαρέσκεια τους στη δημιουργία της μαρίνας για μεγάλα σκάφη και στην ιδιωτικοποίηση του κεντρικού τμήματος του λιμανιού. Για τους λόγους αυτούς οι κάτοικοι εναντιώθηκαν στη δημιουργία του έργου μέσω διαφόρων δραστηριοτήτων και υπερασπίστηκαν το δημόσιο χαρακτήρα του λιμανιού που αποτελεί έναν χώρο του ιστορικού κέντρου της πόλης και τόπο αναψυχής για τις επόμενες γενεές. Υποστήριξαν το δημόσιο χαρακτήρα του θαλάσσιου μετώπου, με ελεύθερη πρόσβαση για τον καθένα και την εξασφάλιση μέσω αυτής της τοπικής ιστορίας και της κοινωνικής κληρονομιάς.

#### 7.4) Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΒΕΝΕΤΙΑΣ ΣΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ

Η Βενετία είναι μία πραγματική όαση ηρεμίας στις απεικονίσεις των ντόπιων καλλιτεχνών. Οι γέφυρες της ξεπροβάλλουν γαλήνιες πάνω από τα κανάλια της και το φως του ηλίου αντανακλά στα μπαλκόνια της. Συχνά, η ανθρώπινη παρουσία δεν διαταράσσει την πάλαι ποτέ Γαληνότητα. Οι πλανόδιοι καλλιτέχνες στην πλατεία του Αγίου Μάρκου έχουν καταλάβει τις θέσεις τους στο σημείο όπου πλήθη τουριστών κάνουν τις βόλτες τους γύρω από το Παλάτι των Δόγηδων, καταναλώνοντας παγωτά και βγάζοντας σέλφις.

Η πόλη όμως με την σειρά της αποτελεί πρωτεύουσα της περιφέρειας Βένετο που βρίσκεται στο βόρειο τμήμα της Ιταλίας και κατέχει σπουδαίο ρόλο στην παγκόσμια ιστορία καθώς πρόκειται για ένα από τα σημαντικότερα κέντρα καλλιτεχνικής παιδείας και πολιτισμού κατά την περίοδο της Αναγέννησης. Για πολλούς αιώνες διαδραμάτισε τον πρωταγωνιστικό ρόλο στις θάλασσες της Μεσογείου με το εμπόριο δημιουργώντας μία από τις πρώτες και πιο ισχυρές ναυτικές αυτοκρατορίες.

Την τελευταία εικοσαετία η Βενετία έχει γνωρίσει τεράστια οικονομική άνθηση που οφείλεται στην μεγάλη αύξηση των τουριστικών ροών σε αυτή. Ειδικότερα, κάθε καλοκαίρι εκατομμύρια τουρίστες έχουν ετοιμάσει τις βαλίτσες τους για να εκδράμουν στη Βενετία, βλέποντάς την σαν ένα τεράστιο θεματικό πάρκο διασκέδασης, φυγής και ραστώνης. Η Βενετία (πληθυσμός 262.000) υποδέχεται περίπου 25 εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως, αριθμός που προβλέπεται να σκαρφαλώσει στα 38 εκατομμύρια το 2025, οι περισσότεροι από αυτούς πρόκειται για Κινέζους, Ινδούς και Αμερικάνους που αποφέρουν έσοδα περίπου 500 εκατομμυρίων ευρώ στην πόλη και την ιταλική οικονομία.

Για την διαμονή όμως τόσο πολλών τουριστών, μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις προχώρησαν στην αγορά εκατοντάδων οικιών από κατασκευαστικές εταιρίες, οι οποίες χρησιμοποιούνται για να στεγάσουν τους τουρίστες που επισκέπτονται την πόλη για μόλις 24 ώρες. Τεράστια άνθηση γνώρισε και το Airbnb καθώς έχει διαδοθεί ραγδαία στην πόλη, με τα διαθέσιμα καταλύματα να έχουν υπερ-τριπλασιαστεί από το 2015.

Η «Γαληνότητα» (Serenissima Repubblica di Venezia) όπως ονομαζόταν η Δημοκρατία της Βενετίας για περίπου 1.000 χρόνια, αντιμετωπίζει όμως την μεγαλύτερη απειλή στην ιστορία της. Δεν πρόκειται για



την άνοδο της στάθμης της θάλασσας, αλλά για τους τουρίστες. Όπως έχει διαπιστωθεί αυτή η τάση του μαζικού τουρισμού έχει επιφέρει ένα θανάσιμο πλήγμα στην πόλη. Την τελευταία δεκαετία τα πράγματα έχουν χειροτερέψει πιο πολύ από ποτέ αφού οι τουρίστες που έρχονται μαζικά απειλούν να «καταπιούν» την πόλη. Το γεγονός αυτό έχει προκαλέσει ποικίλα προβλήματα στους μόνιμους κατοίκους με ορισμένους από αυτούς να αναγκάζονται να εγκαταλείπουν την πόλη, άλλοι μετατράπηκαν σε εσωτερικούς μετανάστες, είτε πηγαίνοντας σε άλλες πόλεις της Ιταλίας, είτε της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για να αποφύγουν την μετατροπή της πόλης τους σε ένα μεγάλο μουσείο.

Η πλειοψηφία όμως των κατοίκων, έχει αποφασίσει να παραμείνει στην πόλη και να διαμαρτυρηθεί με κάθε τρόπο για τον «υπερ-τουρισμό» που καταστρέφει, όχι απλώς τον χαρακτήρα της πόλης τους, αλλά και την καθημερινότητά τους. Για το λόγο αυτό μαζί με την τοπική αυτοδιοίκηση και τους κρατικούς φορείς προχώρησαν σε δράσεις και ενέργειες όπως η εγκατάσταση φυλακίων ελέγχου τα οποία θα επιχειρούσαν να παρεμποδίζουν τους τουρίστες να προσεγγίζουν τις πιο πολυσύχναστες οδούς, αφήνοντας ταυτόχρονα τους ντόπιους να περνάνε. Την ίδια στιγμή εν τούτοις το μέτρο αυτό προκάλεσε την αντίδραση πολλών βενετών εμπόρων που πιστεύουν ότι η Βενετία δεν πρέπει να κλείσει αφού είναι μία πόλη και όχι ένα θεματικό πάρκο.

Επιπροσθέτως, η κυβέρνηση της Ιταλίας αποφάσισε να απαγορεύσει τον κατάπλου κρουαζιερόπλοιων άνω των 55.000 τόνων προκαλώντας οργή σε εφοπλιστές και επιχειρηματίες που ασχολούνται με τον τουρισμό. Με τον τρόπο αυτό, περιορίζεται και ο μεγάλος όγκος απορριμμάτων που προκύπτουν από τους τουρίστες. Τέλος, οι δημοτικές αρχές της Βενετίας απευθύνθηκαν στην Unesco, ζητώντας βοήθεια για να καταπολεμήσουν το μεγάλο αυτό πρόβλημα και για να το δημοσιοποιήσει παγκοσμίως έτσι ώστε να ευαισθητοποιηθεί μία μεγάλη μερίδα του κόσμου και να περιοριστεί όσο είναι δυνατόν.

## 7.5) Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΑΜΣΤΕΡΝΤΑΜ ΣΤΗΝ ΟΛΛΑΝΔΙΑ

Το Άμστερνταμ αποτελεί την πρωτεύουσα της Ολλανδίας και ένα από τα σημαντικότερα κέντρα οικονομικής και πολιτισμικής ανάπτυξης των κάτω χωρών. Η πόλη διαθέτει ένα από τα πιο γνωστά και ιστορικά κέντρα στην Γηραιά Ήπειρο καθώς από τον 17<sup>ο</sup> αιώνα που αποτέλεσε και τον χρυσό αιώνα της Ολλανδίας κατασκευάστηκαν μία σειρά από έργα όπως τα ομόκεντρα ημικυκλικά κανάλια, τα περίφημα “grachten” που δημιουργήθηκαν γύρω από το κέντρο της παλαιότερης πόλης, μέσω των οποίων ακόμα και σήμερα είναι δυνατός ο προσδιορισμός της διάταξης του παλαιού κέντρου. Κατά μήκος των καναλιών συναντώνται πολλά όμορφα σπίτια και αρχοντικά, τα περισσότερα εκ των οποίων κατοικούνται από ντόπιους κατοίκους, άλλα είναι γραφεία, και μερικά είναι δημόσια κτήρια.

Τα τελευταία δεκαπέντε χρόνια, το Άμστερνταμ έχει αποτελέσει και έναν από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Η πόλη αποτέλεσε προορισμό για δεκαοκτώ εκατομμύρια επισκέπτες το 2016. Το μακρινό 2005 ο αριθμός των τουριστών πέρασε τα 11 εκατομμύρια τον χρόνο και οι προβλέψεις από το Ολλανδικό Γραφείο Τουρισμού αναφέρουν πως μέσα στην ερχόμενη δεκαετία, ο αριθμός των τουριστών θα έχει αυξηθεί έως και 50%, στα 29 εκατομμύρια.

Παρά το μεγάλο ποσό που εισέρχεται στα ταμεία του κράτους από τον τουρισμό, η πόλη του Άμστερνταμ που αριθμεί 850,000 μόνιμους κατοίκους αρχίζει και αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα με τον μαζικό τουρισμό. Στην αύξηση αυτή του μαζικού τουρισμού καθοριστικό ρόλο παίζει η ύπαρξη των



φθηνών πτήσεων εξαιτίας των low-cost αεροπορικών εταιριών και του Airbnb, καθιστώντας πολύ εύκολο να «εκτοξευθεί» ο αριθμός των επισκεπτών στη χώρα, ο οποίος είναι πολύ μεγαλύτερος από το σύνολο των ανθρώπων που ζουν εκεί.

Πιο αναλυτικά, η πλειονότητα των μόνιμων κατοίκων της πόλης έχει αρχίσει να παραπονιέται για μία σειρά από προβλήματα που επηρεάζουν την ποιότητα ζωής της. Από τα πλήθη που εμποδίζουν την κυκλοφορία και καθιστούν δύσκολη την πρόσβαση των κατοίκων στην εργασία τους, που κατακλύζουν όλες τις ώρες τους δρόμους, είτε πεζοί, είτε χρησιμοποιώντας απρόσεκτα ενοικιαζόμενα ποδήλατα και πατίνια, τα περιστατικά βανδαλισμών, αδιακρισίας, παραβάσεων που οφείλονται στην κατανάλωση οινοπνευματωδών, τη φασαρία, την αύξηση του όγκου των σκουπιδιών που προκαλούνται και οφείλονται στην πλειονότητα των περιπτώσεων σε τουρίστες.

Τα γεγονότα αυτά οδήγησαν τις τοπικές αρχές της πόλης να επιβάλουν πρόστιμα για κακή συμπεριφορά, ενώ με την βοήθεια των κρατικών υπηρεσιών έγινε προσπάθεια να προσελκυστούν επισκέπτες σε λιγότερο δημοφιλείς περιοχές όπως το Ζάντβουρτ, μία παράκτια πόλη περίπου 25 χιλιόμετρα από το κέντρο της πρωτεύουσας. Επίσης, αύξησαν τον τουριστικό φόρο σε 6% και προστέθηκε στις πόλεις που προσπαθούν να μειώσουν την τουριστική προσέλευση μέσα από τη φορολογία.

Τα πράγματα, σήμερα, έχουν φτάσει σε καλύτερες συνθήκες για τους 850.000 μόνιμους κατοίκους του Αμστερνταμ, αφού το ιστορικό κέντρο της πόλης (του 17ου αιώνα) με τα στενά δρομάκια και τα κανάλια, έχει καταφέρει να γίνει περισσότερο λειτουργικό για την καθημερινές δραστηριότητες του ντόπιου πληθυσμού μέσα από δράσεις και οργανωμένα προγράμματα ξενάγησης.

#### **7.6) Η ΑΘΗΝΑ ΩΣ CITY BREAK ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ – ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΞΑΡΧΕΙΩΝ-ΚΟΥΚΑΚΙ**

Όπως παρουσιάστηκε και στα προηγούμενα κεφάλαια, στην Αθήνα και σε ορισμένες συνοικίες της όπως τα Εξάρχεια και το Κουκάκι, το φαινόμενο του Airbnb έχει ταιριάζει απόλυτα ενώ θεωρείται και ένας παράγοντας ικανός να δημιουργήσει νέες ευκαιρίες στον τουριστικό τομέα και στην ανάδειξη της Αθήνας ως έναν προορισμό ικανό για ολιγοήμερη επίσκεψη. Σημαντικό ρόλο στην ανάδειξη της Αθήνας ως ενός προορισμού City Break αποτέλεσε η εκδήλωση του [Travel Trade Athens](#) από τον Δήμο Αθηναίων όπου συμμετείχαν και παρείχαν υποστήριξη ο Συνδέσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), η Γενική Πανελλαδική Ομοσπονδία Επιχειρήσεων Τουρισμού (ΓΕΠΟΕΤ), το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (ΞΕΕ) και η Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών, Αττικής και Αργολοσαρωνικού (ΕΞΑΑΑ), με σκοπό την ανάδειξη της Αθήνας και των συνοικιών της ως ικανό προορισμό για τους τουρίστες. Προκειμένου να επιτευχθεί όμως ο στόχος αυτός ακολουθήθηκε ένα σχέδιο που βασίστηκε σε 4 βασικούς πυλώνες οι οποίοι είναι οι παρακάτω:

- I. Οι συνεργασίες, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τη σύμπραξη με τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών Ελ. Βενιζέλος και την AEGEAN.
- II. Η στοχευμένη δράση του Γραφείου Συνεδρίων και Επισκεπτών του δήμου Αθηναίων, του ACVB, με σκοπό να βάλει την Αθήνα στο παγκόσμιο συνεδριακό χάρτη.
- III. Η αξιοποίηση της πολιτιστικής μας κληρονομιάς με την ταυτόχρονη ανάδειξη της σύγχρονης πολιτιστικής ταυτότητας της πόλης με έμφαση σε υποδομές όπως η νέα Δημοτική Αγορά της



Κυψέλης και η καθιέρωση της Τεχνόπολης του δήμου Αθηναίων ως σημαντικού πολιτιστικού προορισμού στην πόλη.

- IV. Τα έργα και οι δράσεις αστικής ανάπλασης και αναζωογόνησης περιοχών του κέντρου, η στήριξη της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας, όπως η αναβάθμιση του Εμπορικού Τριγώνου της Αθήνας, το Σεράφειο Συγκρότημα, ο Εθνικός Κήπος, το άνοιγμα κλειστών καταστημάτων σε υποβαθμισμένες περιοχές ή πλατείες του κέντρου με το Πρόγραμμα ΠΟΛΗ2.

Αποτέλεσμα των παραπάνω ενεργειών ήταν η Αθήνα να αποτελέσει έναν από τους κορυφαίους city break προορισμούς με συγκεκριμένες συνοικίες της όπως το Κουκάκι και τα Εξάρχεια, που βρίσκονται στο ιστορικό της κέντρο, να συνιστούν δύο από τις πρώτες επιλογές των τουριστών για τη διαμονή τους.

Το Κουκάκι θεωρείται μία από τις πλέον δυναμικές συνοικίες για διαμονή από τους τουρίστες σύμφωνα και με την πλατφόρμα του Airbnb. Το γεγονός αυτό ενισχύεται από την γειτνίαση της συνοικίας με τον αρχαιολογικό χώρο της Ακρόπολης, με το Μουσείο της Ακρόπολης, το Λόφο του Φιλοπάππου, με την Πλάκα και την Πλατεία Συντάγματος. Η πολύ καλή επομένως πρόσβαση που προσφέρει στα περισσότερα σημεία ενδιαφέροντος της πόλης, όπως επίσης και το εξαιρετικά κομβικό σημείο στο οποίο βρίσκεται με δυνατότητα χρήσης όλων των μέσων μαζικής μεταφοράς, αποτελούν τους παράγοντες για τους οποίους η συνοικία δέχεται έναν έναν πολύ μεγάλο όγκο τουριστών, με συνέπεια την δριμεία ανάπτυξη του Airbnb μέσα σε ελάχιστο χρόνο, αφού τα ξενοδοχεία που δραστηριοποιούνται στην περιοχή είναι αδύνατο να καλύψουν αυτήν τη μεγάλη ζήτηση που προκύπτει.

Αποτέλεσμα επομένως είναι στην περιοχή να παρατηρείται ένας γενικευμένος μετασχηματισμός του χαρακτήρα της, καθώς μετατρέπεται σταδιακά σε μία εστία πολιτισμού και ψυχαγωγίας. Αυτό το γεγονός εκφράζεται από την εμφάνιση νέων επιχειρήσεων που αφορούν κατά κύριο λόγο την εστίαση και την ψυχαγωγία (Π. Παναγόπουλος, 2017). Οι νέες αυτές επιχειρήσεις αντικατέστησαν κενές χρήσεις, που παλαιότερα φιλοξενούσαν δραστηριότητες λιανικού εμπορίου. Η συνοικία έχει αναδιαμορφωθεί αποτελώντας ένα σημείο που χαρακτηρίζεται από ένα πλήθος παροχών εστίασης και πολλών δυνατοτήτων για νυχτερινή ζωή που δύναται να προσφέρει. Εναλλακτικά καφέ, εστιατόρια και φαγάδικα, συνεταιριστικές κολεκτίβες αποτελούν ένα δείγμα των νέων εμπορικών δραστηριοτήτων που αναπτύχθηκαν και αποτελούν στέκια ντόπιων κατοίκων και επισκεπτών. Οι περισσότερες από αυτές τις χρήσεις κατέχουν κεντρικό ρόλο στην ανάπτυξη της περιοχής τα τελευταία χρόνια.

Μέσα σε όλη αυτή την αναδιαμόρφωση όμως, υπάρχουν και οι φωνές κατοίκων που δηλώνουν πως αδυνατούν να βρουν σπίτι στην περιοχή για μακροχρόνια μίσθωση εξαιτίας της μείωσης των διαθέσιμων σπιτιών προς μακροπρόθεσμη ενοικίαση που οφείλεται στην εξάπλωση του Airbnb και την ταυτόχρονη αύξηση των τιμών των ενοικίων. Γίνεται εμφανές πως η περιοχή αλλάζει χαρακτήρα προσπαθώντας να ικανοποιήσει τα γούστα και τις απαιτήσεις των επισκεπτών της ως ένα τρόπο γενικότερης οικονομικής αναβάθμισης. Σαν αποτέλεσμα, την ίδια στιγμή που οι τουρίστες εισρέουν στην περιοχή επιθυμώντας να νιώσουν όπως οι ντόπιοι, οι τελευταίοι αναγκάζονται να φύγουν καθώς δεν μπορούν να υποστηρίξουν οικονομικά την διαμονή τους. Οι γενικότερες μεταβολές που παρατηρούνται δημιουργούν την αίσθηση πως η περιοχή δεν ανήκει πια στους μόνιμους κατοίκους και ο κίνδυνος τουριστικοποίησης της περιοχής είναι ολοφάνερος.



Παρόμοια κατάσταση παρατηρείται και στην περιοχή των Εξαρχείων, η οποία παρέχει άμεση πρόσβαση σε αξιοθέατα που βρίσκονται στο ευρύτερο κέντρο της πόλης, ενώ η παρουσία δύο σταθμών μετρό Ομόνοια και Πανεπιστήμιο μετατρέπει τις μετακινήσεις των επισκεπτών σε μια ευχάριστη και εύκολη διαδρομή. Στην περιοχή εμφανίζεται έντονη τουριστική δραστηριότητα τα τελευταία χρόνια, καθώς αξιοποιούνται τα ιδιαίτερα τοπικά χαρακτηριστικά ως προϊόντα κατανάλωσης (καταστήματα βιβλίων, τοπικών ειδών τέχνης). Αναμφίβολα, η έντονη τουριστική δραστηριότητα οδηγεί και σε έναν μετασχηματισμό της τοπικής επιχειρηματικότητας όπου τα μικρά μαγαζιά που σχετίζονται κυρίως με το εμπόριο τοπικής κλίμακας, δεν κατάφεραν και λόγω της κρίσης να αντεπεξέλθουν οικονομικά και σταδιακά έκλεισαν, με αποτέλεσμα να επιβιώνουν μόνο τα καταστήματα με μεγάλη πελατεία και οι αλυσίδες καταστημάτων. Εκτός αυτού, παρατηρήθηκε μεγάλη αύξηση στην παρουσία νέων καταστημάτων που σχετίζονται με την διασκέδαση και την νυχτερινή ζωή ως πηγή εσόδων και λύση για μια συνολικότερη αναβάθμιση, αποτελώντας έναν νέο πόλο διασκέδασης για τους τουρίστες και τους κατοίκους της Αθήνας. Οι παράγοντες αυτοί συνέβαλλαν στο να αποτελέσουν τα Εξάρχεια έναν νέο κορυφαίο προορισμό των βραχυπρόθεσμων μισθώσεων καθώς αρκετοί τουρίστες τα επιλέγουν προκειμένου να έρθουν σε επαφή με την εναλλακτική διασκέδαση και την επαναστατικότητα της περιοχής, που αποτελούν ανεκτίμητα προϊόντα της τουριστικής κατανάλωσης. Θα ήταν παράλειψη βέβαια να μην αναφερθεί πως η δημοφιλία και οι προοπτικές της περιοχής έχουν προκαλέσει το ενδιαφέρον μιας έντονης δραστηριότητας του κεφαλαίου που εκφράζεται στην αγορά ακινήτων, καθώς αυξάνονται με γεωμετρική πρόοδο οι περιπτώσεις αποκαταστάσεων μονοκατοικιών και νεοκλασικών για χρήση κατοικίας από μεσαία και ανώτερα στρώματα, όπως επίσης και για τουριστικούς σκοπούς μέσω της πλατφόρμας Airbnb.

Εξ αντιθέτου, παρουσιάζονται και σημαντικά προβλήματα, καθώς, ξαφνικά μέσα από την υποβάθμιση που υφίσταντο η συνοικία την τελευταία δεκαετία, ξεκινάει να μετασχηματίζεται σε μια προσπάθεια ανάκαμψης. Το αποτέλεσμα που προκύπτει είναι η διαμόρφωση ενός προτύπου, όπου από την μία διατηρούνται τα ιδιαίτερα τοπικά στοιχεία της περιοχής, αλλά από την άλλη μετατρέπονται σταδιακά σε προϊόντα τουριστικής κατανάλωσης διότι ενώ οι βραχυπρόθεσμοι επισκέπτες αυξάνονται συνεχώς, όλο και περισσότεροι κάτοικοι χάνουν την ικανότητα λόγω των αυξημένων ενοικίων και της οικονομικής τους κατάστασης να μείνουν στην περιοχή. Έτσι, ο κίνδυνος παράδοσης της περιοχής στους τουρίστες φαντάζει κάτι περισσότερο από σίγουρο.

Εν κατακλείδι, στο παρόν κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην υπερ-νεοφιλελεύθερη αστική ανάλυση ενώ αναλύονται τα σοβαρά προβλήματα που δημιουργεί η τουριστικοποίηση στην Βενετία της Ιταλίας, στο Αμστερνταμ της Ολλανδίας, στο Πορτ Βέλ της Βαρκελώνης και στις συνοικίες της Αθήνας, Κουκάκι και Εξάρχεια. Στο επόμενο και τελευταίο κεφάλαιο θα αναφερθούν τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την παρούσα μελέτη.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ανακεφαλαιώνοντας, στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης, έγινε μία προσπάθεια να συλλεχθούν δεδομένα ώστε να εξετασθεί πως ο πολιτισμός και η δημιουργικότητα γίνεται να προκαλέσουν ή να συνδράμουν καθοριστικά στην εμφάνιση και ανάπτυξη του φαινομένου της τουριστικοποίησης στις αστικές περιοχές.

Αναμφίβολα, διαπιστώθηκε πως η τουριστική ανάπτυξη όταν γίνεται με προγραμματισμό και οργάνωση, δύναται να λειτουργήσει ευεργετικά για τις πόλεις και τον ντόπιο πληθυσμό, καθώς συμβάλει στην δημιουργία νέων δομών (δρόμοι, πάρκα, συλλογή των απορριμμάτων, μουσεία, πολιτιστικοί χώροι) και στην προστασία και διατήρηση του παραδοσιακού χαρακτήρα των τοπικών κοινοτήτων. Ιδιαίτερα ωφελημένος αναδεικνύεται και ο πολιτισμός καθώς προστατεύονται και παρουσιάζονται στους τουρίστες αλλά και στους κατοίκους ιστορικά μνημεία εξιστορώντας την ιστορία του τόπου τους σε άλλους πολιτισμούς.

Επιπλέον, γίνεται κατανοητή και η σπουδαιότητα του αστικού τουρισμού, η οποία υπερτερεί έναντι των άλλων μορφών του τουρισμού, καθώς δύναται να προσφέρει αρκετά οφέλη στην ανάπτυξη των πόλεων, οδηγώντας όμως και αυτός με την σειρά του στην τουριστικοποίηση τους. Ιδιαίτερη είναι και η συμβολή των νεοφιλελεύθερων πολιτικών οι οποίες με όργανά τους, τον εξευγενισμό, το City Branding και τις δημιουργικές πόλεις, δημιουργούν τις κατάλληλες συνθήκες για την ανάπτυξη των πόλεων αλλά και για την εμφάνιση της τουριστικοποίησης.

Ο ανεξέλεγκτος τουρισμός όμως, μπορεί να προκαλέσει σοβαρά προβλήματα στον πολιτισμό και την κοινωνία όπου παρατηρούνται και οι πιο βίαιοι μετασχηματισμοί, μετατρέποντας ουσιαστικά τις παραδοσιακές κοινωνίες σε κοινωνίες με βασικό σκοπό την επίτευξη του κέρδους από τους τουρίστες καθώς οι περισσότερες οικονομικές δραστηριότητες τους μετασχηματίζονται γύρω από τις τουριστικές με αποτέλεσμα την εγκατάλειψη παραδοσιακών ασχολιών και αφήνοντας πίσω ως ξεπερασμένα στοιχεία τα ήθη και τα έθιμα που χαρακτήριζαν μέχρι τότε τις κοινωνίες τους.

Εν τέλει, από την εξέταση των περιπτώσεων της τουριστικοποίησης στις πόλεις, παρατηρείται πως βασικό ρόλο διαδραματίζει η συμμετοχή μεγάλων εταιριών που στόχο έχουν την προσέλκυση όλο και περισσότερων τουριστών με απώτερο σκοπό το κέρδος. Πιο διεξοδικά, σχετικά με το Port Vell στη Βαρκελώνη, η ανάμειξη ενός πολυεθνικού κολοσσού οδήγησε στη διαφθορά των τοπικών αρχών ούτως ώστε να ιδιωτικοποιηθεί η περιοχή για να αυξηθεί ο αριθμός των τουριστών και σε έναν ακήρυχτο αποκλεισμό των ντόπιων κατοίκων προκαλώντας τις έντονες αντιδράσεις του. Όσον αφορά την κατάσταση στη Βενετία και το Άμστερνταμ, ο ανεξέλεγκτος αριθμός τουριστών που τις επισκέπτεται, δημιουργεί αφενός σύγχυση στις τοπικές υπηρεσίες αφού δεν μπορούν να αντεπεξέλθουν στις ανάγκες του και αφετέρου σοβαρά πρακτικά προβλήματα στους κατοίκους αλλοιώνοντας τις καθημερινές τους συνήθειες και δημιουργώντας τους την αίσθηση της απώλειας της πόλης τους. Σε πιο ήπιες συνθήκες βρίσκονται οι συνοικίες της Αθήνας, Εξάρχεια και Κουκάκι, οι οποίες γνωρίζουν μεγάλη ανάπτυξη μετά την οικονομική κρίση. Αδιαμφισβήτητη, σε αυτό το γεγονός, είναι η συμβολή της πλατφόρμας Airbnb καθιστώντας τις ελκυστικές σε τουρίστες και επενδυτές. Συνέπεια αυτού, είναι η άνοδος των ενοικίων και κατ' επέκταση ο αποκλεισμός των μόνιμων κατοίκων από τις περιοχές τους λόγω οικονομικής αδυναμίας.



## 9) ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

### ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

1. Andereck K.L., Valentine K.M., Vogt C.A., Richard C., and R.C. Knopf (2007). "A Cross-cultural Analysis of Tourism and Quality of Life Perceptions", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 15, No. 5, p.p.483-502.
2. Asplet M. and Cooper M. (2000), "Cultural designs in New Zealand souvenir clothing: the question of authenticity", *Tourism Management*, Vol. 21, No. 3, pp.307-312.
3. Bachleitner R., and Zins A. (1999). "Cultural Tourism in Rural Communities: The Residents' Perspective", *Journal of Business Research*, Vol 44, No 3, Pages 199–209.
4. Bowitz E., and Ibenholt K. (2009). "Economic impacts of cultural heritage – Research and perspectives", *Journal of Cultural Heritage*, Vol. 10, pp. 1-8
5. Burns P., and Sancho M. (2003). "Local perceptions of tourism planning: The case of Cuellar, Spain", *Tourism Management*, Vol. 24, No.3, pp.331-339.
6. Castelltort, M., Mader, G. (2010). —Press Media coverage effects on destinations- A Monetary Public Value (MPV) analysis, *Tourism Management* 31, pp.724-738
7. Dr Jeonglyeol Lee T., Li J., and H.K. Kim (2007). "Community Residents' Perceptions and Attitudes Towards Heritage Tourism in a Historic City", *Tourism and Hospitality Planning & Development*, Vol. 4, No. 2, p.p.91-109.
8. Dugulan D., Balaure V., Popescu I.C., and C. Veghes (2010). "Cultural Heritage, Natural Resources And Competitiveness Of The Travel And Tourism Industry In Central And Eastern European Countries", *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, Vol. 2, No. 12, pp. 742-748.
9. Godfrey K. B. (1998), "Attitudes towards 'sustainable tourism' in the UK: a view from local government", *Tourism Management*, Vol. 19, No. 3. pp.213-224.
10. Gallagher, L.(2017), *The Airbnb Story*, London: Virgin Books
11. Hall, P. (2000), Creative Cities and Economic Development, *Urban Studies*, 37(4), 639-649
12. Hospers, G.J. (2003), Creative Cities: Breeding Places in the Knowledge Economy, *Knowledge, Technology & Policy*, Vol.16, No.3, 143-162
13. Hospers, G.J, Pen, C.J. (2008). "A view on creative cities beyond the hype ", *Creativity and Innovation Management*, Vol.17 ,Iss.4, pp. 259-270
14. Huibin X., Marzuki A. and A. A. Razak (2012). "Protective Development of cultural heritage tourism: The case of Lijiang, China", *theoretical and empirical researches in urban management*, Vol. 7, No. 1, p.p.39-54.
15. Lindberg, K., and Johnson R. (1997). "Modeling Resident Attitudes toward Tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, No. 2, pp. 402-424.
16. Landry, C. (2000), *The creative city: A toolkit for urban innovators*, UK and USA, Earthscan Publications Ltd.
17. McCool S., and Martin S. (1994). "Community Attachment and Attitudes Towards Tourism Development", *Journal of Travel Research*, Vol. 3, No. 3, pp.29-34



18. Mitchell, D. (2003). *The Right to the City: Social Justice and the Fight for Public Space*. New York - London
19. MacDonald R., and Jolliffe L. (2003). “Cultural rural tourism: Evidence from Canada”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, No. 2, pp. 307–322.
20. R. Atkinson and G. Bridge , *Gentrification in a Global Context – the new urban colonialism* , 2003: The Guilford Press.
21. Skittides, F.Ch. & Koilliari, P.El. (2006). *Introduction in Technological Research Paper methodology*, Sinchroni Ekdotiki: Athens (Available in Greek).
22. Shamsuddoha M., Alamgir M., and T. Nasir (2011). “Cultural tourism: Bangladesh tribal areas perspective”, *Journal of Tourism*, Vol. 12, No. 12, pp.28-32.
23. Taylor J. (2001). “Authenticity and sincerity in tourism”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, No.1, pp. 7-26
24. Brúζας K. (2005), «Παγκόσμια επικοινωνία και πολιτιστικές ταυτότητες», Εκδ.Gutenberg, Αθήνα
25. Van Gent, W.P.C. (2012). Neoliberalization, Housing Institutions and Variegated Gentrification: How the ‘Third Wave’ Broke in Amsterdam, *International Journal of Urban and Regional Research*, 37(2): 503- 522.
26. Vanolo, A.(2008). —The image of the creative city: Some reflections on urban branding in Turin. Vol. 25, Iss.6, pp 370–382

## ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

1. Ακογλάνης, Μ. (2011) ‘Εναλλακτικές μορφές τουρισμού για την Κρήτη’. Πτυχιακή εργασία, Ηράκλειο: Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΑΤΕΙ Κρήτης
2. Βαρβαρέσος Σ. (2000), «Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές, Η ελληνική πραγματικότητα», Εκδ. Προπομπός, β’ έκδοση
3. ‘Ερευνητική Μονάδα Χωρικής Ανάπτυξης Α.Π.Θ.’, τελευταία επίσκεψη 25/5, <http://gkafkala.webpages.auth.gr/site/%ce%b5%ce%bc%cf%87%ce%b1/>
4. Ηγουμενάκης Ν., 2004, «Τουριστικό Μάρκετινγκ», Εκδ. Interbooks, Αθήνα
5. Ηγουμενάκης Ν. (1991), «Τουριστική Οικονομία», Εκδ. Προπομπός, Αθήνα
6. Καραχάλης, Ν. (2016). Στρατηγικές διαχείρισης της εικόνας και της προβολής των πόλεων (city branding) και πολιτιστική αναζωογόνηση. Διαθέσιμο στο <http://www.citybranding.gr/2016/02/city-branding.html>
7. Κολτσιδόπουλος Γ. (2000), Τουρισμός: θεωρητικές προσεγγίσεις, Εκδ. Έλλην, Αθήνα

