

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ  
ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

**Διπλωματική:**

**«ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ:** μια δυναμικά αναπτυσσόμενη ειδική μορφή τουρισμού.  
Η περίπτωση του Βόλου - Ολυμπιακής πόλης το 2004»

**Φοιτήτρια:** Ευφροσύνη Γ Κουτσιανά

**Επιτηρητής Καθηγητής:** Αλέξης Δέφνερ



***Στους γονείς μου***

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

*Τουρισμός στις πόλεις υπήρχε ανέκαθεν, αλλά μόνο κατά τις τελευταίες δεκαετίες συνειδητοποιήθηκε η λανθάνουσα δυναμική που κρύβεται σ' αυτό το φαινόμενο και οι ευκαιρίες που διανοίγονται στις πόλεις από μια πιο ολοκληρωμένη και συστηματική προσέγγιση του. Η ενασχόληση με τον αστικό τουρισμό ξεκίνησε στην Αμερική και μετά από αρκετά επιτυχημένα παραδείγματα, διαδόθηκε και στην Ευρώπη (Law, 1992: 275). Σήμερα αποτελεί διεθνές φαινόμενο, γνωρίζει ταχεία ανάπτυξη και ανάλογη πρέπει να είναι και η προσαρμογή των πόλεων στις νέες απαιτήσεις που διεγείρει.*

Η προσπάθεια ανάπτυξης του αστικού τουρισμού συνδέεται με θέματα όπως η εξεύρεση της καταλληλότερης στρατηγικής, τα διαχειριστικά σχήματα της υλοποίησης των τουριστικών σχεδίων και η εξεύρεση πηγών χρηματοδότησης. Ζητήματα όπως η προώθηση μιας τουριστικής ανάπτυξης που θα σέβεται τα ευαίσθητα όρια της *αστικής φέρουσας ικανότητας* (αειφορική προσέγγιση), η προώθηση μικτών διαχειριστικών σχημάτων του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα και η αυτοχρηματοδότηση των προτεινόμενων έργων τουριστικής και αστικής υποδομής, αποτελούν τις πιο σύγχρονες, διεθνώς, εξελίξεις.

Η ανάληψη της διοργάνωσης κάποιου *ειδικού γεγονότος* από μια πόλη, δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την προώθηση της και την προβολή των ελκτικών τουριστικών της πόρων. Αποτελεί μια καλή ευκαιρία δημοσιότητας και μπορεί να οδηγήσει σε πολύ θετικά αποτελέσματα, αναφορικά με την προσέλκυση τουριστών και την ανύψωση του προφίλ της. Αυτό αποδεικνύει το παράδειγμα της Βαρκελώνης, της ισπανικής πρωτεύουσας, στην οποία διεξήχθησαν με μεγάλη επιτυχία, κατά γενική ομολογία, οι Ολυμπιακοί Αγώνες το 1992. Έκτοτε, η πόλη γνώρισε μια εντυπωσιακή ανύψωση του διεθνούς της προφίλ και την ενδυνάμωση των ροών των επισκεπτών της. Σε μια τέτοια επιτυχημένη διοργάνωση στοχεύει και η ελληνική πρωτεύουσα που ανέλαβε τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.

Τα θετικά οφέλη από την διεξαγωγή του γεγονότος δεν θα περιοριστούν μόνο στην πρωτεύουσα, αλλά θα επιδράσουν σε ολόκληρη την ελληνική οικονομία και τον τουρισμό. Παράλληλα προσδοκείται να επεκταθούν και εκτός πρωτεύουσας, με σημαντικότερο αντίκτυπο σε εκείνες τις πόλεις που προβλέπεται να αναλάβουν τη διεξαγωγή κάποιου συγκεκριμένου ολυμπιακού αθλήματος. Μια τέτοια επαρχιακή *ολυμπιακή πόλη* είναι και ο *Βόλος*, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του οποίου θα καθορίσουν το πλαίσιο των σχεδίων δράσης που εκτιμούμε ότι πρέπει να αναλάβει η δημοτική αρχή, για να καταφέρει η πόλη να αξιοποιήσει πλήρως τη μεγάλη ευκαιρία που διανοίγεται μπροστά της.

## ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

- ❖ **Τουρίστας (Tourist):** Ο ΠΟΤ ορίζει ως τουρίστα, κάποιον που φεύγει από το σπίτι του, για τουλάχιστον 24 ώρες, για να ταξιδέψει, είτε εντός της χώρας του (εσωτερικός τουρισμός), είτε σε κάποια άλλη χώρα (διεθνής τουρισμός). Πολλοί επιστήμονες υποστηρίζουν ότι στον ορισμό αυτό θα έπρεπε να συμπεριληφθούν οι ταξιδιώτες μιας μέρας (*day trippers*) και οι εκδρομείς, δηλαδή αυτοί που ξοδεύουν 3, τουλάχιστον, ώρες εκτός σπιτιού σε ένα ταξίδι 20, τουλάχιστον, μιλίων που συνήθως δεν κάνουν στην καθημερινή τους ζωή (Βρετανικό Γραφείο Πληθυσμού, Απογραφών και Ερευνών, 1991). Από τον ορισμό αυτό, εξαιρούνται οι εργαζόμενοι και οι μαθητές που μετακινούνται σε μόνιμη βάση (Law, 1993).
- ❖ **Αστικός Τουρισμός (Urban Tourism):** Πρόκειται για έναν τύπο τουρισμού που αναπτύσσεται σε πόλεις στις οποίες η πολιτιστική κληρονομιά δεν αποτελεί το κύριο ελκτικό στοιχείο. Βασίζεται, δηλαδή, ως επί το πλείστον, στους *ανθρωπογενείς* (σε αντιπαράθεση με τους πολιτιστικούς) *πόρους* μιας πόλης, οι οποίοι χρησιμοποιούνται παράλληλα από τους τουρίστες και από τους κατοίκους. Περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων, όπως παρακολούθηση συνεδρίων και αθλητικών γεγονότων, κοινωνικές συναντήσεις, εξόδους για φαγητό και ποτό, αγορές αναψυχής, επισκέψεις σε εκθέσεις, αξιοθέατα, μουσεία, αίθουσες τέχνης, θέατρα, συναυλίες, αίθουσες τυχερών παιχνιδιών και θεματικά πάρκα (Δέφνερ, 1999β: 123).
- ❖ **Τουριστική Επαγγελματική Περιοχή (Tourism Business District):** Πρόκειται για μια αστική περιοχή που βρίσκεται, συνήθως, στο κέντρο της πόλης. Περιλαμβάνει πληθώρα ελκτικών στοιχείων και υπηρεσιών για τους επισκέπτες, χωροθετημένων με τρόπο ώστε να συνδυάζονται με τις λειτουργίες της *Κεντρικής Επαγγελματικής Περιοχής* (Central Business District) και να χρησιμοποιούνται, παράλληλα, από τους κατοίκους και εργαζομένους εκεί (Getz 1993a: 583-4).
- ❖ **Ειδικά Γεγονότα (Special and mega / hallmark events):** Ο όρος χρησιμοποιείται για να περιγράψει θεματικά γεγονότα που δεν διοργανώνονται συχνά ή είναι μοναδικά (Getz, 1991a). Μπορεί να έχουν οποιοδήποτε θέμα, καθώς στον ορισμό περιλαμβάνονται γεγονότα από την ετήσια αποκριάτικη παρέλαση ενός μικρού χωριού, ως και τη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων (Law, 1993). Ο όρος μεγάλο – γεγονός αναφέρεται σε ειδικά γεγονότα παγκόσμιας σημασίας και υψηλού προφίλ, που επηρεάζουν ισχυρά την εικόνα της πόλης που τα φιλοξενεί (Syme et al., 1989).

**ABSTRACT**

*There was always tourism in cities, but only during the last decades people realized the hidden dynamics of this phenomenon and the opportunities for the cities, from its completed and systematic approach. The idea of developing tourism in cities, first born in America, diffused to Europe, after some successful examples. Today it is an international and fast growing phenomenon and therefore cities should try to keep on with its demands.*

The effort of developing the urban tourism is related with the issues of constructing the appropriate strategy, composing the managerial teams for the materialization of the tourist plans and finding financial funds. The most current international trends have to do with the issues of promoting tourist development with respect to the sensitive confines of the *urban carrying capacity (sustainable approach)*, encouraging the corporation between private and public sector and self – financing of the tourist and urban infrastructures.

The organization of a *special event* creates conditions for the promotion of the city and the projection of its attractions. It is a good chance for publicity, which can have strongly positive outcomes as far as the attraction of tourists and the rise of the city profile are concerned. The evidence is the case of Barcelona, where the Olympic Games of 1992 were successfully held. Since then, the international profile of the city has impressively risen and the tourist flows have been stronger. The Greek capital, which has undertaken the hospitality of the Olympic Games of 2004, aims in a similarly successful organization.

The positive results of this event will not only affect the capital, but they will have an impact in Greek economy and tourism, as well. Simultaneously, it is expected that they will spread among other Greek cities and will affect especially the ones that have undertaken the hospitality of certain Olympic Games. Volos is such an *Olympic city*. The special characteristics of this city determine the general frame of the action plans that the city's authorities have to follow. The aim should be the full exploitation of this forthcoming opportunity.

**ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ**

• ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
• ABSTRACT.....	5
• ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	9
• ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	10
• ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΑ.....	11
• ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	13
• ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	14
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ.....	18
• ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 <sup>ο</sup> : ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ....	19
1.1 ΛΟΓΟΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΜΕ ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΑΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	19
1.2 ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΑΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.....	22
1.3 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΠΟΛΕΙΣ.....	30
1.4 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ – Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΣΤΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ – PLACE MARKETING.....	39
1.5 ΦΥΣΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΑΣΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	45
1.6 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ.....	49
1.7 ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΒΑΛΤΙΜΟΡΗΣ.....	54
1.8 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΟΛΕΩΝ.....	57
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 1 <sup>ο</sup> Υ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ.....	62
• ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 <sup>ο</sup> : ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ.....	65
2.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΟΛΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΕΙΔΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ.....	65
2.2 ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΒΑΡΚΕΛΩΝΗΣ.....	69

2.3 ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ 2004 ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ .....	72
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 2 <sup>ΟΥ</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ .....	76
<b>• ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>Ο</sup> : ΒΟΛΟΣ: ΑΝΑΛΥΣΗ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ</b>	
.....	77
3.1 Η ΠΟΛΗ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ .....	77
3.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΑΠΟΤΥΠΩΣΗΣ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ... ..	83
3.3 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ....	85
3.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ .....	88
3.5 ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ .....	93
3.6 ΑΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ .....	98
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 3 <sup>ΟΥ</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ .....	103
<b>• ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>Ο</sup> : ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΩΝ- ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT</b>	
<b>ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΛΗ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ.....</b>	<b>105</b>
4.1 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΜΙΑΣ ΠΟΛΗΣ.....	105
4.2 ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ (ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ + ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ)	
.....	107
4.3 ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ (ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ + ΑΠΕΙΛΕΣ) .....	110
4.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ .....	112
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 4 <sup>ΟΥ</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ .....	114
<b>• ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>Ο</sup> : ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΛΗ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ ....</b>	<b>115</b>
5.1 ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΑΣΤΙΚΗΣ	
ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ.....	115
5.2 ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΣΕ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΑ ΜΕΤΡΑ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΝΕΑΣ	
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ.....	118
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 5 <sup>ΟΥ</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ .....	135
<b>• ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>Ο</sup>: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....</b>	<b>136</b>
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ.....	143
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 – ΕΙΚΟΝΕΣ .....</b>	<b>144</b>
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ .....</b>	<b>171</b>
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3 – ΧΑΡΤΕΣ .....</b>	<b>185</b>

<b>ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΕΝΝΟΙΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΩΝ.....</b>	<b>189</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>190</b>



## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

<b>Πίνακας 1.2.1:</b> Τουριστικές διανυκτερεύσεις στις μεγαλύτερες Ευρωπαϊκές πόλεις	23
<b>Πίνακας 1.2.2:</b> Εταιρίες σχετιζόμενες με τον τουρισμό	26
<b>Πίνακας 1.3.1:</b> Παράγοντες αξιολόγησης της τουριστικής εμπειρίας	31
<b>Πίνακας 1.3.2:</b> Τουριστικές δαπάνες, ανά κατηγορία	34
<b>Πίνακας 1.3.3:</b> Τύποι τουριστών και βαθμός αποδοχής της τοπικής κουλτούρα	36
<b>Πίνακας 1.4.1:</b> Συνήθειες τεχνικής place marketing	43
<b>Πίνακας 1.4.2:</b> Διαφημιστικά σλόγκαν Βρετανικών πόλεων	44
<b>Πίνακας 1.6.1:</b> Δημοφιλέστερες πόλεις διοργάνωσης διεθνών συνεδρίων	50
<b>Πίνακας 1.8.1:</b> Αλλοδαποί τουρίστες στην Ελλάδα, ανά σκοπό επίσκεψης	57
<b>Πίνακας 2.2.1:</b> Τουριστική Ζήτηση στη Βαρκελώνη, 1990-1997	70
<b>Πίνακας 2.2.2:</b> Ξενοδοχειακή υποδομή της Βαρκελώνης, 1990-1997	70
<b>Πίνακας 2.3.1.:</b> Αφίξεις των αλλοδαπών επισκεπτών, κατά τα έτη 1998-2003	72
<b>Πίνακας 2.3.2.:</b> Αφίξεις των αλλοδαπών το 2004	73
<b>Πίνακας 3.1.1:</b> Εξέλιξη του πληθυσμού του ΠΣ Βόλου, μεταξύ 1981-1991	77
<b>Πίνακας 3.1.2:</b> Τουριστική δραστηριότητα στο Νομό Μαγνησία, μεταξύ 1990-1993	81
<b>Πίνακας 3.1.3:</b> Τουριστική δραστηριότητα στο Νομό Μαγνησίας, κατά το 2000, ανά τουριστικό προορισμό	81
<b>Πίνακας 3.2.1:</b> Πολιτιστικοί Χώροι ΠΣ Βόλου	86
<b>Πίνακας 3.3.1:</b> Γραφεία Γενικού Τουρισμού στο Βόλο	88
<b>Πίνακας 3.3.2:</b> Ξενοδοχεία Βόλου – Ν. Ιωνίας	90
<b>Πίνακας 3.4.1:</b> Αθλητική υποδομή Βόλου	93
<b>Πίνακας 3.4.2:</b> Εγκαταστάσεις ΠΑΚΘ	97

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

<b>Διάγραμμα 1.2:</b> Λειτουργικές Περιοχές της Τουριστικής Πόλης .....	25
<b>Διάγραμμα 1.3:</b> Διαμόρφωση Τουριστικής Εμπειρίας .....	32
<b>Διάγραμμα 2.1:</b> Η Τουριστική Επαγγελματική Περιοχή (Tourism Business District) .....	67
<b>Διάγραμμα 4.1:</b> Place / City Marketing & SWOT Analysis .....	106
<b>Διάγραμμα 5.2:</b> Χρονοδιάγραμμα προτεινόμενων μέτρων για το Βόλο .....	128

## ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΑ

**ΑΕΠ** = Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν

**ΑΓΕΤ** = Ανώνυμος Γενική Εταιρία Τσιμέντων

**Α/Κ** = Ανισόπεδος Κόμβος

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΔΕΑ** = Ανάλυση Αδυναμιών Δυνάμεων Ευκαιριών Απειλών

**ANALYSIS SWOT** = Strengths Weaknesses Opportunities Threats Analysis

**ANALYSIS PEST** = Political, Economical, Social and Technological Analysis

**ANEM** = Αναπτυξιακή Εταιρία Μαγνησίας

**ΓΓΑ** = Γενική Γραμματεία Αθλητισμού

**CBD** = Central Business District

**ΔΕΜΕΚΑΒ** = Δημοτική Επιχείρηση Μελετών και Ανάπτυξης Βόλου

**ΔΕΥΑΜΒ** = Δημοτική Επιχείρηση Ύδρευσης - Αποχέτευσης Μείζονος Περιοχής Βόλου

**ΔΗΠΕΘΕ** = Δημοτικό Περιφερειακό Θέατρο

**ΕΑΚ** = Εθνικό Αθλητικό Κέντρο

**ΕΕ** = Ευρωπαϊκή Ένωση

**ΕΚΚΕ** = Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών

**ΕΟΤ** = Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

**ΕΣΥΕ** = Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδας

**ΕΤΕ** = Ευρωπαϊκή Ταξιδιωτική Επιτροπή

**ETC** = European Travel Commission

**ΕΤΠΑ** = Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης

**ΙΜ** = Ιερά Μητρόπολη

**ΙΧ** = Ιδιωτικής Χρήσης (όχημα)

**ΚΕΚΑΝΑΜ** = Κέντρο Καινοτομικής Ανάπτυξης Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Μαγνησίας

**ΚΕΠΕ** = Κέντρο Οικονομικών Ερευνών και Προγραμματισμού

**ΚΠΣ** = Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης

**ΝΑ** = Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση

**ΝΕΤΠ** = Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής

**ΝΔ** = Νομοθετικό Διάταγμα

**ΟΑΚΑ** = Ολυμπιακό Αθλητικό Κέντρο Αθήνας

**ΟΕΟΑ** = Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων

**ΟΟΣΑ** = Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης

**ΟΤ** = Οικοδομικό Τετράγωνο

**ΟΕCD** = Organization for Economic Cooperation and Development

**ΠΑΘΕ** = Πάτρα – Αθήνα -Θεσσαλονίκη- Εύζωνες (οδικός άξονας)

**ΠΑΚΘ** = Περιφερειακό Αθλητικό Κέντρο Θεσσαλίας

**ΠΘ** = Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

**ΠΜΣ** = Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών

**ΠΟΤ** = Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

**ΠΣ** = Πολεοδομικό Συγκρότημα

**ΠΣΤΤ** = Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού

**ΣΕΠΟΣ** = Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων

**ΤΕΕ** = Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας

**ΤΜΧΠΑ** = Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης

**ΥΠΕΘΟ** = Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας

**ΥΠΕΧΩΔΕ** = Υπουργείο Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων

**ΦΕΚ** = Φύλλο Εφημερίδας Κυβέρνησης

**WTTC** = World Travel and Tourism Council

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε κατά το ακαδημαϊκό έτος 2000-2001, στα πλαίσια της φοίτησης μου στο προπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Θεωρώ υποχρέωση μου να ευχαριστήσω όσους με βοήθησαν, με κάθε τρόπο, στην σύνταξη αυτής της εργασίας.

Επιβλέπον καθηγητής της διπλωματικής εργασίας ήταν ο κ. Α. Δέφνερ, στον οποίο θέλω να εκφράσω τις ειλικρινείς και θερμές ευχαριστίες μου. Χωρίς τη συνεχή και πολύτιμη βοήθεια του, καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της παρούσας εργασίας, η ολοκλήρωση της δεν θα ήταν εφικτή. Επίσης, θέλω να ευχαριστήσω την κ. Τ. Μπακλατσή, Αγρονόμο - Τοπογράφο του Δ. Βόλου, για τις κατευθύνσεις, διορθώσεις και συμβουλές που μου παρείχε.

Ιδιαίτερα, ευχαριστώ τους γονείς μου και τον αδερφό μου, για τη στήριξη και τη συμπαράστασή τους, καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός, από παλιά, είχε ιδιαίτερη σημασία για την Ελλάδα, όπως και για τις άλλες χώρες που βρέχονται από τη Μεσόγειο θάλασσα. Ωστόσο, στη χώρα μας, παρά το μεγάλο κοινωνικό, οικονομικό και πολιτικό ενδιαφέρον για το φαινόμενο, η μελέτη του, σε ακαδημαϊκό επίπεδο, περιορίζεται στις εργασίες μεμονωμένων επιστημόνων, ενώ, είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι δεν υπάρχει Πανεπιστημιακό Τμήμα που να ασχολείται συστηματικά και αποκλειστικά με το αντικείμενο αυτό. Ωστόσο, λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω δεδομένα, η παραγωγή ελληνικής βιβλιογραφίας πάνω στο θέμα είναι σημαντική και εμπλουτίζεται με το χρόνο, ενώ τα κενά καλύπτονται από την εκτενή σχετική ξενόγλωσση βιβλιογραφία, τουλάχιστον, όσον αφορά το θεωρητικό πλαίσιο. Αν η μελέτη του τουριστικού φαινομένου στη χώρα μας, κρίνεται μη ικανοποιητική, τότε, είναι προφανές το κενό που παρουσιάζεται στη μελέτη και ενασχόληση με άλλες, ειδικές μορφές τουρισμού, όπως για παράδειγμα με τον *Αστικό Τουρισμό*. Βέβαια, σε πρακτικό επίπεδο, τα θέματα αυτά μπορεί να γνωρίζουν μεγαλύτερη προώθηση, μιας και η πράξη, κάποιες φορές, προηγείται της θεωρίας και αυτό εξαιτίας της πίεσης πολιτικό-οικονομικών παραγόντων. Αλλά, παρόλα αυτά, η έλλειψη του θεωρητικού πλαισίου αποτελεί πάντα τροχοπέδη στην πράξη και η συνεισφορά του είναι αναγκαία στην εξεύρεση των σωστών κατευθύνσεων και την ανακάλυψη εναλλακτικών, βελτιωμένων προτάσεων.

Δεδομένου ότι ο διεθνής αστικός ανταγωνισμός αποτελεί μια πραγματικότητα, ιδιαίτερα για τις πόλεις που βρίσκονται στις πρώτες θέσεις της αστικής ιεραρχίας, το φαινόμενο του αστικού τουρισμού με τα θετικά πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα (όχι μόνο οικονομικά) που μπορεί να προσδώσει σε μια πόλη, αποκτά βαρύνουσα σημασία μεταξύ των στρατηγικών για την αστική ανάπτυξη και προώθηση. Παράλληλα όμως, αποτελεί και μια καλή στρατηγική για την αναζωογόνηση των πόλεων που γνωρίζουν οικονομική ύφεση. Πολλές μεγάλες πόλεις, ιδιαίτερα αυτές του αναπτυσσόμενου κόσμου, ασχολούνται σοβαρά με το θέμα του αστικού τουρισμού και, μάλιστα, έχουν υιοθετήσει συγκεκριμένες στρατηγικές δράσης, έχουν εκπονήσει ειδικά σχέδια για την ανάπτυξη του και τον συμπεριέλαβαν στο φυσικό και οικονομικό τους σχεδιασμό (Law, 1992).

Οι πόλοι έλξης που μπορεί να αξιοποιήσει μια πόλη για να συγκεντρώσει το ενδιαφέρον των τουριστών είναι διάφοροι και χρειάζεται να συνυπάρχουν και να

αλληλεπιδρούν. Ενδεικτικά αναφέρονται ιστορικά κτίρια, μουσεία, εκθεσιακοί χώροι, καλλιτεχνικές γκαλερί, θέατρα, κινηματογράφοι, αίθουσες συναυλιών, μεγάλα εμπορικά κέντρα, αθλητικά στάδια, συνεδριακά κέντρα, αρχαιολογικοί χώροι και ενδιαφέροντα αστικά τοπία (Law, 1993). Παράλληλα, βοηθητικά επιδρά και η ύπαρξη σύγχρονων ξενοδοχειακών μονάδων, εστιατορίων, τουριστικών γραφείων, το ικανοποιητικό επίπεδο των αστικών υποδομών (βασικά της κυκλοφοριακής), η καθαριότητα, η ποιότητα του αστικού περιβάλλοντος και η φιλικότητα των κατοίκων. Όλα τα παραπάνω, μαζί και με ψυχολογικές παραμέτρους, αποτελούν τους παράγοντες διαμόρφωσης της *τουριστικής εμπειρίας*, η υψηλή ποιότητα της οποίας αποτελεί κεντρικό στόχο πολλών σχεδίων για την αστική τουριστική ανάπτυξη.

Η παρούσα διπλωματική πραγματεύεται το θέμα του *Αστικού Τουρισμού*. Πιο συγκεκριμένα, η επιλογή του θέματος αυτού στηρίχτηκε:

- Στη γνώση ότι η ελληνική βιβλιογραφία που αναφέρεται σε θέματα τουρισμού και, μάλιστα, στον αστικό τουρισμό, είναι μάλλον περιορισμένη και χρειάζεται εμπλουτισμό
- Στο ενδιαφέρον που παρουσιάζει το θέμα του αστικού τουρισμού, λόγω της φύσης του Τμήματος μας
- Στο σχετικά πρόσφατο της εισαγωγής αυτών των εννοιών και πολιτικών, στον ελληνικό χώρο και, μάλιστα, ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004
- Στον πρακτικό χαρακτήρα του θέματος, με την αναφορά σε συγκεκριμένες περιπτώσεις - παραδείγματα από το διεθνή χώρο (case studies), και
- Στη δυνατότητα διεκπεραίωσης μιας συγκεκριμένης μελέτης, με πραγματικές παραμέτρους, και τη διατύπωση εφαρμόσιμων προτάσεων

Η προσέγγιση του θέματος επιχειρείται με την παράθεση του σχετικού θεωρητικού πλαισίου και, εν συνεχεία, με την παρουσίαση ενός συγκεκριμένου παραδείγματος.

Το φαινόμενο του αστικού τουρισμού αναφέρεται σε έναν σχετικά νέο τύπο τουρισμού, που, όπως θα δούμε στο υποκεφάλαιο 1.1, τις δύο τελευταίες δεκαετίες του 20ου αιώνα, έγινε συστηματικό αντικείμενο ενασχόλησης των πόλεων της Β. Αμερικής, καταρχάς, για να περάσει έπειτα και στην Ευρώπη. Υιοθετώντας μια

συστημική προσέγγιση<sup>1</sup> για τον αστικό τουρισμό, στα υποκεφάλαια 1.2 και 1.3 αναφερόμαστε στις εισροές (*Ζήτηση και Προσφορά του τουριστικού προϊόντος*) και στις εκροές (*Τουριστική Εμπειρία και Επιπτώσεις της ανάπτυξης του τουρισμού στις πόλεις*) του συστήματος. Στο επόμενο κεφάλαιο ασχολούμαστε με τις *Στρατηγικές* για την αστική ανάπτυξη, ειδικά μ' αυτές που εμπεριέχουν ως βασική διάσταση την τουριστική, με όρους βιωσιμότητας των προτεινόμενων δραστηριοτήτων. Στο υποκεφάλαιο 1.5 εξετάζουμε ζητήματα σχετικά με τον *Φυσικό Σχεδιασμό*, όπως αυτός εφαρμόζεται στον αστικό τουρισμό. Στη συνέχεια, παραθέτουμε έναν αναλυτικό κατάλογο με τους *Τουριστικούς Πόρους*, που αποτελούν ιστορικά κληροδοτήματα ή (κάποιοι από αυτούς) δύναται να αναπτυχθούν σε μια πόλη και των οποίων ο ολοκληρωμένος σχεδιασμός μπορεί να δημιουργήσει έναν ισχυρό πόλο έλξης των τουριστών. Στο υποκεφάλαιο 1.7 παρουσιάζουμε το παράδειγμα της Βαλτιμόρης. Πρόκειται για μια αμερικανική πόλη, που λόγω της πολιτικής και της εμπειρίας της σχετικά με την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού, αποτέλεσε μοντέλο - πηγή άντλησης στοιχείων, για τις περισσότερες Ευρωπαϊκές πόλεις. Στο υποκεφάλαιο 1.8, διερευνάται σύντομα η προοπτική της επιτυχούς ενασχόλησης των ελληνικών πόλεων με την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας.

Εξειδικεύοντας περισσότερο την εργασία, στο υποκεφάλαιο 2.1, αναφερόμαστε στη στρατηγική των πόλεων αναφορικά με την προσέλκυση *ειδικών αθλητικών γεγονότων*. Το παράδειγμα της Βαρκελώνης εγγράφεται σ' αυτό το θεωρητικό πλαίσιο και παρουσιάζεται στο υποκεφάλαιο 2.2. Η πόλη αυτή θα αποτελέσει υπόδειγμα αναφοράς για την επόμενη ενότητα, στην οποία ασχολούμαστε με πρακτικότερα ζητήματα.

Η επόμενη ενότητα κεφαλαίων, σχετίζεται με τη διοργάνωση των *Ολυμπιακών Αγώνων*, οι οποίοι, το 2004, θα διεξαχθούν στην Αθήνα. Με στόχο τη διεθνή προβολή και διαφήμιση όχι μόνο της ελληνικής πρωτεύουσας, αλλά και των μεγαλύτερων επαρχιακών πόλεων της χώρας, αποφασίστηκε η διεξαγωγή των προκριματικών αγώνων κάποιων ομαδικών *Ολυμπιακών αθλημάτων* σ' αυτές (Κυριαζής Α, 2001: 4). Οι πόλεις της επαρχίας που θα φιλοξενήσουν τέτοιους αγώνες ονομάζονται *Ολυμπιακές Πόλεις* και είναι τέσσερις: η Θεσσαλονίκη, η Πάτρα, ο Βόλος και το Ηράκλειο. Η παρούσα διπλωματική ασχολείται με την *πόλη του Βόλου*,

<sup>1</sup> Για τη θεώρηση του Αστικού Τουρισμού ως *Σύστημα*, βλέπε Page, 1994b & Page, 1995: 17-18



στην οποία προγραμματίζεται να φιλοξενηθούν οι προκριματικοί και ημιτελικοί ποδοσφαιρικοί αγώνες της Ολυμπιάδας.

Οι επιδράσεις στην πόλη από τη διεξαγωγή αυτού του γεγονότος δεν θα είναι μόνο οικονομικές, με όρους εισροής επισκεπτών και εισοδήματος, αλλά και κοινωνικές και πολεοδομικές. Ειδικότερα, οι τελευταίες αναμένεται να επηρεάσουν σημαντικά την πολεοδομική οργάνωση και τη μορφή του αστικού ιστού, καθώς αναμένεται να κατασκευαστούν νέα έργα, να βελτιωθούν υπάρχουσες υποδομές και να προωθηθούν νέες χρήσεις, λόγω της *χωροθέτησης των αθλητικών εγκαταστάσεων*. Μερικές από τις χρήσεις θα είναι προσωρινές, μόνο για το διάστημα που θα διαρκέσει η διεξαγωγή των αγώνων και θα πρέπει να προβλεφθεί από νωρίς η *μετέπειτα χρήση* τους. Οι υποδομές, όμως, που θα δημιουργηθούν, θα μείνουν για πάντα στην πόλη, συμβάλλοντας στην ποιοτική αναβάθμιση της ζωής των κατοίκων τους και στην πιθανότητα ανάληψης της διοργάνωσης παρόμοιων γεγονότων και στο μέλλον.

Στο 3<sup>ο</sup> κεφάλαιο, διερευνάται η *Υπάρχουσα Κατάσταση* της πόλης, αναφορικά με την πολιτιστική, την τουριστική και την αθλητική υποδομή, τις πολιτιστικές και τις αθλητικές δραστηριότητες και τη μέχρι σήμερα σχετική πολιτική της δημοτικής αρχής. Στο επόμενο κεφάλαιο, επιχειρείται η εξέταση των δυνατοτήτων της πόλης σχετικά με τη διεξαγωγή ενός τέτοιου γεγονότος, με τη βοήθεια της *Ανάλυσης SWOT*. Τελειώνουμε, στο 5<sup>ο</sup> κεφάλαιο, με τη διατύπωση συγκεκριμένων προτάσεων αναγκαίων (κατά την άποψη μας) για τη μεγιστοποίηση των θετικών ωφελειών για την πόλη και τη στήριξη μιας επιτυχημένης διοργάνωσης των ποδοσφαιρικών Ολυμπιακών Αγώνων.

Στο κεφάλαιο των Συμπερασμάτων, τονίζονται οι βασικές θεωρητικές και πρακτικές παράμετροι του φαινομένου του αστικού τουρισμού, όπως αυτό παρουσιάστηκε στην παρούσα διπλωματική εργασία.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ

Κυριαζής Α. (2001), *Βόλος 2004: Αστικός και αθλητικός τουρισμός*, ΤΜΧΠΑ, (μεταπτυχιακή εργασία), Βόλος 2001.

Law C. M. (1992), Urban Tourism and its Contribution to Economic Regeneration, *Urban Studies* 29, pp. 599 – 618 [μετάφραση από τη φοιτήτρια του ΤΜΧΠΑ Ευφροσύνη Κουτσιανά – εργασία στα πλαίσια του μαθήματος «Τουριστική Ανάπτυξη»].

Law C. M. (1993), *Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities*, London: Mansell Publishing Limited.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup> : ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### 1.1 ΛΟΓΟΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΗΣ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΜΕ ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΑΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι πόλεις αποτελούσαν πάντα σημαντικούς τουριστικούς προορισμούς. Με εξαίρεση, όμως τις ιστορικές πόλεις και τις πρωτεύουσες χωρών, λίγη προσοχή δίνονταν στις τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονταν στην πόλη. Εγκαταστάσεις όπως μουσεία, θέατρα, αθλητικά γήπεδα και καταστήματα είχαν αναπτυχθεί για την εξυπηρέτηση του τοπικού πληθυσμού, αλλά, παράλληλα, έλκυαν επισκέπτες και χρήστες από την ευρύτερη περιοχή. Ωστόσο, μέχρι πρόσφατα, λίγες προσπάθειες και χρήματα είχαν καταβληθεί από τις αρχές της πόλης για την ανάπτυξη μιας βάσης τουριστικών πόρων για την πόλη και τη συστηματική προβολή της (Law, 1993: 1).

Τα τελευταία είκοσι χρόνια, έχουμε πολλά παραδείγματα πόλεων που αναπτύσσοντας τον τουρισμό, σε συνδυασμό με άλλες οικονομικές και κοινωνικές δραστηριότητες -όπως τα προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης, οι πολιτιστικές παρεμβάσεις και το περιβάλλον- δημιούργησαν δυνατότητες διεξόδου των πόλεων από την *οικονομική ύφεση του '70* και συνέβαλαν στη αναζωογόνηση του αστικού χώρου.

Το ενδιαφέρον της κοινής γνώμης και των πολιτικών για κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα, που κυριάρχησαν τη δεκαετία του '70 (προσωπική και κοινωνική ανάπτυξη, συμμετοχή, ισοτιμία, εκδημοκρατισμός του αστικού χώρου), στράφηκε το '80 σε οικονομικές προτεραιότητες. Η *αποκέντρωση αρμοδιοτήτων* προς την τοπική αυτοδιοίκηση, συνοδεύτηκε από την περιστολή των δημόσιων δαπανών προς τους δήμους και, ταυτοχρόνως, την ενθάρρυνση της επενδυτικής δραστηριοποίησης του ιδιωτικού τομέα και τη σύσταση μικτών επιχειρήσεων, ώστε να βελτιωθεί η διαχείριση και παροχή κοινωνικό-διοικητικών και πολιτιστικών υπηρεσιών. Οι διοικητικές αρχές των πόλεων αντιλήφθηκαν ότι έπρεπε πλέον να αναπτύξουν δικές τους στρατηγικές για να αντιμετωπίσουν τα πολλαπλά προβλήματα που προκάλεσε η οικονομική αναδιάρθρωση και η κρίση του '70 (Bianchini κ.ά., 1994: 28). Επιπλέον, μεταπολεμικά, αυξήθηκε η ευημερία των αναπτυγμένων χωρών, μειώθηκε ο χρόνος εργασίας και διευκολύνθηκαν τα ταξίδια, με τη εκμετάλλευση των νέων τεχνολογικά

προηγμένων, γρήγορων και ασφαλέστερων μέσων μεταφοράς (Law, 1993: 1). Όλα αυτά δημιούργησαν ένα γόνιμο πλαίσιο παραγόντων πάνω στο οποίο εκτιμήθηκε ότι θα βασιστεί η αύξηση του εσωτερικού και διεθνούς τουρισμού (πρόβλεψη που επιβεβαιώνεται στις μέρες μας).

Οι τοπικοί παράγοντες στόχευσαν στην ανάπτυξη του πολιτισμού και του αστικού τουρισμού αποσκοπώντας στο να αντισταθμίσουν την απώλεια θέσεων εργασίας στους παραδοσιακούς βιομηχανικούς κλάδους, να προωθήσουν την επανάχρηση εγκαταλελειμμένων κτιρίων, να δώσουν ζωή στο υποβαθμισμένο κέντρο της πόλης, γενικότερα, να εκσυγχρονίσουν και να διευρύνουν την οικονομική βάση της πόλης. Προσπάθησαν ακόμα να προωθήσουν μια κοσμοπολίτικη εικόνα της πόλης, ελκυστική για το διεθνές κεφάλαιο και το ειδικευμένο προσωπικό των βιομηχανιών υψηλής τεχνολογίας και των προηγμένων υπηρεσιών (Bianchini κ.ά., 1994: 29).

Ο αστικός τουρισμός χρησιμοποιήθηκε από διάφορες πόλεις για τη βελτίωση της εικόνας τους στο εσωτερικό και το εξωτερικό. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται:

α) Παρακμάζουσες πόλεις, εξαρτημένες από πεπαλαιωμένους οικονομικούς κλάδους, όπως η Γλασκόβη. Ανέπτυξαν τον αστικό τουρισμό με στόχο την οικονομική και κοινωνικό-πολιτιστική τους *αναζωογόνηση*.

β) Πλούσιες πόλεις με χαμηλή πολιτιστική υπόσταση, όπως η Φρανκφούρτη. Ανέπτυξαν τον αστικό τουρισμό με στόχο να εδραιώσουν τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα και να *προβάλουν* έναν πιο κοσμοπολίτικο χαρακτήρα μέσα στον διεθνή αστικό ανταγωνισμό.

Έτσι, στην Ευρώπη, πόλεις της Μ. Βρετανίας, της Ολλανδίας, της Γερμανίας, της Γαλλίας, της Ισπανίας και της Ιταλίας, υπήρξαν από τις πιο δραστήριες στο πεδίο χάραξης πολιτιστικών πολιτικών, συμπεριλαμβανομένου και του αστικού τουρισμού. Η σύγχρονη ευρωπαϊκή προβληματική έχει ανάγκη τον «πολιτισμό», με την ευρεία και ανθρωποκεντρική σημασία του, σε κεντρικό άξονα για την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής στην πόλη (Bianchini κ.ά., 1994: 13).

Βασικοί παράγοντες που επηρέασαν και διαμόρφωσαν ένα πολυποίκιλο εύρος τέτοιων πολιτικών για την αστική αναζωογόνηση ήταν: οι εθνικές στάσεις και παραδόσεις σε θέματα τουρισμού και πολιτισμού, οι ιδεολογίες των κρατούντων σε κάθε χώρα κομμάτων και των τοπικών αστικών διοικητικών αρχών, το επίπεδο τοπικής αυτονομίας (δηλαδή οι διαθέσιμοι οικονομικοί πόροι και οι δημοτικές εξουσίες), η δέσμευση επενδυτών στην πόλη, η φύση της τοπικής και εγχώριας

αγοράς και η επίδραση ξένων μοντέλων χάραξης της σχετικής πολιτικής (Bianchini κ.ά., 1994: 19).

Ειδικά ο τελευταίος παράγοντας αποτέλεσε κάποιες φορές τον βασικό τροφοδότη της ανάπτυξης αυτών των πολιτικών και αυτό γίνεται ιδιαίτερα αισθητό στην περίπτωση της Μ.Βρετανίας που επηρεάστηκε καθ' ολοκλήρου από το αμερικανικό μοντέλο ανάπτυξης του αστικού τουρισμού, γεγονός που οφείλεται εν μέρει στην πολιτική συγγένεια μεταξύ των δύο χωρών κατά τη συγκεκριμένη περίοδο. Το αμερικανικό μοντέλο διαδόθηκε, μέσω των πόλεων της Μ.Βρετανίας σ' όλη σχεδόν την ηπειρωτική Ευρώπη. Τα πολιτιστικά προγράμματα προβολής της πόλης και τα σχέδια φυσικής αναζωογόνησης του κέντρου και της παραλιακής ζώνης είναι σημάδια της αμερικανικής επιρροής.

## 1.2. ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΑΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

### *Η Ζήτηση στον Αστικό Τουρισμό*

Είναι δύσκολο να εκτιμηθεί η ακριβής ζήτηση στον αστικό τουρισμό, μιας και δεν υπάρχουν επίσημα και διεθνή στοιχεία για το φαινόμενο. Ο ερευνητής πρέπει να απευθυνθεί στις κατά περίπτωση αστικές διοικητικές αρχές, σε τουριστικούς οργανισμούς και σε επιχειρήσεις που ασχολούνται ή ενδιαφέρονται για το θέμα (Page, 1995). Αλλά και σ' αυτή την περίπτωση ίσως συναντήσει δυσκολίες, δεδομένου ότι τα στατιστικά στοιχεία για την εκτίμηση του μεγέθους της τουριστικής αγοράς (π.χ. τουριστικές διανυκτερεύσεις στα κάθε είδους καταλύματα της πόλης) που παράγονται από τις ελάχιστες έρευνες των ιδιωτών ή του δημοσίου, μπορεί να είναι εμπιστευτικά για λόγους ανταγωνισμού ή να παρουσιάζονται επιλεκτικά για λόγους προπαγάνδας ή να βασίζονται σε μικρά δείγματα, οπότε δεν είναι αντιπροσωπευτικά.

Πάντως τα τελευταία χρόνια διακρίνεται μια στροφή της τουριστικής ζήτησης προς τις διακοπές μικρής διάρκειας-«μικρά πολιτιστικά διαλείμματα (*breaks*)» στις Ευρωπαϊκές πόλεις, η πλειονότητα των οποίων στηρίζεται σε πολιτιστικά και ανθρωπογενή ελκτικά στοιχεία (Law, 1993). Διάφορες μελέτες της ETC προβλέπουν ότι στο μέλλον ο τουρισμός στις πόλεις θα αναπτυχθεί ταχύτερα από τον τουρισμό των θερινών διακοπών, λόγω της αύξησης των συνεδρίων, των διασκέψεων και των εκθέσεων (Δέφνερ, 1999β:120). Αλλά και η ζήτηση για χειμερινές πολιτιστικές περιηγήσεις προβλέπεται ότι θα αυξηθεί ταχύτερα από τις διακοπές για χειμερινά σπορ (*Τουριστική Αγορά*, 1997: 20-1).

Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται ο βαθμός εξάπλωσης του αστικού τουρισμού στις μεγαλύτερες Ευρωπαϊκές πόλεις.

Πίνακας 1.2.1: Τουριστικές διανυκτερεύσεις στις μεγαλύτερες Ευρωπαϊκές πόλεις

Πόλη	Αριθμός διανυκτερεύσεων (σε εκ.)
<i>Λονδίνο</i>	20
<i>Παρίσι</i>	16
<i>Ρώμη</i>	5.6
<i>Μαδρίτη</i>	5.5
<i>Αθήνα</i>	4.7
<i>Βιέννη</i>	4.6
<i>Μόναχο</i>	2.6
<i>Αμστερνταμ</i>	2.5
<i>Βρυξέλλες</i>	2.4
<i>Κοπεγχάγη</i>	2.1

Πηγή: Shaw and Williams 1994: 213, με βάση τους Ashworth and Tunbridge (1990)

Γενικά οι άνθρωποι επισκέπτονται τις πόλεις για εργασία ή για διασκέδαση. Το επαγγελματικό ταξίδι στην πόλη (*business travel*), μπορεί να περιλαμβάνει την πώληση ή την αγορά εμπορευμάτων, την επαγγελματική εκπαίδευση, την παρακολούθηση σεμιναρίων κατάρτισης, κ.α. Στατιστικά στοιχεία της δεκαετίας του '80 για τις αμερικανικές πόλεις, δείχνουν ότι τα δύο - τρίτα των τουριστών που ήρθαν στην πόλη για επαγγελματικούς λόγους ήταν άνδρες με υψηλό μέσο εισόδημα, οι οποίοι διέμειναν σε ξενοδοχειακά καταλύματα. Τα ταξίδια στις πόλεις για λόγους διασκέδασης (*leisure travel*), αφορούν την επίσκεψη σε ιστορικά κτίρια, ενδιαφέρουσες αστικές τοποθεσίες, μουσεία, γκαλερί, θέατρα και κέντρα διασκέδασης. Σ' αυτή την περίπτωση τα στατιστικά στοιχεία δείχνουν την υψηλή παρουσία οικογενειών με χαμηλότερο μέσο εισόδημα και χαμηλότερα ποσοστά διαμονής σε ξενοδοχεία (Law, 1993: 10).

Έτσι, ο παραπάνω στοιχειώδης διαχωρισμός μπορεί να διασπαστεί σε μερικότερα κίνητρα, όπως:

- Επαγγελματικά ταξίδια
- Παρακολούθηση συνεδρίων και εκθέσεων
- Επισκέψεις σε πολιτιστικά αξιοθέατα (π.χ. σε αρχαιολογικούς χώρους)
- Επισκέψεις για την παρακολούθηση μεγάλων και ειδικών γεγονότων (π.χ. Ολυμπιακών αγώνων, μεγάλων συναυλιών, ετήσιων φεστιβάλ)
- Επισκέψεις σε συγγενείς και φίλους

- Επισκέψεις για εκπαιδευτικούς σκοπούς (π.χ. σχολείων σε μουσεία)
- Επισκέψεις για την ικανοποίηση του θρησκευτικού συναισθήματος (π.χ. στο μητροπολιτικό ναό)
- Επισκέψεις για ψώνια και αγορές
- Εκδρομές (ταξιδιώτες μιας μέρας)

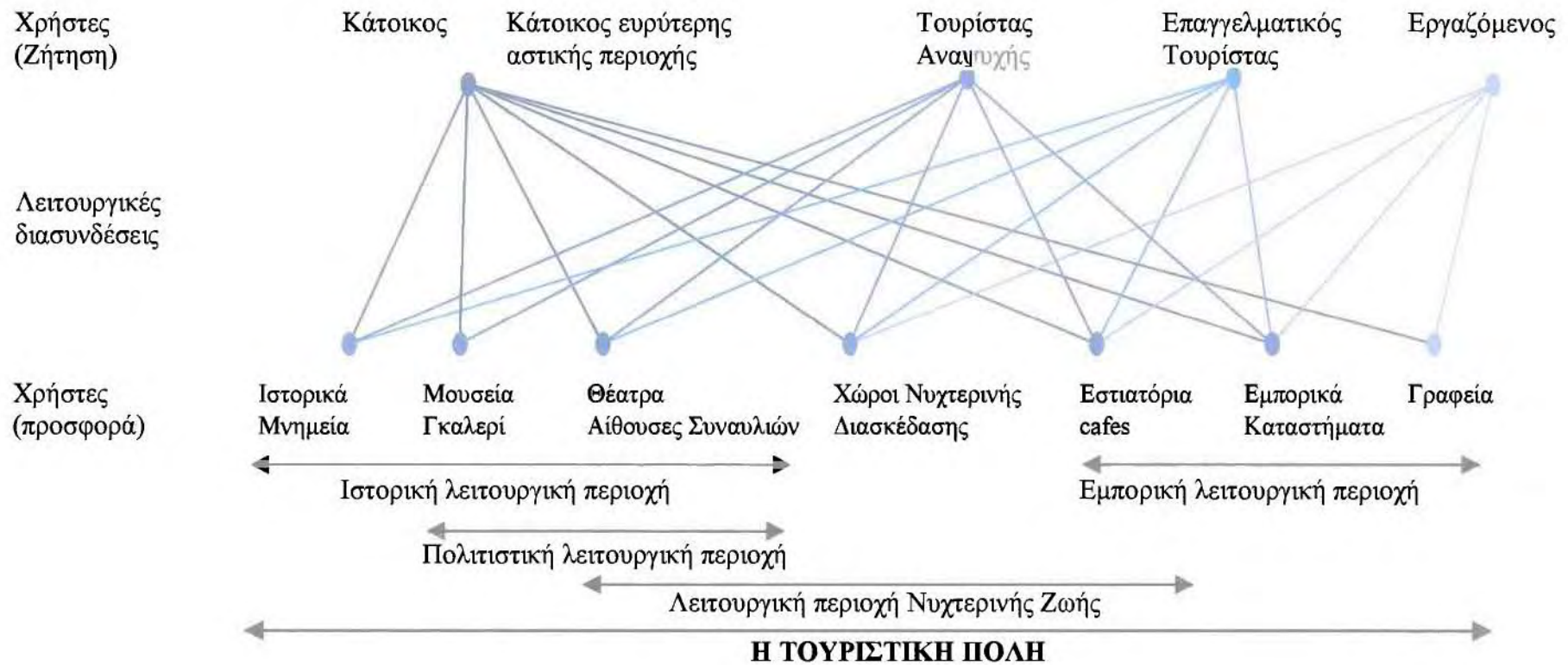
(Page, 1995: 48)

Ωστόσο, για τους περισσότερους, ο βασικός λόγος της επίσκεψης συνδυάζεται με την ικανοποίηση και άλλων επιθυμιών ή αναγκών (Blank & Petkovich, 1980). Έτσι, μιλάμε για την *πολλαπλότητα των κινήτρων* της τουριστικής επίσκεψης και την εκδήλωση διαφόρων τύπων συμπεριφοράς μέσα στην πόλη από τον ίδιο τουρίστα.

Αναφερόμαστε επίσης στην *πολυλειτουργικότητα των πόλεων*, ως τουριστικών προορισμών, δηλαδή τη συνύπαρξη μέσα στην τουριστική πόλη *λειτουργικών περιοχών*, όπως περιοχών ιστορικού ενδιαφέροντος, περιοχών για αγορές, περιοχών για νυχτερινή διασκέδαση (Page, 1995: 49-50). Σ' αυτές τις περιοχές, γίνεται χρήση των διαφόρων υπηρεσιών τόσο από τους τουρίστες και τους εκδρομείς, όσο και από τους κατοίκους της πόλης (Jansen – Verbeke, 1986) (βλ. Διάγραμμα 1.2)



Διάγραμμα 1.2: Λειτουργικές Περιοχές της Τουριστικής Πόλης



Πηγή: Page S, 1995: 49

### Η Προσφορά στον Αστικό Τουρισμό

Οι Fainstein και Judd υποστηρίζουν ότι η «βιομηχανία» του αστικού τουρισμού οργανώνεται με γρήγορους ρυθμούς. Ένα ευρύ δίκτυο οργανισμών εμπλέκεται στην παραγωγή και προσφορά αγαθών και υπηρεσιών για τους επισκέπτες. Μεταξύ των βασικών προμηθευτών συγκαταλέγονται αεροπορικές εταιρίες, ξενοδοχεία, εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων, τράπεζες και οι διοικητικές αρχές της πόλης. Λίγες πολυεθνικές αεροπορικές εταιρίες και μεγάλα ταξιδιωτικά γραφεία παίζουν κυρίαρχο ρόλο στην προβολή και καθιέρωση των αστικών τουριστικών προορισμών. Οι διεθνείς αυτές εταιρίες πιέζουν τις πόλεις να μειοδοτήσουν για την προσέλκυση περισσότερων τουριστών (Fainstein και Judd, 2000: 10-11).

Στον πίνακα 1.2.2 γίνεται μια αδρή ταξινόμηση των βασικότερων εταιριών που συγκροτούν τη βιομηχανία του τουρισμού.

Πίνακας 1.2.2: Εταιρίες σχετιζόμενες με τον τουρισμό

<b>Ξενοδοχειακές μονάδες και εστιατόρια</b>
Ξενοδοχεία, κάμπινγκ και άλλοι χώροι κατασκήνωσης
Εστιατόρια, μπαρ και καντίνες
<b>Μεταφορικές εταιρίες</b>
Σιδηροδρομικές εταιρίες
Λοιπές μεταφορικές εταιρίες στεριάς
Ταξί
Εταιρίες θαλάσσιων μεταφορών
Εταιρίες ακτοπλοϊκών μεταφορών
Αεροπορικές εταιρίες
Ταξιδιωτικά γραφεία
Εταιρίες ενοικίασης μέσω μεταφοράς
<b>Εταιρίες σχετιζόμενες με την αναψυχή</b>
Χώροι αναψυχής (π.χ. θεματικά πάρκα)
Βιβλιοθήκες
Μουσεία
Βοτανικοί και ζωολογικοί κήποι
Λοιπές δραστηριότητες αναψυχής

Πηγή: Chadwick R. στους Ritchie & Goeldner (eds) (1993): 78

Στο ίδιο πνεύμα κινείται και ο Mullins, που εισήγαγε στη διεθνή βιβλιογραφία τους όρους «τουριστική αστικοποίηση» και «τουριστική πόλη». Η τουριστική πόλη έχει κτιστεί μόνο για μεταφορντική κατανάλωση<sup>1</sup>. Οι επισκέπτες της διαμένουν σ' αυτή για

<sup>1</sup> Ελάχιστα έχουν γραφεί για τη μεταφορντική κατανάλωση. Βλέπε Harvey, 1987 N. Smith, 1987 Urry, 1988 και Bauman, 1988

ένα μικρό χρονικό διάστημα με σκοπό να καταναλώσουν αγαθά και υπηρεσίες που σχετίζονται με τη διασκέδαση, την ευχαρίστηση, την ξεκούραση και την αναψυχή και δεν έχουν σχέση με την κατανάλωση βασικών αναγκών όπως στέγαση, εκπαίδευση και ιατρική περίθαλψη. Η τουριστική αστικοποίηση, επομένως, είναι εξολοκλήρου βασισμένη στο μεταφορντικό μοντέλο της πώλησης και της κατανάλωσης ευχαρίστησης. Η τουριστική πόλη είναι μια *μεταμοντέρνα πόλη*, δηλαδή μια πόλη που συνίσταται από ένα μίγμα κατανάλωσης, από μεγάλες αστικές περιοχές κτισμένες συνήθως στο εσωτερικό των πόλεων, ως θεάματα (Mullins, 1991). Αυτές οι ονειρικά φτιαγμένες περιοχές, στοχεύουν στην προσέλκυση των κατοίκων και των τουριστών, για να ξοδέψουν εκεί το διαθέσιμο εισόδημα τους (Harvey, 1987 Sawicki, 1989).

Αντίθετα, αρκετοί άλλοι μελετητές έχουν διατυπώσει ενστάσεις αναφορικά με τη χρήση του όρου «βιομηχανία» για τον αστικό τουρισμό. Κι αυτό, επειδή ο αστικός τουρισμός δεν αποτελεί βιομηχανία με τη στενή και παραδοσιακή έννοια του όρου, η οποία προϋποθέτει την ύπαρξη παραγωγών, καταναλωτών και συγκεκριμένων προϊόντων (Law, 1993: 6). Όλα αυτά είναι κάπως συγκεχυμένα στην περίπτωση του αστικού τουρισμού, όπου τα υλικά και άυλα προϊόντα (αν θεωρήσουμε ως τέτοια τα ελκτικά στοιχεία μια πόλης), προσφέρονται τόσο στους τουρίστες, όσο και στους ντόπιους κατοίκους. Το λεκτικό αυτό σχήμα αντικαθίσταται με δύο τρόπους. Πρώτον, με τη θεώρηση του αστικού τουρισμού όχι σαν βιομηχανία, αλλά σαν *σύστημα* (Gunn, 1998). Δεύτερον, με την χρήση του σχήματος «*πολιτιστική βιομηχανία*» (Δέφνερ, 2000). Αυτός ο όρος υιοθετείται και στην παρούσα διπλωματική εργασία. Μεταξύ των σύγχρονων πολιτιστικών βιομηχανιών περιλαμβάνονται ο κινηματογράφος, το βίντεο, η διαφήμιση, η ραδιοφωνία, οι εκδόσεις και γενικά τα Μέσα Ενημέρωσης, η ηλεκτρονική μουσική, το ντιζάιν και η μόδα. Με μια ευρύτερη ερμηνεία, στον όρο περιλαμβάνονται και οι αναπτυσσόμενες οικονομικές βιομηχανίες της πολιτιστικής κληρονομιάς, της αναψυχής και του τουρισμού (Bianchini και Parkinson, 1994: 19).

Τα παραπάνω θεωρητικά ζητήματα σχετίζονται με τα θέματα της *παραγωγής* και της *κατανάλωσης*, όπως αυτές νοούνται στην περίπτωση του αστικού τουρισμού. Τα τουριστικά προϊόντα και οι υπηρεσίες παράγονται από διάφορες επιχειρήσεις και οργανισμούς (παραγωγοί της τουριστικής βιομηχανία) και στη συνέχεια παρέχονται, ή καλύτερα πωλούνται, στους επισκέπτες-καταναλωτές. Το ενδιαφέρον εδώ είναι να μελετηθεί πως καταφέρνουν μερικές πόλεις να δημιουργήσουν νέους αξιόλογους τουριστικούς πόρους και να αναπτύξουν τη βιομηχανία του τουρισμού (Law, 1993:

14), καθώς και το πότε, γιατί και πώς καταναλώνει ένας τουρίστας τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που του προσφέρονται στην πόλη (Page, 1995: 60).

Η Jansen-Verbeke (1986) αντιμετώπισε το σύνολο της πόλης σαν ένα ενιαίο «προϊόν αναψυχής» και ανέπτυξε έναν μεθοδολογικά χρήσιμο κατάλογο ταξινόμησης των τουριστικών πόρων που την συνθέτουν. Σύμφωνα με την αξιολογική αυτή ταξινόμηση, οι τουριστικοί πόροι μιας πόλης διακρίνονται σε:

- Πρωτεύοντες ή βασικούς
- Δευτερεύοντες, και
- Πρόσθετους ή εξαρτώμενους

Πρωτεύοντες πόροι είναι οι εγκαταστάσεις, γενικά οι χώροι δραστηριοτήτων (θέατρα, γήπεδα, νυχτερινά κέντρα διασκέδασης) και το περιβάλλον αναψυχής (φυσικό, κοινωνικό και πολιτιστικό). Πρόκειται δηλαδή για τους βασικούς τουριστικούς πόρους έλξης (Δέφνερ, 1999β: 121).

Στους δευτερεύοντες πόρους περιλαμβάνονται όλες οι υποστηρικτικές υπηρεσίες και εξυπηρετήσεις που καταναλώνουν οι τουρίστες κατά την επίσκεψη τους στην πόλη (ξενοδοχειακές υπηρεσίες, εξυπηρετήσεις φαγητού και ποτού, αγορών, κ.λ.π.). Οι πόροι αυτοί μπορεί να μην είναι βασικοί, υπό την έννοια ότι, σε αντίθεση με την προηγούμενη κατηγορία, δεν αποτελούν τα δυνατά στοιχεία έλξης μιας πόλης, αλλά, παρόλα αυτά η ανάπτυξη και παροχή τους σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο, μπορεί να δράσει προσθετικά στη διαμόρφωση μιας θετικής τουριστικής εμπειρίας. Σε κάποιες βέβαια περιπτώσεις δεν αποκλείεται ένας δευτερεύον, σύμφωνα με την παραπάνω ταξινόμηση, τουριστικός πόρος έλξης να αποτελεί κατ' ουσία τον βασικό πόλο έλξης για κάποιες ομάδες επισκεπτών σε μια πόλη (Shaw and Williams, 1994:202).

Οι εξαρτώμενοι πόροι αποτελούν στοιχεία της τουριστικής (και αστικής) υποδομής και λειτουργούν ως προϋποθέσεις της κατανάλωσης των βασικών και δευτερευόντων πόρων (Δέφνερ, 1999β: 123). Ως τέτοια αναφέρονται, η ευκολία πρόσβασης, η διαθεσιμότητα θέσεων παρκαρίσματος, η παροχή υπηρεσιών τουριστικής πληροφόρησης, η ύπαρξη πινακίδων και έντυπων τουριστικών οδηγιών, κ.λ.π..

Ωστόσο, δεν πρέπει να ξεχάσει κανείς ότι η παραπάνω διάκριση γίνεται περισσότερο για μεθοδολογικούς, αναλυτικούς λόγους. Στην ουσία, το σύνολο των πόρων έλξης συνυπάρχει και αλληλεπιδρά μέσα στο αστικό πλαίσιο. Η αποκομμένη

εξέταση ενός μόνο ή κάποιων βασικών πόρων έλξης, που φαίνονται κυρίαρχοι, θα εμπόδιζε την ολοκληρωμένη και συστηματική αξιοποίηση όλων των δυναμικών ελκτικών στοιχείων της πόλης (Page, 1995 :110).

Στην παραγωγή και παροχή των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο τόσο ο ιδιωτικός, όσο και ο δημόσιος τομέας (εδώ περιλαμβάνονται και οι δημοτικές αρχές). Παραδοσιακά οι ρόλοι και οι αρμοδιότητες τους ήταν διαφορετικοί, αν και όχι πάντα σαφώς προσδιορισμένοι. Έτσι, οι ιδιώτες ασχολούνταν με την παραγωγή και πώληση προϊόντων και υπηρεσιών για την κάλυψη των τουριστικών αναγκών και απαιτήσεων (τουριστική ζήτηση). Ο δημόσιος τομέας, μέσω των διάφορων κρατικών διοικητικών επίπεδων, επιτηρούσε, διευκόλυνε ή περιορίζε την τουριστική ανάπτυξη με την παροχή βασικής υποδομής, το σχεδιασμό και τη νομοθεσία. Ωστόσο, το δημόσιο δεν είχε διαμορφώσει μια ξεκάθαρη τουριστική πολιτική, αλλά εμπλέκονταν στο θέμα με διάφορους τρόπους και μέσω πολλών υπηρεσιών του, γεγονός που οδηγούσε στην έλλειψη συντονισμού, στην αλληλοεπικάλυψη των καταβαλλόμενων προσπαθειών για κάποιο θέμα και στην παραμέληση άλλων σημαντικών θεμάτων (Pearce 1989: 44).

Στις μέρες μας πάντως, όπως φανερώνει και η μελέτη πολλών πόλεων που προσπάθησαν να αναπτύξουν μια εύρωστη τουριστική βιομηχανία, πληθαίνουν οι περιπτώσεις μικτής συνεργασίας μεταξύ ιδιωτών και δημοσίου (Page, 1995 Law, 1992). Οι συνεργασίες κινούνται στον τομέα της παροχής τουριστικών εξυπηρετήσεων και προϊόντων υψηλής ποιότητας και σε αρκετές περιπτώσεις χαρακτηρίζονται από αξιοσημείωτη επιτυχία.

Ένας από τους βασικότερους στόχους αυτών που ασχολούνται με την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού πρέπει να είναι η επίτευξη μιας δυναμικής ισορροπίας μεταξύ της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών, αγαθών και υποδομής με την πραγματική ζήτηση αυτών των προϊόντων<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Για μια πληρέστερη ανάλυση των εννοιών της προσφοράς και ζήτησης στον τουρισμό, βλέπε Bull, 1991

### 1.3. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΠΟΛΕΙΣ

#### *Η Τουριστική Εμπειρία*

Χρησιμοποιούμε τον όρο «*τουριστική εμπειρία*» για να εκφράσουμε ένα πολυσύνθετο πλέγμα παραγόντων που επηρεάζουν τα συναισθήματα και τη γνώμη που σχηματίζουν οι τουρίστες για την επίσκεψη τους σε ένα μέρος (Graefe & Vaske, 1987). Αυτοί οι παράγοντες μπορεί να είναι περιβαλλοντικοί, κοινωνικοί ή προσωπικοί.

Ιδιαίτερα σημαντική κρίνεται η ανεκτικότητα του ατόμου προς τους άλλους. Υψηλά επίπεδα χρήσης ενός τουριστικού πόρου ή μιας εξυπηρέτησης (π.χ. του δικτύου κυκλοφορίας μέσα στην πόλη) θα οδηγήσουν στο συνωστισμό (κυκλοφοριακή συμφόρηση), γεγονός που μπορεί να μειώσει την τουριστική εμπειρία. Αυτό βέβαια ποικίλει από άτομο σε άτομο, καθώς μερικοί ενοχλούνται λιγότερο από άλλους από το συνωστισμό. Στο Διάγραμμα 1.3, παρουσιάζεται και σχηματικά η επίδραση του αριθμού των τουριστών, τόσο στη διαμόρφωση της τουριστικής εμπειρίας, όσο και στον ίδιο τον τουριστικό πόρο.

Η αξιολόγηση της ποιότητας της τουριστικής εμπειρίας είναι μια σύνθετη και δύσκολη διαδικασία, που απαιτεί, μεταξύ άλλων, την προσεκτική εξέταση των κινήτρων της τουριστικής επίσκεψης. Για τους ερευνητές θα ήταν ενδιαφέρον να εξεταστεί πως η γνώμη-προκατάληψη που έχει κάποιος για διάφορες πόλεις (π.χ.: «*Παρίσι, η πόλη του έρωτα*»), τον προδιαθέτει να επισκεφτεί κάποιες από αυτές. Αυτοί που εργάζονται στον τομέα της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών θα έβρισκαν ενδιαφέρονσα μια έρευνα που θα επιχειρούσε να εξακριβώσει σε ποιο βαθμό η τελική βιωμένη τουριστική εμπειρία ταυτίζεται με τις αρχικές προσδοκίες των τουριστών (Page, 1995: 24-25).

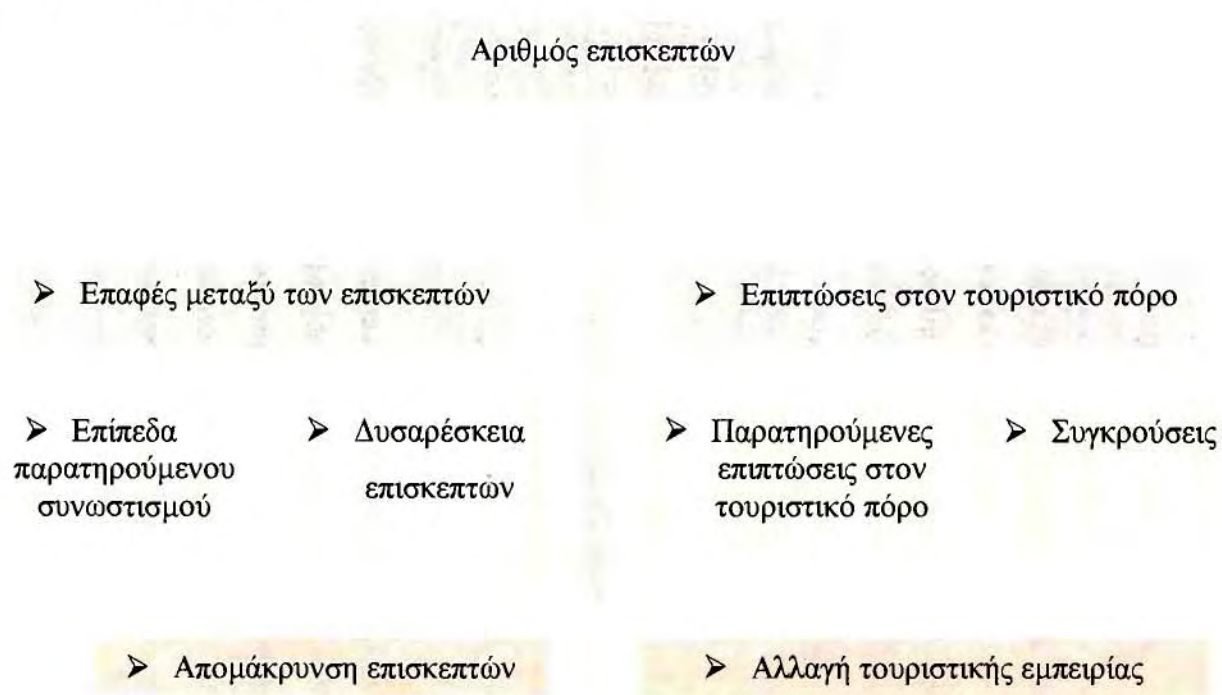
Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται μια σειρά παραγόντων, βάσει των οποίων μπορεί ο ερευνητής να αξιολογήσει τη βιωμένη τουριστική εμπειρία

Πίνακας 1.3.1: Παράγοντες αξιολόγησης της τουριστικής εμπειρίας

❖ Οι καιρικές συνθήκες, κατά την περίοδο της επίσκεψης
❖ Το επίπεδο διαθεσιμότητας και η ποιότητα των καταλυμάτων
❖ Η καθαριότητα της πόλης
❖ Η αισθητική αξία της πόλης (π.χ. η τοποθεσία και οι ομορφιές της)
❖ Η ασφάλεια των τουριστών
❖ Η ευκολία πρόσβασης των αξιοθέατων της πόλης
❖ Η εγκαρδιότητα των κατοίκων
❖ Η γνώση ξένων γλωσσών από τους εργαζομένους στον τουριστικό τομέα
❖ Το εύρος πολιτιστικών και καλλιτεχνικών πόρων
❖ Το αστικό τοπίο
❖ Το επίπεδο συμμόρφωσης
❖ Η ύπαρξη νυχτερινής ζωής και άλλων ευκαιριών διασκέδασης
❖ Το εύρος και η ποιότητα των εστιατορίων και γενικά των χώρων φαγητού
❖ Η προδιάθεση για ψώνια – αγορές αναψυχής
❖ Τα επίπεδα των τιμών
❖ Η εξυπηρετικότητα των κατοίκων
❖ Η διαθεσιμότητα άμεσης ιατρικής περίθαλψης

Πηγή: Page 1995, με βάση τους Haywood and Muller (1988)

### Διάγραμμα 1.3: Διαμόρφωση Τουριστικής Εμπειρίας



Πηγή: Page S, 1995:26



### Οι Επιπτώσεις του Αστικού Τουρισμού

Η αξιολόγηση των επιπτώσεων του αστικού τουρισμού στην πόλη είναι ένα θέμα που έχει προχωρήσει κυρίως σε επίπεδο μελετών περίπτωσης (case studies) (Law, 1992). Πρόκειται για πόλεις οι οποίες διεξήγαγαν τέτοιες μελέτες είτε επειδή θέλησαν να εκτιμήσουν το βαθμό των αναμενόμενων ωφελειών από τη δυνητική ανάπτυξη του τουρισμού (ex ante αξιολόγηση), είτε θέλησαν εκ των υστέρων να ανιχνεύσουν τις θετικές και αρνητικές συνέπειες που επέφερε στην πόλη η ανάληψη ενός ειδικού γεγονότος, η διοργάνωση ενός συνεδρίου ή η διεξαγωγή μιας ειδικής καμπάνιας για την προβολή της πόλης (ex post αξιολόγηση).

Στο θεωρητικό επίπεδο, το οποίο έχει διαμορφωθεί από τη συσσωρευμένη εμπειρία κυρίως των αμερικανικών και δυτικοευρωπαϊκών πόλεων, μπορούμε να διακρίνουμε τέσσερις τομείς στους οποίους έχει επίδραση η ανάπτυξη του αστικού τουρισμού. Έτσι έχουμε:

- οικονομικές επιπτώσεις
- κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις
- περιβαλλοντικές επιπτώσεις και
- επιπτώσεις ορισμένων ειδών ελκτικών στοιχείων ή εξυπηρετήσεων

(Δέφνερ, 1999β: 144)

Η θετική επίπτωση του τουρισμού στην οικονομία της πόλης, αποτέλεσε το σημαντικότερο κίνητρο για την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού κατά τη δεκαετία του '80 και βασικό μέλημα των περισσότερων δημοτικών αρχών. Γενικά το οικονομικό όφελος διακρίνεται σε δύο σκέλη: τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και την αύξηση του εισοδήματος. Οι νέες θέσεις εργασίας, έρχονται να ανακουφίσουν το εργατικό δυναμικό της πόλης από το πλήγμα της οικονομικής αναδιάρθρωσης. Αν και πολλοί ισχυρίζονται ότι η απασχόληση που δημιουργείται αφορά ως επί το πλείστον ανειδίκευτες και χαμηλών αποδοχών θέσεις εργασίας (Burton 1991/1995:129), το σημαντικό είναι ότι ακόμα και αυτές οι θέσεις μπορούν να μειώσουν τα υψηλά ποσοστά ανεργίας του εργατικού δυναμικού του κέντρου της πόλης, που αποτελείται ως επί το πλείστον από ανειδίκευτους εργάτες ημεδαπούς και μετανάστες. Επιπλέον, στην περίπτωση του αστικού τουρισμού αναιρείται η εποχικότητα της εργασίας, εγγενές χαρακτηριστικό της τουριστικής απασχόλησης, γεγονός που δημιουργεί κάποιες προϋποθέσεις και για την συνδικαλιστική οργάνωση

των εργαζομένων. Γενικά τα είδη της απασχόλησης που προκαλεί ο αστικός τουρισμός είναι:

- Άμεση στις τουριστικές εγκαταστάσεις
- Έμμεση στον τομέα της τουριστικής προσφοράς και
- Πρόσθετη λόγω της κυκλοφορίας του χρήματος στην τοπική κοινωνία

(Page, 1995: 127)

Η αύξηση του εισοδήματος, από την άλλη, προέρχεται από την εισροή και την κυκλοφορία στην τοπική οικονομία του χρήματος που δαπανούν οι επισκέπτες στην πόλη. Μάλιστα, η εισροή του τουριστικού συναλλάγματος δρα πολλαπλασιαστικά στην αύξηση του τοπικού εισοδήματος<sup>3</sup>.

Στον παρακάτω πίνακα, φαίνεται η φύση των τουριστικών δαπανών.

Πίνακας 1.3.2: Τουριστικές δαπάνες, ανά κατηγορία

<b>A. ΔΑΠΑΝΕΣ ΛΟΓΩ ΧΡΗΣΗΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ</b>
1. Αεροπορικά εισιτήρια
2. Λεωφορεία και πούλμαν
3. Σιδηροδρομικά εισιτήρια
4. Κρουαζιερόπλοια
5. Ταξί
<b>B. ΔΑΠΑΝΕΣ ΑΠΟ ΧΡΗΣΗ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ</b>
1. Λειτουργικά κόστη Ι. Χ. αυτοκινήτου
2. Ενοικίαση αυτοκινήτου
<b>Γ. ΔΑΠΑΝΕΣ ΣΤΕΓΑΣΗΣ</b>
1. Ξενοδοχεία, πανδοχεία
2. Ενοικιαζόμενα δωμάτια
3. Κάμπινγκ, χώροι κατασκήνωσης
4. Ιδιόκτητη παραθεριστική κατοικία
<b>Δ. ΔΑΠΑΝΕΣ ΓΙΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗ</b>
1. Έτοιμο φαγητό σε εστιατόρια
2. Πρώτες ύλες από οπωροπωλεία, κ.λ.π.
<b>Ε. ΔΑΠΑΝΕΣ ΔΙΑΣΚΕΛΑΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗΣ</b>
1. Εισιτήρια εισόδου σε θεματικά πάρκα και άλλα αξιοθέατα

<sup>3</sup> Για το θέμα αυτό και για τον τουριστικό πολλαπλασιαστή, βλέπε περισσότερα στους Mathieson & Wall, 1982: 64

2. Δαπάνες για μαθήματα σκι και για τη χρήση του λίφτ
3. Δαπάνες σε καζίνο
4. Άλλες δαπάνες αναψυχής και διασκέδασης
<b>ΣΤ. ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΥΣΕΣ / ΠΑΡΕΠΟΜΕΝΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ</b>
1. Ιατρική περίθαλψη
2. Κατανάλωση προσωπικών υπηρεσιών
3. Αγορά αναμνηστικών (souvenirs)
4. Αγορά καλλυντικών, ρούχων

Πηγή: Douglas C. F., στους Ritchie & Goeldner (eds) (1993): 374

Η επίδραση του τουρισμού στην κοινωνική και πολιτιστική ζωή της πόλης, εξαρτάται από τους ίδιους τους κατοίκους της, δηλαδή από τον τρόπο που αντιλαμβάνονται το φαινόμενο, τις στάσεις και τη συμπεριφορά τους απέναντι στους τουρίστες. Αυτά με τη σειρά τους καθορίζονται από το βαθμό της *πολιτιστικής ανεξαρτησίας* της τοπική κοινωνίας, δηλαδή το βαθμό στον οποίο έχει διαφυλάξει, συνειδητοποιήσει και εμπλουτίσει την παραδοσιακή *τοπική της ταυτότητα* ή το βαθμό στον οποίο έχει δομήσει μια νέα ισχυρή τοπική ταυτότητα (Bassand M, 1990).

Η επίδραση είναι μεγαλύτερη στις μικρές πόλεις και μάλιστα όταν οι πολιτισμικές διαφορές τουριστών και ντόπιων είναι εμφανείς (Τσάρτας, 1988/1996 Τσάρτας κ.α., 1995). Ωστόσο, πολλοί μελετητές υποστηρίζουν ότι οι κοινωνικό-πολιτιστικές αλλαγές που αποδίδονται εξολοκλήρου στον τουρισμό μπορεί να είχαν ήδη δρομολογηθεί από το πνεύμα της σύγχρονης εποχής και ο τουρισμός απλώς να επιτάχυνε αυτή τη διαδικασία (Smith, 1993) ή να προκλήθηκαν με τη συνέργια και άλλων μορφών οικονομικής δραστηριότητας και μέσων, όπως τα ΜΜΕ (Burton 1991/1995: 122).

Γενικά στο πλαίσιο των κοινωνικό-πολιτιστικών επιπτώσεων του αστικού τουρισμού εγγράφονται:

- Αλλαγές στις πολιτικές και οικονομικές δομές (π.χ. δημιουργία νέων θεσμικών οργάνων για τον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης)
- Αλλαγές στις αξίες, την ηθική και τη συμπεριφορά των ντόπιων (π.χ. με την υιοθέτηση από τη νέα γενιά των προτύπων κοινωνικής συμπεριφοράς των τουριστών) (Burton 1991/1995: 122)
- Αλλαγές στις παραδοσιακές καλλιτεχνικές πρακτικές (τα αντικείμενα της εθνικής τέχνης μετατρέπονται σε εμπορεύματα προς πώληση για τους τουρίστες, *τουριστικά souvenirs*) (Cohen, 1992)

- Εθνικοί παραδοσιακοί εορτασμοί, έθιμα, τελετές και φεστιβάλ μετατρέπονται σε γεγονότα προσέλκυσης θεατών-τουριστών για την επίτευξη οικονομικού οφέλους (Burton 1991/1995: 122)

(Δέφνερ, 1999β: 146)

Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται ο βαθμός αποδοχής και βίωσης της τοπικής κουλτούρας από τα διάφορα είδη τουριστών.

Πίνακας 1.3.3: Τύποι τουριστών και βαθμός αποδοχής της τοπικής κουλτούρας

Τύπος Τουρισμού	Αριθμός Τουριστών	Αποδοχή τοπικής κουλτούρας
Εξερευνητής	Περιορισμένος	Πλήρης Αποδοχή
Ελίτ	Σπάνιος	Πλήρης Αποδοχή
Τυχαίος	Ασυνήθης, αλλά υπαρκτός	Καλή αποδοχή
Ασυνήθης	Σποραδικός	Μέτρια αποδοχή
Αρχικό στάδιο μαζικού τουρισμού	Σταθερή εισροή	Προτιμά τις δυτικές ανέσεις
Μαζικός τουρισμός	Συνεχείς εισροές	Προσδοκεί τις δυτικές ανέσεις
Οργανωμένος τουρισμός	Μαζικές αφίξεις	Απαιτεί τις δυτικές ανέσεις

Πηγή: Page 1995, με βάση τους V. L. Smith (1989) και Pearce (1989)

Όταν μιλάμε για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του αστικού τουρισμού έχουμε πάντα ως πλαίσιο αναφοράς την πόλη, οπότε εννοούμε τις επιπτώσεις του τουρισμού στο αστικό περιβάλλον. Εξετάζουμε δηλαδή τις αλλαγές στη μορφή του πολεοδομικού ιστού (που διαμορφώνει το αστικό τοπίο), στις χρήσεις της αστικής γης, στις λειτουργίες των κτιριακών κελυφών και στις βασικές υποδομές της πόλης.

Ειδικότερα, το αστικό τοπίο επηρεάζεται από τα νέα αρχιτεκτονικά στυλ που καθιερώνονται στους χώρους και τα κτίρια που προορίζονται να φιλοξενήσουν τις τουριστικές δραστηριότητες. Το νέο στυλ των τουριστικών περιοχών μπορεί να διαφέρει τόσο από την παραδοσιακή αρχιτεκτονική μορφή της πόλης, όσο και από τις περιοχές αμιγούς κατοικίας των ντόπιων, δημιουργώντας όχι πάντα ευχάριστες οπτικές αντιθέσεις. Μπορεί, όμως, να προσαρμόζεται και να ταιριάζει με τις υπάρχουσες αρχιτεκτονικές φόρμες, δημιουργώντας μια ποικιλία και δίνοντας ενδιαφέροντα οπτικά ερεθίσματα στον αστικό περιηγητή. Η αποκατάσταση και συντήρηση ιστορικών τοποθεσιών και εγκαταλελειμμένων κτιρίων, από την άλλη, μπορεί να συμβάλλει στην διαφύλαξη της παραδοσιακής μορφής και εικόνας κάποιων αστικών περιοχών. Πάντως, ενώ η αποκατάσταση είναι μια μάλλον εύκολη και τεχνική υπόθεση, η διατήρηση της παλιάς χρήσης σε πολύ λίγες περιπτώσεις μπορεί να επιτευχθεί και γι' αυτό συνήθως το ζήτημα στρέφεται γύρω από την εξεύρεση της

καταλληλότερης νέας χρήσης σε ένα υπάρχον, παραδοσιακό κτιριακό κέλυφος (Αραβαντινός 2000: διάλεξη «Η Ευρωπαϊκή πόλη στον 21<sup>ο</sup> αιώνα»).

Συχνά, για τις ανάγκες της ανάπτυξης του αστικού τουρισμού, η αστική γη επεκτείνεται σε βάρος της γεωργικής, είτε με τη μορφή της επέκτασης της δομημένης περιοχής, είτε με τη μορφή της δέσμευσης τεράστιων υπαίθριων εκτάσεων κοντά στις πόλεις για τη δημιουργία θεματικών πάρκων και αθλητικών εγκαταστάσεων ή τη διεξαγωγή καλλιτεχνικών φεστιβάλ. Αλλά και εντός της δομημένης αστικής περιοχής η ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να δρομολογήσει την αλλαγή των χρήσεων και γενικά της μορφής του κέντρου της πόλης. Το κέντρο των ιστορικών πόλεων με τη μεγάλη συρροή τουριστών αποτελεί ένα παράδειγμα τέτοιων αλλαγών. Στις θετικές αλλαγές αναφέρονται η πεζοδρόμηση του μεγαλύτερου τμήματος του οδικού δικτύου και η εισαγωγή νέων μορφών διαχείρισης της κυκλοφορίας. Ως αρνητικές επιπτώσεις στο κέντρο αναφέρονται η φθορά και η καταστροφή της φυσικής διάρθρωσης των κτισμάτων, η ηχορύπανση, τα απορρίμματα και η αύξηση της εγκληματικότητας (που μπορεί να ταξινομηθεί και στις κοινωνικό-πολιτιστικές επιπτώσεις) (Δέφνερ, 1999β: 146-7).

Η μεγάλη προσέλευση τουριστών μπορεί να επιβαρύνει την αστική υποδομή και μάλιστα στις περιπτώσεις μεγάλων πόλεων όπου τα δίκτυα είναι ήδη κορεσμένα. Η επιβάρυνση των δικτύων παίρνει τη μορφή της κυκλοφοριακής συμφόρησης στο οδικό δίκτυο, της αδυναμίας ικανοποιητικής εξυπηρέτησης στους σιδηροδρομικούς σταθμούς, τα λιμάνια και τα αεροδρόμια λόγω του πολύ μετακινούμενου πληθυσμού, της έλλειψης επαρκών χώρων στάθμευσης για τα αυτοκίνητα, της υπερφόρτωσης του δικτύου ηλεκτρικής ενέργειας, κ.λ.π.. Η επιβάρυνση των ήδη κορεσμένων αστικών δικτύων συντελεί στην υποβάθμιση της τουριστικής εμπειρίας. Από την άλλη, προκαταλαμβάνει τους κατοίκους της πόλης αρνητικά έναντι των τουριστών, επειδή τους θεωρούν (μαζί με τις δημοτικές αρχές) υπεύθυνους για την κακή εξυπηρέτησή τους. Η κατάσταση αυτή αντιμετωπίζεται συνήθως με την παροχή πρόσθετης αστικής υποδομής και με τη λήψη μέτρων περιβαλλοντικής (αειφορικής) διαχείρισης των δικτύων.

Τέλος, αναφορικά με τις επιπτώσεις ορισμένων ειδών ελκτικών στοιχείων, αυτό που μας ενδιαφέρει περισσότερο είναι κατά πόσο ένας συγκεκριμένος πόλος έλξης (π.χ. μουσεία, θέατρα, αθλητικές εγκαταστάσεις, θεματικά πάρκα) στάθηκε ικανός να ανυψώσει το προφίλ της πόλης, να βελτιώσει την εικόνα της, να προσελκύσει τουρίστες και, εν τέλει, να δημιουργήσει οικονομικά οφέλη στην περιοχή. Για

παράδειγμα, στο Λονδίνο υπολογίστηκε ότι το 35% των θεατών των θεάτρων είναι αλλοδαποί τουρίστες (Myerscough κ.ά., 1988α: 81) γεγονός που αυξάνει την οικονομική σημασία των τεχνών για τη βρετανική πρωτεύουσα.

#### 1.4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ – Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΣΤΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ - PLACE MARKETING

Η διαμόρφωση ειδικών στρατηγικών τουριστικής διαχείρισης στις πόλεις αποκτά όλο και μεγαλύτερη σημασία. Σε πολλές πόλεις, μετά από δύο δεκαετίες ανάπτυξης, ο αστικός τουρισμός έχει φτάσει σε *φάση ωρίμανσης* και απαιτείται η εγκαθίδρυση μιας διαδικασίας που θα εξασφαλίζει το μακροχρόνιο σχεδιασμό του, ώστε τα βραχυχρόνια οφέλη από την τουριστική ανάπτυξη να μην υπονομεύσουν το μέλλον της δραστηριότητας (Page, 1995: 191).

Μέχρι σήμερα, στις περισσότερες περιπτώσεις πόλεων, δεν είχε υιοθετηθεί μια συγκεκριμένη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης. Ο *τουριστικός σχεδιασμός* ήταν το αποτέλεσμα της ρύθμισης και αλληλεπίδρασης οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών παραμέτρων (Heeley, 1981: 61). Εξάιρεση αποτελούν οι καθαρά τουριστικές πόλεις (μικρές ιστορικές πόλεις και πόλεις-τουριστικά θέρετρα), οι οποίες επιχείρησαν να αναπτύξουν στρατηγικές σχεδιασμού και διαχείρισης λόγω του κυρίαρχου ρόλου του τουρισμού στην οικονομική τους βάση. Από το παράδειγμα και τις εμπειρίες αυτών των πόλεων θα διδαχθούν και οι υπόλοιπες.

Οι Mill και Morrison (1985) αναγνωρίζουν τους εξής βασικούς στόχους του τουριστικού σχεδιασμού:

- Προσαρμογή στις μεταβαλλόμενες συνθήκες (το γενικό οικονομικό περιβάλλον, τις κοινωνικές στάσεις και αξίες, την τύχη των σημαντικών για την περιοχή επιχειρήσεων)
- Διερεύνηση εναλλακτικών προσεγγίσεων (στην ανάπτυξη της τουριστικής υποδομής, στον τρόπο διαφήμισης της πόλης)
- Προστασία και διατήρηση (των φυσικών πόρων, των ιστορικών μνημείων, της τοπικής παράδοσης και του κοινωνικού ιστού)
- Αποτελεσματική ανάπτυξη (αποδοτική συνεργασία μεταξύ των εμπλεκομένων παραγόντων, προώθηση μιας θετικής και ξεκάθαρης εικόνας της πόλης ως τουριστικό προορισμό)
- Αποφυγή ανεπιθύμητων επιπτώσεων. Ως τέτοιες αναφέρονται η απώλεια της πολιτιστικής ταυτότητας και των τοπικών παραδόσεων, η περιβαλλοντική μόλυνση, η ανεπανόρθωτη καταστροφή των φυσικών και ιστορικών πόρων, η επίδειξη αφιλόξενης συμπεριφοράς των κατοίκων προς τους τουρίστες, η υψηλή

εποχικότητα της τουριστικής δραστηριότητας, ο συνωστισμός και υπερφόρτωση των δικτύων και υποδομών, η μείωση ή απώλεια του μεριδίου της περιοχής στην τουριστική αγορά, άλλοι περιορισμοί και προβλήματα που μπορεί να δημιουργηθούν από τον ανταγωνισμό μεταξύ των παραγόντων που εμπλέκονται στην διαδικασία ανάπτυξης του αστικού τουρισμού

(Page, 1995: 159)

Η τουριστική πολιτική ασχολείται με ζητήματα ανάπτυξης, προστασίας, διατήρησης και θέματα που σχετίζονται με τις χρήσεις γης, την οργάνωση της προσφοράς, το επιχειρηματικό περιβάλλον και την τοπική οικονομία (Page, 1995).

Η διαδικασία διαμόρφωσης μιας στρατηγικής για την ανάπτυξη και διαχείριση του τουρισμού στην πόλη, αποτελείται από μερικά ξεκάθαρα στάδια - βήματα, τα οποία περιγράφουμε εν συντομία παρακάτω:

1. Η Προετοιμασία της Μελέτης – Τουριστικού Σχεδίου. Η ευθύνη για την έναρξη της διαδικασίας σύνταξης του τουριστικού σχεδίου ανάπτυξης και διαχείρισης ανήκει, συνήθως, στις διοικητικές αρχές της πόλης (*δημοτική αρχή*), αλλά στη συνέχεια εμπλέκονται και ιδιωτικοί οργανισμοί και επιχειρήσεις που σχετίζονται με το ζήτημα.
2. Προσδιορισμός των Βασικών Στόχων. Τέτοιοι μπορεί να είναι η ενθάρρυνση της περαιτέρω ανάπτυξης του αστικού τουρισμού, η δημιουργία θέσεων απασχόλησης για τους ντόπιους, η μεγαλύτερη και



ποιοτικότερη παροχή υποδομών για τους κατοίκους και τους επισκέπτες της πόλης.



3. Αποτύπωση της Υπάρχουσας Κατάστασης. Στο στάδιο αυτό γίνεται συλλογή στοιχείων που αφορούν τόσο την προσφορά όσο και την τουριστική ζήτηση. Τέτοια στοιχεία είναι οι τάσεις της τουριστικής κίνησης και τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών, η λίστα των ελκτικών στοιχείων της πόλης και η εκτίμηση της μελλοντικής διαθεσιμότητας των επενδυτικών κεφαλαίων.
4. Σύνθεση των Στοιχείων της Έρευνας. Οι Cooper *et al* (1993) αναφέρουν ως συνηθέστερες τεχνικές ανάλυσης την αξιολόγηση των πόρων, την έρευνα αγοράς, τον αναπτυξιακό σχεδιασμό και την αξιολόγηση των επιπτώσεων. Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τις αναλύσεις χρησιμοποιούνται στη συνέχεια για τη διατύπωση των εναλλακτικών προτάσεων-επιλογών.
5. Διατύπωση της Πολιτικής και Σύνταξη του Σχεδίου. Εδώ προσδιορίζονται οι γενικές κατευθύνσεις και οι ειδικές δράσεις που απαιτούνται για την επίτευξη των βασικών στόχων. Σύμφωνα με τον Acernaza (στον Pearce, 1989), υπάρχουν τρία στοιχεία κοινά στις περισσότερες τουριστικές πολιτικές: η ικανοποίηση των επισκεπτών, η περιβαλλοντική προστασία και η δημιουργία οικονομικού οφέλους-απολαβών για τους επενδυτές. Αρχικά διατυπώνεται ένα πλήθος προτάσεων πολιτικής, οι οποίες συνεκτιμούνται, για να υιοθετηθούν τελικά εκείνες που ικανοποιούν τους περισσότερους από τους βασικούς στόχους.
6. Εκτίμηση άλλων Προτάσεων. Σ' αυτή τη φάση, οι αρμόδιοι για τη σύνταξη του σχεδίου συζητάνε τις διάφορες παραμέτρους του με όλους τους ενδιαφερόμενους, ιδιωτικές επιχειρήσεις και πολίτες (*συμμετοχική* φάση του σχεδιασμού).
7. Εφαρμογή και Επίβλεψη του Σχεδίου. Όταν ετοιμαστεί το σχέδιο τίθεται σε εφαρμογή. Πολλές φορές προηγείται η θεσμική νομιμοποίηση του. Κάποιες φορές χρειάζεται να καταρτιστεί ένα ειδικότερο *σχέδιο* λεπτομερούς *δράσης*. Ο μηχανισμός επίβλεψης θα ενημερώνει δημόσιο και ιδιώτες για την πορεία της υλοποίησης του σχεδίου. Συνήθως για αυτά τα σχέδια ορίζεται ένας μεσοπρόθεσμος ορίζοντας δράσης πέντε περίπου ετών.
8. Περιοδική Αναθεώρηση. Η αναθεώρηση του αρχικού σχεδίου τροφοδοτείται από την *εκ των υστέρων αξιολόγηση* όλης της προηγούμενης διαδικασίας και δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την βελτίωση του ίδιου

σχεδίου ή την επιτυχέστερη σύνταξη και εφαρμογή ενός άλλου τουριστικού σχεδίου στο μέλλον.

(Page, 1995)

Κατά καιρούς έχουν αναπτυχθεί διάφορες προσεγγίσεις στον τουριστικό σχεδιασμό. Στη βιβλιογραφία αναφέρεται η προσέγγιση της *προώθησης*, η *οικονομική προσέγγιση*, η *φυσικό-χωρική προσέγγιση*, η *συμμετοχική προσέγγιση*<sup>4</sup>. Η πιο πρόσφατη εξέλιξη σ' αυτόν τον τομέα είναι η *αιεφορική προσέγγιση*, η οποία δεν περιορίζεται μόνο στα θέματα του τουριστικού σχεδιασμού. Σε γενικές γραμμές, η προσέγγιση αυτή υποστηρίζει την προστασία των φυσικών και ιστορικών πόρων και την βελτίωση τόσο της *τουριστικής εμπειρίας* όσο και της ποιότητας ζωής των κατοίκων. Αυτό επιτυγχάνεται με την εισαγωγή *όρων βιωσιμότητας* στις προτεινόμενες δράσεις, πράγμα που σημαίνει ότι σε κάποιες περιπτώσεις μπορεί να χρειαστεί να προωθηθούν νέες μορφές τουριστικής δραστηριότητας για τους επισκέπτες της πόλης ή (σε ακραίες περιπτώσεις) να τους ζητηθεί να *πάνε κάπου αλλού (διαχείριση επισκεπτών αξιοθέατου)* (Ashworth 1992β: 327). Όμως, είναι δύσκολο να υιοθετηθεί κάτι τέτοιο, ιδίως από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις, ώστε να μειωθεί η πίεση στα ευαίσθητα αστικά οικοσυστήματα (Page, 1995: 179).

### *Place Marketing*

Θα ήταν παράλειψη να μην αναφερθούμε στο σημαντικό ρόλο που παίζει η διαφήμιση της πόλης (*place marketing*), για την προώθηση του τουρισμού της. Το θέμα αυτό είναι πολύ εκτενές και χρίζει ξεχωριστής και λεπτομερούς εξέτασης, κάτι που ξεφεύγει από τους σκοπούς και το θέμα της παρούσας διπλωματικής εργασίας. Γι' αυτό, θα αναφερθούμε σ' αυτό μόνο ακροθιγώς. Στην τελευταία παράγραφο, παρατίθεται η βασική διεθνής βιβλιογραφία, στην οποία μπορεί να ανατρέξει όποιος ενδιαφέρεται περισσότερο για το θέμα.

Σήμερα, το *place marketing* έχει αναδειχθεί σε επιστήμη. Ειδικές μέθοδοι και τεχνικές αναπτύχθηκαν για την προώθηση των ιδιαίτερων αυτών *προϊόντων* (πόλεις και περιοχές), στην τουριστική αγορά (τουρίστες, επισκέπτες). Γενικά, η έννοια του *place marketing* εμπεριέχει τρεις βασικούς τομείς:

<sup>4</sup> Για περισσότερα βλέπε Page, 1995: 177

α) Τη διατύπωση ενός *Στρατηγικού Σχεδίου*, αναφορικά με τους στόχους που θέτει η τοπική κοινωνία και τη θέση που προσδοκά να αποκτήσει στο μέλλον, ακολουθώντας μια στρατηγική *marketing*

β) Τη διεξαγωγή μιας *Έρευνας Αγοράς*, αναφορικά με το μερίδιο της τουριστικής αγοράς που κατέχει σήμερα η πόλη, τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών της (κατάτμηση αγοράς), κ.λ.π.

γ) Την κατάρτιση ενός λεπτομερούς *Σχεδίου Marketing*, στο οποίο καθορίζεται η φύση του προϊόντος που θα προσφέρεται (είδη, ποιότητα και τιμές τουριστικών υπηρεσιών), οι μέθοδοι διαφήμισης του, κ.λ.π.

(Page S., 1995: 201-206)

Στον παρακάτω πίνακα, παρουσιάζονται ενδεικτικά οι συνήθεις τεχνικές που χρησιμοποιούνται για την τουριστική προβολή μιας περιοχής.

Πίνακας 1.4.1: Συνήθεις τεχνικές place marketing

ΧΡΟΝΟΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ	ΤΕΧΝΙΚΗ
Στο σπίτι, πριν το ταξίδι	Διαφήμιση στα ΜΜΕ
	Μικρές εκδρομές εξοικείωσης
	Εμπορικές αποστολές
	Τουριστικοί οδηγοί
	Προσωπική αποστολή email
Κατά τη διάρκεια του ταξιδιού	Διαπολιτειακά κέντρα υποδοχής
	Υπαίθριες διαφημίσεις
Στον προορισμό	Κέντρα επισκεπτών
	Προγράμματα προβολής στα ΜΜΕ
	Εκπαίδευση φιλοξενίας

Πηγή: Richard & Barry, στους Ritchie & Goeldner (eds) (1993): 566

Πολλά είναι τα παραδείγματα πόλεων που ανέπτυξαν στρατηγικές *marketing*. Σε κάθε περίπτωση, οι διαφημιστικές εκστρατείες ήταν προσαρμοσμένες στα ειδικά χαρακτηριστικά και τις ανάγκες της περιοχής και στόχευαν στη δόμηση μιας ισχυρής ελκτικής εικόνας για την περιοχή ή, ακόμα, στην μεταστροφή της αρνητικής εικόνας που ενδεχομένως είχε διαμορφωθεί γι' αυτή κατά το παρελθόν, σε θετική.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι πόλεις της Μ.Βρετανίας, που από το 1984, καταβάλουν σοβαρές προσπάθειες για την τουριστική προβολή τους. Ακολουθεί ένας κατάλογος με τα διαφημιστικά σλόγκαν που χρησιμοποιήθηκαν. Καθένα από αυτά, αποτυπώνει το συνολικό όραμα της πόλης στην οποία αναφέρεται.

Πίνακας 1.4.2.: Διαφημιστικά σλόγκαν Βρετανικών πόλεων

Πόλη	Σλόγκαν
Μπέρμιγχαμ	<i>Η καρδιά της Αγγλίας</i>
Μπράντφορντ	<i>Ένα εκπληκτικό μέρος</i>
Λίβερπουλ	<i>Αστικό θέρετρο</i>
Μάντσεστερ	<i>Ακριβώς στην καρδιά των πραγμάτων</i>
Στοκ –ον –Τρεντ	<i>Η πόλη που πυροδοτεί τη φαντασία</i>

Πηγή: Page 1995: 227

Για μια εκτενέστερη ανάλυση του θέματος, βλέπε:

1. Ashworth G.J. & Voogd H. (1990), *Selling the City*, London: Belhaven
2. Gold J. & Ward S. (eds) (1994), *Place Promotion: The Use of Publicity and Public Relations to Sell Cities*, Chichester: Wiley
3. Pearce D.G. (1992), *Tourist Organisations*, London: Longman
4. Kearns G. & Philo C. (eds) (1993), *Selling Places: The City as Cultural Capital, Past and Present*, Oxford: Pergamon

### 1.5. Ο ΦΥΣΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΑΣΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η ανάπτυξη τουριστικών πόρων σε μια πόλη, είναι ένα πολύ σημαντικό θέμα στη διαδικασία του φυσικού της σχεδιασμού και πρέπει να αποτελεί κάτι παραπάνω από την απλή χωροθέτηση κτιριακών μονάδων και την τυχαία εναπόθεση ελεύθερων χώρων (Law, 1993: 127). Η ύπαρξη ενός ελκυστικού αστικού τοπίου, αποτελεί από μόνη της τουριστικό πόλο έλξης για την πόλη. Από την άλλη, ο τρόπος με τον οποίο θα χωροθετηθούν τα διάφορα αξιοθέατα και οι τουριστικές εγκαταστάσεις σε αυτό το υπόβαθρο - τοπίο, θα καθορίσει τη μορφή και τα χαρακτηριστικά του παραγόμενου «τουριστικού χώρου», ο οποίος θα αποτυπωθεί στη μνήμη του τουρίστα (MacCannell, 1976).

Η εμπειρία πολλών πόλεων δείχνει ότι το δίλημμα που επικρατεί σχετικά με τη χωροθέτηση των τουριστικών πόρων είναι η συγκεντρωτική ή η διάσπαρτη ανάπτυξη τους, μέσα στην αστική περιοχή. Καθένα από τα δυο παραπάνω σχήματα χωροθέτησης έχει υπέρ και κατά.

Στις περισσότερες πόλεις επικράτησε η αντίληψη της συγκέντρωσης των τουριστικών πόρων<sup>5</sup> σε συγκεκριμένες περιοχές, «τουριστικές συνοικίες», οι οποίες πολλές φορές, συνέπιπταν ή γειτνιάζαν με το Επιχειρηματικό και Διοικητικό Κέντρο της πόλης (CBD). Η επιλογή αυτή στηρίχτηκε σε μια σειρά πλεονεκτημάτων που παρουσιάζει μια τέτοια χωροθέτηση. Ειδικότερα, μέσω της συγκέντρωσης των αξιοθέατων διευκολύνεται και απλουστεύει η πρόσβαση των τουριστών σε αυτά, καθώς δεν απαιτείται η χρήση αυτοκινήτου ή δημόσιου μεταφορικού μέσου για την προσπέλαση τους. Γενικά, μια πόλη που προσφέρεται για περπάτημα (*walking city*) και διαθέτει όμορφες διαδρομές και ενδιαφέρον αστικό περιβάλλον, έχει περισσότερες πιθανότητες να προτιμηθεί από τους δυνητικούς τουρίστες. Επιπλέον, η κρίσιμη μάζα αξιοθέατων και τουριστών που δημιουργείται, έλκει πρόσθετες επενδύσεις στην τουριστική περιοχή, λόγω οικονομικών κλίμακας, οι οποίες κινούνται συνήθως στους τομείς του εμπορίου, των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και των χώρων φαγητού και ποτού, δηλαδή τους δευτερογενείς πόρους έλξης (Law, 1993: 128).

Ωστόσο, σημαντικά είναι τα μειονεκτήματα αυτής της χωροθετικής επιλογής, όπως δείχνει η διεθνής εμπειρία. Τα μειονεκτήματα αναφέρονται βασικά στο

<sup>5</sup> Στον όρο *τουριστικοί πόροι* περιλαμβάνονται ιστορικά κτίρια, χώροι διασκέδασης, εμπορικά καταστήματα, ξενοδοχειακά καταλύματα, χώροι φαγητού, κ.λ.π., δηλαδή εννοούμε τόσο τους βασικούς όσο και τους δευτερεύοντες πόρους

συνωστισμό και στον κορεσμό των τουριστικών περιοχών (Law, 1993: 129), οι οποίες δεν παύουν να είναι ανθρώπινα οικοσυστήματα και να έχουν μια φέρουσα ικανότητα. Η υπέρβαση αυτού του ορίου, δημιουργεί προβλήματα και δυσαρέσκεια τόσο στους επισκέπτες, που υποβαθμίζεται η τουριστική τους εμπειρία, όσο και στους ντόπιους, που αρχίζουν να αισθάνονται την πιεστική και ανεπιθύμητη τουριστική εισβολή.

Πολλές από τις πόλεις στις οποίες συναντάμε συγκέντρωση των τουριστικών πόρων κοντά ή μέσα στην κεντρική τους περιοχή, είναι παλιές βιομηχανικές πόλεις. Η αποβιομηχάνιση τους, οδήγησε στην εγκατάλειψη πολλών βιομηχανικών κτιρίων και μεγάλων εκτάσεων της κεντρικής περιοχής, η οποία έπεσε σε παρακμή και ερήμωσε. Η ανάγκη αναζωογόνησης αυτών των περιοχών, στην καρδιά της πόλης, συνδυάστηκε με την προοπτική της τουριστικής ανάπτυξης. Έτσι, οι εγκαταλειμμένες κεντρικές εκτάσεις καθαρίστηκαν και μετατράπηκαν σε τουριστικές συνοικίες, χώρους αναψυχής και διασκέδασης. Η συνήθης φυσική μορφή των περιοχών αυτών περιλαμβάνει το Διοικητικό και Εμπορικό Κέντρο (CBD), με τα γραφεία και τα εμπορικά καταστήματα, το οποίο περιβάλλουν δύο – τρεις τουριστικές συνοικίες, με τα αξιοθέατα και τους χώρους αναψυχής και, επιπλέον, σε μερικές πόλεις, μικρές περιοχές κατοικίας της νέας μεσοαστικής τάξης (*gentrified quarters*).

Συχνά, στις πόλεις που έχουν θάλασσα, η ανάπλαση περιλάμβανε και την αναδιαμόρφωση της προκουμαίας, δηλαδή του θαλάσσιου μετώπου της πόλης, που φιλοξενούσε παλιά φθίνουσες λιμενικές δραστηριότητες. Η μεταμόρφωση της προκουμαίας σε ένα αισθητικά ενδιαφέρον τοπίο, σε συνδυασμό με τη χωροθέτηση σημαντικών εγκαταστάσεων ελεύθερου χρόνου και αναψυχής πάνω σ' αυτή, τη μετέτρεψε από επικίνδυνη περιοχή, σε έναν πολυσύχναστο και πολύ σημαντικό τουριστικό πόλο έλξης (βλ. Βαλτιμόρη). Όσον αφορά το φυσικό σχεδιασμό της προκουμαίας, ένα σημείο που αξίζει να τονιστεί είναι η ανάγκη να διασφαλιστεί η άνετη προσπέλαση της από τους πεζούς. Πόλεις που έφραξαν τις φυσικές διόδους προς το θαλάσσιο μέτωπο, κατασκευάζοντας περιφερειακούς δρόμους κατά μήκος του, κατέστρεψαν αυτό το σημαντικό τους πλεονέκτημα (Law, 1993: 134).

Κατά την προσωπική μας άποψη, η απόφαση μιας πόλης να αναπτύξει με τον έναν ή τον άλλο τρόπο τους τουριστικούς της πόρους, πρέπει να αποτελεί καθαρά δική της επιλογή, προσαρμοσμένη στις ιδιαίτερες παραμέτρους της υφιστάμενης προσφοράς και της εκτιμώμενης τουριστικής ζήτησης και εγγραφόμενη στις τοπικές φυσικές, ιστορικές και κοινωνικές συνθήκες. Ακόμα, μια πόλη θα μπορούσε να μην

περιοριστεί στην αυστηρή εφαρμογή ενός από τα παραπάνω χωροθετικά σχήματα, αλλά να ακολουθήσει το ένα από αυτά στη χωροθέτηση κάποιων τουριστικών πόρων και το άλλο στη χωροθέτηση κάποιων άλλων ή, θα μπορούσε ακόμα, να αναπτύξει ένα νέο δικό της χωροθετικό σχήμα. Στόχος, του φυσικού σχεδιασμού πρέπει να είναι, σε κάθε περίπτωση, η βέλτιστη ανάπτυξη των τουριστικών πόρων μέσα στην αστική περιοχή, με κριτήρια λειτουργικά, αισθητικά, κοινωνικά και οικονομικά.

Σημαντικό ρόλο στην αναμόρφωση και ανάδειξη του αστικού τοπίου της πόλης, έχει η κατασκευή μνημειακών κτιρίων (βλ. Παράρτημα 1, Εικόνες 4-13 και 18-39). Αυτό έγινε από παλιά αντιληπτό, όπως δείχνει το παράδειγμα του ατσάλινου *Πύργου του Eiffel* (βλ. Παράρτημα 1, Εικόνες 1-3), που κατασκευάστηκε από τον Gustave Eiffel, με σκοπό να αποτελέσει το κεντρικό έκθεμα της Διεθνούς Έκθεσης που διοργανώθηκε το 1899 στο Παρίσι. Η κατασκευή αυτή, που ήταν το ψηλότερο κτίσμα εκείνης της εποχής, καταδικάστηκε από πολλούς ως αισθητικό τερατούργημα και επρόκειτο να απομακρυνθεί μετά από 20 χρόνια. Όμως, 100 χρόνια αργότερα, βρίσκεται ακόμα στη θέση του και αποτελεί σήμα κατατεθέν της γαλλικής πρωτεύουσας. Στην Ισπανία, το μουσεία μοντέρνας τέχνης, *Guggenheim* (βλ. Παράρτημα 1, Εικόνα 7), κατάφερε, να αναζωογονήσει οικονομικά μια ολόκληρη πόλη, το Μπιλμπάο. Το κτίριο κατασκευάστηκε από τον Frank O. Gehry, εξ ολοκλήρου από τιτάνιο και έκανε την πόλη γνωστή παγκοσμίως, καθώς εκτιμάται ότι περισσότερο από 1 εκ. τουρίστες την επισκέπτονται ετησίως, αποκλειστικά για το μουσείο της. Επίσης, 16 μεγάλα κρουαζιερόπλοια, έχουν προσθέσει το Μπιλμπάο στη διαδρομή τους και στην πόλη ετοιμάζεται μια καινούρια μαρίνα για να τα φιλοξενήσει (Λάμπρου, 2000).

Όπως ισχυρίζεται ο Thomas Michael Kruger, του ταξιδιωτικού γραφείου Ticket B, που ειδικεύεται σε αρχιτεκτονικές περιηγήσεις: «Η αρχιτεκτονική έγινε ξαφνικά το νέο είδος trademark<sup>6</sup>». Το ερώτημα, όμως, που τίθεται εύλογα είναι, αν μπορούν όλες οι πόλεις να επαναλάβουν την επιτυχία του Μπιλμπάο. Η κατασκευή ενός πρωτοποριακού έργου στο σωστό μέρος και την κατάλληλη στιγμή είναι μια δαπανηρή, όσο και ριψοκίνδυνη υπόθεση. Ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί το πολυδιαφημισμένο *Millennium Dome*<sup>7</sup> του Λονδίνου, που από πολλούς χαρακτηρίστηκε αποτυχημένο. Πάντως, όλες οι σχετικές κριτικές έχουν και τον αντίλογο τους και σίγουρα επιδέχονται αμφισβητήσεις. Όπως είπε και ο Gustave

<sup>6</sup> Σήμα κατατεθέν

<sup>7</sup> Θόλος της Χιλιετίας

Eiffel, έναν αιώνα πριν: «Ο αισθητικός παράδεισος του ενός, μπορεί να είναι η αισθητική κόλαση του άλλου» (Λάμπρου, 2000).





## 1.6. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ

Στο υποκεφάλαιο 1.2. (*Η Προσφορά στον Αστικό Τουρισμό*), αναφερθήκαμε στη μεθοδολογική διάκριση των τουριστικών πόρων μιας πόλης σε τρεις βασικές κατηγορίες: πρωτεύοντες ή βασικοί, δευτερεύοντες και εξαρτώμενοι. Στο σημείο αυτό θα εξετάσουμε αναλυτικότερα τα διάφορα είδη τουριστικών πόρων που διαθέτει ή μπορεί να αναπτύξει μια πόλη, τη δυνητική επίδραση τους στην αύξηση της τουριστικής κίνησης και τη χωροθέτηση τους μέσα στην πόλη.

Από την ομάδα των βασικών τουριστικών πόρων, ενδιαφέρον παρουσιάζει η εξέταση των συνεδρίων και των εκθέσεων, της τέχνης με τη γενική της έννοια (στην οποία περιλαμβάνονται το θέατρα, οι μουσικές συναυλίες και ο κινηματογράφος), του αθλητισμού και των μουσείων. Από την ομάδα των δευτερευόντων τουριστικών πόρων, αξίζει να μελετηθεί η ελκτική επίδραση και η χωροθέτηση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων μέσα στην πόλη.

*Τα συνέδρια και οι εκθέσεις είναι ένας τουριστικός πόρος που χρίζει ιδιαίτερη προσοχή από μια πόλη. Ο συνεδριακός τουρισμός, καλύπτει το μεγαλύτερο κομμάτι του επαγγελματικού αστικού τουρισμού. Αυτός ο τύπος αστικού τουρισμού, χαρακτηρίζεται από πολλούς ως πιο συμφέρον και πιο επιθυμητός για μια πόλη, επειδή η μέση διάρκεια παραμονής των επισκεπτών - συνέδρων είναι μικρή και τα έξοδα τους αυξημένα, συγκριτικά με αυτά των επισκεπτών που έρχονται στην πόλη για διασκέδαση. Σύγχρονα συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα υπάρχουν σε πολλές πρωτεύουσες χωρών.*

Πρόκειται για μεγάλες εγκαταστάσεις, υψηλών προδιαγραφών. Τις περισσότερες φορές πρόκειται για έναν ενιαίο χώρο με πολλαπλότητα χρήσεων, ενώ σε άλλες περιπτώσεις κατασκευάζονται χωριστά συνεδριακά κέντρα και εξειδικευμένοι εκθεσιακοί χώροι. Αυτό ισχύει περισσότερο στις περιπτώσεις μεγάλων πόλεων, οι οποίες φιλοξενούν κατά περιόδους σημαντικές διεθνείς εκθέσεις. Σε κάθε περίπτωση, πάντως, πρόκειται για εγκαταστάσεις μεγάλων οικονομικών απαιτήσεων, τόσο στο στάδιο της κατασκευής, όσο και κατά τη λειτουργία τους, γεγονός που καθιστά αυτόν τον πόλο έλξης δυσπρόσιτο για τις μικρού και μεσαίου μεγέθους πόλεις. Εξάλλου, η οργάνωση παρόμοιων γεγονότων γίνεται από τις πλέον γνωστές και προσιτές πόλεις των χωρών που αποτελούν «τον πυρήνα της παγκόσμιας οικονομίας» (Burton 1991/1995: 57). Από το 1984 ως και το 1990, σημαντικότερος

προορισμός των διεθνών συνεδρίων ήταν το Παρίσι, ακολουθούμενο από το Λονδίνο (Δέφνερ, 1999β: 134).

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται μερικές από τις δημοφιλέστερες πόλεις, παγκοσμίως, αναφορικά με τη διοργάνωση διεθνών συνεδρίων.

Πίνακας 1.6.1: Δημοφιλέστερες πόλεις διοργάνωσης διεθνών συνεδρίων

Χώρα – Ήπειρος	Πόλεις
Καναδάς	Τορόντο & Βανκούβερ
Ευρώπη	Λονδίνο & Παρίσι
Μεξικό	Κάνουν & Ακαπούλκο
Καραϊβική	Μπαχάμες
Ασία	Τόκιο και Χονγκ Κονγκ

Πηγή: ίδια επεξεργασία στοιχείων, με βάση τους Carey C, Ritchie & Goeldner (eds) (1993): 282

Η γενική εκτίμηση που επικράτησε μέχρι σήμερα, είναι ότι *οι τέχνες* δεν αποφέρουν μεγάλα οικονομικά οφέλη σε μια πόλη. Αυτό οφείλεται στο περιορισμένο και εξειδικευμένο κοινό που έχουν τα συνηθισμένα καλλιτεχνικά γεγονότα. Οι λεγόμενοι «τουρίστες της τέχνης» (Whitt, 1988) μπορεί να είναι πιο ευκατάστατοι και να ξοδέψουν περισσότερα στην πόλη, αλλά ο αριθμός τους είναι σχετικά μικρός. Έτσι, μπορεί κάποιος να υποστηρίξει ότι οι τέχνες δεν αποτελούν πρωτεύοντα πόλο έλξης, υπό την έννοια ότι δεν είναι ικανές από μόνες τους να προσελκύσουν επισκέπτες στην πόλη. Αυτό δεν ισχύει, όμως, στην περίπτωση σημαντικών καλλιτεχνικών γεγονότων (φημισμένες θεατρικές παραστάσεις, κονσέρτα από γνωστές ορχήστρες, συναυλίες δημοφιλών τραγουδιστών), τα οποία μπορούν από μόνα τους να προσελκύσουν κοινό – επισκέπτες στην πόλη, ειδικά μάλιστα από την άμεσα ευρύτερη της περιοχή. Επιπλέον, οι τέχνες μπορούν να προσδώσουν στην πόλη μια ποιοτική πολιτιστική διάσταση και να ανυψώσουν το προφίλ της προς τον έξω κόσμο και αυτή η θετική προβολή συνιστά έμμεσο οικονομικό όφελος (Law, 1993: 89). Οι καλλιτεχνικοί χώροι παρουσιάζουν μια *ποικιλία χωροθετικών σχημάτων*, που εξαρτάται τόσο από το είδος του πόλου, όσο και από τις ιδιαίτερες κοινωνικό – οικονομικές συνθήκες που επικράτησαν ιστορικά στην πόλη. Πάντως, πολλές από αυτές βρίσκονται παραδοσιακά χωροθετημένες στο κέντρο της πόλης. Ενώ, κάποιες πιο πρόσφατες μεγάλες επενδύσεις σε χώρους διασκέδασης και

αναψυχής, γίνονται στα προάστια και μάλιστα των ευπορότερων κοινωνικών στρωμάτων, όπου υπάρχει και επάρκεια χώρου και αυξημένη ζήτηση.

Η οικονομική συμβολή του *αθλητισμού* στην πόλη, είναι περιορισμένη και παρόμοια με αυτή των τεχνών, προκειμένου για συνηθισμένες αθλητικές συναντήσεις. Και σ' αυτή την περίπτωση όμως, ο ρόλος του είναι πολύ σημαντικός στην περίπτωση φιλοξενίας σημαντικών αθλητικών γεγονότων, όπως θα αναπτύξουμε στο επόμενο κεφάλαιο. Η κάλυψη ενός σημαντικού αθλητικού γεγονότος από τα ΜΜΕ, επιφυλάσσει σημαντική προβολή στην πόλη. Επιπλέον, οι αθλητικές εγκαταστάσεις, όπως εξάλλου και οι καλλιτεχνικές, αποτελούν μόνιμη αστική υποδομή για την εξυπηρέτηση όχι μόνο των τουριστών, αλλά και των κατοίκων της πόλης. Οι παραπάνω λόγοι οδήγησαν πολλές πόλεις στην κατασκευή σύγχρονων αθλητικών εγκαταστάσεων, όπως πολυδύναμα αθλητικά κέντρα και μεγάλα στάδια. Αυτά, ιδίως στις πόλεις της Αμερικής, χωροθετήθηκαν *σε επαφή με την κεντρική περιοχή*, για μια σειρά ωφελειών που προέκυπταν από τη χωροθέτηση αυτή, όπως η ενδυνάμωση της τουριστικής κίνησης στο κέντρο και η από κοινού με τα γραφεία χρήση των μεγάλων χώρων στάθμευσης που υπήρχαν στην περιοχή αυτή (Miestchovich and Ragas, 1986 Ragas κ.ά., 1987).

*Τα μουσεία*, είναι ένας πόλος έλξης που έχει ιδιαίτερη σημασία για τις Ελληνικές πόλεις, όπως θα δούμε και παρακάτω. Ωστόσο, η επίδραση των μουσείων στην αύξηση της αστικής τουριστικής κίνησης, είναι τις περισσότερες φορές περιορισμένη. Εξαιρεση αποτελούν, βέβαια, τα μεγάλα Εθνικά Μουσεία και τα σύγχρονα ή εξειδικευμένα μουσεία, τα οποία όμως είναι δύσκολο να συντηρήσει μια μικρή πόλη, για οικονομικούς, κυρίως, λόγους. Η απασχόληση στα μικρά μουσεία περιορίζεται σε ένα μικρό αριθμό θέσεων εργασίας, ενώ κάποιες φορές η λειτουργία τους βασίζεται και στην εθελοντική εργασία των ντόπιων. Έτσι, η απευθείας οικονομική τους επίδραση στην πόλη είναι μικρή και μπορούν να δράσουν θετικά, μόνο προσθετικά, σε συνέργια δηλαδή με τους άλλους αστικούς τουριστικούς πόρους (Law, 1993: 87).

Τα σχήματα χωροθέτησης των μουσείων διαφέρουν από πόλη σε πόλη. Αλλού εμφανίζονται διάσπαρτα μέσα στην πόλη και αυτό το σχήμα είναι το αποτέλεσμα μιας ανάπτυξης κατά τη διάρκεια πολλών δεκαετιών. Αλλού (όπως στην Κολωνία) παρουσιάζονται συγκεντρωμένα στις περιοχές όπου βρίσκονται κι άλλοι πρωτεύοντες πόλοι έλξης, δηλαδή στο κέντρο και στις τουριστικές συνοικίες και αυτή είναι η περίπτωση χωροθέτησης των πιο πρόσφατα κατασκευασμένων μουσείων (Δέφνερ,

1999β: 133). Ενδιαφέρον και επιτυχία παρουσιάζει το χωροθετικό σχήμα των μουσείων στη Γλασκόβη. Τα μουσεία χωροθετούνται σε πάρκα, έξω από το κέντρο της πόλης και η διευκόλυνση της κίνησης μεταξύ αυτών, γίνεται με ειδικούς τρόπους, όπως η ύπαρξη πεζοδρόμων με ειδικά σημάδια και οι σαφώς προσδιορισμένες διαδρομές για τα δημόσια μεταφορικά μέσα (Law, 1993: 128-31).

Αναφορικά με την ελκτική επίδραση και τη χωροθέτηση των *ξενοδοχειακών καταλυμάτων*, έχουν γίνει αρκετές ενδιαφέρουσες μελέτες, κυρίως για λογαριασμό ιδιωτικών επιχειρήσεων. Είναι προφανές ότι η ύπαρξη αφθονίας ξενοδοχειακών καταλυμάτων καλής ποιότητας και σε προσιτές τιμές, θα δράσει ευνοϊκά στην επιλογή της πόλης, από την τουριστική αγορά. Έχει εκτιμηθεί ότι η μέγιστη θετική οικονομική επίδραση στην πόλη, προέρχεται από εκείνους τους τουρίστες που συνδυάζουν την παραμονή τους στην πόλη με διαμονή σε κάποιο ξενοδοχειακό κατάλυμα. Αξίζει να αναφέρουμε ότι στη Μ. Βρετανία το 1991, το 83% των τουριστικών δαπανών, καταναλώθηκε σε δευτερεύουσες εξυπηρετήσεις, δηλαδή σε στέγαση, σίτιση και αγορές. Επιπλέον, ο ξενοδοχειακός επαγγελματικός τομέας συντηρεί ένα σημαντικό αριθμό θέσεων απασχόλησης. Πρόκειται, ως επί το πλείστον, για χαμηλόμισθες και ανειδίκευτες θέσεις εργασίας. (Law, 1993)

Η τυπική παραδοσιακή χωροθέτηση των ξενοδοχειακών μονάδων στις περισσότερες Ευρωπαϊκές πόλεις μικρού και μεσαίου μεγέθους (π.χ. Νυρεμβέργη) συμπίπτει με τη συγκέντρωση τους στο ιστορικό και εμπορικό κέντρο της πόλης (CBD). Αντίστοιχη, συγκέντρωση ξενοδοχειακών μονάδων συναντούμε και γύρω από τους σιδηροδρομικούς σταθμούς (π.χ. προπολεμικό Βερολίνο). Σήμερα, ο ρόλος των σιδηροδρομικών σταθμών, ως πόλων έλξης των ξενοδοχείων, πέρασε στα αεροδρόμια και στα σημεία πρόσβασης στους μεγάλους αυτοκινητοδρόμους. Έτσι, αρκετές σύγχρονες μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες χωροθετούνται έξω από την πόλη και μάλιστα, αρκετές φορές, σε συνδυασμό με εξυπηρετήσεις συνεδρίων (π.χ. στο Τρίερ) (Δέφνερ, 1999β: 134). Εξάλλου, σε πόλεις στις οποίες λαμβάνονται ειδικά μέτρα προστασίας του ιστορικού κέντρου, όπως στο Άμστερνταμ, η ακολουθούμενη πολεοδομική πολιτική δρα αποτρεπτικά στη χωροθέτηση νέων ξενοδοχείων στο κέντρο, κατευθύνοντας τα προς την περιφέρεια της πόλης (Burtenshaw κ.α., 1991: 209).

Μεγαλύτερο ενδιαφέρον, όμως, παρουσιάζει η ανίχνευση νέων τύπων πόλων έλξης, οι οποίοι, λόγω πρωτοτυπίας, μπορούν να προσδώσουν μια τουριστική εξειδίκευση στην πόλη, ενδυναμώνοντας την ανταγωνιστικότητα της, σε σχέση με

άλλες παρόμοιες πόλεις. Ενδεικτικά αναφέρονται οι παραδοσιακές βιομηχανικές μονάδες, τα μουσεία κέρινων ομοιωμάτων, οι ζωολογικοί κήποι, τα λούνα παρκ, τα ενυδρεία και τα αστεροσκοπεία. Πρόκειται για πόρους που μερικές πόλεις μπορεί να διαθέτουν ήδη. Ο εκσυγχρονισμός τους, όμως, κρίνεται απαραίτητος, για την πληρέστερη και εκ νέου αξιοποίηση τους ως τουριστικά αξιοθέατα.

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα των *ενυδρείων*. Από το 1970, γνώρισαν μεγάλη άνθηση στις αμερικανικές πόλεις, όπου παρουσιάστηκαν με δύο μορφές: μεγάλα ενυδρεία που περιλάμβαναν στην έκτασή τους και μικρά θαλάσσια πάρκα και πιο περιορισμένης έκτασης ενυδρεία. Η εμπειρία αυτών των πόλεων έδειξε ότι ο νέος αυτός τύπος πόλου, έλκυε επισκέπτες από μια περιοχή μεγάλης εμβέλειας και αυτό ιδίως στις περιπτώσεις που ήταν μοναδικός στην περιοχή. Παρ' όλα αυτά, η κατασκευή ενός σύγχρονου ενυδρείου, από οικονομικής απόψεως, ένα μάλλον δύσκολο εγχείρημα για τις περισσότερες πόλεις. Επιπλέον, όσες πόλεις αποφάσισαν να επενδύσουν σ' αυτόν τον πόλο έλξης, από τον κίνδυνο της τυποποίησης και της ομοιομορφίας, στράφηκαν προς την εξειδίκευση του σε συγκεκριμένα θέματα και προσπάθησαν να τους δώσουν και τις δύο διαστάσεις, τόσο την ψυχαγωγική όσο και την εκπαιδευτική (Law, 1993: 86).

Γεγονός, πάντως, είναι ότι δεν έχουν όλες οι πόλεις τις ίδιες δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης. Αυτές καθορίζονται και, ως ένα βαθμό, περιορίζονται από την ύπαρξη συγκεκριμένων πόρων – ελκτικών στοιχείων, όπως τα ιστορικά κτίρια και τα μνημειακά αξιοθέατα, τα οποία για προφανείς λόγους είναι από δύσκολο έως αδύνατο να δημιουργηθούν εξ αρχής. Οι προικισμένες με τέτοια στοιχεία, καθώς και με ένα ελκυστικό αστικό περιβάλλον, πόλεις βρίσκονται αναπόφευκτα πιο ψηλά στην ιεραρχία της τουριστικής αγοράς, ενώ κάποιες άλλες πόλεις ακολουθούν με μια εμβέλεια περιορισμένη σε τοπικά πλαίσια (Law, 1993: 14).

## 1.7. ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΒΑΛΤΙΜΟΡΗΣ

Η Βαλτιμόρη είναι μια Αμερικανική πόλη που, μαζί με μερικές άλλες πόλεις των ΗΠΑ, αποτέλεσε πρότυπο αναφοράς για την Ευρώπη, όσον αφορά το θέμα της φυσικής αναγέννησης του αστικού ιστού, με στόχο την ανάπτυξη του τουρισμού στην πόλη. Το παράδειγμα της Βαλτιμόρης χαρακτηρίστηκε γενικά επιτυχημένο από την εκ των υστέρων αξιολόγηση. Κι αυτό επειδή τα σχέδια φυσική αναζωογόνησης της πόλης, συντέλεσαν ώστε μέσα σε ένα μικρό διάστημα 15 περίπου ετών, να μεταστραφεί η αρνητική εικόνα που επικρατούσε στην τουριστική αγορά για την πόλη.

Η Βαλτιμόρη είναι μια πόλη με πληθυσμό 2,25 εκ. περίπου, που βρίσκεται στη βόρειο-ανατολική ακτή των ΗΠΑ, ανάμεσα σε δύο άλλες μεγάλες και σημαντικές πόλεις, τη Φιλαδέλφεια και την Ουάσιγκτον. Η γειτνίαση αυτή, καθώς και το γεγονός ότι η οικονομία της πόλης στηρίζονταν παραδοσιακά στους φθίνοντες κλάδους της βιομηχανίας και στο λιμάνι, συντέλεσαν στην οικονομική παρακμή της. Τα προβλήματα της φτώχειας και της εγκατάλειψης, έγιναν ιδιαίτερα αισθητά στην κεντρική περιοχή και στην περιοχή της προκυμαίας (*Inner Harbor*), ήδη από το 1950. Οι περιοχές αυτές έχασαν ένα σημαντικό κομμάτι του πληθυσμού τους και των τριτογενών δραστηριοτήτων που φιλοξενούσαν (μεγάλη απώλεια αναφέρεται για τις εμπορικές δραστηριότητες), που μετακινήθηκε προς τα προάστια. (Law, 1993: 136)

Από τα μέσα του '50, ένα πλήθος πολιτικών, σχεδιαστών και επιστημόνων, ασχολήθηκαν με την κατάρτιση στρατηγικών και σχεδίων αναζωογόνησης των κεντρικών περιοχών και της προκυμαίας της πόλης. Ως αποτέλεσμα, παράχθηκε μια σειρά Σχεδίων Αναζωογόνησης, με πιο σημαντικά το Charles Center project (1955) και το Inner Harbor project (1965). Το πρώτο σχέδιο, αφορούσε την κεντρική περιοχή και προώθησε την ανάπτυξη του τριτογενούς τομέα, αφού προόριζε το μεγαλύτερο μέρος του χώρου για την κατασκευή γραφείων, αλλά παράλληλα προέβλεπε μια περιοχή κατοικιών και τη δημιουργία θεάτρου, ξενοδοχείων και πολιτιστικού κέντρου. Το δεύτερο σχέδιο, ήταν χωρικά εστιασμένο στην περιοχή της προκυμαίας που συνορεύει με την κεντρική περιοχή. Προέβλεπε την βελτίωση – ανάπλαση της προκυμαίας, τη δημιουργία πάρκου και περιοχής κατοικιών. Το κόστος αυτού του σχεδίου ήταν υψηλό και καλύφθηκε σχεδόν εξολοκλήρου από κρατικές δαπάνες,

όπως έγινε άλλωστε και για το πρώτο σχέδιο. Τη διαχείριση και των δύο σχεδίων ανέλαβε μια ημιαυτόνομη αναπτυξιακή δημοτική εταιρία. (Law, 1993: 136-138)

Από τα μέσα του '70, άρχισε να διαδίδεται στις αμερικανικές πόλεις η ιδέα της ανάπτυξης του τουρισμού και η Βαλτιμόρη ήταν μια από τις πρώτες πόλεις που ενσωμάτωσαν σχετικές προτεραιότητες στο φυσικό και αναπτυξιακό σχεδιασμό τους. Εξάλλου, η επιτυχία των σχεδίων που προηγήθηκαν είχε δημιουργήσει ένα θετικό κλίμα και μεταξύ των ιδιωτών επιχειρηματιών, οι οποίοι ενθαρρύνθηκαν έτσι να επενδύσουν στην κατασκευή αστικών υποδομών αναψυχής, ιδιαίτερα από το 1980, όταν η αυξανόμενη προσέλευση των τουριστών έδινε θετικές προοπτικές στη βιωσιμότητα τέτοιων επενδύσεων. Μεταξύ των υποδομών – τουριστικών πόλων έλξης που κατασκευάστηκαν περιλαμβάνονται μουσεία, επιστημονικά και συνεδριακά κέντρα, εξειδικευμένα εμπορικά κέντρα, πολυτελή ξενοδοχεία, ενυδρεία και μαρίνες (βλ Παράρτημα 1, Εικόνα 14). Η επιτυχία των σχεδίων οδήγησε στην επέκταση της περιοχής σχεδιασμού. Έτσι, στα δυτικά κατασκευάστηκαν στάδια, στα ανατολικά χωροθετήθηκε ο δευτερογενής τομέας και οι λιμενικές δραστηριότητες, ενώ στα βόρεια και τα νότια προβλέφθηκε η δημιουργία περιοχών κατοικίας, η διαμόρφωση πεζοδρόμων και η κατασκευή μαρίνων. Επίσης, από το 1985, ένα δίκτυο γραμμών τρόλεϊ διατρέχει το μεγαλύτερο μέρος της πόλης, συνδέοντας τις περιοχές αξιοθέατων μεταξύ τους, οι οποίες μ' αυτό τον τρόπο μπορούν να συστήσουν ένα ολοκληρωμένο, χωρικά ισόρροπο, αστικό τουριστικό σύστημα. (Law, 1993: 138)

Εδώ βέβαια, πρέπει να σημειωθεί ότι οι παραπάνω αναπλάσεις δημιούργησαν ένα αναβαθμισμένο αστικό περιβάλλον, γεγονός που συντέλεσε στην αύξηση των τιμών των διαμερισμάτων και γενικά του κόστους διαβίωσης στις περιοχές αυτές, οι οποίες απευθύνονται σε μια νέα μεσαία αστική τάξη (gentrification). Η ανέχεια και τα στεγαστικά προβλήματα, όμως, παραμένουν για τους παλιούς κατοίκους των περιοχών αυτών, γεγονός που οδηγεί κάποιους μελετητές στο συμπέρασμα ότι η περίφημη επιτυχία της Βαλτιμόρης, είναι στην ουσία επιδερμική και, πάντως, χωρίς κοινωνικούς στόχους (Levine, 1987).

Η επιτυχία της πόλης, όταν μετράται με όρους αύξησης των επισκεπτών, είναι σημαντική. Οι αρμόδιες αρχές της πόλης υποστηρίζουν ότι κάθε χρόνο έρχονται την πόλη πάνω από 20 εκ. επισκέπτες. Η επιτυχία αυτή ερμηνεύεται βασικά από έναν παράγοντα, την καλή διαχείριση της αστικής αναζωογόνησης. Αυτή βασίστηκε στη μακροχρόνια και αποδοτική συνεργασία μεταξύ όλων των ενδιαφερομένων φορέων

και στην έντονη δραστηριοποίηση της δημοτικής εταιρίας που είχε τη διοικητική ευθύνη της όλης επιχείρησης για την ανάπτυξη της πόλης. (Law, 1993: 139)



## 1.8 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΟΛΕΩΝ

Σε πολλές χώρες, ένα μεγάλο μέρος του ΑΕΠ παράγεται από τον τουρισμό. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τις χώρες που βρίσκονται σε ευνοημένες περιοχές αναφορικά με το φυσικό τους περιβάλλον, όπως αυτές της λεκάνης της Μεσογείου, όπου συγκεντρώνεται μια πληθώρα ελκτικών τουριστικών πόρων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα τέτοιας χώρας αποτελεί η Ελλάδα, στην οποία, το 1992, η τουριστική οικονομία ευθύνονταν για την παραγωγή του 10% του ΑΕΠ της. Το 1997, βάση στατιστικών στοιχείων, η χώρα μας κατέχει τη 17<sup>η</sup> θέση μεταξύ των 20 πρώτων διεθνών τουριστικών προορισμών (Κυριαζής Α., 2001: 2).

Ο διεθνής τουρισμός στην Ελλάδα είναι, ως επί το πλείστον, τουρισμός των θερινών διακοπών, που, μάλιστα, κατανέμεται χωρικά ανισόρροπα, κατευθυνόμενος κυρίως προς τη νησιωτική χώρα. Ο πίνακας 1.8.1 αναφέρεται στους λόγους επίσκεψης της χώρας μας, από αλλοδαπούς τουρίστες, για το 1989 και το 1990.

Πίνακας 1.8.1: Αλλοδαποί τουρίστες στην Ελλάδα, ανά σκοπό επίσκεψης

Έτος	Επαγγελματικό ταξίδι (%)	Διακοπές (%)	Επίσκεψη σε συγγενείς ή φίλους (%)	Άλλοι λόγοι (%)	Σύνολο (%)
1989	9.1	81.1	4.0	5.8	90.9
1990	9.1	82.8	3.9	4.1	90.9

Πηγή: ίδια επεξεργασία, βάση του ΟΟΣΑ (1992) *Τουριστική Πολιτική και Διεθνής Τουρισμός*

Οι διοικητικές αρχές των ελληνικών πόλεων μόλις τώρα άρχισαν να αντιλαμβάνονται τις μεγάλες οικονομικές, πολιτιστικές και κοινωνικές ευκαιρίες που διανοίγονται, δια μέσω της ανάπτυξης της βιομηχανίας του αστικού τουρισμού. Αυτό φαίνεται από το γεγονός ότι, στο παρελθόν, εκτός ελαχίστων και μεμονωμένων περιπτώσεων, δεν εκδηλώθηκε από κάποιον ελληνικό δήμο συνειδητή προσπάθεια για την αξιοποίηση των τουριστικών πόρων της πόλης και πάντως, πουθενά δεν υπήρξε επίσημα εκφρασμένη τουριστική πολιτική σε δημοτικό επίπεδο. Μεταξύ των λίγων και, ομολογουμένως, επιτυχημένων εξαιρέσεων συγκαταλέγονται οι δήμοι:

α) *Καλαμάτας*. Δημιούργησε το πρώτο στην Ελλάδα (1987) θεματικό πάρκο μικρής κλίμακας, το «Δημοτικό Πάρκο των Τραίνων» (Διαμαντόπουλος – ΚΕΠΑΜΕ, 1994, σσ 134)

β) *Βόλου*. Κάθε χρόνο διοργανώνεται στην πόλη το Διεθνές Φεστιβάλ Μουσικού Θεάτρου (βλέπε παρακάτω)

Από τον ιδιωτικό, πάντως, τομέα και κυρίως τα τελευταία χρόνια, έχουν γίνει και προβλέπεται να γίνουν σημαντικές επενδύσεις στον αστικό χώρο. Ενδεικτικά και χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν:

α) Το *καζίνο* Hyatt Regency, στη Θεσσαλονίκη. Περιλαμβάνει ξενοδοχειακό συγκρότημα και θέατρο και πρόκειται για επένδυση ύψους 40δισ (η μεγαλύτερη ιδιωτική επένδυση που έχει γίνει, μέχρι σήμερα, στη Βόρεια Ελλάδα)

β) Τα All Sport Club και Village Center (με 10 κινηματογραφικές αίθουσες), στο Μαρούσι Αττικής

γ) Το Village Park στο Ρέντη

(Δέφνερ, 1999β: 135)

Αλλά και η κρατική πολιτική, τα τελευταία χρόνια, ενσωματώνει στοιχεία που δείχνουν ότι άρχισε να συνειδητοποιείται η ανάγκη και η για την ευκαιρία ανάπτυξη μιας πιο ολοκληρωμένης πολιτιστικής και τουριστικής πολιτικής. Απόδειξη αποτελεί η κατάρτιση του επιχειρησιακού προγράμματος «Τουρισμός – Πολιτισμός»<sup>8</sup>, το οποίο έχει τρία σκέλη:

α) Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού (ορεινός, πολιτιστικός, θεραπευτικός τουρισμός), με στόχο την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

β) *Δημιουργία ειδικής τουριστικής υποδομής* (συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, λίμνες αναψυχής, υδροθεραπευτήρια), με στόχο την προσέλκυση υψηλής ποιότητας τουρισμού. Ένας μεγάλος αριθμός τέτοιων έργων τουριστικής υποδομής, προβλέπεται να γίνει κοντά ή μέσα σε αστικές περιοχές. Τις σχετικές ενέργειες κατευθύνει ο ΕΟΤ, με τη βοήθεια και του ΥΠΕΘΟ

γ) Προώθηση του ποιοτικού εκσυγχρονισμού υφιστάμενων ξενοδοχειακών μονάδων, με στόχο την αναβάθμιση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών

(Δέφνερ, 1999β: 137)

Τα πλεονεκτήματα που διαθέτουν και πρέπει να εκμεταλλευτούν οι ελληνικές πόλεις είναι πολλά και μεταξύ αυτών συγκαταλέγονται ο *πλούτος των αρχαιολογικών*

<sup>8</sup> Στα πλαίσια του Β' ΚΠΣ

ευρημάτων, η σχετικά χαμηλή περιβαλλοντική μόλυνση των αστικών περιοχών, τουλάχιστον σε σύγκριση με πολλές αστικές περιοχές της Ευρώπης, και η ευκολότερη κοινωνική αποδοχή του φαινομένου, δεδομένων των παραδοσιακά αναπτυγμένων αισθημάτων κοινωνικότητας και φιλοξενίας του λαού μας.

Πρέπει να γίνει μια σημαντική επισήμανση, αναφορικά με τη θεώρηση των αρχαιολογικών ευρημάτων<sup>9</sup> ως τουριστικό πόρο. Όντας μέσα σε ένα διεθνές και ανταγωνιστικό αστικό δίκτυο, οι ελληνικές πόλεις δεν μπορούν πλέον να βασιστούν – εγκλωβιστούν μόνο στην προβολή των μνημειακών έργων της αρχαιότητας. Χρειάζεται να μετατοπισθεί η έμφαση από τους ιστορικούς πόρους της αρχαιότητας, σε σύγχρονους αστικούς πολιτιστικούς πόρους (Δέφνερ, 1999β: 138).

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση των μουσείων. Η σημασία τους, ως τουριστικών πόρων, για τις ελληνικές αστικές περιοχές είναι μεγάλη, αν και σχετικά πρόσφατες έρευνες (ΕΣΥΕ, 1995), έδειξαν ότι η προσέλευση επισκεπτών σ' αυτά είναι μάλλον περιορισμένη, τουλάχιστον σε σύγκριση με τους αντίστοιχους αρχαιολογικούς χώρους. Μελλοντικά, το ενδιαφέρον πρέπει να επικεντρωθεί στα μουσεία σύγχρονης τέχνης. Ήδη, άρχισαν να γίνονται κάποια πρώτα βήματα στον τομέα αυτό. Συγκεκριμένα, προβλέπεται ο διπλασιασμός της Εθνικής Πινακοθήκης και η ίδρυση Μουσείου Μοντέρνας Τέχνης, για την Αθήνα. Για τη Θεσσαλονίκη, προβλέφτηκε η ίδρυση Κρατικού Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης και η εγκατάσταση Μουσείων Design και Κινηματογράφου σε ανακαινισμένες παλιές αποθήκες τους λιμανιού (Δέφνερ, 1999β: 139).

Σχετικά με το πλεονέκτημα της χαμηλής περιβαλλοντικής μόλυνσης των ελληνικών αστικών περιοχών, θα πρέπει να τονιστεί ότι αφορά περισσότερο τις μικρές και μεσαίες επαρχιακές πόλεις και λιγότερο τα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας. Κυρίως, οφείλεται:

α) Στην εκμετάλλευση από πολλούς ελληνικούς δήμους των ευρωπαϊκών πόρων που προορίζονταν για την κατασκευή έργων περιβαλλοντικής προστασίας<sup>10</sup> (ΧΥΤΑ, Βιολογικοί Καθαρισμοί)

β) Στην περιορισμένη χρήση του αυτοκινήτου, λόγω των σχετικά μικρών αποστάσεων και της παράδοσης της πόλης (βλέπε πόλεις σε νησιά)

<sup>9</sup> Εδώ μας ενδιαφέρουν κυρίως εκείνα τα ευρήματα που βρίσκονται μέσα ή κοντά σε αστικές περιοχές

<sup>10</sup> Στα πλαίσια της χρηματοδότησης αντίστοιχων προγραμμάτων για τις περιοχές του Στόχου 1 από το ΕΤΠΑ

Στις περιπτώσεις όμως των μεγάλων Πολεοδομικών Συγκροτημάτων της χώρας προβλήματα όπως αυτό της διάθεσης των στερεών απορριμμάτων και της μείωσης της ατμοσφαιρικής ρύπανσης αποτελούν μακροχρόνια και δισεπίλυτα βάρη στους ώμους των διοικητικών αρχών. Ειδικά στην περίπτωση της Αθήνας, το πρόβλημα είναι μεγάλο και αυτό καταδεικνύεται από μια μελέτη<sup>11</sup> με πεδίο αναφοράς το σύνολο των Ευρωπαϊκών πρωτεύουσών, που ανέδειξε (:) την Πλατεία Συντάγματος ως τον λιγότερο καθαρό τουριστικό πόρο. Αυτό αποτελεί σοβαρό μειονέκτημα για την ελκτική δύναμη της ελληνικής πρωτεύουσας στην τουριστική αγορά.

Όσον αφορά τώρα τη *δυνατότητα ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού* στις ελληνικές πόλεις, αν και τα σχετικά στοιχεία τόσο των απογραφών της ΕΣΥΕ, όσο και του ΣΕΠΟΣ δείχνουν σημαντική αύξηση των επιστημονικών συνεδρίων (19,5% μέσος όρος ετησίως, για την περίοδο 1982-1989), οι προβλέψεις του ΠΣΤΤ για την εξέλιξη του επαγγελματικού τουρισμού στην Ελλάδα, για την πρώτη δεκαετία του 2000, είναι μάλλον δυσοίωνες. Πάντως, ένα άλλο σημαντικό μειονέκτημα της Αθήνας, είναι η έλλειψη ενός ειδικού συνεδριακού κέντρου μεγάλων διαστάσεων. Ωστόσο, στα τεχνικά έργα του Δήμου, προβλέπεται να κατασκευαστεί ένας τέτοιος χώρος. Αρχικά έγινε η πρόταση να χρησιμοποιηθεί ως συνεδριακός και εκθεσιακός χώρος, το αθλητικό συγκρότημα πολλαπλών χρήσεων του Φαλήρου, μετά τη λήξη των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 (Δέφνερ, 1999β:139). Τελικά, όμως, αποφασίστηκε η μετατροπή του κτιρίου του Ανατολικού Αεροδρομίου, στο Ελληνικό, σε συνεδριακό κέντρο.

Αναμενόμενο είναι στα αμέσως επόμενα χρόνια, να διαδοθούν και στον ελληνικό χώρο ζητήματα σχετικά με την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού. Μπορεί, βέβαια, για τις ελληνικές πόλεις τα πράγματα να καταστούν πολύ δύσκολα, ιδιαίτερα στην αρχή, λόγω της έλλειψης προηγούμενης εμπειρίας, αλλά και της κακής παράδοσης που έχει η χώρα μας στην επιλεκτική αποδοχή και κριτική ενσωμάτωση των θετικών παραδειγμάτων από τη διεθνή πρακτική. Χρειάζεται, όμως, να ασχοληθεί με το θέμα αυτό ένας ικανός αριθμός ελλήνων μελετητών, να αρχίσει η εφαρμογή των στρατηγικών σε μερικές πόλεις και να διαφανούν τα πρώτα τους αποτελέσματα, για να μπορέσουμε να μιλήσουμε με σχετική ασφάλεια για τις

<sup>11</sup> Η έρευνα αυτή διεξάχθηκε από τον «Όμιλο για μια Καθαρή Βρετανία» (Tidy Britain Group) και βασίστηκε στη μέτρηση του όγκου των σκουπιδιών και σε κάποια άλλα περιβαλλοντικά προβλήματα (Δέφνερ, 1999β: 141)

πραγματικές δυνατότητες των ελληνικών πόλεων να ασχοληθούν επιτυχώς με τη βιομηχανία του αστικού τουρισμού.

Σημαντική ευκαιρία για τη διεθνή προβολή των ελληνικών πόλεων, αποτελεί η ανάληψη της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004, από την Αθήνα. Το γεγονός μπορούν να εκμεταλλευτούν όλες οι ελληνικές πόλεις, ως ένα βαθμό, αλλά πρωτίστως οι πόλεις εκείνες που θα φιλοξενήσουν κάποια Ολυμπιακά αθλήματα. Ο τρόπος με τον οποίο μπορούν οι ελληνικές πόλεις να επωφεληθούν από το αθλητικό αυτό γεγονός, θα γίνει κατανοητός στο επόμενο κεφάλαιο. Εκεί, παρουσιάζονται οι στρατηγικές και τα παραδείγματα πόλεων του εξωτερικού, οι οποίες όχι μόνο φιλοξένησαν με επιτυχία μεγάλα αθλητικά γεγονότα, αλλά, επιπλέον, επέτυχαν να διατηρήσουν τη μεγάλη τουριστική κίνηση και μετά τη λήξη των αγώνων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 1<sup>ΟΥ</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

- Αραβαντινός Α. (2000), διάλεξη “Οι πόλεις στον 21<sup>ο</sup> αιώνα”, ΤΜΧΠΙΑ, Βόλος.
- Ashworth G. J. (1992b), “Planning for sustainable tourism: slogan or reality?”, *Town Planning Review* 63(3): 325-30.
- Bassand M. (1990), “*Culture et Regions d’ Europe*”, Lausanne: Presses Polytechniques et Universitaires Romandes [μετάφραση από τη φοιτήτρια του ΤΜΧΠΙΑ Ευφροσύνη Κουτσιανά – εργασία στα πλαίσια του μαθήματος «Πολιτιστική Διάσταση Περιφερειακής Ανάπτυξης»].
- Bianchini F. και Parkinson M. (επ.) (1993/1994), “*Πολιτιστική Πολιτική και Αναζωογόνηση των Πόλεων: Η Εμπειρία της Δυτικής Ευρώπης*”, Αθήνα: ΕΕΤΑΑ.
- Blank U. and Petkovich M. (1980), “Spatial configuration of mental process” in M. Belanger and D. G. Janelle (eds) *Building Regions for the Future*, Notes et Documents du Recherche No. 6 Quebec: Department de Geographie, Universite Laval, Quebec: 57-75.
- Bull A. (1991), “*The Economics of travel and Tourism*”, London: Pitman.
- Burtenshaw D., Bateman M. and Ashworth G. J. (1991), *The European City*, London: David Fulton Publishers.
- Burton R. (1991/1995), “*Travel Geography*”, London: Pitman.
- Cooper C. P., Fletcher J., Gilbert D. G., Wanhill S. (1993), *Tourism: Principles and Practice*, London: Pitman.
- Δέφνερ Α. (1999β), «Πολιτιστικός τουρισμός και δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου: η επίδραση στις λειτουργίες των πόλεων», στους Δ. Οικονόμου και Γ. Πετράκο (επ.) «*Η Ανάπτυξη των Ελληνικών πόλεων: Διεπιστημονικές Προσεγγίσεις Ανάλυσης και Πολιτικής*», Πανεπιστημιακές εκδόσεις Θεσσαλίας – Gutenberg, σελ: 117-155.
- Fainstein S. και Judd D. (ed) (2000), “*The tourist city*”, New Haven & London: Yale University Press.
- Graefe A.R. and Vaske J.J. (1987), “A framework for managing quality in the tourist experience”, *Annals of Tourism Research*, 14:389-404.
- Gunn C. A. (1988), “*Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*”, Bristol: Taylor & Francis.

Heeley J. (1981), "Planning for tourism in Britain", *Town Planning Review* 52: 61-79.

Jansen – Verbeke M. (1986), "Inner - city tourism: resources, tourists and promoters", *Annals of Tourism research* 13(1):79-100.

Κυριαζής Α. (2001), *Βόλος 2004: Αστικός και αθλητικός τουρισμός*, ΤΜΧΠΑ, (πανεπιστημιακή εργασία), Βόλος 2001.

Λάμπρου Θάνος (2000), «Futurism Now», *Nitro*, τ. 62, 358-363.

Law C. M. (1992), Urban Tourism and its Contribution to Economic Regeneration, *Urban Studies* 29, pp. 599 – 618 [μετάφραση από τη φοιτήτρια του ΤΜΧΠΑ Ευφροσύνη Κουτσιανά – εργασία στα πλαίσια του μαθήματος «Τουριστική Ανάπτυξη»].

Law C. M. (1993), "Urban tourism: Attracting visitors to large cities", London: Mansell Publishing Limited.

Mathieson A., Wall G. (1982), "Tourism: Economic, Physical and Social Impacts", London: Longman.

Mill R. C. and Morrison A. M. (1985), *The Tourism System: An Introductory Text*, New Jersey: Prentice Hall.

Mullins P. (1991), "Τουριστική αστικοποίηση", *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 15, σσ. 326-42 [μετάφραση από τη φοιτήτρια του ΤΜΧΠΑ Μαρία Βαλασάκη – εργασία στα πλαίσια του μαθήματος "Σχεδιασμός για τον Ελεύθερο Χρόνο"].

Myerscough J. with Bruce A., Carley M., Feist A., Manton K., Towse R., Vaughan R. (1988a), "The Economic Importance of the arts in Britain". London: Police Studies Institute.

Page S. (1995), "Urban tourism", London & N. York: Routledge.

Pearce D. G. (1989), *Tourist Development*, London: Longman, second edition.

Sawicki D. (1989), "The festival marketplace as public policy", *Journal of the American Planning Association* Summer: 347-61.

Ritchie J.R. Brent & Goeldner C.R. (eds) (1987/1993), "Travel, Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers", New York: Wiley.

Shaw G. and Williams A. (1994), *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*, Oxford: Blackwell.

Smith V.L. (1993), "Demonstration effect", in Khan M., Olsen M. and Var T. (eds) VNR's *"Encyclopedia of hospitality and Tourism"*, New York: Van Nostrand Reinhold, pp. 629-35.

Τσάρτας Π. (1988), «Κοινωνικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης σε δύο ομάδες πληθυσμού: νέοι, γυναίκες. Στοιχεία από μια έρευνα στα νησιά Τος και Σέρφος», *Σύγχρονα Θέματα*, τ.34, Μάιος, σσ 27-31.

Τσάρτας Π., Θεοδωρόπουλος Κ., Καλοκάρδου Ρ., Κρατοτέλλη Ρ., Μανωλόγλου Ε., Μαρούντας Κ., Παππάς Π. και Φακιάλας Ν. (1995), *«Οι Κοινωνικές Επιπτώσεις του Τουρισμού στους Νομούς Κέρκυρας και Λασιθίου»*, Αθήνα: ΕΚΚΕ/ΕΟΤ.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup> : ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ

### 2.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΟΛΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΕΙΔΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ

Στο παρελθόν οι αθλητικές δραστηριότητες και υποδομές δεν εντάσσονταν στη λίστα των τουριστικών πόρων μιας πόλης. Οι αθλητικές εγκαταστάσεις κατασκευάζονταν βασικά για την εξυπηρέτηση των αναγκών των ντόπιων κατοίκων. Τις τελευταίες όμως δεκαετίες όλο και περισσότερες πόλεις είδαν την ανάπτυξη των αθλητικών δραστηριοτήτων ως μέσο προσέλκυσης τουριστών και επένδυσαν σημαντικά κεφάλαια σ' αυτόν τον τομέα (Law, 1993: 88).

Η ανάπτυξη του αθλητισμού σε τοπικό επίπεδο, θεωρήθηκε ότι επιφέρει πολυσήμαντα οφέλη σε μια πόλη. Καταρχάς ανυψώνει το γόητρο της πόλης και βελτιώνει το προφίλ της. Η εικόνα αυτή, υποσχόμενη ένα ποιοτικό επίπεδο διαβίωσης, προσελκύει πολλά διευθυντικά και ανώτερα στελέχη να ζήσουν και να ιδρύσουν τις έδρες των εταιριών τους στην πόλη, γεγονός που έχει ένα άμεσα θετικό αντίκρυσμα στην αύξηση των επενδύσεων στην πόλη. Επενδύσεις γίνονται τόσο από αθλητικές εταιρίες που προσβλέπουν στη σημαντική αγορά της πόλης, όσο και από μη αθλητικές επιχειρήσεις, που εγκαθίστανται στην περιοχή για την κάλυψη των υπόλοιπων αναγκών που θα δημιουργηθούν από την αύξηση της τουριστικής κίνησης (εταιρίες τροφοδοσίας, κ.λ.π.). Έτσι, τα οικονομικά οφέλη είναι άμεσα και έμμεσα και προέρχονται από την αύξηση των επενδύσεων, της απασχόλησης του τοπικού εργατικού δυναμικού και του εισοδήματος που θα εισρεύσει στην πόλη από τους ξένους θεατές των αθλητικών γεγονότων. Η μεγάλη προβολή της πόλης, λόγω της κάλυψης των μεγάλων αθλητικών γεγονότων από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, θα βοηθήσει όχι μόνο στην προσέλκυση επενδύσεων, αλλά και στην αύξηση του κοινωνικού πνεύματος των κατοίκων της και θα δομήσει μια ισχυρή θετική τοπική ταυτότητα (Law, 1993:93 ).

Στο πλαίσιο αυτό, από τη δεκαετία του '70, πολλές πόλεις της Β. Αμερικής και αργότερα της Ευρώπης, προχώρησαν στην κατασκευή μιας σειράς σταδίων και σύγχρονων αθλητικών εγκαταστάσεων (βλ. Παράρτημα 1, Εικόνες 40-48). Ειδικά στις αμερικανικές πόλεις, κάποιοι μελετητές (Fainstein κ.ά., 2000) υποστηρίζουν ότι σε αρκετές περιπτώσεις η κατασκευή πολυδύναμων αθλητικών κέντρων, αρένων και

σταδίων επιβλήθηκε περισσότερο για λόγους διατήρησης ή προσέλκυσης κάποιας σημαντικής αθλητικής ομάδας. Η ομάδα εκμεταλλεύτηκε τη δύναμη της, θέτοντας ως όρο παραμονής της στην πόλη την κατασκευή του δικού της σταδίου, με έξοδα κατασκευής και συντήρησης δαπανούμενα από τη δημοτική αρχή και πληρώνοντας η ίδια ένα αναντίστοιχα χαμηλό ενοίκιο. Ωστόσο, δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις των πόλεων που είδαν την κατασκευή ενός αθλητικού σταδίου ως μέρος του σχεδίου φυσικής και οικονομικής αναγέννησης του παρακμασμένου κέντρου της πόλης. Εκτός από τα προαναφερθέντα άμεσα και έμμεσα οικονομικά οφέλη, η χωροθέτηση ενός σταδίου κοντά στην κεντρική περιοχή της πόλης δημιουργεί και ένα πρόσθετο όφελος στο φυσικό σχεδιασμό. Οι μεγάλοι χώροι στάθμευσης αυτοκινήτων που κατασκευάζονται για την εξυπηρέτηση των θεατών των αθλητικών γεγονότων, μπορούν να χρησιμοποιηθούν τις καθημερινές από τους εργαζομένους στην Κεντρική Επαγγελματική Περιοχή (CBD) (βλ. Διάγραμμα 2.1) (Law, 1993: 94-5).

Στη συνέχεια θα αναφέρουμε, ενδεικτικά, μερικά παραδείγματα πόλεων της Αμερικής και της Μ. Βρετανίας που στόχευσαν στην ανάπτυξη του αθλητισμού, για την οικονομική τους αναζωογόνηση.

Μερικές πόλεις που κατασκεύασαν μεγάλα στάδια είναι:

- Χιούστον, 1965, Στάδιο Astra Dome
- Νέα Ορλεάνη, 1975, Στάδιο Superdome
- Τορόντο, 1989, Στάδιο Sky Dome
- Λονδίνο, 1989, κλειστό πολυδύναμο αθλητικό κέντρο
- Σέφιλντ, 1991, κλειστό πολυδύναμο αθλητικό κέντρο
- Μπέρμινγχαμ, 1991, κλειστό πολυδύναμο αθλητικό κέντρο

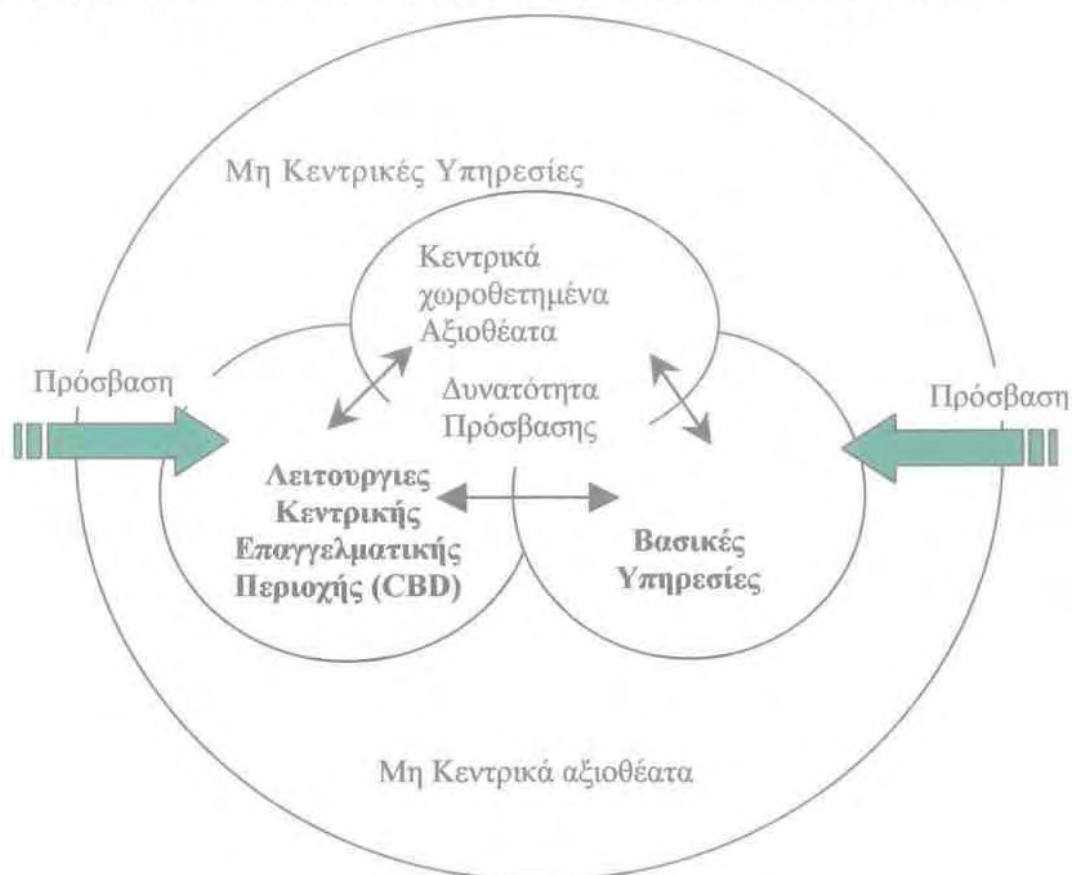
(Law, 1993:94)

Μερικές πόλεις που διεκδίκησαν τη διοργάνωση μεγάλων αθλητικών γεγονότων είναι:

- Μπέρμινγχαμ και Μάντσεστερ, υποψήφιες πόλεις για τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων
- Κάρντιφ και Εδιμβούργο, φιλοξένησαν τους αγώνες Commonwealth Games
- Σέφιλντ, 1991, διοργάνωσε τους αγώνες World Student Games
- Αθήνα, 1998, διοργάνωσε το Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Στίβου

(Law, 1993: 95)

Διάγραμμα 2.1: Η Τουριστική Επαγγελματική Περιοχή (Tourism Business District)

**Κεντρικά Πόροι Έλξης**

Φυσικοί Πόροι

Ιστορικοί Πόροι

Πολιτιστικοί Πόροι

Ειδικά Γεγονότα

Εμπορικά Κέντρα

Συνέδρια

**Λειτουργίες CBD**

Γραφεία

Εμπόριο

Διοίκηση

Συναντήσεις

**Υπηρεσίες**

Μεταφορικές

Τροφοδοσία

Διαμονή

Πληροφόρηση

Πηγή: Page S, 1995 (βάση Getz 1993a): 70

Χαρακτηριστικό παράδειγμα πόλης που στήριξε την οικονομική αναζωογόνηση της στην ανάπτυξη του αθλητισμού είναι η αμερικανική πόλη *Ινδιανάπολη*. Κατά τη δεκαετία του '70 η πόλη γνώριζε οικονομική ύφεση. Οι αστικές αρχές αποφάσισαν να προωθήσουν μια νέα εικόνα, αυτή της ειδίκευσης στη διοργάνωση αθλητικών γεγονότων και για το σκοπό αυτό προχώρησαν στην υλοποίηση ενός μεσοπρόθεσμου (από τέλη '70 ως αρχές '90) προγράμματος κατασκευής της απαραίτητης υποδομής. Μεταξύ των άλλων, κατασκευάστηκε το αθλητικό κέντρο White River (1979), κλειστό κολυμβητήριο και ποδηλατοδρόμιο (1982) και το στάδιο Hoosier Dome, χωρητικότητας 60.000 θετών (1984). Ακόμα, κατασκευάστηκε ένα δίκτυο γηπέδων ποδοσφαίρου, ένα παγοδρόμιο και δημιουργήθηκαν ιστιοπλοϊκές διαδρομές. Το 1991 άνοιξε στην πόλη το Εθνικό Μουσείο Αθλητισμού. Το αποτέλεσμα των δαπανών αυτών, συνολικού ύψους 168 εκ.\$, ήταν η διοργάνωση 230 εθνικών και διεθνών αθλητικών συναντήσεων μέσα σε μια δεκαετία (μεταξύ 1981 και 1991) και η προσέλκυση της επαγγελματικής ποδοσφαιρικής ομάδας Colts από τη Βαλτιμόρη (Johnson, 1986). Σχετικές έρευνες που διεξήχθησαν (Herron Associates Inc., 1991) έδειξαν ένα υψηλό ποσοστό παρακολούθησης των μεγάλων αθλητικών γεγονότων από ξένους θεατές, οι οποίοι μάλιστα έκαναν και σημαντικές δαπάνες κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στην πόλη (Law, 1993: 96-7).

Ωστόσο, έρευνες σε άλλες αμερικανικές πόλεις (Baade and Dye, 1988a Johnson, 1986) έδειξαν ότι στις συνηθισμένες αθλητικές συναντήσεις, οι περισσότεροι θεατές είναι ντόπιοι και συνεπώς δεν μπορούμε να μιλάμε για εισροή εισοδήματος στην πόλη, αφού αυτό που γίνεται στην πραγματικότητα είναι μια μετατόπιση των δαπανών των κατοίκων από άλλες δραστηριότητες (π.χ. θέατρο, νυχτερινή διασκέδαση) στην παρακολούθηση αθλητικών συναντήσεων. Έμμεσο όφελος προκύπτει στην πόλη, μόνο αν θεωρήσουμε ότι κάποιοι ντόπιοι θεατές θα ήταν διατεθειμένοι να ταξιδέψουν σε μια άλλη πόλη για να παρακολουθήσουν μια αθλητική συνάντηση, αν αυτή δεν διεξάγονταν στην πόλη τους (*υποκατάσταση εξαγωγών*). Επιπλέον, λίγοι από τους ξένους θεατές των αθλητικών συναντήσεων διανυκτερεύουν στην πόλη (εξαιρέση αποτελούν τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα, διάρκειας περισσότερων ημερών), γεγονός που μειώνει το συνολικό ύψος των δαπανών τους (Law, 1993: 95). Τα αποτελέσματα των ερευνών (Baade and Dye, 1990) δείχνουν ότι η οικονομική ενίσχυση προς τις αθλητικές ομάδες και η κατασκευή σταδίων σε μια πόλη δεν συνδέεται άμεσα με την αύξηση του

προσωπικού εισοδήματος των κατοίκων της. Επιπλέον, αναφορικά με την προσέλκυση επενδύσεων στην πόλη, λόγω της διοργάνωσης σημαντικών αθλητικών γεγονότων, αυτή μπορεί να αποθαρρυνθεί εξαιτίας του συνωστισμού που ενδέχεται να προκληθεί.

Γενικά, έχει διαπιστωθεί ότι η θετική οικονομική επίδραση των αθλητικών γεγονότων μεγιστοποιείται, όταν αυτά *συνδυάζονται και με άλλους ελκτικούς πόρους* της πόλης και όταν αποτελούν μέρος των τουριστικών δραστηριοτήτων οικογενειών που έρχονται να επισκεφτούν την πόλη. Για το λόγο αυτό, το Λίβερπουλ και το Μάντσεστερ προώθησαν την ιδέα των *Αθλητικών Σαββατοκύριακων*, συμπεριλαμβάνοντας στα τουριστικά πακέτα, εισιτήρια όχι μόνο για την παρακολούθηση αγώνων, αλλά και για διασκέδαση και το κλείσιμο ξενοδοχειακών καταλυμάτων (Law, 1993: 95).



## 2.2 ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΒΑΡΚΕΛΩΝΗΣ

Το 1992, οι Ολυμπιακοί Αγώνες φιλοξενήθηκαν από την Βαρκελώνη, μια μεγαλούπολη με 4 εκατομμύρια κατοίκους, που είναι και πρωτεύουσα της Καταλονίας. Οι Αγώνες άλλαξαν τις τουριστικές δυνατότητες της πόλης, καθιστώντας τη δημοφιλή πόλο έλξης τουριστών, αλλά και εμπορικών και επιστημονικών συναντήσεων.

Η διοργάνωση των Αγώνων, μεταμόρφωσε ολοκληρωτικά την πόλη (βλ. Παράρτημα 1, Εικόνες 15-17) και, παράλληλα, θεωρήθηκε μια από τις καλύτερες διοργανώσεις στην Ολυμπιακή ιστορία. Μεταξύ των έργων προετοιμασίας της πόλης για τη φιλοξενία των Αγώνων κατασκευάστηκε περιφερειακός δρόμος 25 χιλιομέτρων και ένα νέο αεροδρόμιο, ενώ τα παλιά Ολυμπιακά έργα ανακαινίστηκαν και δημιουργήθηκαν και νέα. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η κατασκευή του *Ολυμπιακού χωριού*. Αρχικά η πόλη ήταν κλειστή προς τη θάλασσα, εξαιτίας εργοστασίων και εγκαταλελειμμένων κτιρίων που εμπόδιζαν την προσέγγισή της. Αυτά γκρεμίστηκαν και στη θέση τους δημιουργήθηκε το Ολυμπιακό χωριό, με 2000 διαμερίσματα για την φιλοξενία των αθλητών. Συνολικά εκτιμάται ότι επενδύθηκαν στην πόλη 3,8 δις \$, ποσό, όμως, από το οποίο μόνο το 10% διατέθηκε για την κατασκευή αθλητικής υποδομής (Stevens, 1992).

Η τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων παίζει σημαντικό ρόλο στην προβολή της πόλης και της χώρας για μεγάλο χρονικό διάστημα. Γενικά παρατηρείται μια *υπερεκτίμηση της τουριστικής κίνησης* κυρίως για το έτος διεξαγωγής των Ολυμπιακών Αγώνων. Στους Ολυμπιακούς Αγώνες της Βαρκελώνης συμμετείχαν αθλητές από 172 χώρες, που αγωνίστηκαν σε 28 αθλήματα. Βάσει αυτών, αναμένονταν στην πόλη 10.500 αθλητές και 5.000 επίσημοι (αριθμός που τελικά ξεπεράστηκε κατά πολύ). Συνολικά εκτιμήθηκε ότι, λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων, θα κατέφθαναν στην πόλη περίπου 600.000 άτομα. Αν όντως αυτό επιτεύχθηκε (δυστυχώς και στην περίπτωση της Βαρκελώνης λείπουν εμπειριστατωμένες μελέτες εκ των υστέρων αξιολόγησης), τότε αυτή η Ολυμπιάδα μπορεί να θεωρηθεί ως μια από τις πιο επιτυχημένες και αναφορικά με το στόχο της προσέλκυσης επισκεπτών στην πόλη.

Στη Βαρκελώνη, όπως και στις άλλες πόλεις όπου έγιναν Ολυμπιακοί Αγώνες, δεν παρουσιάστηκε κατακόρυφη άνοδος στις αφίξεις των τουριστών το έτος που έγιναν οι Αγώνες. Παρουσιάστηκε μια σταθερή αύξηση στις διεθνείς αφίξεις τουριστών μετά την τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων. Στον παρακάτω Πίνακα 2.2.1 φαίνονται ο αριθμός των τουριστών, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων, η μέση διαμονή των τουριστών και η πληρότητα των καταλυμάτων για την πόλη της Βαρκελώνης, από το 1990 ως το 1997.

Πίνακας 2.2.1.: Τουριστική Ζήτηση στη Βαρκελώνη, 1990-1997

Έτος	Αριθμός Τουριστών	% Αύξησης Τουριστών	Διανυκτερεύσεις	% Αύξησης Διανυκτερεύσεων	Μέση διαμονή (σε μέρες)	Πληρότητα Δωματίων (%)
1990	1.733.000	-	3.796.000	-	2,19	71,0
1991	1.728.000	-0,3	4.090.000	7,7	2,35	70,0
1992	1.875.000	8,5	4.333.000	5,9	2,34	64,0
1993	2.455.000	30,9	4.257.000	-1,8	1,72	54,6
1994	2.664.000	8,5	4.705.000	10,5	1,76	54,5
1995	3.090.000	16,0	5.675.000	20,6	1,84	63,6
1996	3.062.000	-0,9	6.341.000	11,7	2,07	70,9
1997	2.823.000	-7,8	6.965.000	9,8	2,47	76,6

Πηγή: Γρηγόρης Θ. Παπανίκος, 1999:47.

Η αυξημένη τουριστική κίνηση της Βαρκελώνης αντιμετωπίστηκε με τη σταδιακή και προσεκτική αύξηση των ξενοδοχειακών υποδομών. Η ξενοδοχειακή υποδομή παρουσιάζεται στον παρακάτω Πίνακα 2.2.2.

Πίνακας 2.2.2.: Ξενοδοχειακή υποδομή της Βαρκελώνης, 1990-1997

Έτος	Ξενοδοχειακές Μονάδες						Δωμάτια	Κλίνες
	Σύνολο	5 ☆	4 ☆	3 ☆	2 ☆	1 ☆		
1990	118	9	30	45	14	20	10265	18569
1992	148	9	43	56	16	24	13352	25055
1994	158	6	46	60	22	24	14830	27542
1995	160	6	47	60	21	26	15076	27988
1996	162	6	48	60	22	26	15090	28040
1997	165	6	50	60	23	26	15273	28770

Πηγή: Γρηγόρης Θ. Παπανίκος 1999:48.

Επιπλέον, εκτιμήθηκε ότι 3,5 δις θεατές, παγκοσμίως, θα παρακολουθούσαν τον αγώνα μέσω των ΜΜΕ. Το γεγονός αυτό, εξηγεί τον μεγάλο ανταγωνισμό μεταξύ των τηλεοπτικών δικτύων για την ανάληψη των δικαιωμάτων αναμετάδοσης των Αγώνων, αλλά και μεταξύ μεγάλων εταιριών για τη χορηγία. Όλα τα παραπάνω,

συντέλεσαν στην αποκόμιση σημαντικών οικονομικών εσόδων για την πόλη και μετέτρεψαν το γεγονός της διοργάνωσης σε κερδοφόρα διαδικασία (Law, 1993: 100).

Τα οφέλη της πόλης μπορούν να διακριθούν σε βραχυπρόθεσμα και μακροχρόνια. Στα βραχυπρόθεσμα οφέλη κατατάσσονται:

α) Τα οικονομικά οφέλη, με την εισροή τουριστικού συναλλάγματος στην πόλη, αλλά και τα χρήματα από την πώληση των δικαιωμάτων αναμετάδοσης των Αγώνων και των χορηγιών

β) Η δημιουργία θέσεων απασχόλησης (κυρίως στον τομέα των κατασκευών)

Στα μακροχρόνια οφέλη συγκαταλέγονται:

α) Η κατασκευή υποδομών που έμειναν στην πόλη και μετά τη λήξη των αγώνων, συμβάλλοντας στην καλύτερη εξυπηρέτηση και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της. Ειδικά οι αθλητικές εγκαταστάσεις, εξασφαλίζουν στην πόλη τη δυνατότητα μελλοντικής ανάληψης αθλητικών εκδηλώσεων

β) Η παγκόσμια προβολή της πόλης και η ανύψωση του διεθνούς προφίλ της

γ) Η προσέλκυση επενδύσεων και γενικά η υποβοήθηση της οικονομικής της ανάπτυξης.



## 2.3 ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ 2004 ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

*Αναμενόμενη ζήτηση και προσφορά*

Η πιο σημαντική κατηγορία επισκεπτών που θα έρθει στην Ελλάδα κατά την περίοδο 1998-2003, είναι τα μέλη της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής, που επισκέπτονται τακτικά την Ελλάδα για ενημέρωση και έλεγχο. Ακόμη, κατά τη διάρκεια αυτών των ετών, θα επισκέπτονται την Ελλάδα:

- Τα μέλη των διεθνών ομοσπονδιών των αγωνισμάτων, με σκοπό την επίβλεψη των χώρων και των εγκαταστάσεων όπου θα γίνουν τα αγωνίσματά τους
- Οι αθλητές, που όσο θα πλησιάζει η ημερομηνία των Αγώνων, θα επισκέπτονται τη χώρα μας όλο και πιο συχνά, για να συνηθίσουν τις αθλητικές εγκαταστάσεις και τις κλιματολογικές συνθήκες και, τέλος
- Οι χορηγοί και οι άνθρωποι των μέσων μαζικής ενημέρωσης

Οι αφίξεις των παραπάνω αλλοδαπών επισκεπτών, κατά τα έτη 1998-2003, φαίνεται στον παρακάτω Πίνακα 2.3.1.

Πίνακας: 2.3.1.: Αφίξεις των αλλοδαπών επισκεπτών, κατά τα έτη 1998-2003.

Έτος	Αριθμός επισκεπτών	Κατηγορίες επισκεπτών
1998	500	Μέλη της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής και Διεθνών Ομοσπονδιών.
1999	1000	Μέλη της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής και Διεθνών Ομοσπονδιών.
2000	1500	Μέλη της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής και Διεθνών Ομοσπονδιών.
2001	3000	Μέλη της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής, Διεθνών Ομοσπονδιών, Χορηγοί, Αθλητές, Θεατές.
2002	6000	Μέλη της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής, Διεθνών Ομοσπονδιών, Χορηγοί, Αθλητές, Θεατές.
2003	12000	Μέλη της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής, Διεθνών Ομοσπονδιών, Χορηγοί, Αθλητές, Θεατές.
Σύνολο	24000	

Πηγή: Παπανίκος, 1999: 68.

Οι αφίξεις των αλλοδαπών κατά το έτος των Αγώνων φαίνονται στον παρακάτω Πίνακα 2.3.2.

Πίνακας 2.3.2.: Αφίξεις των αλλοδαπών το 2004.

Κατηγορίες επισκεπτών	Αριθμός επισκεπτών
Ολυμπιακή Οικογένεια	6500
Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης	12000
Χορηγοί	4000
Αθλητές /Επίσημοι	15000
Θεατές	50000
Σύνολο	87000

Πηγή: Παπανίκος, 1999: 68.

Είναι πολύ πιθανό να υπάρξει μια σταδιακή ποσοστιαία αύξηση των αφίξεων από 1%, το έτος 1998, ως και 5%, το έτος 2005 και αργότερα μια σταδιακή πτώση 1%, μέχρι το 2011. Η παρακινούμενη τουριστική αύξηση λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων δεν αφορά αποκλειστικά την Αθήνα, αλλά ολόκληρη τη χώρα, καθώς το μέγεθος της Ελλάδας δεν δικαιολογεί διαφοροποιήσεις (Παπανίκος, 1999:58). Οι παρακινούμενες αφίξεις για την περίοδο 1998-2011, αναμένεται να ανέρθουν στα 6 περίπου εκατομμύρια.

Η Ελλάδα, το έτος 1997, διέθετε 7850 μονάδες καταλυμάτων, από τα οποία το 11% βρισκόταν στην Αττική (836 καταλύματα) και ποσοστό 6% (503 καταλύματα) στους γειτονικούς νομούς Αργολίδας, Βοιωτίας, Εύβοιας και Κορινθίας. Το σύνολο κλινών των καταλυμάτων ανερχόταν στις 578.000, από τις οποίες το 12% βρισκόνταν στην Αττική (70.000 κλίνες) και το 6% (36.000 κλίνες) στους γειτονικούς νομούς. Τα ξενοδοχειακά καταλύματα αποτελούν τη μεγαλύτερη πλειοψηφία των καταλυμάτων της Αττικής. Κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων μπορούν να χρησιμοποιηθούν και κρουαζιερόπλοια στον Πειραιά που θα φιλοξενήσουν τουρίστες «υψηλής στάθμης» (Φουρλής,2000).

#### *Εκτιμώμενη επίδραση*

Τα στοιχεία που υπάρχουν από άλλες πόλεις, στις οποίες διοργανώθηκαν κατά το παρελθόν Ολυμπιακοί Αγώνες, δείχνουν ότι δεν παρουσιάστηκε κάποια

κατακόρυφη άνοδος των αφίξεων κατά το χρόνο διεξαγωγής των Αγώνων. Στην Ελλάδα, αναμένεται μια σταθερή και μακροχρόνια αύξηση των αλλοδαπών τουριστών, εξαιτίας των Ολυμπιακών Αγώνων. Σημαντική, ωστόσο, είναι και η αρνητική επίδραση που ενδέχεται να έχουν οι Αγώνες στην άφιξη των τουριστών εκείνων που θα θελήσουν να αποφύγουν την πολυκοσμία εξαιτίας των Αγώνων.

Θετική επίπτωση των Αγώνων στην Αθήνα θα είναι η ανατροπή του αρνητικού τουριστικού κλίματος της Αττικής. Θα δοθεί μια νέα ώθηση στις τουριστικές προοπτικές της πόλης.

Οι οικονομικές επιπτώσεις των Ολυμπιακών Αγώνων, συνοψίζονται σε τρία σημεία:

- Τις δαπάνες των παρακινούμενων τουριστών, λόγω της τέλεσης των Αγώνων
- Τις δαπάνες για την κατασκευή των αθλητικών υποδομών, πριν τους Αγώνες
- Τα λειτουργικά έξοδα κατά τη διάρκεια των Αγώνων

Εκτιμάται ότι, κατά μέσο όρο οι Αγώνες θα προσθέσουν γύρω στο 8% στο ρυθμό αύξησης του ΑΕΠ και θα δημιουργήσουν 445.000 θέσεις εργασίας την περίοδο 1998-2011 (Παπανίκος, 1999: 58). Οι κλάδοι της οικονομίας που θα έχουν τα μεγαλύτερα οφέλη είναι των κατασκευών και των συναφών βιομηχανιών, των ξενοδοχειακών υπηρεσιών, των μεταφορών και των τηλεπικοινωνιών.

*Προτεινόμενες δράσεις για μια επιτυχή διοργάνωση και τη μεγιστοποίηση των ωφελειών:*

- Στην Αθήνα, πρέπει να διερευνηθεί η αξιοποίηση, για τουριστικούς σκοπούς, των ευνοϊκών συνθηκών που θα δημιουργηθούν από τις αναπλάσεις σε κεντρικές περιοχές της πόλης και από τις άλλες σημαντικές αστικές παρεμβάσεις, όπως η ενοποίηση των αρχαιολογικών χώρων και, κυρίως, η κατασκευή των μεγάλων έργων για τη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων
- Σημαντικό είναι να γίνει μια ισορροπημένη κατανομή των αθλητικών εγκαταστάσεων και των τουριστικών υποδομών, η οποία θα είναι σύμφωνη με τη φέρουσα ικανότητα κάθε περιοχής, ιδιαίτερα εντός της Αττικής
- Για την αποφυγή προβλημάτων σχετικά με την εξεύρεση καταλυμάτων, πριν και κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων, είναι αναγκαίος ο συντονισμός της κυβέρνησης, της οργανωτικής επιτροπής, «Αθήνα 2004» και των ξενοδόχων

- Τέλος, πρέπει να προωθηθεί μια αποτελεσματική διαφημιστική εκστρατεία, βασισμένη σε έρευνες αγοράς και καλά οργανωμένη, που θα αναδεικνύει το ρόλο της Αθήνας ως τουριστικού προορισμού διεθνούς εμβέλειας.



Οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να εκμεταλλευτεί η Αθήνα την ευκαιρία της ανάληψης των Ολυμπιακών Αγώνων και οι ιδιαίτερες στρατηγικές που πρέπει να ακολουθήσει η πόλη πριν, κατά τη διάρκεια και μετά τη λήξη των Αγώνων, ήταν και συνεχίζουν ακόμα να είναι αντικείμενο αντιμαχιών, μακρών συζητήσεων και επιστημονικής μελέτης. Ενδιαφέρον, όμως, θα είχε να εξετάσουμε τα αντίστοιχα ζητήματα όπως αυτά τίθενται στην περίπτωση των μικρότερων Ολυμπιακών πόλεων της επαρχίας. Για το σκοπό αυτό, στο επόμενο κεφάλαιο, παρουσιάζεται η φυσιογνωμία και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά μιας από αυτές τις πόλεις, του Βόλου. Από το σημείο αυτό της εργασίας και εξής, ο Βόλος θα είναι το αντικείμενο μελέτης μας.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 2<sup>ΟΥ</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Δέφνερ Α. (1999β), Πολιτιστικός τουρισμός και δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου: η επίδραση στις λειτουργίες των πόλεων, στους Δ. Οικονόμου και Γ. Πετράκο (επ.) *Η Ανάπτυξη των Ελληνικών πόλεων: Διεπιστημονικές Προσεγγίσεις Ανάλυσης και Πολιτικής*, Πανεπιστημιακές εκδόσεις Θεσσαλίας – Gutenberg, σελ: 117-155.

Fainstein S. και Judd D. (ed) (2000), *The Tourist City*, New Haven & London: Yale University Press

Law C. M. (1993), *Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities*, London: Mansell Publishing Limited.

Παπανίκος Θ. Γρηγόρης (1999), «Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 και οι Επιπτώσεις στον Ελληνικό Τουρισμό», Αθήνα: ΙΤΕΠ.

Φουρλής Α. (2000), Με αεροπλάνα και βαπόρια, *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 10 Δεκεμβρίου, σσ 14.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> : ΑΝΑΛΥΣΗ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ****3.1 Η ΠΟΛΗ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ**

Ο Βόλος, διοικητικά, ανήκει στην Περιφέρεια Θεσσαλίας και είναι έδρα του Νομού Μαγνησίας. Το ΠΣ του Βόλου περιλαμβάνει το Δήμο Βόλου, το Δήμο Νέας Ιωνίας, το Δήμο Ιωλκού<sup>1</sup> και μικρότερες περιαστικές κοινότητες.

Ο Βόλος είναι η 5<sup>η</sup> μεγαλύτερη ελληνική πόλη. Ο πληθυσμός του για το 1991 ήταν 116.031 κάτοικοι (ΕΣΥΕ, 1991). Στον πίνακα 3.1.1 φαίνεται η σημαντική αύξηση του πληθυσμού της πόλης, κατά τη δεκαετία του '80.

Πίνακας 3.1.1: Εξέλιξη του πληθυσμού του ΠΣ Βόλου, μεταξύ 1981-1991

Πόλη	Πληθυσμός		Ποσοστιαία μεταβολή 81 / 91
	1981	1991	
ΠΣ Βόλου	107407	116031	+ 8,02

Πηγή: ΕΣΥΕ

Γεωγραφικά, η πόλη ανήκει στην Κεντρική Ελλάδα και είναι η μόνη μεγάλη πόλη της που βρέχεται από θάλασσα, από τη μεριά του *Παγασητικού Κόλπου*. Βρίσκεται στις υπώρειες του μυθικού *όρους Πηλίου*<sup>2</sup>, που διατηρεί ακόμα πολλούς παραδοσιακούς οικισμούς<sup>3</sup> (βλ. Παράρτημα 1, Εικόνα 49). Η περιοχή αυτή, συνδυάζει εκπληκτικά τοπία φυσικού κάλους και γραφικής ομορφιάς, και ενδείκνυται τόσο για *θερινό*, όσο και για *χειμερινό τουρισμό* (Οδηγός Σπουδών ΤΜΧΠΑ, 1997-98: 3). Η πόλη, λοιπόν, αποτελεί *πόλη*, εξαιτίας της θέσης της όσον αφορά την πρόσβαση σε χώρους υψηλού τουριστικού ενδιαφέροντος, το Πήλιο, τις Β. Σποράδες, αλλά και την Εύβοια. Ωστόσο, τα ρεύματα των επισκεπτών διέρχονται χωρίς να στέκονται μέσα στην πόλη. Έτσι, δεν μπορεί να αξιοποιήσει την προνομιακή της θέση για την οικονομική της ανάπτυξη (Κούκης, 1997).

Η πρόσβαση στο Βόλο επιτυγχάνεται:

α) *Οδικώς*. Η ΠΑΘΕ περνάει 15 km δυτικά της πόλης. Συνολικά, ο Βόλος απέχει περίπου 326 km (4 ώρες) από Αθήνα και 215 km (2,5 ώρες) από Θεσσαλονίκη

<sup>1</sup> Η αρχαία Ιωλκός, γνωστή από την ελληνική μυθολογία, συνδέεται με τον Ιάσονα και την *Αργοναυτική Εκστρατεία*

<sup>2</sup> Τόπο κατοικίας των *Κενταύρων*, σύμφωνα με την ελληνική μυθολογία

β) *Σιδηροδρομικός*. Απέχει περίπου 5 ώρες από την Αθήνα (με ταχεία intercity) και η σύνδεση γίνεται μέσω Λαρίσης, με γραμμή μονής κατεύθυνσης (στο μεγαλύτερο μέρος της διαδρομής)

γ) *Αεροπορικός*. Για την αεροπορική σύνδεση της πόλης με το εξωτερικό χρησιμοποιούνται τα δύο αεροδρόμια της περιοχής. Πρόκειται για το πολιτικό αεροδρόμιο της Σκιάθου και το στρατιωτικό αεροδρόμιο της Ν. Αγχιάλου. Το αεροδρόμιο της Ν. Αγχιάλου δέχεται μόνο τουριστικές πτήσεις charter, αλλά η γενική υποδομή του, όσον αφορά την υποδοχή διεθνών τουριστών, θεωρείται μάλλον ελλιπής. Ωστόσο, ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, αναμένεται να αναβαθμιστεί, ώστε να αποτελέσει το βασικό αεροδρόμιο για την κάλυψη των αναγκών της Θεσσαλίας. Η Ν. Αγχιάλος απέχει περίπου 15km από το Βόλο. Το αεροδρόμιο της Σκιάθου δέχεται πτήσεις charter από πολλές ευρωπαϊκές πόλεις και συνδέεται αεροπορικώς με την Αθήνα με καθημερινές πτήσεις, αλλά αυτό ισχύει μόνο το καλοκαίρι (Δέφνερ, 2000)

δ) *Δια Θαλάσσης*. Το λιμάνι συνδέει την πόλη με τα άλλα σημαντικά λιμάνια της χώρας, κυρίως για εμπορικούς σκοπούς. Μάλιστα, το λιμάνι του Βόλου παλιότερα συνδέονταν με λιμάνια της Μέσης Ανατολής, κάτι που αργότερα σταμάτησε να ισχύει. Πρόσφατα, υπογράφηκε η επαναλειτουργία του πορθμείου Βόλος-Συρία (λιμάνι Ταρτούς) (Κυριαζής Α, 2001: 5). Επιβατικά δρομολόγια πραγματοποιούνται προς τις Β. Σποράδες και προς άλλα νησιά του Αιγαίου, τα οποία πληθαίνουν το καλοκαίρι. Ο Βόλος συνδέεται με το νησί της Σκιάθου τακτικά με πλοίο (απέχει περίπου 3 ώρες) και ιπτάμενα δελφίνια (απέχει περίπου 75 λεπτά)

Η πόλη βρίσκεται πάνω στον λεγόμενο *αναπτυξιακό άξονα «S»* της χώρας και έχει το τρίτο κατά σειρά μεγέθους λιμάνι της χώρας. Παλιότερα, η οικονομία της στηριζόταν στο δευτερογενή τομέα. Είχε μια οργανωμένη και δραστήρια ΒΙΠΕ και το μεγαλύτερο μέρος του ενεργού πληθυσμού της απασχολούνταν στους τομείς της μεταλλουργίας, καπνοβιομηχανίας και κεραμοποιίας, παραδοσιακά, και, πιο πρόσφατα, στους τομείς των ποτών και τροφίμων, της χαρτοβιομηχανίας, των χημικών και των μεταλλικών κατασκευών (Ζάχος, 1994). Όμως, κατά τη δεκαετία του '90, η πόλη γνώρισε μεγάλη αποβιομηχάνιση<sup>4</sup>. Σήμερα το μεγαλύτερο μέρος του

<sup>3</sup> Ως πιο γνωστοί από αυτούς, που αποτελούν και σπουδαία τουριστικά θέρετρα, αναφέρονται η Μακρυνίτσα, η Πορταριά, οι Μηλιές, η Τσαγκαράδα και η Ζαγορά

<sup>4</sup> Την ίδια εποχή κι άλλες ελληνικές βιομηχανικές πόλεις (όπως για παράδειγμα η Πάτρα) γνώρισαν έντονη αποβιομηχάνιση, ενώ παρόμοια φαινόμενα είχαν ζήσει δύο δεκαετίες νωρίτερα οι μεγαλύτερες βιομηχανικές πόλεις της Ευρώπης

πληθυσμού της ασχολείται με τον *τριτογενή τομέα*, δηλαδή με το εμπόριο, τον τουρισμό και τη διοίκηση.

Η πολεοδομική συγκρότηση του Βόλου χαρακτηρίζεται από την κυριαρχία του *ιπποδάμειου συστήματος* και την έλλειψη μεγάλων οδικών αξόνων σε όλο τον αστικό ιστό (Κούκης, 1997). Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό και με την έλλειψη περιφερειακής οδού, συντελεί στη δημιουργία άσχημων κυκλοφοριακών συνθηκών στο κέντρο της πόλης. Τόσο η διαμπερής κυκλοφορία με κατεύθυνση από και προς το Πήλιο, όσο και η κίνηση των βαρέων οχημάτων του εργοστασίου της Α.Γ.Ε.Τ. Ηρακλής<sup>5</sup> και της ΒΙ.ΠΕ.<sup>6</sup>, διέρχονται μέσα από την πόλη. Ωστόσο, ο χρόνος μετάβασης ανάμεσα στα μέρη της πόλης είναι μικρός, μιας και το 75% των μετακινήσεων από το σπίτι στο χώρο εργασίας διαρκούν λιγότερο από 20 λεπτά (Κυριαζής Α., 2001: 5).

Η πόλη προσφέρεται γενικά για περπάτημα, λόγω των μικρών αποστάσεων. Ωστόσο, μόλις τα τελευταία χρόνια, ο δήμος προχώρησε στην πεζοδρόμηση των πιο πολυσύχναστων διαδρομών και αυτό μόνο για το κέντρο της πόλης. Αισθητή είναι και η έλλειψη δικτύου ποδηλατοδρόμων και αυτό γιατί η χρήση του ποδηλάτου, ως μέσου μεταφοράς, είναι παραδοσιακά διαδεδομένη μεταξύ των κατοίκων. Οι συγκοινωνιακές μελέτες που είχαν γίνει παλιότερα για την πόλη δείχνουν ότι το 5% των μετακινήσεων από το σπίτι προς το χώρο εργασίας γίνεται με ποδήλατο<sup>7</sup>. Εξάλλου ο Βόλος παραμένει η πόλη με τα περισσότερα ποδήλατα στην Ελλάδα και αποτελεί μέλος του δικτύου των ευρωπαϊκών πόλεων με ποδήλατα.

Οι σεισμοί του 1955 κατέστρεψαν ένα μεγάλο μέρος του παραδοσιακού ιστού της πόλης. Σήμερα σώζονται λίγα μόνο από τα παλιά κτίρια, για τα οποία ο δήμος καταβάλει προσπάθεια διάσωσης, με σκοπό τη διαφύλαξη και απόδοση τους σε νέες χρήσεις (Οδηγός Σπουδών ΤΜΧΠΑ, 1997-98: 3). Παράλληλα, η συνοικία «Παλαιά», που αποτελεί τον ιστορικό πυρήνα της πόλης, έχει περιθωριοποιηθεί και αποκοπεί από τον πολεοδομικό ιστό της σύγχρονης πόλης. Ακόμα, έχει ανασκαφεί ένα πλήθος αρχαιολογικών χώρων, στο κέντρο και στις παρυφές της πόλης. Παραμένουν, όμως, και αυτοί αναξιοποίητοι αστικοί τουριστικοί πόροι.

Σημαντικό αξιοθέατο της πόλης αποτελεί η *προκυμαία*, κατάλληλα διαμορφωμένη για βόλτες, με πάρκα, εστιατόρια και cafes (βλ. Παράρτημα 1, Εικόνες

<sup>5</sup> Στην ανατολική έξοδο της πόλης προς Αγριά

<sup>6</sup> Στη δυτική είσοδο της πόλης



54-55). Άλλοι πόλοι έλξης είναι το αρχαιολογικό μουσείο (με εκθέματα από τη Νεολιθική Εποχή<sup>8</sup>), το Νεολιθικό πάρκο στην περιοχή του Αναύρου, η Δημοτική Πινακοθήκη<sup>9</sup>, το τραινάκι του Πηλίου (η παραδοσιακή του διαδρομή συνδέει την πόλη με την κοινότητα Μηλεών<sup>10</sup>) και το κτίριο του Δημαρχείου (κατασκευασμένο σύμφωνα με την Πηλιορείτικη αρχιτεκτονική<sup>11</sup>). Άξιες επισκέψεως είναι και οι δύο μεγάλες εκκλησίες, ο Άγιος Κωνσταντίνος, που αποτελεί τοπόσημο στην προκουμαία (βλ. Παράρτημα 1, Εικόνα 53) και ο Άγιος Νικόλαος, που είναι ο Μητροπολιτικός ναός της πόλης. Επίσης, η πόλη διαθέτει Δημοτικό Θέατρο, Δημοτικό Ωδείο, Εκθεσιακό-Αθλητικό κέντρο, δύο μικρά εμπορικά κέντρα και είναι έδρα του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας<sup>12</sup>.

Ένας εντελώς ξεχωριστός και χαρακτηριστικός θεσμός της πόλης, στον τομέα της διασκέδασης, είναι η συνάντηση στα τσιπουράδικα. Ξεκίνησε από τους πρόσφυγες της Μικράς Ασίας που εγκαταστάθηκαν στην πόλη μετά το '22. Η ύπαρξη ενός ακμάζοντος λιμανιού, ενδυνάμωσε αυτή την κοινωνική δραστηριότητα, η οποία συνεχίζεται μέχρι και σήμερα (Ζάχος, 1994). Στις μέρες μας, μάλιστα, ο αριθμός των τσιπουράδικων έχει αυξηθεί για την εξυπηρέτηση όχι μόνο των κατοίκων, αλλά και επισκεπτών από γειτονικές πόλεις, που έρχονται στο Βόλο αποκλειστικά γι' αυτό το λόγο.

Όσον αφορά την τουριστική ελκτική δύναμη του Νομού Μαγνησίας, σε σύγκριση με την υπόλοιπη Περιφέρεια Θεσσαλίας, είναι χαρακτηριστικό ότι απορροφά το 78,7% των διεθνών διανυκτερεύσεων και το 52,3% του εσωτερικού τουρισμού που εκδηλώνεται σ' όλη την Περιφέρεια.

Στον πίνακα 3.1.2 φαίνεται η σημαντική τουριστική κίνηση στο Νομό Μαγνησίας, από το 1990 ως το 1993.

<sup>7</sup> Ενώ το 54% με Ι.Χ., το 12% με την αστική συγκοινωνία και το 11% με μοτοσικλέτα (Κυριαζής Α., 2001: 5)

<sup>8</sup> Προερχόμενα από τους νεολιθικούς οικισμούς του Σέσκλου και του Διμηνίου, που βρίσκονται δυτικά της πόλης

<sup>9</sup> Στεγάζεται στο Δημαρχείο

<sup>10</sup> Σήμερα, λειτουργεί μόνο Σαββατοκύριακα και αργίες και εκτελεί τη διαδρομή Άνω Λεχώνια - Μηλιές

<sup>11</sup> Από τον Δημήτρη Πικιώνη

<sup>12</sup> Φιλοξενεί Πολυτεχνικά Τμήματα, Παιδαγωγικά Τμήματα και τη Γεωπονική Σχολή

Πίνακας 3.1.2: Τουριστική δραστηριότητα στο Νομό Μαγνησία, μεταξύ 1990-1993

	1990	1991	1992	1993
Ξενοδοχειακές κλίνες	12926	13277	14012	14548
Διανυκτερεύσεις Ελλήνων	467885	443867	471284	476262
Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	402722	313826	402571	416529

Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2001

Ειδικά για την πόλη του Βόλου, τα πιο πρόσφατα στατιστικά στοιχεία μαρτυρούν την ύπαρξη σημαντικής τουριστικής κίνησης στην πόλη. Ωστόσο, αν εξετάσουμε προσεκτικότερα τα στοιχεία αυτά, θα δούμε ότι η αυξημένη τουριστική κίνηση στην πόλη, οφείλεται, κυρίως, σε ημεδαπούς επισκέπτες, σε αντίθεση με τους αλλοδαπούς τουρίστες, οι οποίοι δείχνουν μια σημαντική προτίμηση στα νησιά του Νομού, που αποτελούν και γνωστά τουριστικά θέρετρα. Αυτή η προτίμηση γίνεται φανερή από τη μελέτη των στοιχείων του πίνακα 3.1.3.

Πίνακας 3.1.3: Τουριστική δραστηριότητα στο Νομό Μαγνησίας, κατά το 2000, ανά τουριστικό προορισμό

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ	ΗΜΕΔΑΠΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ		ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ	
	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤ/ΣΕΙΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΔΙΑΝΥΚΤ/ΣΕΙΣ
<b>ΒΟΛΟΣ</b>	134.309	223.114	14.834	36.280
<b>ΑΛΥΚΕΣ</b>	3.851	19.597	586	3.484
<b>ΑΓΧΙΑΛΟΣ</b>	3.262	8.439	263	2.561
<b>ΑΑΜΥΡΟΣ - ΑΜΑΛΙΑΠΟΛΗ</b>	1.136	7.087	85	389
<b>ΠΟΡΤΑΡΙΑ - ΜΑΚΡΥΝΙΤΣΑ</b>	39.542	74.992	3.683	6.601
<b>ΖΑΓΟΡΑ - ΧΟΡΕΥΤΟ</b>	3.754	8.121	865	4.489
<b>ΧΑΝΙΑ</b>	2.451	5.694	679	1.324
<b>ΤΣΑΓΚΑΡΑΔΑ</b>	762	1.602	85	433
<b>ΑΓ. ΙΩΑΝΝΗΣ</b>	2.012	6.356	258	1.290
<b>ΠΛΑΤΑΝΙΔΙΑ - ΑΓΡΙΑ - Κ. ΓΑΤΖΕΑ</b>	1.671	4.922	2.676	11.490
<b>ΒΥΖΙΤΣΑ - ΜΗΛΙΕΣ - ΑΓ. ΛΑΥΡΕΝΤ.</b>	5.212	11.454	686	2.364
<b>ΚΑΛΑ ΝΕΡΑ</b>	5.113	18.269	604	1.570
<b>ΑΦΗΣΣΟΣ - ΚΟΡΩΠΙ - ΝΕΟΧΩΡΙ</b>	1.570	6.032	2.201	3.347
<b>ΜΗΛΙΝΑ - ΠΑΛΤΣΙ -</b>	343	947	24	55

<b>ΕΥΝΟΒΡΥΣΗ</b>				
<b>ΠΑΛΑΤΑΝΙΑΣ-ΤΡΙΚΕΡΙ</b>	416	1.077	185	672
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>205.404</b>	<b>397.703</b>	<b>27.714</b>	<b>76.349</b>
<b>ΣΚΙΑΘΟΣ</b>	24.196	103.641	37.954	296.032
<b>ΣΚΟΠΕΛΟΣ</b>	16.177	63.030	7.685	50.727
<b>ΑΛΟΝΝΗΣΟΣ</b>	3.690	11.220	8.163	64.412
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>249.467</b>	<b>575.594</b>	<b>81.516</b>	<b>487.520</b>

Πηγή: ΕΟΤ, ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΝΟΜΟΥ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ ΕΤΟΥΣ 2000

### 3.2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΑΠΟΤΥΠΩΣΗΣ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Στην παρούσα διπλωματική εργασία, για την αποτύπωση της υπάρχουσας κατάστασης θεωρήθηκε σκόπιμο να καταγραφούν οι ακόλουθοι τομείς:

- Πολιτιστική υποδομή
- Τουριστική υποδομή
- Αθλητική υποδομή
- Δημοτικές πολιτικές για την τουριστική ανάπτυξη της πόλης

Στα πλαίσια της καταγραφής, ως πηγές χρησιμοποιήθηκαν:

#### 1. Τουριστικοί Οδηγοί και Τουριστικοί Χάρτες.

Τα τουριστικά έντυπα και μάλιστα οι τουριστικοί χάρτες, αποτελούν την κατεξοχήν πηγή αποτύπωσης της τουριστικής υποδομής. Περιέχουν πληροφορίες αναφορικά με τη χωροθέτηση των ξενοδοχειακών μονάδων και των σημαντικότερων χώρων τουριστικού ενδιαφέροντος (αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία, ναοί, μνημεία και λοιπά αξιοθέατα).

#### 2. Διαφημιστικά Φυλλάδια επαγγελματιών ενώσεων (π.χ. της Ένωσης Ξενοδόχων Νομού Μαγνησίας).

Τα φυλλάδια αυτά περιέχουν εξειδικευμένες πληροφορίες και στοιχεία για τον τομέα που αφορούν. Το θετικό είναι ότι, συνήθως, ενημερώνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα, ώστε να αποτελούν μια έγκαιρη πηγή πληροφόρησης.

#### 3. Τοπικά Περιοδικά και Εφημερίδες.

Τα έντυπα αυτά παρέχουν μια σαφή και επίκαιρη εικόνα της πόλης, ιδίως σε ό,τι αφορά την πολιτιστική ζωή (πολιτιστικές εκδηλώσεις, χώροι διασκέδασης, αγορών, κ.λ.π.). Επίσης, στον τοπικό Τύπο καταγράφονται οι σημαντικότερες επενδυτικές προθέσεις και δραστηριότητες, τόσο οι κρατικές όσο και οι ιδιωτικές, γεγονός που επιτρέπει μια πρώτη ανίχνευση των μελλοντικών σχεδίων για την ανάπτυξη υποδομής στην πόλη.

#### 3. Πανεπιστημιακές εργασίες.

Λόγω της λειτουργίας του ΤΜΧΠΑ, αλλά και άλλων Πολυτεχνικών Τμημάτων (όπως του Τμήματος Πολιτικών Μηχανικών) στην πόλη, έχει παραχθεί μια σημαντική πανεπιστημιακή βιβλιογραφία για το Βόλο. Στη βιβλιογραφία αυτή συγκαταλέγονται οι εργασίες φοιτητών (εξαμήνου, διπλωματικές, διατριβές) και καθηγητών (στο πλαίσιο ερευνητικών προγραμμάτων ή προσωπικών ερευνών). Από

αυτές μπορεί να αντλήσει κανείς αξιόπιστες πληροφορίες τόσο για παρελθόντα έτη, όσο και για τη σημερινή περίοδο, αναφορικά και με τα τέσσερα πεδία καταγραφής.

#### *4. Επιτόπιες Έρευνες.*

Η καταγραφή των χώρων και των κτιριακών υποδομών στηρίχθηκε και στην επιτόπια έρευνα. Σκοπός ήταν η επαλήθευση των προηγούμενων πηγών αποτύπωσης, αλλά και η κατά το δυνατό πληρέστερη και σύγχρονη καταγραφή των υποδομών.

#### *5. Προσωπικές συνεντεύξεις.*

Για την καταγραφή των άυλων πολιτικών, αλλά και των προθέσεων μελλοντικής δράσης των διοικητικών υπηρεσιών και άλλων σχετικών φορέων της πόλης, κρίθηκε σκόπιμη η διεξαγωγή έρευνας. Για τις ανάγκες αυτής της έρευνας συντάχθηκαν ερωτηματολόγια, εξειδικευμένα για κάθε φορέα (βλ. Παράρτημα 2). Η έρευνα, κατά το μεγαλύτερο μέρος της, διεξάχθηκε κατά τους θερινούς μήνες του παρόντος έτους (Ιούνιος, Ιούλιος και Αύγουστος 2001) και είχε τη μορφή προσωπικών συνεντεύξεων τους με αρμοδίους σε κάθε υπηρεσία.

### 3.3 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Μεγάλη σημασία για την πολιτιστική ζωή της πόλης και ιδιαίτερα για τους νεαρότερους κατοίκους της, έχει η χωροθέτηση των χώρων διασκέδασης. Επειδή, μάλιστα, αυτό το κομμάτι του πληθυσμού της πόλης αυξάνεται συνεχώς τα τελευταία χρόνια, λόγω, κυρίως, της ίδρυσης νέων πανεπιστημιακών τμημάτων, έχει ενδιαφέρον να δούμε τη διασπορά αυτών των πολυσύχναστων χώρων, μέσα στον αστικό ιστό. Οι χώροι διασκέδασης είναι διαφόρων ειδών και δύνανται πολλών κατηγοριοποιήσεων. Γι' αυτό, επιλέξαμε την εξέταση δύο μόνο κατηγοριών, των μεγαλύτερων και πιο προσφιλών ανάμεσα στο νεανικό και μη, πληθυσμό της πόλης, τα τσιπουράδικα και τα cafes.

Στο Χάρτη 3.2, παρουσιάζεται η χωροθέτηση των τσιπουράδικων και των cafes στην κεντρική περιοχή της πόλης (βλ. Παράρτημα 3).

Η περιοχή μελέτης της χωρικής κατανομής των δύο παραπάνω δραστηριοτήτων περικλείεται από τις οδούς Αργοναυτών - Αχιλλοπούλου και Αγίου Δημητρίου, Σταδίου -Καπαδιστρίου και Παγασών. Κατά τη μελέτη στην περιοχή αυτή, συλλέξαμε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα από 60 τσιπουράδικα και 73 καφετέριες.

Παρατηρούμε ότι ο χωρικός μέσος των δύο δραστηριοτήτων βρίσκεται πολύ κοντά στον Άγιο Νικόλαο και είναι ένα πρώτο ενδεικτικό στοιχείο για το γεγονός ότι οι δύο αυτές κατανομές εμφανίζουν κοινά στοιχεία.

Και οι δύο δραστηριότητες εμφανίζονται με υψηλά ομαδοποιημένη μορφή. Η μεγαλύτερη συγκέντρωση παρατηρείται στην περιοχή του Αγίου Νικολάου και κατά μήκος της Αργοναυτών. Ωστόσο, τα τσιπουράδικα εμφανίζουν μεγαλύτερη διασπορά στην πόλη του Βόλου σε σχέση με τις καφετέριες.

Στην κατανομή των τσιπουράδικων φαίνεται καθαρά (λόγω της πολύ μεγαλύτερης διασποράς τους) ότι πρόκειται για μια δραστηριότητα πολύ πιο ανταγωνιστική από τις καφετέριες. Αυτό είναι ένα λογικό συμπέρασμα, μια και οι καφετέριες αποτελούν καθαρά είδος αναψυχής, ενώ τα τσιπουράδικα είναι και κατά κάποιο βαθμό μέσο που συσχετίζεται με την ανάγκη που ανθρώπου για διατροφή, άρα είναι και πιο ισοκατανεμημένα στο χώρο. Ακόμα, τα τσιπουράδικα είναι πιο διασκορπισμένα γιατί απευθύνονται σε όλες τις ηλικίες, ακόμα και τις μεγαλύτερες, που είναι δύσκολο να καταβάλουν μεγάλη μετακίνηση για να βρεθούν στο μέρος ψυχαγωγίας τους, άρα πρέπει να βρίσκονται όσο το δυνατόν κοντά τους.

Τα τσιπουράδικα και τα cafes, δεν αποτελούν παρά ένα μόνο κομμάτι της πολιτιστικής υποδομής του Βόλου. Η πόλη διαθέτει ένα ευρύ φάσμα καλλιτεχνικών και άλλων πολιτιστικών χώρων ψυχαγωγίας. Η καταγραφή τους, οδήγησε στην ταξινόμηση του Πίνακα 3.2.1.

Πίνακας 3.2.1: Πολιτιστικοί Χώροι ΠΣ Βόλου

Πολιτιστικός Χώρος	Περιγραφή	Διεύθυνση – Περιοχή
Δημοτικό Θέατρο (ΔΗΠΕΘΕ)	Χωρητικότητα 1000 θέσεων Υπαρξη βοηθητικού ανοιχτού χώρου για θερινές παραστάσεις	Πλατεία Ρήγα Φεραίου (Δημαρχείου)
Δημοτικό Ωδείο	Έδρα της Συμφωνικής Ορχήστρας Βόλου Παλιό Νεοκλασικό Κτίριο	Μεταμορφώσεως – Δημητριάδος
Δημοτική Βιβλιοθήκη	Το κτίριο ανακατασκευάζεται	Μεταμορφώσεως – Ερμού
Λαϊκή Βιβλιοθήκη	Πρόσφατα ανακαινισμένο κτίριο	Κωνσταντά – Αντωνοπούλου
Δημοτική Πινακοθήκη	Στεγάζεται στο Δημαρχείο Κτίριο Πηλιορείτικης Αρχιτεκτονικής	Πλατεία Ρήγα Φεραίου (Δημαρχείου)
Αρχαιολογικό Μουσείο (Αθανασάκειον Μουσείο)	Ίδρυση 1909 Νεοκλασικό Κτίριο	Περιοχή Αναύρου
Κέντρο Τέχνης Giorgio De Chirico	Εκθεσιακό κέντρο Σύγχρονο Κτίριο	Μεταμορφώσεως – Ερμού
Κτίριο Σπίρερ	Χώρος Πολιτιστικών εκδηλώσεων (κυρίως θεατρικών) Παλιά Καπναποθήκη	Μακρυνίτης – Μικρασιατών
Κτίριο Παλιάς Ηλεκτρικής	Χώρος Πολιτιστικών εκδηλώσεων (κυρίως θεατρικών) Έδρα Δημοτικής Σχολής Χορού	Κουταρέλια – Ρ. Φεραίου
Κτίριο Εξωραϊστικής	Φιλόξενη Καλλιτεχνικές Εκθέσεις	Πολυμέρη – Ι. Καρτάλη
Δίαυλος	Κέντρο Νεότητας	Τοπάλη – Δημητριάδος
Χειμερινός Κινηματογράφος Αχιλλείων	2 αίθουσες προβολής Νεοκλασικό Κτίριο	Κουμουνδούρου-Αργοναυτών
Χειμερινός Κινηματογράφος LIDO	2 αίθουσες προβολής πρόσφατα ανακαινισμένος (2000)	Κ. Καρτάλη – Γαλλίας
Θερινός Κινηματογράφος Εξωραϊστικής	Η αυλή του κτιρίου της Εξωραϊστικής, κατάλληλα διαμορφωμένη για κινηματογραφικές προβολές	Πολυμέρη – Ι. Καρτάλη
Πνευματικό Κέντρο ΙΜ Δημητριάδος	Νεοκλασικό Κτίριο	Κ. Καρτάλη – Ανθ. Γαζή
Εκκλησίας Αγ. Νικολάου	Μητροπολιτικός Ναός Θρησκευτικός χώρος	Πλατεία Αγ. Νικολάου
Εκκλησία Αγ. Κωνσταντίνου	Θρησκευτικός χώρος	Παραλία

Καθολική Εκκλησία	Θρησκευτικός χώρος	Ρήγα Φεραίου – Μαυροκορδάτου
Πανεπιστημιακά κτίρια	Παλιά βιομηχανικά κτίρια	Πεδίον Άρεως Αργοναυτών – Φιλελλήνων

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Στο σημείο αυτό, αξίζει να αναφερθούμε σε έναν θεσμό, εντελώς ιδιαίτερο και μοναδικό για τα ευρωπαϊκά καλλιτεχνικά δρώμενα, το *Διεθνές Φεστιβάλ Μουσικού Θεάτρου (International Festival of Music Theater)*. Το φεστιβάλ αυτό, διοργανώνεται στην πόλη του Βόλου, επί 6 συνεχόμενα χρόνια. Η διάρκειά του είναι δύο περίπου εβδομάδες και λαμβάνει χώρα, συνήθως, το μήνα Δεκέμβριο. Οι προγραμματισμένες καλλιτεχνικές παραστάσεις φιλοξενούνται στους χώρους του Δημοτικού Θεάτρου και του κτιρίου Σπίρερ. Το φεστιβάλ, συγκεντρώνει πανελλήνιο και ευρωπαϊκό ενδιαφέρον, καθώς συμμετέχουν γνωστές καλλιτεχνικές ομάδες από τις μεγαλύτερες επαρχιακές πόλεις (π.χ. ΔΗΠΕΘΕ Βέροιας), την Αθήνα (π.χ. συνεργασία με το Μέγαρο Μουσικής Αθηνών) και το εξωτερικό (π.χ. Μαύρο Θέατρο της Πράγας). Η ευθύνη για τη διοργάνωση του φεστιβάλ ανήκει στο Κέντρο Μουσικού Θεάτρου που λειτουργεί στην πόλη, σε συνεργασία με το Δήμο Βόλου, το Εθνικό Πολιτιστικό Δίκτυο Πόλεων και το Υπουργείο Πολιτισμού (Μαραγκόπουλος Δ., 2000).

Τέλος, μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει και το Αρχαιολογικό Μουσείο της πόλης, λόγω των σημαντικών εκθεμάτων του. Τα αρχαιολογικά ευρήματα που φιλοξενεί, προέρχονται από όλες σχεδόν τις περιόδους της ανθρώπινης ιστορίας και της προϊστορίας. Από τα πιο γνωστά είναι τα αρχαιολογικά ευρήματα των προϊστορικών νεολιθικών οικισμών Σέσκλο και Διμήνη. Ακόμα, υπάρχουν ευρήματα από τη γεωμετρική εποχή<sup>13</sup>, την κλασική εποχή και την Αλεξανδρινή εποχή. Επίσης, εκτίθενται ανάγλυφα από την παλαιοχριστιανική και τη βυζαντινή εποχή (Ζάχος, 1994).

<sup>13</sup> Πληροφορούν για την εποχή της Αργοναυτικής εκστρατείας



## 3.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ

Στο πόλη του Βόλου εδρεύουν συνολικά 21 γραφεία γενικού τουρισμού, τα οποία παρουσιάζονται αναλυτικά στον πίνακα 3.2.1.

Πίνακας 3.3.1: Γραφεία Γενικού Τουρισμού στο Βόλο

α / α	Επωνυμία	Διεύθυνση
1	ASTERIS TRAVEL	Αντωνοπούλου 37
2	VIS TRAVEL	Αντωνοπούλου 3
3	ΒΟΥΤΣΙΝΟΥ ΝΙΚΗ	Κ. Καρτάλη 159
4	FALCON TOURS	Αργοναυτών 34
5	ΕΦΣΤΑΘΙΟΥ ΒΟΥΛΑ	Τ. Οικονομάκη 9
6	VOLOS TOWN TRAVEL	Αργοναυτών 23
7	ΚΤΕΛ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	Ιάσωνος 86 – Σ. Σπυρίδη Ζάχου 5
8	ΚΟΡΩΝΑΙΟΣ ΤΟΥΡΣ <sup>14</sup>	Κ. Καρτάλη 129
9	ΚΑΡΒΟΥΝΙΑΡΗΣ ΑΧ.	Ιάσωνος 77
10	IONIS TOURS	Κουμουندούρου 20
11	SPORADES TRAVEL	Αργοναυτών 33
12	ΜΩΡΑΙΤΟΠΟΥΛΟΣ ΧΡΗΣΤΟΣ ΚΑΝΕΛΛΟΥ ΒΑΣΩ Ε.Π.Ε	Σ. Σπυρίδη 86
13	ΜΠΑΡΔΑΣ ΤΟΥΡΣ	Τοπάλη 2
14	LES HIRONDELLES <sup>15</sup>	Κουμουندούρου 19
15	TOURIST AGENCY STEFANOS	Κουμουندούρου 118
16	TRIANΤIS TRAVEL	Αργοναυτών 35
17	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ-ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΗΛΙΟΥ Ε.Π.Ε.	Ιάσωνος 93 <sup>A</sup>
18	COOL Travel Agency	Κ. Καρτάλη 136
19	MINOAN FLYING DOLPHINS	Αντωνοπούλου 11Α
20	PELION TRAVEL	Γκλαβάνη 45

<sup>14</sup> Κτήση κλιματιζόμενων πούλμαν

<sup>15</sup> Έτος ίδρυσης 1981. Προγράμματα Εναλλακτικού τουρισμού και αθλητικών δραστηριοτήτων (outdoor sporting activities). Ενοικίαση διαμερισμάτων, mountainbikes, μικρών σκαφών, ταχύπλων

21	THEOFANIDIS HELLAS Ltd. TOURIST ENT./RENT A CAR	Ιάσωνος 131
----	--	-------------

Πηγή: ίδια επεξεργασία στοιχείων ΕΟΤ, 2001 και *Greek Travel Pages* (12.2000)

Στο Βόλο εδρεύουν 3 εταιρείες εκδρομικών πούλμαν (motorcoach companies).

Πρόκειται για τις:

- BARDAS TOURS (Τοπάλη 2). Παρέχονται και υπηρεσίες ιδιωτικής ξενάγησης
- KORONEOS TOURS (Κ. Καρτάλη 189). Διαθέτει 2 πούλμαν, 49 και 52 θέσεων αντίστοιχα
- STEFANOS TRAVEL (Κουμουνδούρου 118). Διαθέτει 2 πούλμαν, 30 και 50 θέσεων αντίστοιχα

Στο Βόλο έχουν παραρτήματα οι εξής 4 εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων (rent a car offices):

- AUTOUNION
- Hertz
- AVIS
- National Car Rental

Στο Βόλο υπάρχουν οι εξής πρεσβείες και προξενεία:

- Πρεσβεία και προξενείο της Γερμανίας
- Πρεσβεία του Βελγίου
- Πρεσβεία Δανίας
- Πρεσβεία της Ιταλίας και
- Πρεσβεία της Ολλανδίας

Άλλοι σημαντικοί φορείς που εδρεύουν στην πόλη και παρέχουν τουριστικές υπηρεσίες είναι:

- ΕΟΤ, διεύθυνση Θεσσαλίας (πλατεία Ρήγα Φεραίου)
- Τουριστική Αστυνομία (28<sup>ης</sup> Οκτωβρίου 179)
- Ένωση Ξενοδόχων Μαγνησίας (Κουμουνδούρου 31)

Το Π.Σ. Βόλου - Ν. Ιωνίας αριθμεί σήμερα 21 ξενοδοχεία υπό λειτουργία, που παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.2.2.

Πίνακας 3.3.2: Ξενοδοχεία Βόλου – Ν. Ιωνίας

α / α	Cat	Ξενοδοχείο	Διεύθυνση	Χωρητικότητα (αριθμός δωματίων / κλινών)
1	C	ΑΔΜΗΤΟΣ	Αθαν. Διάκου 3	33 δωμάτια (= 57 κλίνες)
2	B	ΑΙΓΛΗ <sup>16</sup>	Αργοναυτών 24	36 δωμάτια (= 62 κλίνες)
3	B	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ	Τοπάλη 3	78 δωμάτια (=134 κλίνες)
4	D	ΑΡΓΩ	Δημητριάδος 135	22 δωμάτια (= 43 κλίνες)
5	D	ΑΡΙΣΤΟΝ	Πλατεία εκκλησίας Ευαγγελίστριας (Ν. Ιωνία)	14 δωμάτια (= 25 κλίνες)
6	C	ΑΥΡΑ	Σόλωνος 5	Δεν αναφέρεται <sup>17</sup>
7	C	ΓΑΛΑΞΙΑΣ	Αγ. Νικολάου 3	54 δωμάτια (=102 κλίνες)
8	B	ΗΛΕΚΤΡΑ	Τοπάλη 16	38 δωμάτια (= 71 κλίνες)
9	D	ΙΑΣΩΝ	Π. Μελά 1	27 δωμάτια (= 52 κλίνες)
10	C	ΙΩΛΚΟΣ	Δημητριάδος 37	15 δωμάτια (= 25 κλίνες)
11	D	ΚΕΝΤΡΙΚΟΝ	Τριανταφυλλίδη 117	Δεν αναφέρεται
12	C	ΚΥΨΕΛΗ	Αγ. Νικολάου 1	54 δωμάτια (=100 κλίνες)
13	E	ΜΠΙΣΤΡΟΛ	Τσαριτσάνης – Λαρίσης 33	Δεν αναφέρεται
14	B	ΝΕΦΕΛΗ	Κουμουνοδούρου 10	53 δωμάτια (=100 κλίνες)
15	B	ΞΕΝΙΑ <sup>18</sup>	Πλαστήρα 1	77 δωμάτια, από τα οποία 15 με μονές κλίνες 60 με διπλές κλίνες 2 σουίτες (= 137 κλίνες)
16	B	ΠΑΡΚ <sup>19</sup>	Δεληγιώργη 2	119 δωμάτια, από τα οποία 13 με μονές κλίνες 106 με διπλές κλίνες (= 225 κλίνες)
17	E	ΠΟΛΕΩΣ	54 <sup>ο</sup> Συντάγματος 6	7 δωμάτια (= 16 κλίνες)
18	E	ΡΟΥΣΣΑΣ	Ιατρού Τζάνου 1	10 δωμάτια (= 19 κλίνες)
19	C	ΣΑΝΤΗ	Τοπάλη 7	39 δωμάτια
20	C	ΦΙΛΙΠΠΟΣ	Σόλωνος 9	39 δωμάτια (= 73 κλίνες)
21	C	ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ	Βασ. Παύλου & Φρειδερίκης	17 δωμάτια

Πηγή: Ιδία επεξεργασία στοιχείων *Greek Travel Pages* (12.2000) και *Hotel's Guide: Volos, Pelion, Almiros, Anchialos*

Όπως φαίνεται στο Χάρτη 3.3 (Παράρτημα 3), τα ξενοδοχεία αυτά, στην πλειοψηφία τους, χωροθετούνται στην κεντρική αστική περιοχή του Βόλου. Μόνο ένα ξενοδοχείο, το «ΑΡΙΣΤΟΝ», βρίσκεται στο Δήμο Ν. Ιωνίας. Η χωρική διασπορά των ξενοδοχείων της κεντρικής περιοχής, ακολουθεί την παραλιακή γραμμή και

<sup>16</sup> Κλιματιζόμενα δωμάτια, καφετέρια, μπουφές, αίθουσα συνεδριάσεων

<sup>17</sup> Ο αριθμός δωματίων του ξενοδοχείου, δεν αναφέρεται στους επίσημους τουριστικούς οδηγούς

<sup>18</sup> Room Service, κλιματιζόμενο, εστιατόριο, καφετέρια, αίθουσα συνεδριάσεων (30 - 500 ατόμων), parking

<sup>19</sup> Room Service, κλιματιζόμενο, εστιατόριο, καφετέρια, αίθουσα συνεδριάσεων (22 - 30 ατόμων)

επεκτείνεται, το πολύ, μέχρι τον τρίτο από τη θάλασσα παράλληλο δρόμο, δηλαδή την οδό Ερμού (Κυριαζής Α., 2001: 6).

Συνολικά, σήμερα, η πόλη διαθέτει 1247 κλίνες, οι οποίες δεν επαρκούν για την κάλυψη της ζήτησης. Η πλεονάζουσα ζήτηση καλύπτεται από κλίνες που βρίσκονται στην ευρύτερη αστική περιοχή, δηλαδή στις Αλυκές, τη Ν. Αγχίαλο, την Αγριά, ακόμα και στις κοντινές κοινότητες του Πηλίου, Πορταριά και Μακρυνίτσα. Το σύνολο των κλινών σ' όλη αυτή την περιοχή φτάνει σήμερα τις 2668 κλίνες (Κυριαζής Α., 2001: 6).

Ο κ. Μαμαλούκος<sup>20</sup>, υποστηρίζει ότι από την περιοχή του Βόλου λείπουν οι ξενοδοχειακές μονάδες υψηλών προδιαγραφών και ποιότητας, γεγονός που ευθύνεται σημαντικά για τη μειωμένη τουριστική κίνηση στην πόλη. Η κίνηση αυτή, σήμερα, περιορίζεται στους αντιπροσώπους κάποιων εταιριών (επαγγελματικός τουρισμός) και σε εκείνους τους τουρίστες που δεν βρίσκουν κατάλυμα στις παραθεριστικές κοινότητες του Πηλίου (Μαμαλούκος 2001, προφορική επαφή).

Αλλά και οι εκπρόσωποι των ξενοδόχων εκφράζουν την ίδια άποψη. Η κ. Ιωάννου<sup>21</sup>, υποστηρίζει ότι, αναφορικά με την ξενοδοχειακή υποδομή της πόλης, πρέπει να δοθεί προτεραιότητα σε δύο σημεία, των εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων εγκαταστάσεων (βλ. Παράρτημα 1, Εικόνα 52) και την παράλληλη αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Στην κατεύθυνση αυτή, σημειώνονται σημαντικές εξελίξεις. Συγκεκριμένα, μέχρι τις 30 Οκτωβρίου 2001, οι ενδιαφερόμενες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της περιοχής πρέπει να καταθέσουν ολοκληρωμένες προτάσεις – σχέδια εκσυγχρονισμού των υποδομών τους. Μετά την αξιολόγηση τους, θα χρηματοδοτηθεί η υλοποίηση των εγκεκριμένων σχεδίων. Παράλληλα, κλιμάκια του ΕΟΤ, με επιτόπιους ελέγχους, θα πιστοποιούν την ποιότητα των ξενοδοχειακών μονάδων και θα τους δίνουν τον αντίστοιχο χαρακτηρισμό, σε τάξη αστερών. Οι ενέργειες αυτές επιβάλλεται να γίνουν, επειδή η Ελλάδα είναι από τις λίγες ευρωπαϊκές χώρες που διατηρεί ακόμα το σύστημα κατάταξης των ξενοδοχειακών

<sup>20</sup> Εργαζόμενος στον ΕΟΤ (διεύθυνση Θεσσαλίας). Είναι υπεύθυνος για τη συλλογή στατιστικών στοιχείων και μέλος της ομάδας ελέγχου της ποιότητας των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Περιφέρεια Θεσσαλίας

<sup>21</sup> Εργαζόμενη, ως γραμματέας, στην Ένωση Ξενοδόχων Μαγνησίας

μονάδων βάσει κατηγοριών (class A, B, C, D, E) και όχι βάσει αστέρων<sup>22</sup> (Ιωάννου Α. 2001, προφορική επαφή).

Ωστόσο, εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, τον τελευταίο καιρό αρχίζει να παρουσιάζεται μια κινητικότητα στον τομέα της κατασκευής μεγάλων και σύγχρονων ξενοδοχειακών μονάδων στην περιοχή, από ιδιώτες επενδυτές. Στο πλαίσιο αυτό, πληροφορηθήκαμε από τον κ. Ματαλιωτάκη<sup>23</sup> την πρόσφατη έγκριση της δημιουργίας μιας μεγάλης ξενοδοχειακής μονάδας, δυναμικότητας 190 κλινών (84 δωματίων), Α΄ κατηγορίας, στην περιοχή «Παλαιά» Βόλου, από την γνωστή τοπική εταιρία Μύλοι Λούλη (Ματαλιωτάκης 2001, προφορική επαφή).

Σύμφωνα με τον κ. Μαμαλούκο, στο μέλλον θα αυξηθούν παρόμοιες επενδυτικές προτάσεις για την περιοχή και από τοπικούς επενδυτές και από ξένους. Οι ιδιώτες επενδυτές περιμένουν την έκδοση του νέου Αναπτυξιακού Νόμου, ο οποίος θα επανακαθορίσει με ευνοϊκότερους όρους τα κίνητρα που δίνονται σήμερα για την κατασκευή τουριστικών επιχειρήσεων στην περιοχή<sup>24</sup> (Μαμαλούκος 2001, προφορική επαφή).

---

<sup>22</sup> Κάθε τάξη αστέρων, περιλαμβάνει τις ξενοδοχειακές μονάδες που πληρούν συγκεκριμένες ποιοτικές προδιαγραφές

<sup>23</sup> Διευθυντή του ΕΟΤ-Διεύθυνση Θεσσαλίας

<sup>24</sup> Βάση του ισχύοντα Αναπτυξιακού Νόμου, η περιοχή εντάσσεται στη Γ΄ ζώνη, εντός της οποίας επιχορηγείται το 15% του συνολικού ύψους της αρχικής επένδυσης, ενώ απαιτείται και ένα 40% ίδια συμμετοχή

## 3.5 ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Ένας σύντομος κατάλογος με την οργανωμένη αθλητική υποδομή της πόλης, παρουσιάζεται στον πίνακα 3.4.1

Πίνακας 3.4.1: Αθλητική υποδομή Βόλου

α / α	Υποδομή	Περιοχή
1	ΕΑΚ (Εθνικό Αθλητικό Κέντρο) Βόλου	Νέα Δημητριάδα
2	Κλειστό Αθλητικό Κέντρο «Ελικοδρόμιο»	Ν. Ιωνία
3	Αθλητικό Κέντρο «Άσυλο»	Χίλιαδου
4	Αθλητικό κέντρο	Κάραγατς (στην οδό Κύπρου)
5	Αθλητικό Κέντρο Γυμναστικού	Άγιος Βασίλειος – Καλλιθέα (στην οδό Ιωλκού)
6	Εκθεσιακό Αθλητικό Κέντρο	Νεάπολη (Πεδίο του Άρεως)
7	Γήπεδο ποδοσφαίρου Νεάπολης	Νεάπολη
8	Γήπεδο ποδοσφαίρου Νίκης Βόλου	Ν. Ιωνία
9	Γήπεδο ποδοσφαίρου Μαγνησιακός	Παλαιά
10	Γήπεδο ποδοσφαίρου Σαρακηνός	Άγια Παρασκευή
11	Ν.Ο.Β.Α. (club ιστιοπλοΐας και κανό)	Άναυρος
12	Κωπηλατήριο	Άγιος Κωνσταντίνος
13	Ιππικός Όμιλος	Νεάπολη (Πεδίο του Άρεως)

Πηγή: Ίδια επεξεργασία στοιχείων ΔΕΜΕΚΑΒ, 1996

Στις εγκαταστάσεις του ΕΑΚ Βόλου (βλ. Παράρτημα 1, Εικόνα 56) περιλαμβάνονται γήπεδο ποδοσφαίρου, κολυμβητήριο, κλειστό γυμναστήριο, γήπεδο τένις και σκοπευτήριο. Στις εγκαταστάσεις του Αθλητικού Κέντρου «Ελικοδρόμιο» στη Ν. Ιωνία (βλ. Παράρτημα 1, Εικόνα 57) περιλαμβάνονται κολυμβητήριο, κλειστό γυμναστήριο, γήπεδο τένις, γήπεδο μπάσκετ και γήπεδο βόλεϋ (Κυριαζής Α., 2001: 7).

Εντός της αστικής περιοχής και συγκεκριμένα στην περιοχή του Αναύρου, υπάρχουν τρεις οργανωμένες παραλίες, στις οποίες διοργανώνονται και αγώνες *beach Volley*. Οργανωμένες και καθαρές παραλίες, στις οποίες διοργανώνονται τέτοιοι αγώνες κατά τους θερινούς μήνες, υπάρχουν και γύρω από την αστική περιοχή (Αλυκές, Αγριά, Ν. Αγχίαλος).

Στην ευρύτερη περιοχή βρίσκονται και άλλοι οργανωμένοι και σημαντικοί αθλητικοί χώροι. Ο πιο γνωστός από αυτούς και ειδικά ανάμεσα στους λάτρεις των χειμερινών αθλημάτων, είναι το *Χιονοδρομικό Κέντρο «Αγριόλευκες»*, στα Χάνια

Πηλίου (βλ. Παράρτημα 1, Εικόνα 51). Απέχει<sup>25</sup> 27χλμ από το Βόλο και βρίσκεται σε υψόμετρο 1500μ. Διαθέτει έξι χιονοδρομικές πίστες κατάβασης<sup>26</sup> (6 ski routes), συνολικού μήκους 12.000μ. Οι χιονοδρόμοι (skiers) εξυπηρετούνται από τρεις εναέριους αναβατήρες (οι δύο με μονό κάθισμα και ο άλλος με διπλό) και δύο σύροντες αναβατήρες (lifts). Οι πίστες, κατά τους χειμερινούς μήνες, είναι ανοιχτές καθημερινά μεταξύ 9:00πμ και 16:00μμ. Το χιονοδρομικό κέντρο διαθέτει τις εξής εξυπηρετήσεις: καφετέρια και εστιατόριο με δυνατότητα εστίασης 150 ατόμων, καταφύγιο (Chalet accommodation) χωρητικότητας 60-65 ατόμων, χώρους στάθμευσης οχημάτων (3 πάρκινγκ συνολικής χωρητικότητας 800 αυτοκινήτων), υπηρεσίες ιατρικής περίθαλψης (σταθμός πρώτων βοηθειών), εκμάθησης σκι και ενοικίασης εξοπλισμού για σκι. Την ευθύνη διαχείρισης του Χιονοδρομικού Κέντρου, έχει η ANEM.

Αξίζει, επίσης, να αναφέρουμε την *πίστα μότο – κρος* στο Σέσκλο και τις αγωνιστικές διαδρομές αυτοκινήτων *ράλι* στο Πήλιο (αγώνες «*Κένταυρος*» και «*ανάβαση Πηλίου*»). Οι παραπάνω αθλητικοί χώροι έχουν βαρύνουσα σημασία όχι μόνο για τη μοναδικότητα τους στη γύρω περιοχή, αλλά και επειδή διοργανώνονται σε αυτούς, σε μόνιμη βάση, αγώνες πανελληνίας εμβέλειας.

Οι παραπάνω χώροι κρίνονται ικανοποιητικοί και επαρκείς για την κάλυψη της σημερινής ζήτησης. Αυτή συνίσταται στις ανάγκες των κατοίκων της πόλης για άθληση και στην εξυπηρέτηση της διοργάνωσης των αγώνων κάποιων ομαδικών, κυρίως, αθλημάτων.

Ειδικότερα, σύμφωνα με έρευνες που έχουν γίνει για την πόλη<sup>27</sup>, οι κάτοικοι του Βόλου, στην πλειονότητα τους δεν ασχολούνται με τον αθλητισμό ούτε παθητικά (παρακολούθηση) ούτε ενεργά (άθληση), ενώ αυτοί που ασχολούνται, βασικά, αποτελούν θεατές αθλητικών συναντήσεων και μάλιστα από την τηλεόραση (Δέφνερ Α., 1998: 221). Μόνο το 14% των κατοίκων παρακολουθεί τακτικά κάποιο αθλητικό γεγονός, εκτός τηλεόρασης και μόνο το 12% των κατοίκων αθλείται σε μόνιμη βάση, ως και τρεις φορές την εβδομάδα (Κυριαζής Α., 2001: 6). Όπως δείχνει η έρευνα, τα σχετικά ποσοστά ποικίλουν ανάλογα με την ηλικία, το φύλο, το επίπεδο μόρφωσης,

<sup>25</sup> Επίσης, 12χλμ από Πορταριά, 2χλμ από Χάνια, 33χλμ από Αγ. Ιωάννη, 49χλμ. από Αγ. Λαυρέντη και 56χλμ από Βυζίτσα

<sup>26</sup> Οι πίστες είναι: Αρχαρίων (250μ), Θέτις (400μ), Ιάσων (350μ), Πανόραμα (1045μ), Φαλκονέρα (635μ), Αντοχής (2.500μ)

<sup>27</sup> Μαλούτας και Συνεργάτες (1994), *Οι Αθλητικές δραστηριότητες στο Βόλο: Η επίδραση της κοινωνικής μορφολογίας*

το επάγγελμα και το οικογενειακό εισόδημα. Τα μεγαλύτερα ποσοστά ενεργής συμμετοχής καταγράφονται μεταξύ των κατοίκων των βόρειων αστικών περιοχών και του Αναύρου, όπου κατοικούν και τα υψηλότερα εισοδήματα. Η σειρά των αθλημάτων είναι ίδια για τους άνδρες και για τις γυναίκες που αθλούνται και είναι: γυμναστική, μπάσκετ, γυμναστήριο, ποδόσφαιρο. Το τακτικότερο κοινό παρακολούθησης αθλητικών συναντήσεων, εκτός τηλεόρασης, αποτελούν οι κάτοικοι των δυτικών συνοικιών και μάλιστα οι άνδρες (Δέφνερ Α., 1998: 223-24).

Αναφορικά με τη διεξαγωγή αθλητικών γεγονότων, η πόλη διαθέτει κάποια εμπειρία, από τη διοργάνωση παραδοσιακών θεσμών όπως ο ποδηλατικός γύρος, που διοργανώνεται σε ετήσια βάση στην πόλη και το τουρνουά μπάσκετ «Παρασκευόπουλου», με τη συμμετοχή ομάδων της Α1 κατηγορίας. Επίσης, στους χώρους αυτούς διεξάγονται οι αθλητικές συναντήσεις των τοπικών ομάδων με άλλες ομάδες. Μάλιστα, η ομάδα ποδοσφαίρου του Ολυμπιακού Βόλου αγωνίστηκε στο παρελθόν στην Α΄ Εθνική κατηγορία, με κορυφαίες ομάδες του ελληνικού πρωταθλήματος. Τέλος, στους χώρους αυτούς προπονούνται και προετοιμάζονται για τη συμμετοχή τους σε πανελλήνιους και διεθνείς αγώνες, οι αθλητές που κατάγονται από την περιοχή<sup>28</sup>.

Το 2004, ο Βόλος θα φιλοξενήσει ένα μέρος των προκριματικών και ημιτελικών ολυμπιακών αγώνων του ποδοσφαίρου και ίσως προταθούν και άλλα αθλήματα (Κυριαζής, 2001: 4). Για τη διεξαγωγή αυτών των αγώνων, που συγκεντρώνουν αυξημένο και διεθνές ενδιαφέρον, τίθενται νέες απαιτήσεις και υψηλές προδιαγραφές. Καθίσταται, λοιπόν, αναγκαία τόσο η βελτίωση της υφιστάμενης υποδομής<sup>29</sup>, όσο και η κατασκευή νέων αθλητικών εγκαταστάσεων. Στα πλαίσια αυτά, αποφασίστηκε:

- Ο εκσυγχρονισμός των εγκαταστάσεων του ΕΑΚ, το οποίο θα χρησιμοποιηθεί ως *Ολυμπιακό προπονητήριο*, κατά την προ Ολυμπιακή περίοδο, για την προετοιμασία των ομάδων από διάφορες χώρες, στα αθλήματα πετοσφαίριση

<sup>28</sup> Μεταξύ των διακεκριμένων αθλητών που κατάγονται από το Βόλο είναι οι αθλήτριες του στίβου Βασδέκη και Τσιαμήτα, οι αθλητές της ομάδας κωπηλασίας «Πολύμερος», του ορειβατικού συλλόγου (ομάδα σκι), κ.λ.π.

<sup>29</sup> Οι εργασίες για τη βελτίωση των γηπέδων στα οποία θα διεξαχθούν οι αγώνες ποδοσφαίρου, χρηματοδοτούνται από τη Γενική Γραμματεία Αθλητισμού



(volleyball), καλαθοσφαίριση (basketball), άρση βαρών και υγρός στίβος (απλή και συγχρονισμένη κολύμβηση και υδατοσφαίριση-πολο)<sup>30</sup>

- Η κατασκευή ενός σύγχρονου αθλητικού κέντρου, του Περιφερειακού Αθλητικού Κέντρου Θεσσαλίας (ΠΑΚΘ) (βλ. Παράρτημα 1, Εικόνα 58)

Το ΠΑΚΘ εντάσσεται στα πλαίσια του Προγράμματος «ΕΛΛΑΔΑ 2004» και χαρακτηρίζεται ως *Ολυμπιακή αθλητική υποδομή*. Αρμόδιοι φορείς για την υλοποίηση του είναι η ΓΓΑ και ο Δήμος Ν. Ιωνίας. Ο προϋπολογισμός του ανέρχεται συνολικά στα 11,4δισ δρχ.

Σύμφωνα με τις εγκεκριμένες μελέτες, το ΠΑΚΘ χωροθετείται στο Δήμο Ν. Ιωνίας και συγκεκριμένα μεταξύ του «Ελικοδρομίου» και του υπό κατασκευή περιφερειακού δρόμου. Πρόκειται για μια περιοχή με ελάχιστη δόμηση, που γειτνιάζει με χώρους κατοικίας, εκπαιδευτικές εγκαταστάσεις και πολιτιστικούς χώρους<sup>31</sup>. Οι εγκαταστάσεις αυτές, βρίσκονται κοντά στο διοικητικό κέντρο του Δήμου Ν. Ιωνίας και έχουν άμεση προσπελασιμότητα, τόσο δια μέσω αυτού, όσο και από την περιφερειακή οδό (Κυριαζής Α., 2001: 7).

Συνολικά, το ΠΑΚΘ καταλαμβάνει μια έκταση 350 στρεμμάτων. Από αυτά, 110 στρέμματα (το 32,5%) καταλαμβάνονται από αθλητικές εγκαταστάσεις, 93 στρέμματα (το 26,5%) διατίθενται για χώρους στάθμευσης και τα υπόλοιπα 147 στρέμματα (το 42%) για πράσινο και για την κυκλοφορία των πεζών (Κυριαζής Α., 2001: 8).

Ειδικότερα, στους χώρους στάθμευσης εξασφαλίζονται θέσεις για 371 λεωφορεία και 6183 ΙΧ. Ακόμα, προβλέφθηκε η δημιουργία δικτύων πεζοδρόμων και ποδηλατοδρόμων που θα διατρέχουν περιμετρικά και διαμετρικά όλο το χώρο του ΠΑΚΘ. Ειδική μέριμνα δόθηκε στη δυνατότητα προσέγγισης και κίνησης μέσα στο Κέντρο από άτομα με ειδικές ανάγκες. Υπολογίζεται ότι, συνολικά, μέσα στο χώρο του ΠΑΚΘ θα μπορούν να διακινούνται ταυτόχρονα γύρω στα 50.000 άτομα (Κυριαζής Α., 2001: 8).

<sup>30</sup> Βλ. Υπουργείο Πολιτισμού (2001), *Πρόγραμμα «Ελλάδα 2004» Έργα και παρεμβάσεις στις Ολυμπιακές πόλεις ποδοσφαίρου: ΒΟΛΟΣ*, τεύχος παρουσίασης, Αθήνα, σσ 41

<sup>31</sup> Το πολιτιστικό πάρκο με το θέατρο του Δήμου Ν. Ιωνίας

Ήδη, έχει οριστεί η ανάδοχος κατασκευαστική εταιρία του ΠΑΚΘ και τα έργα αναμένεται να ολοκληρωθούν ως τις αρχές του 2004.

Στον πίνακα 3.4.2 περιγράφονται οι αθλητικές και λοιπές βοηθητικές εγκαταστάσεις που περιλαμβάνονται στο ΠΑΚΘ.

Πίνακας 3.4.2: Εγκαταστάσεις ΠΑΚΘ

α /α	Εγκατάσταση	Χωρητικότητα (θέσεις θεατών)	Περιγραφή Εξυπηρετήσεις	Άλλες Βοηθητικές Εγκαταστάσεις
1	<b>Πανθεσσαλικό Στάδιο</b>	20.000	8 διαδρομές στίβου, νυχτερινός φωτισμός, τηλεοπτική κάλυψη, σκεπαστή κεντρική εξέδρα	Βοηθητικό γήπεδο
2	<b>Κλειστό Κολυμβητήριο</b>	4.500	Έκταση 5.500 τ.μ. Τμήμα καταδύσεων	
3	<b>Κλειστό Γυμναστήριο</b>	2.500	Για τους τοπικούς συλλόγους	
4	<b>5 ανοιχτά γήπεδα τένις</b>		Πλαστικό χλοοτάπητα	Βοηθητικοί Χώροι
5	<b>Κλειστή Αίθουσα Γυμναστικής</b>	5.500	Έκταση 7.000 τ.μ.	Υπάρχον γυμναστήριο
6	<b>Ποδηλατοδρόμιο</b>	5.000	Έκταση 20.500 τ.μ.	
7	<b>Ξενώνας αθλητών</b>	200	Εξυπηρέτηση των αθλητών που προπονούνται	
8	<b>2 εστιατόρια- αναψυκτήρια</b>	Προορίζεται για αθλητές, θεατές και κατοίκους	Επιφάνεια 960 τ.μ.	

Πηγή: Ιδία επεξεργασία από Κυριαζή Α., 2001: 8



### 3.6 ΑΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Τα προηγούμενα χρόνια ο Δήμος Βόλου δεν είχε εκφράσει κάποια συγκροτημένη και ενεργή πολιτική για την προσέλκυση επισκεπτών στην πόλη. Η συνειδητοποίηση της ανάγκης αύξησης της αστικής τουριστικής κίνησης, ήρθε, κυρίως, μετά και λόγω της κρίσης που έφερε η αποβιομηχανοποίηση της πόλης, η οποία παραδοσιακά στηρίζονταν στον δευτερογενή τομέα. Όταν, όμως, ένα σημαντικό μέρος του εργατικού της δυναμικού έμεινε χωρίς αντικείμενο εργασίας, ο τριτογενής τομέας και μάλιστα ο τουρισμός, φάνηκε ως μια ενδιαφέρουσα εναλλακτική κατεύθυνση για την ανάκαμψη της οικονομίας της πόλης. Πόσον μάλλον, αν συνυπολογιστεί το ευνοϊκό για την ανάπτυξη αυτής της δραστηριότητας φυσικό περιβάλλον και η παράδοση της ευρύτερης περιοχής στην άσκηση τουριστικών δραστηριοτήτων.

Σήμερα, ένα πλήθος φορέων της τοπικής αυτοδιοίκησης, όπως η *Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής (NETΠ)* και επαγγελματικών ενώσεων, όπως η Ένωση Ξενοδόχων Μαγνησίας, δραστηριοποιούνται στον τομέα της διαφήμισης και τουριστικής προβολής της πόλης. Ιδιαίτερα σημαντική κρίνεται η οκταετής δράση της NETΠ. Η επιτροπή, από την ίδρυση της μέχρι σήμερα, έχει καλύψει τις βασικές ανάγκες σε διαφημιστικό υλικό (έντυπο, εποπτικό και ηλεκτρονικό), έχει αναπτύξει διασυνδέσεις με δημοσιογράφους και ΜΜΕ στην Ευρώπη και ασχολείται με τη συστηματική και ολοκληρωμένη προβολή του Νομού σε επιλεγμένες τουριστικές αγορές της Ελλάδας και του εξωτερικού (Κρεμαστά Φ.<sup>32</sup> 2001, προφορική επαφή).

Αναφορικά με τις πρωτοβουλίες του Δήμου, σ' αυτόν τον τομέα δραστηριοποιείται η Δημοτική Τουριστική Επιχείρηση Βόλου<sup>33</sup> (βλ. Παράρτημα 1, Εικόνα 50). Επιπλέον, όπως μας πληροφόρησε η κ. Γ. Μπακλατσή<sup>34</sup>, αυτό τον καιρό, βρίσκεται υπό κατασκευή<sup>35</sup> κτίριο που θα στεγάσει το νεοσύστατο Κέντρο Τουριστικής Προβολής Δήμου Βόλου. Πρόκειται για έναν Δημοτικό Οργανισμό, που θα αναλάβει την τουριστική προβολή της πόλης σε Ελλάδα και εξωτερικό (Μπακλατσή Γ. 2001, προφορική επαφή).

<sup>32</sup> Εργαζόμενη στη Ν. Α. Μαγνησίας, μέλος της επιτροπής NETΠ

<sup>33</sup> Σήμερα, στεγάζεται στο Εκθεσιακό Αθλητικό Κέντρο Νεάπολης (περιοχή Πεδίων του Άρεως)

<sup>34</sup> Εργαζόμενη στο Δ. Βόλου, υπεύθυνη για τα Ολυμπιακά έργα στην πόλη του Βόλου

<sup>35</sup> Στην περιοχή Πεδίων του Άρεως

Η ανάληψη από το Βόλο της διοργάνωσης των προκριματικών και ημιτελικών αγώνων του ποδοσφαίρου, για την Ολυμπιάδα του 2004, έδρασε και θα δράσει ως καταλύτης στις ενέργειες της τοπικής αυτοδιοίκησης για την συγκρότηση ειδικών πολιτικών τουριστικής προβολής και ανάπτυξης και για τη δημιουργία αθλητικής και τουριστικής υποδομής. Τον Οκτώβριο του 2001, προγραμματίζεται να γίνει η υπογραφή ειδικού *Μνημονίου Συνεργασίας*, μεταξύ της οργανωτικής επιτροπής, «Αθήνα 2004» και του Δ. Βόλου, που θα καθορίζει τις ακριβείς υποχρεώσεις τις πόλεις, εν όψει του 2004 (Μπακλατσή Γ. 2001, προφορική επαφή).

Οι εκτιμήσεις, πάντως, της νομαρχιακής αυτοδιοίκησης σχετικά με την αύξηση της τουριστικής κίνησης στην πόλη, λόγω της τέλεσης των αγώνων, δεν είναι πολύ αισιόδοξες. Συγκεκριμένα, η κ. Κατσιρέλου<sup>36</sup> υποστηρίζει ότι η αστική τουριστική κίνηση θα παρουσιάσει μια αύξηση λίγο πριν και κατά τη διάρκεια τέλεσης των αγώνων, αλλά μετά το τέλος τους θα επανέλθει στα προηγούμενα επίπεδα (Κατσιρέλου Ρ. 2001, προφορική επαφή).

Αντιθέτως, η δημοτική αρχή, πιστεύει ότι η αστική τουριστική κίνηση θα διατηρηθεί σε υψηλά επίπεδα και μετά τη λήξη των αγώνων, λόγω των σημαντικών έργων και των νέων αστικών υποδομών, που θα δημιουργήσουν συνθήκες ικανές να διατηρήσουν και να ενδυναμώσουν τις αυξημένες ροές των επισκεπτών (Μπακλατσή Γ. 2001, προφορική επαφή). Επιπλέον, λόγω της δημιουργίας εξειδικευμένων υποδομών και της μεγάλης προβολής της πόλης, μετά τη λήξη των αγώνων, υπάρχει η δυνατότητα ανάπτυξης και πιο ειδικών μορφών αστικού τουρισμού, όπως ο συνεδριακός τουρισμός (Μπακλατσή Γ, 2001).

Η ίδια άποψη εκφράζεται και από την Ένωση Ξενοδόχων Μαγνησίας (Ιωάννου Α. 2001, προφορική επαφή). Συγκεκριμένα, οι εκπρόσωποι των ξενοδόχων Μαγνησίας, υποστηρίζουν ότι η τουριστική κίνηση στην πόλη, εξαιτίας της τέλεσης των αγώνων του 2004, έχει ήδη αρχίσει να αυξάνεται σταδιακά και θα φτάσει στην κορύφωση της δμήνες προ της έναρξης και κατά τη διάρκεια τέλεσης των αγώνων. Η Ένωση, μάλιστα, δραστηριοποιήθηκε στην παραγωγή έντυπου διαφημιστικού υλικού για την πόλη, η οποία προβάλλεται ως ιδανικός χώρος για την προπόνηση των αθλητών διαφόρων αθλημάτων. Το υλικό αυτό αποστάλθηκε σε αθλητικούς συλλόγους και σωματεία της Ελλάδας και του εξωτερικού και προσδοκάται ότι θα

<sup>36</sup> Γραμματέας του Νομάρχη στην Τοπική Αυτοδιοίκηση Μαγνησίας

βοηθήσει στην ανάπτυξη αθλητικού τουριστικού ρεύματος στην πόλη (Ιωάννου Α. 2001, προφορική επαφή).

Στα πλαίσια των υποχρεώσεων που έχει κάθε Ολυμπιακή πόλη, σχετικά με την ανάπτυξη ενός ελαχίστου επιπέδου υποδομής για τη γενικότερη εξυπηρέτηση των αγώνων, δρομολογήθηκε η κατασκευή μιας σειράς σημαντικών έργων, που μαζί με τις αθλητικές εγκαταστάσεις, αποτελούν τα «Ολυμπιακά Έργα». Τα έργα αυτά αποτελούν ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα αστικής αναβάθμισης και όχι έναν τυχαίο κατάλογο αποσπασματικών έργων. Η επιλογή τους έγινε από το Υπουργείο Πολιτισμού σε συνεργασία με τη Γενική Γραμματεία της περιφέρειας, τη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση και την πρωτοβάθμια Τοπική Αυτοδιοίκηση, μετά από συσκέψεις στην περιφέρεια και την Αθήνα, επιτόπιες επισκέψεις, συγκρότηση τοπικής τεχνικής ομάδας, κλπ. Η τεχνική ομάδα είναι ουσιαστικά αυτή που έχει την ευθύνη για τη διαχείριση, τον έλεγχο και την ενημέρωση της Οργανωτικής Επιτροπής για τον πρόοδο υλοποίησης αυτών των έργων. Η τεχνική ομάδα είναι τετραμελής και αποτελείται από εκπροσώπους όλων των εμπλεκόμενων διοικητικών επιπέδων και συγκεκριμένα, την κ. Γ. Μπακλατσή (Δ. Βόλου), τον κ. Μούχο Μ. (Δ. Νέας Ιωνίας), τον κ. Τιλιάδα (ΝΑ Μαγνησίας) και τον κ. Ρουσσόπουλο (Περιφέρεια Θεσσαλίας).

Για το Βόλο, τα έργα αυτά είναι<sup>37</sup>:

1. Η κατασκευή της *περιφερειακής οδού* της πόλης

Το έργο αναφέρεται στο τμήμα από τον Α/Κ της Λαρίσης έως τον Κραυσίδαωνα και περιλαμβάνει συνδέσεις με το ΠΑΚΘ. Ο προϋπολογισμός του είναι 12,95δισ δρχ. Αρμόδιος φορέας για την υλοποίηση του είναι το ΥΠΕΧΩΔΕ

2. Ο ανασχεδιασμός-ανάπλαση του *κεντρικού τμήματος της παραλίας*

Ο προϋπολογισμός του έργου είναι 0,6δισ δρχ. Αρμόδιος φορέας για την υλοποίηση του είναι ο Δήμος Βόλου

3. Η αναβάθμιση του *τουριστικού λιμένα*

Το έργο αναφέρεται στην αξιοποίηση των αποθηκών του τουριστικού λιμένα. Ο προϋπολογισμός του είναι 0,6δισ δρχ. Αρμόδιος φορέας για την υλοποίηση του είναι το Λιμενικό Ταμείο Μαγνησίας

4. Η αναπαλαίωση του διατηρητέου *κτιρίου της Εξωραϊστικής*

Το κτίριο της Εξωραϊστικής είναι ένα από τα πιο αξιόλογα νεοκλασικά κτίρια του Βόλου και σχεδιάζεται να χρησιμοποιηθεί για τη διεξαγωγή διαφόρων

εκδηλώσεων στα πλαίσια των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Ο προϋπολογισμός του έργου είναι 0,2δισ δρχ. Αρμόδιος φορέας για την υλοποίηση του είναι ο Δήμος Βόλου

5. Η ολοκλήρωση του *Συνεδριακού Κέντρου* της Ιεράς Μητρόπολης Δημητριάδος

Φορέας προγραμματισμού και εκτέλεσης του έργου είναι ο Δήμος Βόλου. Το έργο προβλέπεται να ολοκληρωθεί έως το τέλος του 2001 (βλ. κεφάλαιο 5<sup>ο</sup>).

6. Δημιουργία *Κέντρου Διαχείρισης Κυκλοφορίας* και εκσυγχρονισμός των φωτεινών σηματοδοτήσεων

Το έργο αυτό θα ενταχθεί οριστικά στα πλαίσια του Προγράμματος «Ελλάδα 2004», μόνο στην περίπτωση που η ΟΕΟΑ «Αθήνα 2004» κρίνει την υλοποίηση του αναγκαία για τη διεξαγωγή των Αγώνων στο Βόλο.

Αναφορικά με την υλοποίηση του έργου αναπαλαίωσης του κτιρίου της Εξωραϊστικής, υπήρξαν προβλήματα, καθώς η Λέσχη του Βόλου αρνήθηκε να παραχωρήσει τη χρήση του κτιρίου για 20χρόνια στο Δήμο. Το γεγονός αυτό οδήγησε το Δήμο Βόλου στη συγκρότηση νέας πρότασης, για τα Ολυμπιακά Έργα στην πόλη. Στη νέα τροποποιημένη πρόταση, περιλαμβάνονται τα εξής τρία μεγάλα έργα:

1. Αισθητική και λειτουργική αναβάθμιση της κεντρικής παράκτιας ζώνης

Πρόκειται για μια ζώνη μήκους 2,5χλμ και πλάτους 40μ, που ξεκινάει από το την περιοχή του τελωνείου και φτάνει ως το λόφο της Γορύτσας

2. Αναβάθμιση της εισόδου της πόλης

Πρόκειται για έργο προϋπολογισμού 600εκ.δρχ., που περιλαμβάνει κυκλοφοριακές ρυθμίσεις, στην είσοδο της πόλης, στην περιοχή του Κραυσίδωνα και την κατασκευή του Κέντρου Τουριστικής Προβολής, στην ίδια περιοχή

3. Κατασκευή γέφυρας στον Κραυσίδωνα

Η γέφυρα θα συνδέει την οδό Γ. Δήμου με την οδό Παρασκευοπούλου. Το έργο αυτό κρίνεται απαραίτητο για την διευκόλυνση της μετάβασης από την περιοχή του Δήμου Βόλου στο ΠΑΚΘ, στη Ν. Ιωνία

(Μπακλατσή Γ., 2001)

<sup>37</sup> Βλ. Υπουργείο Πολιτισμού (2001), *Πρόγραμμα «Ελλάδα 2004» Έργα και παρεμβάσεις στις Ολυμπιακές πόλεις ποδοσφαίρου: ΒΟΛΟΣ*, τεύχος παρουσίασης, Αθήνα, σσ 8

Εκτός όμως από τα έργα αυτά, κι άλλες μεγάλες και σημαντικές επενδύσεις αναμένεται να επηρεάσουν το χαρακτήρα της πόλης, αναδιαμορφώνοντας την εικόνα του αστικού περιβάλλοντος και συμβάλλοντας στην αύξηση του ποιοτικού επιπέδου διαβίωσης των κατοίκων. Ως σημαντικότερα αναφέρονται:

1. Η αποπεράτωση του νέου *Νοσοκομείου*

Το έργο χρηματοδοτείται από πόρους του 3<sup>ο</sup> ΚΠΣ. Έχει προϋπολογισμό 13,5δισ δρχ. Αρμόδιος φορέας για την υλοποίηση του είναι η ΔΕΠΑΝΟΜ Α.Ε. Η ολοκλήρωση του προγραμματίζεται το Μάρτιο του 2004

2. Ο εκσυγχρονισμός του *αεροδρομίου Ν. Αγχιάλου*

Το έργο έχει προϋπολογισμό 4,5δισ δρχ. Αρμόδιος φορέας είναι το ΥΠΕΧΩΔΕ. Η ολοκλήρωση του έργου προγραμματίζεται το Δεκέμβριο του 2003

3. Η κατασκευή εναέριου μεταφορέα Πηλίου (*telepherique*)

Το έργο θα εξυπηρετήσει τη διασύνδεση της πόλης με τα χωριά του Πηλίου. Η γραμμή θα είναι Αγία Παρασκευή, Πορταριά, Μακρυνίτσα, Χάνια, Ανατολικό Πήλιο. Το έργο βρίσκεται στη φάση των προκαταρκτικών μελετών<sup>38</sup>. Η ΝΑ Μαγνησίας έχει προτείνει την ένταξη του έργου στο Γ' ΚΠΣ (Προγραμματική περίοδος 2000-2006)<sup>39</sup>

4. Η αναβάθμιση της *κεντρικής τουριστικής προβλήτας* του λιμανιού

Αρμόδιος φορέας είναι το Λιμενικό Ταμείο Μαγνησίας

Η αναλυτική παρουσίαση της πολιτιστικής, τουριστικής και αθλητικής υποδομής του Βόλου, που προηγήθηκε, δεν κρίνεται επαρκής για την ολοκληρωμένη αξιολόγηση του βαθμού προετοιμασίας της πόλης, ενόψει της φιλοξενίας των ολυμπιακών αθλημάτων, το 2004. Για το σκοπό αυτό, στο επόμενο κεφάλαιο, γίνεται μια Ανάλυση ΑΔΕΑ για το Βόλο. Η ανάλυση αυτή θα μας βοηθήσει να προχωρήσουμε πιο εμπειριστωμένα στον εντοπισμό των βασικών ελλείψεων της πόλης, στη διατύπωση ορθολογικών προτάσεων και, τέλος, στη διερεύνηση των μελλοντικών προοπτικών ανάπτυξης της αστικής τουριστικής κίνησης.

<sup>38</sup> Οι μελέτες αυτές συντάσσονται από την ANEM και βρίσκονται σήμερα σε τελικό στάδιο

<sup>39</sup> Βλ. Δ/ση Προγ/σμου και Ανάπτυξης ΝΑ Μαγνησίας (2001), *Δημόσιες Επενδύσεις: Σχεδιασμός Προγραμματικής περιόδου 2000-2006*, Φεβρουάριος 2001, Βόλος, σσ 52-3

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 3<sup>ΟΥ</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Δέφνερ Α. (1998), *Πολιτιστική Διάσταση της Περιφερειακής Ανάπτυξης*, ΤΜΧΠΑ, πανεπιστημιακές σημειώσεις, ΠΘ, Βόλος.

Δέφνερ Α. (2000), «TRANSPORTATION FOR THE ECPR CONFERENCE», Βόλος: ΤΜΧΠΑ.

Δ/ση Προγ/σμου και Ανάπτυξης ΝΑ Μαγνησίας (2001), *Δημόσιες Επενδύσεις: Σχεδιασμός Προγραμματικής περιόδου 2000-2006*, Φεβρουάριος 2001, Βόλος, σσ 52 –53.

Ζάχος Ε. (1994) στους Μπέσσας Χ., Σγουρής Β., Κόλλιας Π. και Καραγεωργίου Α. (επ.), *ΒΟΛΟΣ: μια μοναδική πόλη*, Βόλος: ΔΕΜΕΚΑΒ.

Ιωάννου Α. (επ.) (1999), *HOTEL'S GUIDE: VOLOS, PELION, ALMIROS, ANCHIALOS*, τεύχος 3, Οκτώβριος 1999, Βόλος: Ένωση Ξενοδόχων Μαγνησίας.

Κούκης Γ. (1997), Βόλος: αποκατάσταση της συνέχειας του αστικού ιστού και ανάκτηση της κεντρικότητας, στον Francesco Infussi (επ.) *ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΗΡΑΚΛΗΣ: Δέκα σχέδια για την ελληνική πόλη*, Αθήνα: Πέργαμος, Εκτυπωτική Εκδοτική ΑΒΕΕ.

Κυριαζής Α. (2001), *Βόλος 2004: Αστικός και αθλητικός τουρισμός*, ΤΜΧΠΑ, (πανεπιστημιακή εργασία), Βόλος 2001.

Μαραγκόπουλος Δ. (2000), *5<sup>ο</sup> Διεθνές Φεστιβάλ Μουσικού Θεάτρου*, πρόγραμμα παραστάσεων, Βόλος: Κέντρο Μουσικού Θεάτρου.

Μπακλατσή Γ (2001), Πρόταση για τρία Ολυμπιακά έργα που θα αλλάξουν την εικόνα του Βόλου, *Θεσσαλία*, 29-7-2001.

Οδηγός Σπουδών ΤΜΧΠΑ 1997-1998, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.

Υπουργείο Πολιτισμού (2001), Πρόγραμμα «Ελλάδα 2004» Έργα και παρεμβάσεις στις Ολυμπιακές πόλεις ποδοσφαίρου: ΒΟΛΟΣ, τεύχος παρουσίασης, Αθήνα.

*Greek Travel Pages* (12.2000), τ. 301.



**ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΣΤΟ INTERNET**

- <http://www.bee.gr/org/thessaly/1.htm>
- <http://www.bee.gr/org/thessaly/2.htm>
- <http://www.bee.gr/org/thessaly/3.htm>
- <http://www.travelling.gr/sete/the/index.htm>
- <http://www.vacation.net.gr/p/thesali2.html>
- <http://www.vacation.net.gr/p/volos.html>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>: ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΩΝ- ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΛΗ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ

### 4.1 Η ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΜΙΑΣ ΠΟΛΗΣ

Η Ανάλυση SWOT<sup>1</sup> είναι μια μέθοδος που αναπτύχθηκε, αρχικά, με σκοπό την καθολική αξιολόγηση μιας επιχείρησης, μιας εταιρίας ή ενός οργανισμού, που θα βοηθούσε στην επιλογή των καταλληλότερων εναλλακτικών σεναρίων μελλοντικής δράσης, για τη βελτίωση της λειτουργίας της. Επειδή όμως η μέθοδος αυτή, στην απλοποιημένη της μορφή, κρίνεται μάλλον εύκολη, γρήγορη και αρκετά αξιόπιστη, μπορεί να και έχει χρησιμοποιηθεί, σε άλλες περιπτώσεις (Αραβώσης Κ., 1999).

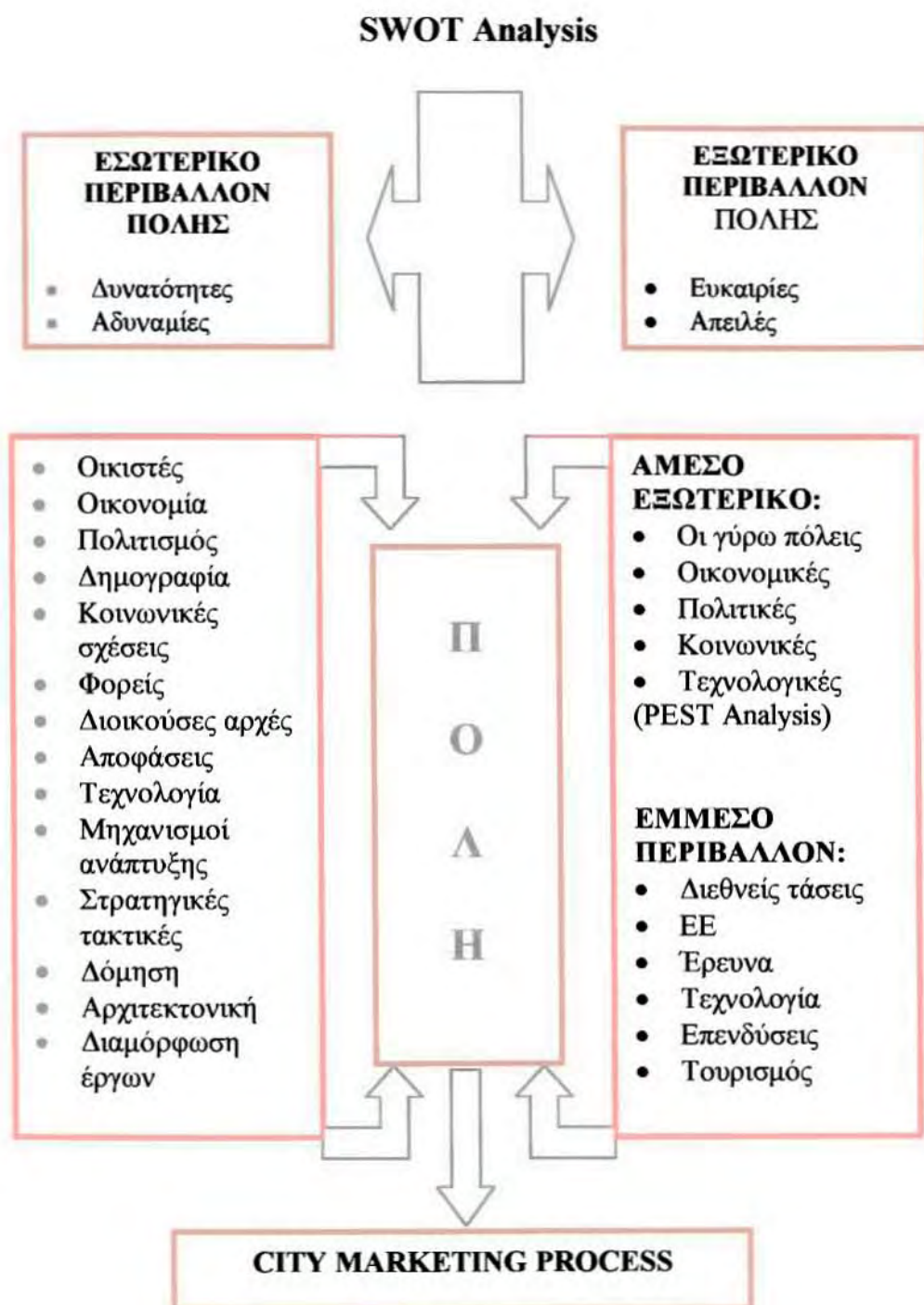
Στην παρούσα διπλωματική εργασία η μέθοδος αυτή χρησιμοποιείται με σκοπό την καθολική αξιολόγηση της πόλης, ως τουριστικού προϊόντος ή, καλύτερα, ως επιχείρησης που παράγει ένα συνολικό τουριστικό προϊόν με συγκεκριμένα και διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά. Στο πλαίσιο αυτό και με βάση τα στοιχεία που προέκυψαν από την ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης (βλ. 3<sup>ο</sup> κεφάλαιο), εφαρμόζουμε, παρακάτω, την Ανάλυση SWOT για την πόλη του Βόλου.

---

<sup>1</sup> Ή αλλιώς Ανάλυση ΑΔΕΑ, δηλαδή Ανάλυση Αδυναμιών, Δυνάμεων, Ευκαιριών, Απειλών

Διάγραμμα 4.1: Place / City Marketing & SWOT Analysis

Πηγή: Sandhusen (1993), *Marketing*



#### 4.2 ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ (ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ + ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ)

Η φάση ανάλυσης του εσωτερικού περιβάλλοντος της πόλης αποκαλείται αλλιώς και φάση «αυτογνωσίας»<sup>2</sup>, επειδή επιδιωκόμενος στόχος της είναι ο προσδιορισμός των εσωτερικών της *Πλεονεκτημάτων (Strengths)* και *Αδυναμιών (Weaknesses)*. Σύμφωνα με τις θεωρητικές προσεγγίσεις του place/city marketing (Sandhusen, 1993), για τη μελέτη του εσωτερικού περιβάλλοντος της πόλης πρέπει να εξετάσουμε τους τομείς κάτοικοι, οικονομία, πολιτισμός, δημογραφία, κοινωνικές σχέσεις, φορείς, διοικούσες αρχές, αποφάσεις, τεχνολογία, μηχανισμοί ανάπτυξης, στρατηγικές τακτικές, δόμηση, αρχιτεκτονική, διαμόρφωση έργων (βλ. Διάγραμμα 4.1)

Για το Βόλο, προσδιορίζονται τα εξής Πλεονεκτήματα (Strengths):

- **S1:** Γρήγορα αναπτυσσόμενος τριτογενής τομέας και μάλιστα, *αύξηση της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών*
- **S2:** *Φιλικότητα των κατοίκων και αποδοχή τουριστών, λόγω της διαμονής τους σε μια πόλη-λιμάνι, που βρίσκεται σε μια ευρύτερη περιοχή παραδοσιακά τουριστική (Πήλιο, Σποράδες)*
- **S3:** Ασφαλής πόλη (χωρίς την εκδήλωση ιδιαίτερων φαινομένων βίας), με ικανοποιητική αστυνόμευση
- **S4:** *Υπαρξη πολιτιστικών υποδομών (Δημοτικό Θέατρο, Δημοτικό Ωδείο, δύο χειμερινοί Κινηματογράφοι και ένας θερινός, Αρχαιολογικό Μουσείο κλπ)*
- **S5:** Πλούσια και ενδιαφέρουσα πολιτιστική ζωή (διοργάνωση διεθνών φεστιβάλ, συναυλιών, κλπ) και πρωτότυποι τρόποι αναψυχής των κατοίκων (διασκέδαση σε τσιπουράδικα, κλπ)
- **S6:** Η πόλη είναι *έδρα του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας*, που έχει μια πολυάριθμη και δραστήρια φοιτητική κοινότητα και διακρίνεται για την ερευνητική παραγωγή του και για τη διοργάνωση σημαντικών συνεδρίων
- **S7:** Δραστηριοποίηση πολλών τοπικών αθλητικών συλλόγων και *ύπαρξη παράδοσης* στην πόλη αναφορικά με τη *διοργάνωση αθλητικών γεγονότων*

<sup>2</sup> Η ανάλυση εδώ γίνεται μόνο σε σχέση με τις δυνατότητες της πόλης να αναπτύξει και να βελτιώσει το τουριστικό της προϊόν και δεν αφορά άλλους τομείς και ρόλους της πόλης

- **S8:** Σημαντικό απόθεμα ιστορικών και ενδιαφερόντων κτιρίων, σ' όλο τον αστικό ιστό
- **S9:** Οι μικρές αποστάσεις, η ύπαρξη της παραλίας και η αύξηση των πεζοδρομημένων τμημάτων, ιδίως στην κεντρική περιοχή, δημιουργούν προϋποθέσεις για περπάτημα μέσα στην πόλη
- **S10:** Όμορφο φυσικό περιβάλλον, ιδίως κατά μήκος του θαλάσσιου μετώπου και στην πλευρά του λόφου της Γορύτσας
- **S11:** Ευνοϊκό κλίμα, με ήπιους χειμώνες και δροσερά καλοκαίρια, λόγω της θάλασσας

Για το Βόλο, προσδιορίζονται οι εξής Αδυναμίες (Weaknesses):

- **W1:** Μη ικανοποιητική αξιοποίηση και ανάδειξη των φυσικών πόρων της πόλης (θαλάσσιου μετώπου και περιοχών πρασίνου)
- **W2:** Μη αξιοποίηση και ανάδειξη του ενδιαφέροντος κτιριακού αποθέματος της πόλης (παλιά βιομηχανικά κτίρια και νεοκλασικά κτίσματα)
- **W3:** Κυκλοφοριακά προβλήματα, ιδίως στην κεντρική περιοχή, που δημιουργούνται από την έλλειψη περιφερειακής οδού σε συνδυασμό με την στενότητα των περισσότερων οδικών αξόνων
- **W4:** Έλλειψη επαρκών χώρων στάθμευσης
- **W5:** Ανυπαρξία δικτύου ποδηλατοδρόμων, μέτριες αστικές συγκοινωνίες και ανοχή της αυξημένης χρήσης Ι. Χ. μέσα στην πόλη
- **W6:** Ανεπαρκής και μέτριας ποιότητας υποδομή σε ξενοδοχειακές κλίνες. Έλλειψη ξενοδοχείων Α' κατηγορίας
- **W7:** Έλλειψη μεγάλου συνεδριακού κέντρου προδιαγραφών<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Σήμερα ως συνεδριακό κέντρο λειτουργεί το Forum Conference Center (οδός Δεληγιώργη 9), ιδιωτικής ιδιοκτησίας. Έχει αίθουσες χωρητικότητας ως και 300 ατόμων, συστήματα ταυτόχρονης διερμηνείας μέχρι και 12 γλωσσών και είναι άρτια εξοπλισμένο. Ωστόσο, σύμφωνα με τον κ. Ματαλιωτάκη, δεν πληρεί όλες τις προδιαγραφές ενός σύγχρονου συνεδριακού κέντρου (Ματαλιωτάκης 2001, προφορική επαφή)

- **W8:** Μέτριες λιμενικές υποδομές και ανεπαρκείς διασυνδέσεις με άλλα μεγάλα λιμάνια, ιδίως κατά τους χειμερινούς μήνες
- **W9:** Ανεπαρκείς σιδηροδρομικές υποδομές και μέτριας ποιότητας προσφερόμενες υπηρεσίες
- **W10:** Έλλειψη διεθνούς πολιτικού αεροδρομίου προδιαγραφών

#### 4.3 ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ (ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ + ΑΠΕΙΛΕΣ)

Στην ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος της πόλης, επιδιωκόμενος στόχος είναι η ανίχνευση τυχόν ευκαιριών προώθησης του τουριστικού της προϊόντος και διεύρυνσης της αγοράς των επισκεπτών της και η εκμετάλλευση αυτών με όσο το δυνατό αποδοτικότερο τρόπο. Ταυτόχρονα, διερευνάται τυχόν εμφάνιση κινδύνων, ικανών να επηρεάσουν αρνητικά την ελκυστικότητα της. Ζητούμενο, επομένως, είναι η αποφυγή των *Κινδύνων (Threats)*, με την εξεύρεση εναλλακτικών διόδων επίλυσης και η αξιοποίηση όλων των διαφαινόμενων *Ευκαιριών (Opportunities)*. Σύμφωνα με τις θεωρητικές προσεγγίσεις του place/city marketing (Sandhusen, 1993), για τη μελέτη του εξωτερικού περιβάλλοντος της πόλης πρέπει να εξετάσουμε τους τομείς τοπικός και περιφερειακός ανταγωνισμός, οικονομικοί – πολιτικοί – κοινωνικοί – τεχνολογικοί παράγοντες<sup>4</sup>, διεθνείς τάσεις, ΕΕ, έρευνα, τεχνολογία, επενδύσεις, τουρισμός (βλ. Διάγραμμα 4.1).

Για το Βόλο, προσδιορίζονται οι εξής Ευκαιρίες (Opportunities):

- **O1:** Η Ευρωπαϊκή Ταξιδιωτική Επιτροπή (ETC) εκτιμά ότι μελλοντικά, στις ευρωπαϊκές πόλεις, *θα αναπτυχθεί ταχέως ο αστικός τουρισμός* και θα αυξηθεί η ζήτηση για πολιτιστικές επισκέψεις και οι χειμερινές πολιτιστικές περιηγήσεις
- **O2:** Ειδικά για τις ελληνικές πόλεις, στο περιβάλλον της ΕΕ, οι διαγραφόμενες τάσεις δίνουν προτεραιότητα στη δημιουργία υποδομών, για την προσέλκυση *υπηρεσιών υψηλού επιπέδου* (Πετράκος και Τσουκαλάς, 1999: 264)
- **O3:** Η *προσπελασιμότητα* του Βόλου κρίνεται καλή. Η πρόσβαση από το εξωτερικό διευκολύνεται, επειδή βρίσκεται πλησιέστερα από κάθε άλλη θεσσαλική πόλη, στα δύο αεροδρόμια της Θεσσαλίας. Η Πρόσβαση από το εσωτερικό διευκολύνεται, επειδή πρόκειται για πόλη-λιμάνι και, επιπλέον, βρίσκεται κοντά στον μεγάλο οδικό άξονα βορρά-νότου της χώρας (ΠΑΘΕ)

<sup>4</sup> Η μελέτη αυτών των τεσσάρων παραγόντων του άμεσου εξωτερικού περιβάλλοντος, ονομάζεται και Ανάλυση PEST (Political, Economical, Social and Technological factors). Για περισσότερα, βλ. Gilbert D., 1998

- **O4:** Ο Βόλος βρίσκεται σε *προνομιακή θέση*, συγκριτικά με τις άλλες θεσσαλικές πόλεις. Βρίσκεται σε μια περιοχή υψηλού τουριστικού ενδιαφέροντος και αποτελεί υποχρεωτικό πέρασμα προς τουριστικούς προορισμούς, τόσο εθνικής όσο και διεθνούς εμβέλειας (Πήλιο, Σποράδες)

Για το Βόλο, προσδιορίζονται οι εξής Κίνδυνοι (Threats):

- **T1:** Η πλήρης απελευθέρωση στη μετακίνηση κεφαλαίου, εργασίας και υπηρεσιών (Ζαχαράτος 1998: 285-6)
- **T2:** Ο *οικονομικός ανταγωνισμός* μεταξύ ελληνικών και ξένων επιχειρήσεων του τουριστικού κυκλώματος (Ζαχαράτος 1998: 285-6)
- **T3:** Η *Λάρισα* αποτελεί *έδρα της Περιφέρειας Θεσσαλίας* και γι' αυτό συγκεντρώνει, αλλά και δύναται να προσελκύσει μελλοντικά, υπηρεσίες και εξυπηρετήσεις υψηλού επιπέδου (διοικητικές, τεχνολογικές, χρηματιστηριακές, κλπ)
- **T4:** Οι Νομοί Τρικάλων και Καρδίτσας παρουσιάζουν σημαντικό τουριστικό ενδιαφέρον. Η *περιοχή των Μετεώρων*, στο Νομό Τρικάλων, αποτελεί τουριστικό προορισμό υπερεθνικής εμβέλειας (θρησκευτικός τουρισμός). Η *λίμνη Πλαστήρα*, στο Νομό Καρδίτσας, παρουσιάζει τουριστικό ενδιαφέρον σε εθνικό, κυρίως, επίπεδο (Σαμαράς Ν., 2001: 11)



#### 4.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ

Από την ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος προκύπτουν οι βασικές Ευκαιρίες (Opportunities) και οι ενδεχόμενοι Κίνδυνοι (Threats) για την πόλη, που δημιουργούνται εξωγενώς. Η ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος βοηθάει στη συνειδητοποίηση των ενδογενών Πλεονεκτημάτων (Strengths) και Αδυναμιών (Weaknesses) της πόλης. Συνδυάζοντας τα τέσσερα παραπάνω σημεία (μέθοδος Ανάλυσης SWOT), καταλήγουμε στην επιλογή των στρατηγικών αποφάσεων και μέτρων πολιτικής, που θα βοηθήσουν την πόλη να αξιοποιήσει το τουριστικό της προϊόν, αλλά και να αντιμετωπίσει τις συνθήκες που επικρατούν στην τουριστική αγορά.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, η ανάλυση SWOT για την πόλη του Βόλου, οδηγεί στα εξής συμπεράσματα:

**S1+S2+S11+O1+O4:** Ενθάρρυνση της ανάπτυξης αστικού τουρισμού στο Βόλο. Με την εξειδίκευση της πόλης στην προσφορά τουριστικών υπηρεσιών, τη βελτίωση και τον εμπλουτισμό του τουριστικού της προϊόντος

**S7+S2+S3+S11:** Εξειδίκευση της πόλης στη διοργάνωση αθλητικών γεγονότων

**S1+T1+T2:** Ενίσχυση των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην περιοχή και παροχή κινήτρων για νέες τουριστικές επενδύσεις

**T3+O2+W3+W6+W7+W10:** Μέριμνα για την ανάπτυξη εξειδικευμένων υποδομών υψηλών προδιαγραφών. Στόχος είναι η προσέλκυση υπηρεσιών, συνεδρίων και τουρισμού υψηλού επιπέδου

**S6+S8+W2+W6+W7+O2:** Κάλυψη των αναγκών κατασκευής συνεδριακού κέντρου και αύξησης των ξενοδοχειακών κλινών, με την αξιοποίηση και απόδοση νέας χρήσης σε ενδιαφέροντα εγκαταλελειμμένα κτίρια του αστικού ιστού

**W1+S9:** Ανασχεδιασμός θαλάσσιου μετώπου και άλλων ελεύθερων χώρων, μέσα και κοντά στον αστικό ιστό. Στόχος είναι η βελτίωση της εικόνας του αστικού περιβάλλοντος και η ανάδειξή τους ως τουριστικούς πόρους

**W3+W4+W5:** Κατασκευή συγκοινωνιακών υποδομών, για τη βελτίωση της κίνησης μέσα στην πόλη. Ανάπτυξη συνδυασμένων δημόσιων μεταφορών, αποθάρρυνση της χρήσης ΙΧ μέσα στην πόλη, δραστική και άμεση αύξηση των χώρων στάθμευσης

**W8+W9+W10:** Κατασκευή σημαντικών συγκοινωνιακών υποδομών, για τη βελτίωση της προσπελασιμότητας της πόλης. Βελτίωση των ήδη υπαρχόντων λιμενικών, σιδηροδρομικών και αεροπορικών εγκαταστάσεων

**T4+O3+O4:** Συνεργασία των μεγάλων θεσσαλικών πόλεων, με στόχο τη χάραξη τουριστικών διαδρομών, που θα διατρέχουν όλη την έκταση της περιφέρειας, συνδέοντας τις περιοχές σημαντικότερου τουριστικού ενδιαφέροντος. Σκοπός της συνεργασίας αυτής είναι η διασπορά της τουριστικής κίνησης, σύμφωνα με τα επίπεδα της φέρουσας ικανότητας κάθε περιοχής και η, κατά το δυνατό, ισορροπημένη ανάπτυξη της Περιφέρειας

Η Ανάλυση SWOT, για την πόλη του Βόλου, που προηγήθηκε, μας οδήγησε στην διατύπωση κάποιων βασικών συμπερασμάτων – προτάσεων δημοτικής δράσης. Στο επόμενο κεφάλαιο, τα γενικά συμπεράσματα στα οποία καταλήξαμε προηγουμένως, εξειδικεύονται και αναλύονται περισσότερο και στη συνέχεια παρουσιάζονται σε μια ιεραρχημένη σειρά οι τελικές προτάσεις πολιτικής για το Δήμο Βόλου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 4<sup>ΟΥ</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Αραβώσης Κ. (1999), *Σημειώσεις-Βοήθημα Μαθήματος Επιχειρηματικού Σχεδιασμού*, ΤΜΧΠΑ, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις.

Ζαχαράτος Γ. (1988), Τα προβλήματα και οι προοπτικές του τουρισμού στην Ελλάδα, στο Κατσούλης Η., Γιαννίτσης Τ. και Καζάκος Π. (επ.), *Η Ελλάδα προς το 2000*, Αθήνα: Παπαζήσης.

Μεταξάς Θ. (2001), Μάρκετινγκ του τόπου / της πόλης και αστικός σχεδιασμός, εργασία στα πλαίσια του μαθήματος επιλογής *Πολεοδομικός Προγραμματισμός*, διδάσκων Δέφνερ Α., ΠΜΣ ΤΜΧΠΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Πετράκος Γ. και Τσουκαλάς Δ. (1999), Μητροπολιτική συγκέντρωση στην Ελλάδα: μια εμπειρική διερεύνηση, στο Οικονόμου Δ. και Πετράκος Γ. (επ.), *Η Ανάπτυξη των Ελληνικών Πόλεων: Διεπιστημονικές προσεγγίσεις Αστικής Ανάλυσης και Πολιτικής*, Βόλος / Αθήνα: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας / Gutenberg), 247-266.

Σαμαράς Ν. (2001), Αστικός Τουρισμός στη Λάρισα, εργασία στα πλαίσια του μαθήματος επιλογής *Τουριστικός Σχεδιασμός*, διδάσκοντες Δέφνερ Α. – Λουκίσσας Φ., ΠΜΣ ΤΜΧΠΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Sandhusen R. (1993), *Marketing*, Αθήνα: Κλειδάριθμος.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup> : ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΛΗ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ

### 5.1 ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΑΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Οι σύγχρονες προσεγγίσεις στον τουριστικό σχεδιασμό επηρεάζονται από τις βασικές αρχές του *Στρατηγικού Σχεδιασμού*, του *Χωρικού Σχεδιασμού* και της *Αειφόρου Ανάπτυξης*. Αυτές οι αρχές αποτελούν το υπόβαθρο, το θεωρητικό πλαίσιο, για τη διαμόρφωση των στόχων της μελλοντικής πολιτικής της πόλης.

Επιπλέον, πολύ χρήσιμη κρίνεται η διεθνής εμπειρία, πόλεων με παρόμοια χαρακτηριστικά με την πόλη του Βόλου, που ακολουθώντας συγκεκριμένες στρατηγικές και σχέδια τουριστικής ανάπτυξης, ανέπτυξαν τον τουρισμό τους. Στο θεωρητικό πλαίσιο που προηγήθηκε (βλ. 1<sup>ο</sup> και 2<sup>ο</sup> κεφάλαιο), παρουσιάστηκαν μερικές τέτοιες πόλεις, όπως η Βαλτιμόρη (αναμόρφωση προκουμαίας), η Ινδιανάπολη (ανάπτυξη αθλητικού αστικού τουρισμού) και η Βαρκελώνη (επιτυχής εκμετάλλευση των Ολυμπιακών Αγώνων για τη διεθνή προβολή της και ανάδειξη της σε σημαντικό αστικό τουριστικό προορισμό). Από τα παραδείγματα αυτών των πόλεων, αντλήσαμε σημαντικά στοιχεία, για τη διαμόρφωση των τελικών μας προτάσεων για το Βόλο.

Το θεωρητικό υπόβαθρο μαζί με τη διεθνή εμπειρία, προσαρμοσμένα στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις ανάγκες του Βόλου<sup>1</sup> μας οδήγησαν στους στόχους που παρουσιάζονται παρακάτω. Η διατύπωση αυτών των στόχων γίνεται *ιεραρχικά*, ανάλογα με τη *σπουδαιότητα* που τους αποδίδουμε, με κριτήριο πάντα τις ανάγκες της πόλης, όπως αυτές προέκυψαν από την ανάλυση που προηγήθηκε.

#### **Στόχος 1**

*Οικονομική ανάπτυξη της πόλης και αύξηση της απασχόλησης*

#### **Στόχος 2**

*Ανάδειξη, με παράλληλη προστασία του φυσικού και αστικού περιβάλλοντος*

#### **Στόχος 3**

*Κοινωνική δικαιοσύνη και δημοκρατία*

<sup>1</sup> Όπως παρουσιάστηκε στο 3<sup>ο</sup> και 4<sup>ο</sup> κεφάλαιο

#### **Στόχος 4**

Ανάπτυξη αστικού τουρισμού

#### **Στόχος 5**

Αξιοποίηση των ευκαιριών που γεννούν οι *Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004*, για την άνοδο της πόλης στην ευρωπαϊκή αστική ιεραρχία

Η ανάλυση SWOT για την πόλη του Βόλου (βλ. 4<sup>ο</sup> κεφάλαιο), οδήγησε στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων, αναφορικά με τους γενικούς τομείς στους οποίους πρέπει να εστιαστεί η μέριμνα των αρμόδιων διοικητικών φορέων, για την κάλυψη των βασικών ελλείψεων της πόλης και την αξιοποίηση των προοπτικών ανάπτυξης της. Η ομαδοποίηση αυτών των συμπερασμάτων, σύμφωνα σε τους στόχους που προτείναμε, οδηγεί στις γενικές κατευθύνσεις αστικής πολιτικής, για την πόλη του Βόλου. Οι κατευθύνσεις αυτές παρουσιάζονται παρακάτω, με μια ενδεικτική *ιεράρχηση χρονικής προτεραιότητας*.

#### **Κατευθύνσεις Στόχου 1**

**1Α.** Παροχή κινήτρων για νέες τουριστικές επενδύσεις, ιδίως στις τοπικές επιχειρήσεις και σε εταιρείες ελληνικών συμφερόντων

**1Β.** Προσέλκυση υπηρεσιών, συνεδρίων και τουρισμού υψηλού επιπέδου

**1Γ.** Συνεργασία των μεγάλων θεσσαλικών πόλεων, με στόχο τη *χάραξη τουριστικών διαδρομών*

#### **Κατευθύνσεις Στόχου 2**

**2Α.** Ανάδειξη θαλάσσιου μετώπου και λόφου Γορύτσας σε τουριστικούς πόρους

**2Β.** Αποτελεσματική αντιμετώπιση των κυκλοφοριακών προβλημάτων στο κέντρο της πόλης

**2Γ.** Αξιοποίηση και απόδοση νέας χρήσης σε ενδιαφέροντα εγκαταλελειμμένα κτίρια του αστικού ιστού

**2Δ.** Αισθητική αναβάθμιση του αστικού περιβάλλοντος και βελτίωση της εικόνας της πόλης

**Κατευθύνσεις Στόχου 3**

**3Α.** Ενεργή συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στις διαδικασίες του σχεδιασμού  
(*Συμμετοχικός Σχεδιασμός*)

**3Β.** Βελτίωση του ποιοτικού επιπέδου διαβίωσης των κατοίκων

**Κατευθύνσεις Στόχου 4**

**4Α.** Αναβάθμιση και εμπλουτισμός του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος

**4Β.** Εξειδίκευση της πόλης στην προσφορά *τουριστικών υπηρεσιών*

**4Γ.** Βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας (βλ. κεφάλαιο 1)

**Κατευθύνσεις Στόχου 5**

**5Α.** Βελτίωση της προσπελασιμότητας της πόλης

**5Β.** Γενική βελτίωση των αστικών υποδομών

**5Γ.** Αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών

**5Δ.** Προβολή της πόλης σε εσωτερικό και εξωτερικό

**5Ε.** Εξειδίκευση της πόλης στη *διοργάνωση αθλητικών γεγονότων*

**5ΣΤ.** Ανάπτυξη εξειδικευμένων *υποδομών υψηλών προδιαγραφών*

## 5.2 ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΣΕ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΑ ΜΕΤΡΑ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΝΕΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ

Οι γενικές κατευθύνσεις πολιτικής που θέσαμε προηγουμένως, δύναται να συγκεκριμενοποιηθούν σε συγκεκριμένα έργα - μέτρα δράσης. Τα προτεινόμενα μέτρα παρουσιάζονται παρακάτω, κατά το δυνατό αναλυτικότερα και ιεραρχημένα ανάλογα με τη σπουδαιότητα που τους αποδίδουμε και τη χρονική προτεραιότητα.

Επιπλέον, στο Διάγραμμα 5.2, δίνεται ένα ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης τους, για την περίοδο 2002-2004. Οι προτάσεις αυτού του κεφαλαίου, αναφορικά με την ανάπτυξη νέας τουριστικής υποδομής στην πόλη, αποτυπώνονται και σχηματικά στο Χάρτη 5.2 (βλ. Παράρτημα 3).

### **Μέτρα Κατεύθυνσης 1Α**

- *Διαφήμιση* της περιοχής, ως τόπο επενδυτικών ευκαιριών, στο ΤΕΕ και σε σοβαρές οικονομικές εφημερίδες και περιοδικά ευρείας κυκλοφορίας, της Ελλάδας και του εξωτερικού. Ειδικότερα, προβολή των τοπικών πλεονεκτημάτων και αναξιοποίητων πόρων της περιοχής και ενημέρωση των επιχειρηματιών για τους ευνοϊκούς όρους που θα τύχουν οι νέες επενδυτικές προτάσεις
- Έκδοση του *Νέου Αναπτυξιακού Νόμου*, που θα καθορίζει ευνοϊκότερους όρους (αύξηση του επιδοτούμενου ποσού επί της αρχικής επένδυσης και μείωση του απαιτούμενου κεφαλαίου ίδιας συμμετοχής) για την υλοποίηση επενδυτικών προτάσεων στην ευρύτερη αστική περιοχή του Βόλου και μάλιστα, στον τουριστικό τομέα. Επιπλέον παροχή κινήτρων στους τοπικούς επενδυτές, με τη συνεχή τεχνογνωστική υποστήριξη της επενδυτικής τους προσπάθειας από τους αρμόδιους νομαρχιακούς και δημοτικούς φορείς (ANEM, ΚΕΚΑΝΑΜ)

### **Μέτρα Κατεύθυνσης 1Β**

- Δραστηριοποίηση Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, Δημοτικής Αρχής και Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης για τη διοργάνωση ημερίδων και διεθνών συνεδρίων

- Ανάλυση πρωτοβουλίας από το ΚΕΚΑΝΑΜ για την ανάπτυξη ενός οργανωμένου *Κέντρου Καινοτομικής Έρευνας* και τη δημιουργία πρότυπου *Τεχνολογικού Πάρκου*. Το Κέντρο θα συνεργάζεται στενά με τα Πολυτεχνικά Τμήματα του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, με σκοπό την προώθηση της έρευνας. Επίσης, θα παρέχει υπηρεσίες τεχνολογικής υποστήριξης στις επιχειρήσεις της Βιομηχανικής Περιοχής Βόλου. Για τη χωροθέτηση των εγκαταστάσεων του, προτείνεται κάποια περιοχή μεταξύ των χώρων του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και της Βιομηχανικής Ζώνης, μετά από τον καθαρισμό και την κατάλληλη αναδιαμόρφωση του χώρου

#### **Μέτρα Κατεύθυνσης 1Γ**

- Συνεργασία των μεγάλων θεσσαλικών πόλεων, με στόχο τη *χάραξη τουριστικών διαδρομών*, που θα διατρέχουν όλη την έκταση της περιφέρειας, συνδέοντας τις περιοχές σημαντικότερου τουριστικού ενδιαφέροντος. Σκοπός της συνεργασίας αυτής είναι η διασπορά της τουριστικής κίνησης, σύμφωνα με τα επίπεδα της φέρουσας ικανότητας κάθε περιοχής και η, κατά το δυνατό, ισορροπημένη ανάπτυξη της Περιφέρειας

#### **Μέτρα Κατεύθυνσης 2Α**

- *Ανάπλαση του θαλάσσιου μετώπου* της πόλης<sup>2</sup>, από τον πρώτο προβλήτα ως τα Πανεπιστημιακά κτίρια της παραλίας. Η ανάπλαση θα περιλαμβάνει την *αλλαγή των όψεων των παραλιακών κτιρίων που δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερο αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον*, κυρίως πολυκατοικιών. Στόχος είναι η αισθητική τους αναβάθμιση και η άρση των οπτικών αντιθέσεων που δημιουργούνται σήμερα, λόγω της γειτνίασης τους με αξιόλογα, από αρχιτεκτονικής απόψεως, κτίρια της παραλίας (Τράπεζα της Ελλάδος, Αχίλλειο, κτίριο Παπαστράτου, κινηματοθέατρο Ριβολή, ξενοδοχεία Παλλάς και Αίγλη), τα οποία θα πρέπει να *συντηρηθούν και να διαφυλαχθούν* (Μπακογιάννη Ε, 2000: 66-7)

<sup>2</sup> Βλ. σχετικά Μπακλατσή Γ (2001), Πρόταση για τρία Ολυμπιακά έργα που θα αλλάξουν την εικόνα του Βόλου, *Θεσσαλία*, 29-7-2001



- Ριζική ανάπλαση του λειτουργικά και αισθητικά υποβαθμισμένου *πάρκου του Αγ. Κωνσταντίνου* (Μπακογιάννη Ε, 2000: 67). Προτείνεται η δημιουργία πρότυπου *Βοτανικού Πάρκου* (Μπακογιάννη Ε, 2000: 65)
- Ανάδειξη του υπάρχοντος μοντέλου *Νεολιθικού οικισμού Σέσκλου – Διμηνίου*, στο πάρκο Αναύρου. Προτείνεται ο εμπλουτισμός του με επέκταση του, λειτουργία μόνιμης έκθεσης αντικειμένων, προσθήκη οπτικοακουστικών μέσων, ξενάγηση στους χώρους του από ειδικό ξεναγό του Αρχαιολογικού Μουσείου και άμεση σύνδεση του με το Αρχαιολογικό Μουσείο, μέσω χαρακτηριστικού λιθόστρωτου διαδρόμου
- Ανέγερση καλαισθητού συμπλέγματος κτιρίων σε κατάλληλη θέση του πάρκου Αναύρου, όπου θα στεγαστούν *Ενδρείο, Μουσείου Υδάτινου Περιβάλλοντος και Υδροβιολογικός Σταθμός* (Μπακογιάννη Ε, 2000: 67). Η ίδρυση τους κρίνεται σκόπιμη και θα καλωσορισθεί από τους κατοίκους, λόγω της μακράς παράδοσης και ιστορίας της πόλης, που είναι δεμένη με τη θάλασσα
- Δημιουργία *μικρής μαρίνας* ελλιμενισμού σκαφών αναψυχής, στον θαλάσσιο χώρο όπου βρίσκονται σήμερα οι εγκαταστάσεις του NOVA
- Διαμόρφωση *λόφου Γορίτσας*<sup>3</sup> σε περιπατητική διαδρομή, για την ενίσχυση αυτής της ήδη εκδηλωμένης τάσης από τους κατοίκους της πόλης. Δημιουργία παρατηρητηρίων, κατά μήκος της διαδρομής, για την αξιοποίηση της πανοραμικής θέας, ηλεκτροφωτισμός και σήμανση της πορείας. *Ανάδειξη της κορυφής* του λόφου και της μικρής εκκλησίας που υπάρχει εκεί, με όρους καλαισθησίας και σεβασμού. Προτείνεται η τοποθέτηση ξύλινων προστεγασμάτων και πάγκων, για την ξεκούραση των περιπατητών και ο κατάλληλος φωτισμός της κορυφής

### Μέτρα Κατεύθυνσης 2B

- Σύνταξη ειδικής μελέτης για την εξοικονόμηση θέσεων στάθμευσης μέσα στην πόλη και *σχεδιασμός νέων χώρων στάθμευσης* σε κατάλληλες περιοχές και ειδικά στους τερματικούς σταθμούς των μέσων μαζικής μεταφοράς (αεροδρόμιο, σιδηροδρομικός σταθμός)

<sup>3</sup> Βλ. σχετικά Κοντογιάννη Μ, Μαρμαράς Γ, Πιτούλη Κ. (2000), *Μελέτη: Διερεύνηση Δυνατοτήτων αξιοποίησης και Ανάπλασης του Λόφου της Γορίτσας*, Δήμος Ιωλκού - ΕΕ, στα πλαίσια του προγράμματος RECITE II – Έργο ECOSERT

- *Αύξηση πεζοδρομήσεων και επανάληψη του επιτυχημένου παραδείγματος του πεζοδρομημένου τμήματος της οδού Ρ. Φεραίου και σε άλλες οδούς (Βλαστός Θ. & Μπιρμπίλη Γ., 2001: 122)*
- *Δημιουργία δικτύου ποδηλατοδρόμων που θα διατρέχουν όλη την πόλη. Βασικοί άξονες κίνησης θα είναι το γραμμικό πάρκο της πλατείας Δημαρχείου και οι οδοί Αργοναυτών (παραλιακή οδός), Ογλ, Κασσαβέτη, Μεταμορφώσεως και Ρ. Φεραίου (Κυριαζής Α, 2001: 10)*
- *Βελτίωση των δημόσιων μέσων μεταφοράς μέσα στην πόλη και ειδικότερα των αστικών λεωφορείων. Σταδιακή αντικατάσταση των παλιών οχημάτων, ανασχεδιασμός των δρομολογίων, με στόχο μια πιο ολοκληρωμένη κάλυψη της πόλης και την εξυπηρέτηση και των απομακρυσμένων αστικών συνοικιών*
- *Αυστηρότερη εφαρμογή του υφιστάμενου οικοδομικού κανονισμού που υποχρεώνει την εξασφάλιση των αντίστοιχων θέσεων στάθμευσης στις νεοαναγειρόμενες οικοδομές*

#### **Μέτρα Κατεύθυνσης 2Γ**

- *Πολεοδομικές παρεμβάσεις σε όλη την έκταση του αστικού ιστού, με στόχο τη διάσωση και αποκατάσταση των ενδιαφερόντων κτιρίων, την απόδοση τους σε νέες χρήσεις και τη σύνδεση των κυριότερων από αυτά με δίκτυο πεζοδρόμων*

#### **Μέτρα Κατεύθυνσης 2Δ**

- *Μεταφορά της παραγοράς σε κατάλληλη περιοχή εκτός της πόλης, ανασχεδιασμός και απόδοση του χώρου σε δημόσια χρήση*
- *Δημιουργία μικρής μαρίνας ελλιμενισμού σκαφών αναψυχής, στον θαλάσσιο χώρο απέναντι από το Δημαρχείο*
- *Παύση της χρήσης του μεγάλου χώρου μπροστά από τον πρώτο προβλήτα<sup>4</sup>, για στάθμευση οχημάτων, ανασχεδιασμός του και απόδοση σε δημόσια χρήση*

<sup>4</sup> Εκτείνεται από το τέλος της παραγοράς μέχρι οδό Κ. Καρτάλη

- Ανάπλαση του πρώτου, *επιβατικού προβλήτα*. Στόχος είναι η βελτιστοποίηση της εξυπηρέτησης των ταξιδιωτών και η αισθητική αναβάθμιση του
- Αναμόρφωση του *κτιρίου Σιλό*, στο λιμένα του Βόλου. Ανακαίνιση και επέκταση του κτιρίου, για τη στέγαση *Ναυτικού Μουσείου και Μουσείου Πολεοδομίας* (Μπακογιάννη Ε, 2000: 67)
- Αποκατάσταση της συνέχειας του αστικού ιστού προς τα δυτικά και επανένταξη των δυτικών συνοικιών *Παλιά και Επτά Πλατάνια – Οξυγόνο* στη ζωή της πόλης. Μέσο επίτευξης αυτού του, ομολογουμένως, δύσκολου εγχειρήματος, θα είναι ο πολεοδομικός σχεδιασμός. Ριζικές αναπλάσεις ΟΤ, αξιοποίηση εγκαταλελειμμένων κτιρίων και αλλαγές στη ρυμοτομία αυτών των συνοικιών κρίνονται απαραίτητες. Σημαντικό βοήθημα μπορεί να αποτελέσουν οι ήδη προταθείσες Πολεοδομικές Παρεμβάσεις (Παπαγιάννης κ.ά., 1992 Τριποδάκης κ.ά., 1997). (Μπακογιάννη Ε, 2000: 68)
- Ανάπλαση και απόδοση σε δημόσια χρήση του *δεύτερου προβλήτα* (Μπακογιάννη Ε, 2000: 68). Προτείνεται η δημιουργία πολιτιστικών χώρων, για την εξασφάλιση της αρμονικής γειτνίασης με τις άλλες προτεινόμενες χρήσεις
- Αισθητική αναβάθμιση των κτιρίων και λοιπών κατασκευών, που έχουν *πρόσοψη στους χώρους των πλατειών*. Τα στοιχεία των προσόψεων που πρέπει να εξεταστούν και αναμορφωθούν είναι: κουφώματα και χρωματισμοί των κτιρίων, τέντες, κλιματιστικά μηχανήματα, παρτέρια, ζαρντινιέρες, επιγραφές και διαφημιστικές ταμπέλες (ΔΕΜΕΚΑΒ, 1997: 41-2)

### Μέτρα Κατεύθυνσης 3Α

- Ευαισθητοποίηση των κατοίκων σε *θέματα προστασίας του περιβάλλοντος*. Διανομή ενημερωτικού έντυπου υλικού και ενθάρρυνση της ενεργής συμμετοχής των πολιτών, με πρόσκληση τους σε προγράμματα καθαρισμού των αστικών και περιαστικών ακτών, διαλογής των ανακυκλώσιμων απορριμμάτων, κλπ
- Πρόσκληση των κατοίκων σε *ανοικτή συζήτηση* με θέμα τις ενέργειες για την προετοιμασία της πόλης για το 2004. Η Δημοτική Αρχή θα ενημερώσει

τους κατοίκους για τις ενέργειες που προτίθεται να αναλάβει και θα τους καλέσει σε ενυπόγραφη γραπτή υποβολή τυχόν ενστάσεων και προτάσεων

- Ενημέρωση των κατοίκων, μέσω του τοπικού τύπου και των ΜΜΕ, για την ανάληψη της φιλοξενίας των προκριματικών και ημιτελικών ποδοσφαιρικών αγώνων του 2004 και πρόσκληση συμμετοχής τους σε ομάδες εθελοντισμού

### **Μέτρα Κατεύθυνσης 3B**

- Σχεδιασμός με σεβασμό στον πολίτη
- Εφαρμογή της αρχής της επικουρικότητας, όσον αφορά τα ανακύπτοντα προβλήματα σε τοπικό επίπεδο
- Εμπλουτισμός της πολιτιστικής ζωής της πόλης, με τη διοργάνωση καλλιτεχνικών γεγονότων καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου

Επιπλέον, στη βελτίωση του ποιοτικού επιπέδου διαβίωσης των κατοίκων, βοηθούν και τα προτεινόμενα μέτρα άλλων Κατευθύνσεων και κυρίως τα μέτρα των Στόχων 2 και 5

### **Μέτρα Κατεύθυνσης 4A**

- Ανάπτυξη, από τον ΕΟΤ (Διεύθυνση Μαγνησίας) ενός τοπικού συστήματος πιστοποίησης και ελέγχου της ποιότητας των τουριστικών επιχειρήσεων της πόλης και της ευρύτερης περιοχής (Μπακογιάννη Ε, 2000: 114)
- Εμπλουτισμός και επέκταση του Αρχαιολογικού Μουσείου Βόλου. Βελτίωση των υπάρχοντων αιθουσών και προσθήκη νέων. Ανάπτυξη συνεργασίας με σημαντικά μουσεία της Ελλάδας και του εξωτερικού για την ανταλλαγή εκθέσεων. Κατασκευή Κέντρου Ενημέρωσης – Ξενάγησης επισκεπτών, τόσο στους χώρους του μουσείου όσο και στα βασικά τουριστικά αξιοθέατα της πόλης (με την κατάρτιση ειδικών πολιτιστικών περιηγήσεων μέσα στην πόλη και στους περιαστικούς οικισμούς ιστορικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος). Παραγωγή διαφημιστικού υλικού σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή και αποστολή του στον ΕΟΤ, στη ΝΕΤΠ και σε άλλα μουσεία. Τοποθέτηση κατάλληλων πινακίδων μέσα στην πόλη για τη διευκόλυνση της πρόσβασης των επισκεπτών στο Μουσείο

- Δημιουργία *πλωτών εστιατορίων* και αναψυκτηρίων στο λιμάνι του Βόλου, κατά το πρότυπο πολλών μεγάλων Ευρωπαϊκών πόλεων (Μπακογιάννη Ε, 2000: 111)

#### **Μέτρα Κατεύθυνσης 4Β**

- Εκσυγχρονισμός του ΕΟΤ και ενίσχυση των αρμοδιοτήτων του σε τοπικό επίπεδο
- Κατάρτιση *σεμιναρίων επιμόρφωσης* από τον ΕΟΤ (Διεύθυνση Μαγνησίας), για την εκπαίδευση και ενημέρωση των επιχειρηματιών, των τουριστικών πρακτόρων και των εργαζομένων στην τουριστική βιομηχανία, με στόχο την αναβάθμιση της ποιότητας των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών
- Ενδυνάμωση των υποστηρικτικών οργανισμών της Τοπικής και Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης, με ενίσχυση των αρμοδιοτήτων και αύξηση των πόρων τους (ΝΕΤΠ, ΑΝΕΜ, Καλλιτεχνικοί Οργανισμοί, Αθλητικοί Οργανισμοί)

#### **Μέτρα Κατεύθυνσης 4Γ**

- Σύνταξη *ειδικών ερωτηματολογίων* για τη διαπίστωση του επιπέδου ικανοποίησης των τουριστών. Τα ερωτηματολόγια αυτά θα μοιράζονται στα διάφορα αξιοθέατα, στο τέλος της επίσκεψης και θα συμπληρώνονται επί τόπου. Συντονιστής της όλης προσπάθειας θα είναι ο ΕΟΤ. Η επιτόπια αυτή έρευνα θα οδηγήσει στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών στους χώρους τουριστικής επίσκεψης και στην κάλυψη τυχόν ελλείψεων, με τελικό στόχο την ανταπόκριση στις προσδοκίες των επισκεπτών

#### **Μέτρα Κατεύθυνσης 5Α**

- Εργασίες συντήρησης και βελτίωσης του εξοπλισμού των πλοίων και ιπταμένων δελφινιών. Ανανέωση του στόλου (μεγάλο κόστος)
- Αύξηση δρομολογίων προς τα νησιά των Σποράδων, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Ανάπτυξη νέων επιβατικών διασυνδέσεων με σημαντικά ελληνικά λιμάνια (Αθήνας, Θεσσαλονίκης, Χαλκίδας και νησιών του Αιγαίου)
- Εργασίες συντήρησης και βελτίωσης του εξοπλισμού των τραιίνων

- Σήμανση και ηλεκτροφωτισμός της σιδηροδρομικής γραμμής προς Λάρισα και αντικατάσταση της με γραμμή διπλής κατεύθυνσης (μεγάλο κόστος)

#### **Μέτρα Κατεύθυνσης 5B**

- Προετοιμασία όλων των οργανισμών και κυρίως, των διοικητικών φορέων και των δημοτικών επιχειρήσεων κοινής ωφέλειας, που δραστηριοποιούνται και προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στην πόλη (ΔΕΥΑΜΒ, Πυροσβεστικό Σώμα, Αστυνομία, Νοσοκομείο), για την κάλυψη της ζήτησης και των ειδικών απαιτήσεων που θα ανακύψουν το 2004. Συμπλήρωση και αντικατάσταση (όπου κρίνεται αναγκαίο) της πάγιας υποδομής τους, κάλυψη των αναγκών τους σε προσωπικό και εσωτερική αναδιοργάνωση τους, με στόχο τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών

#### **Μέτρα Κατεύθυνσης 5Γ**

- Αποκέντρωση ουσιαστικών αρμοδιοτήτων στην Τοπική και Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση με παράλληλη απόκτηση ιδίων οικονομικών πόρων, εξάλειψη της γραφειοκρατίας
- Σύσταση ανώνυμης εταιρείας με την επωνυμία «Βόλος 2004», σε αντιστοιχία με τον οργανισμό «Αθήνα 2004». Οι φορείς αυτοί θα βρίσκονται σε στενή συνεργασία άμεσα και έμμεσα, μέσω της συμμετοχής τους στο προτεινόμενο «δίκτυο Ολυμπιακών πόλεων», στο οποίο θα συμμετέχουν όλες οι πόλεις που θα φιλοξενήσουν αγώνες το 2004<sup>5</sup> (θέμα γενικότερης πολιτικής) (Κυριαζής Α., 2001: 9)

#### **Μέτρα Κατεύθυνσης 5Δ**

- Διαφήμιση της πόλης, ως τουριστικού προορισμού, σε τουριστικές εκθέσεις στο εσωτερικό (*Τουριστικό Πανόραμα, Φιλοξένεια*) και στο εξωτερικό (διεθνείς τουριστικές εκθέσεις Βερολίνου, Παρισιού, Λονδίνου, Βαρκελώνης) και καταχωρήσεις στα ΜΜΕ, σε εφημερίδες και περιοδικά ευρείας κυκλοφορίας και σε σοβαρά τουριστικά έντυπα, τόσο της Ελλάδας όσο και του εξωτερικού

<sup>5</sup> Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Βόλος και Πάτρα

- Παραγωγή οπτικοακουστικού διαφημιστικού υλικού για την πόλη, τόσο στα ελληνικά όσο και στις βασικές τουριστικές γλώσσες (αγγλικά, γαλλικά, γερμανικά, ιταλικά, ισπανικά)
- Δημιουργία ειδικού *site* στο *Internet*, με πληροφορίες σχετικά με την πρόσβαση στην πόλη, τα καταλύματα, τα αξιοθέατα, τα τοπικά τουριστικά προγράμματα (π.χ. οργάνωση τουριστικών διαδρομών στην περιοχή)
- Αποστολή *διαφημιστικού υλικού στα γραφεία του EOT*, σε Ελλάδα και εξωτερικό, για την πληρέστερη ενημέρωση των υποψήφιων επισκεπτών της πόλης και της ευρύτερης περιοχής (Μπακογιάννη Ε, 2000: 79)
- Τοποθέτηση ευδιάκριτων και καλαίσθητων *διαφημιστικών πινακίδων* της πόλης και χαρτών σε βασικούς συγκοινωνιακούς κόμβους (Μπακογιάννη Ε, 2000: 79)
- Τοποθέτηση *info kiosks* σε σημεία κλειδιά (στο επιβατικό λιμάνι, στους χώρους των βασικών αξιοθέατων, σε άλλους κεντρικούς χώρους δημόσιας συνάθροισης και στους τερματικούς σταθμούς των δημόσιων μέσων μεταφοράς)

#### **Μέτρα Κατεύθυνσης 5Ε**

- Εκσυγχρονισμός και επέκταση του *Χιονοδρομικού Κέντρου Πηλίου*. Βελτίωση ηλεκτροφωτισμού και σήμανσης των υπαρχόντων διαδρομών, ποιοτική αναβάθμιση υπηρεσιών καταφυγίου και αύξηση των διαθέσιμων κλινών, επέκταση του υπάρχοντος εστιατορίου – καφετέριας, δημιουργία κέντρου πληροφοριών – ενημέρωσης των επισκεπτών και των σκιέρ (πώληση χαρτών με τις διαδρομές κατάβασης και εξοπλισμού), εκσυγχρονισμός αναβατήρων, οριοθέτηση και σήμανση μονοπατιού πρόσβασης στο Χιονοδρομικό Κέντρο (τοποθέτηση ξύλινων φραχτών, πινακίδων, χαρτών), ανασχεδιασμός και επέκταση του χώρου στάθμευσης οχημάτων, εκσυγχρονισμός του ιατρικού εξοπλισμού και δημιουργία ειδικής μονάδας για την επιτόπου αντιμετώπιση των επειγόντων περιστατικών, αγορά μηχανημάτων απομάκρυνσης χιονιού
- Δημιουργία *Κέντρου Θαλάσσιων Αθλημάτων* (ιστιοπλοΐας, κωπηλασίας, θαλάσσιου σκι, σέρφινγκ) (Μπακογιάννη Ε, 2000: 78), στην περιοχή όπου

σήμερα βρίσκονται οι εγκαταστάσεις του NOVA και σε συνδυασμένο με την πρόταση δημιουργίας μικρής μαρίνας στην ίδια περιοχή

#### **Μέτρα Κατεύθυνσης 5ΣΤ**

- Ολοκλήρωση *Συνεδριακού Κέντρου* Ιεράς Μητρόπολης Δημητριάδος<sup>6</sup>. Το έργο έχει ενταχθεί στο πρόγραμμα «ΕΛΛΑΔΑ 2004», όπου χαρακτηρίζεται ως *ειδική τουριστική υποδομή*. Περιλαμβάνει αμφιθέατρο με φουαγιέ, αίθουσα συνεδριάσεων χωρητικότητας 180 ατόμων, αίθουσες συμβουλίων, καφετέρια και εστιατόριο

---

<sup>6</sup> Βλ. Υπουργείο Πολιτισμού (2001), *Πρόγραμμα «Ελλάδα 2004» Έργα και παρεμβάσεις στις Ολυμπιακές πόλεις ποδοσφαίρου: ΒΟΛΟΣ*, τεύχος παρουσίασης, Αθήνα, σσ 35



Διάγραμμα 5.2: Χρονοδιάγραμμα προτεινόμενων μέτρων για το Βόλο

Στόχος 1: Οικονομική Ανάπτυξη + Αύξηση Απασχόλησης	Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης					
	Α΄ 6μηνο 2002	Β΄ 6μηνο 2002	Α΄ 6μηνο 2003	Β΄ 6μηνο 2003	Α΄ 6μηνο 2004	Β΄ 6μηνο 2004
<b>Κατεύθυνση 1Α: Κίνητρα για τουριστικές επενδύσεις</b>						
<b>Μέτρα</b>						
• Διαφήμιση περιοχής						
• Έκδοση νέου Αναπτυξιακού Νόμου						
<b>Κατεύθυνση 1Β: Προσέλκυση τουρισμού υψηλού επιπέδου</b>						
<b>Μέτρα</b>						
• Διοργάνωση ημερίδων και διεθνών συνεδρίων						
• Κέντρο Καινοτομικής έρευνας και Τεχνολογικό Πάρκο						
<b>Κατεύθυνση 1Γ: Συνεργασία Θεσσαλικών πόλεων</b>						
<b>Μέτρα</b>						
• Χάραξη τουριστικών διαδρομών						
	Α΄ 6μηνο 2002	Β΄ 6μηνο 2002	Α΄ 6μηνο 2003	Β΄ 6μηνο 2003	Α΄ 6μηνο 2004	Β΄ 6μηνο 2004

Στόχος 2: Ανάδειξη Φυσικού + Αστικού Περιβάλλοντος	Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης					
	Α΄ 6μηνο 2002	Β΄ 6μηνο 2002	Α΄ 6μηνο 2003	Β΄ 6μηνο 2003	Α΄ 6μηνο 2004	Β΄ 6μηνο 2004
<b>Κατεύθυνση 2Α:</b> Ανάδειξη θαλάσσιου μετώπου + λόφου Γορύτσας						
<b>Μέτρα</b>						
• Αλλαγή όψεων παραλιακών κτιρίων						
• Ανάπλαση πάρκου Αγ. Κωνστ/νου						
• Ανάδειξη μοντέλου Νεολιθικού οικισμού						
• Ενυδρείο, Μουσείο Υδάτινου Περιβάλλοντος + Υδροβιολογικός Σταθμός						
• Δημιουργία μικρής μαρίνας στην περιοχή του NOVA						
• Διαμόρφωση λόφου Γορύτσας						
<b>Κατεύθυνση 2Β:</b> Αντιμετώπιση κυκλοφοριακών προβλημάτων						
<b>Μέτρα</b>						
• Σχεδιασμός νέων χώρων στάθμευσης						
• Πεζοδρομήσεις						
• Δημιουργία ποδηλατοδρόμων						
• Βελτίωση Δημόσιων Μέσων Μεταφοράς						
• Εξασφάλιση θέσεων στάθμευσης στις νέες οικοδομές						
<b>Κατεύθυνση 2Γ:</b> Αξιοποίηση ενδιαφερόντων εγκαταλελειμμένων κτιρίων						

<b>Μέτρα</b>						
• Αποκατάσταση ενδιαφερόντων κτιρίων						
<b>Κατεύθυνση 2Δ: Βελτίωση αστικού τοπίου</b>						
<b>Μέτρα</b>						
• Μεταφορά ψαραγοράς						
• Δημιουργία μικρής μαρίνας στη θάλασσα περιοχή απέναντι από το Δημαρχείο						
• Παύση χώρου στάθμευσης, μπροστά από τον 1 <sup>ο</sup> προβλήτα						
• Ανάπλαση 1 <sup>ου</sup> προβλήτα						
• Ναυτικό Μουσείο + Μουσείο Πολεοδομίας						
• Πολεοδομικές παρεμβάσεις στις δυτικές συνοικίες						
• Ανάπλαση 2 <sup>ου</sup> προβλήτα						
• Αισθητική αναβάθμιση των προσόψεων κτιρίων που βλέπουν σε πλατείες						
	<b>Α΄ 6μηνο 2002</b>	<b>Β΄ 6μηνο 2002</b>	<b>Α΄ 6μηνο 2003</b>	<b>Β΄ 6μηνο 2003</b>	<b>Α΄ 6μηνο 2004</b>	<b>Β΄ 6μηνο 2004</b>

Στόχος 3: Κοινωνική Δικαιοσύνη + Τοπική Δημοκρατία	Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης					
	Α΄ 6μηνο 2002	Β΄ 6μηνο 2002	Α΄ 6μηνο 2003	Β΄ 6μηνο 2003	Α΄ 6μηνο 2004	Β΄ 6μηνο 2004
<b>Κατεύθυνση 3Α: Συμμετοχικός Σχεδιασμός</b>						
<b>Μέτρα</b>						
• Δράσεις περιβαλλοντικής προστασίας, με τη συμμετοχή των κατοίκων						
• Ανοικτή συζήτηση – ενημέρωση, για το 2004						
• Σύσταση ομάδων εθελοντισμού για το 2004						
<b>Κατεύθυνση 3Β: Βελτίωση επιπέδου διαβίωσης</b>						
<b>Μέτρα</b>						
• Σεβασμός στον πολίτη						
• Επικουρικότητα						
• Διοργάνωση καλλιτεχνικών γεγονότων						
	Α΄ 6μηνο 2002	Β΄ 6μηνο 2002	Α΄ 6μηνο 2003	Β΄ 6μηνο 2003	Α΄ 6μηνο 2004	Β΄ 6μηνο 2004

Στόχος 4: Ανάπτυξη Αστικού Τουρισμού	Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης					
	Α΄ 6μηνο 2002	Β΄ 6μηνο 2002	Α΄ 6μηνο 2003	Β΄ 6μηνο 2003	Α΄ 6μηνο 2004	Β΄ 6μηνο 2004
<b>Κατεύθυνση 4Α:</b> Εμπλουτισμός προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος						
<b>Μέτρα</b>						
• Τοπικό σύστημα ελέγχου των τουριστικών επιχειρήσεων, από τον ΕΟΤ						
• Επέκταση Αρχαιολογικού Μουσείου						
• Δημιουργία πλωτών εστιατορίων						
<b>Κατεύθυνση 4Β:</b> Εξειδίκευση στην προσφορά τουριστικών υπηρεσιών						
<b>Μέτρα</b>						
• Εκσυγχρονισμός ΕΟΤ						
• Σεμινάρια επιμόρφωσης από τον ΕΟΤ						
• Ενδυνάμωση Νομαρχιακών και Δημοτικών Οργανισμών που σχετίζονται με τον τουρισμό και τον πολιτισμό						
<b>Κατεύθυνση 4Γ:</b> Βελτίωση τουριστικής εμπειρίας						
<b>Μέτρα</b>						
• Διεξαγωγή έρευνας, με ερωτηματολόγια						
	Α΄ 6μηνο 2002	Β΄ 6μηνο 2002	Α΄ 6μηνο 2003	Β΄ 6μηνο 2003	Α΄ 6μηνο 2004	Β΄ 6μηνο 2004

Στόχος 5: Άνοδος στην Ευρωπαϊκή Αστική Ιεραρχία	Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης					
	Α΄ 6μηνο 2002	Β΄ 6μηνο 2002	Α΄ 6μηνο 2003	Β΄ 6μηνο 2003	Α΄ 6μηνο 2004	Β΄ 6μηνο 2004
<b>Κατεύθυνση 5Α: Βελτίωση προσπελασιμότητας</b>						
<b>Μέτρα</b>						
• Συντήρηση και εκσυγχρονισμός πλοίων						
• Αύξηση ακτοπλοϊκών διασυνδέσεων						
• Συντήρηση και εκσυγχρονισμός τραίνων						
• Βελτίωση σιδηροδρομικής γραμμής σύνδεσης με τη Λάρισα						
<b>Κατεύθυνση 5Β: Βελτίωση αστικών υποδομών</b>						
<b>Μέτρα</b>						
• Προετοιμασία όλων των οργανισμών, ενόψει του 2004						
<b>Κατεύθυνση 5Γ: Αναβάθμιση ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών</b>						
<b>Μέτρα</b>						
• Αποκέντρωση και εξάλειψη γραφειοκρατίας						
• Σύσταση οργανισμού «Βόλος 2004» και δικτύου «Ολυμπιακών Πόλεων»						
<b>Κατεύθυνση 5Δ: Προβολή της πόλης</b>						
<b>Μέτρα</b>						
• Διαφήμιση πόλης σε τουριστικές διεθνείς εκθέσεις και στα ΜΜΕ						
• Παραγωγή ξενόγλωσσου διαφημιστικού υλικού						
• Δημιουργία ειδικού site στο Internet						

• Αποστολή διαφημιστικού υλικού στον ΕΟΤ						
• Τοποθέτηση χαρτών και διαφημιστικών πινακίδων της πόλης σε συγκοιν. κόμβους						
• Τοποθέτηση info kiosks στην πόλη						
<b>Κατεύθυνση 5Ε:</b> Εξειδίκευση στα αθλητικά γεγονότα						
<b>Μέτρα</b>						
• Εκσυγχρονισμός Χιονοδρομικού Κέντρου						
• Δημιουργία Κέντρου Θαλάσσιων Αθλημάτων						
<b>Κατεύθυνση 5ΣΤ:</b> Υποδομές υψηλών Προδιαγραφών						
<b>Μέτρα</b>						
• Ολοκλήρωση Συνεδριακού Κέντρου						
	<b>Α΄ 6μηνο 2002</b>	<b>Β΄ 6μηνο 2002</b>	<b>Α΄ 6μηνο 2003</b>	<b>Β΄ 6μηνο 2003</b>	<b>Α΄ 6μηνο 2004</b>	<b>Β΄ 6μηνο 2004</b>

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 5<sup>ΟΥ</sup> ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Βλαστός Θ. & Μπιρμπίλη Τ. (2001), *Φτιάχνοντας πόλεις για ποδήλατο. Στοιχεία αισθητικής και κατασκευής. Τα πρώτα παραδείγματα σε Ελλάδα και Κύπρο*, Αθήνα: Mbike.

ΔΕΜΕΚΑΒ (1997), *Πρόγραμμα Πολεοδομικών Παρεμβάσεων και Αισθητικής Αναβάθμισης*, Γραφείο Αστικού και Πολεοδομικού Σχεδιασμού, Βόλος: ΔΕΜΕΚΑΒ

Κοντογιάννη Μ, Μαρμαράς Γ, Πιτούλη Κ. (2000), *Μελέτη: Διερεύνηση Δυνατοτήτων αξιοποίησης και Ανάπλασης του Αόφου της Γορίτσας*, Δήμος Ιωλκού - ΕΕ, στα πλαίσια του προγράμματος RECITE II – Έργο ECOSERT.

Κυριαζής Α. (2001), *Βόλος 2004: Αστικός και αθλητικός τουρισμός*, ΤΜΧΠΙΑ, (πανεπιστημιακή εργασία), Βόλος 2001.

Μπακλατσή Γ (2001), Πρόταση για τρία Ολυμπιακά έργα που θα αλλάξουν την εικόνα του Βόλου, *Θεσσαλία*, 29-7-2001.

Μπακογιάννη Ε. (2000), *Ο πολιτιστικός Τουρισμός στο Πήλιο: Προτάσεις για μια βιώσιμη ανάπτυξη*, διπλωματική εργασία, ΠΜΣ ΤΜΧΠΙΑ, Βόλος: Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Υπουργείο Πολιτισμού (2001), *Πρόγραμμα «Ελλάδα 2004» Έργα και παρεμβάσεις στις Ολυμπιακές πόλεις ποδοσφαίρου: ΒΟΛΟΣ*, τεύχος παρουσίασης, Αθήνα.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup>: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Με την πάροδο του χρόνου, η κοινωνία εξελίσσεται και οι απαιτήσεις των ανθρώπων, σε όλα τα πεδία της κοινωνικής ζωής, αυξάνονται. Σήμερα, τα θέματα του ελεύθερου χρόνου και του τουρισμού, βρίσκονται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος, καθώς αφορούν όλο και περισσότερους ανθρώπους.

Η κρίση που γνώρισε τις τελευταίες δεκαετίες το μοντέλο του μαζικού τουρισμού, οδήγησε στην εμφάνιση των λεγόμενων *ειδικών μορφών τουρισμού*. Πρόκειται για την ανάπτυξη νέων, εναλλακτικών τουριστικών δραστηριοτήτων, των οποίων η εκδήλωση διαφέρει και ποικίλει, ανάλογα με την περιοχή και τους πόρους της, τον τουρίστα – επισκέπτη, τις απαιτήσεις του και τη γενική συμπεριφορά του. Οι δραστηριότητες αυτές διαφέρουν ως προς το παλιό πρότυπο του μαζικού τουρισμού, καταρχάς, ως προς το μικρότερο πλήθος των διακινούμενων ατόμων, τη διεύρυνση του φάσματος των επιλεγόμενων τουριστικών προορισμών και τον εμπλουτισμό των κινήτρων της τουριστικής επίσκεψης. Μια άλλη συνιστώσα και ένα από τα βασικά κίνητρα ανάπτυξης τους, είναι η *αιεφορική προσέγγιση* του τουριστικού φαινομένου, που συνεπάγεται μια στροφή στην υιοθετούμενη τουριστική συμπεριφορά. Η αιεφορική αυτή προσέγγιση εκφράζεται με τη μορφή του σεβασμού προς τα ευαίσθητα φυσικά και ανθρώπινα οικοσυστήματα<sup>1</sup>, που οδηγεί στον *ορθολογικό*, και με προοπτική για το μέλλον, σχεδιασμό των επιθυμητών επιπέδων και μορφών τουριστικής ανάπτυξης σε μια συγκεκριμένη περιοχή.

Μεταξύ των νέων αυτών μορφών εκδήλωσης του τουριστικού φαινομένου συγκαταλέγονται ο ορεινός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός και ο *αστικός τουρισμός*. Ειδικότερα, όσον αφορά την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων μέσα στην πόλη, διακρίνονται διάφορες εναλλακτικές μορφές του φαινομένου, όπως ο αθλητικός, ο πολιτιστικός, ο συνεδριακός, ο εκθεσιακός, ο high tech και ο εκπαιδευτικός αστικός τουρισμός (Ρώμα Ε., 1999: 64).

Η ελληνική βιβλιογραφία υπολείπεται της ξενόγλωσσης αναφορικά με το θέμα, του αστικού τουρισμού, ωστόσο, τα στοιχεία και οι μελέτες που προέρχονται από το εξωτερικό κρίνονται κι αυτά περιορισμένα και ελλιπή. Αυτό οφείλεται, εν μέρει, στη δυσκολία συγκέντρωσης τέτοιων στοιχείων, λόγω της εντατικής και μακροχρόνιας

<sup>1</sup> Δεν είναι, άλλωστε, τυχαίο ότι αυτού του είδους οι τουριστικές δραστηριότητες ονομάζονται και *ήπιες μορφές τουρισμού*

έρευνας πεδίου που απαιτείται και, εν μέρει, στην απροθυμία των αρχών, για λογαριασμό των οποίων καταρτίζονται οι σχετικές μελέτες, να τα δημοσιοποιήσουν, κυρίως για λόγους σκοπιμότητας και ανταγωνισμού (Κουτσιανά Ε., 2000: 35). Πέρα από αυτό, όμως, υπάρχουν και μεθοδολογικά προβλήματα, όπως για παράδειγμα η δυσκολία διάκρισης ανάμεσα στον τουρίστα - επισκέπτη και στον κάτοικο - χρήστη μιας εξυπηρέτησης ή ενός αστικού αξιοθέατου.

Το επιτυχές ή αποτυχημένο παράδειγμα διαφόρων πόλεων του δυτικού αναπτυγμένου κόσμου στην προσπάθεια ανάπτυξης του αστικού τουρισμού, με στόχο πάντα την αστική αναζωογόνηση και την προώθηση τους στα πλαίσια ενός διαρκώς εντεινόμενου διεθνούς ανταγωνισμού, υποδεικνύει ότι *δεν υπάρχει μια μοναδική συνταγή-ένα αλάνθαστο μοντέλο ανάπτυξης της βιομηχανίας*. Αντιθέτως, οι τρόποι και οι δρόμοι που δύναται να ακολουθήσει κάθε πόλη είναι πολλοί και έγκειται στις αρμόδιες τοπικές αρχές η επιλογή της πιο κατάλληλης λύσης για την κάθε περίπτωση. Πάντως, απ' όσα έχει δείξει μέχρι τώρα η διεθνής, και ειδικότερα η αμερικανική εμπειρία, ένας ορθολογικά σχεδιασμένος συνδυασμός μεταξύ των πολλών και διαφορετικών τουριστικών πόρων που διαθέτει ή δύναται να αναπτύξει μια πόλη, είναι προτιμότερος από τη μετατόπιση του βάρους σε ένα μόνο πόλο έλξης, όσο σημαντικός κι αν θεωρείται αυτός από την τοπική κοινωνία.

Σε μια αστική περιοχή είναι φυσικό να μπορούν να αναπτυχθούν μερικοί μόνο τουριστικοί πόροι, ενώ άλλοι όχι. Μια άλλη, λυσιπλήρης, επικίνδυνη μέθοδος, συνίσταται στην αντιγραφή (*μιμητισμός*) των επιτυχημένων στρατηγικών που ακολουθήθηκαν σε άλλες πόλεις, οι οποίες όμως έχουν τελείως διαφορετική ιστορία, χαρακτηριστικά και δυνατότητες (Κουτσιανά Ε., 2000: 35). Σήμερα, λόγω της εξέλιξης των τηλεπικοινωνιών και του διαδικτύου, αλλά και της καλύτερης οργάνωσης και διασύνδεσης των ταξιδιωτικών γραφείων, υπάρχουν περισσότερες πηγές πληροφόρησης και άρα δυνατότητες επιλογής. Το φάσμα των τουριστικών προορισμών έχει διευρυνθεί και ο υποψήφιος τουρίστας θα προτιμήσει να επισκεφτεί μια πόλη πρωτότυπη και *αυθεντική* και όχι μια πόλη *αντίγραφο*.

Τα παραπάνω θέματα, σχετίζονται με τα θεωρητικά ζητήματα της προσφοράς και ζήτησης στο *σύστημα* του αστικού τουρισμού, της δόμησης ειδικών στρατηγικών και της εφαρμογής του τουριστικού σχεδιασμού. Στην παρούσα διπλωματική εργασία, υιοθετείται μια πιο εξειδικευμένη και πρακτική προσέγγιση του θέματος. Εξετάζεται διεξοδικότερα ο *αθλητικός τουρισμός* στον αστικό χώρο. Το θέμα αυτό είναι ιδιαίτερα επίκαιρο για τη χώρα μας λόγω της ανάληψης, από την Αθήνα, των

Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Η διεθνής εμπειρία είναι μεγάλη και αποδεικνύει τις θετικές προοπτικές που έχει η ανάπτυξη αυτού του είδους των τουριστικών δραστηριοτήτων, μέσα στην πόλη. Η εξειδίκευση μιας πόλης στη διοργάνωση αθλητικών γεγονότων και η δημιουργία αθλητικής παράδοσης, μπορούν να ενδυναμώσουν τις ροές των επισκεπτών της και να δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις για μια πιο ολοκληρωμένη και σφαιρική ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου.

Ο Βόλος συγκεντρώνει τα κατάλληλα χαρακτηριστικά και τις βασικές συνθήκες για την ανάπτυξη τουρισμού. Η πόλη είναι προικισμένη με αξιόλογους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με τη συγκυρία της φιλοξενίας των προκριματικών και ημιτελικών αγώνων του ποδοσφαίρου, στα πλαίσια των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004, δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου.

Αρχική μορφή εκδήλωσης του τουριστικού φαινομένου θα είναι ο *αθλητικός τουρισμός*, καθώς οι επισκέπτες που θα έρθουν στην πόλη, θα έρθουν κυρίως για την παρακολούθηση της διεξαγωγής των Ολυμπιακών αγωνισμάτων. Η πόλη, όμως, μπορεί να αποτελέσει σημαντικό πόλο του αθλητικού τουρισμού και μετά τη λήξη των ολιγοήμερων αγώνων. Η εξειδίκευση της στη διοργάνωση αθλητικών συναντήσεων, θα περάσει στη συνείδηση των κατοίκων και των επισκεπτών, προσδίδοντας της την ταυτότητα της *αθλητικής πόλης*, τουλάχιστον σε εθνικό επίπεδο (Κυριαζής Α., 2001: 10). Υπάρχουν οι προϋποθέσεις και η βασική υποδομή για την ανάπτυξη του *χιονοδρομικού* και του *θαλάσσιου* αθλητικού τουρισμού, δραστηριότητες που δύνανται να παρατείνουν την τουριστική περίοδο, αφού ο συνδυασμός τους καλύπτει χρονικά όλη τη διάρκεια του έτους. Επιπλέον, η υψηλών προδιαγραφών αθλητική υποδομή που θα αναπτυχθεί και η εμπειρία που θα αποκτηθεί από τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων, θα καταστήσουν την πόλη ικανή να διεκδικήσει και μελλοντικά τη διοργάνωση σημαντικών αθλητικών γεγονότων. Η ανάληψη της φιλοξενίας τέτοιων γεγονότων, έγκειται στην έγκαιρη και αποτελεσματική δραστηριοποίηση της. Ειδικά όσον αφορά το *ποδόσφαιρο*, μια ενδιαφέρουσα ιδέα, που πρέπει να αρχίσουν από τώρα να εξετάζουν οι αρμόδιες αρχές της πόλης, είναι η συμμετοχή της στο προτεινόμενο δίκτυο των ελληνικών και τουρκικών πόλεων, οι οποίες θα διεκδικήσουν, από κοινού, τη διοργάνωση του Ευρωπαϊκού πρωταθλήματος ποδοσφαίρου, το 2008.

Κατά τη διάρκεια των αγώνων, η πόλη έχει την ευκαιρία να αναδειχθεί και να ανυψώσει το διεθνές προφίλ της. Από τη στιγμή που επιτύχει τη σωστή προβολή της,

οι ροές των επισκεπτών της θα ενδυναμώσουν και η πόλη θα είναι σε θέση να αναπτύξει και άλλες μορφές τουρισμού, όπως συνεδριακό, πολιτιστικό, κλπ. Ο *συνεδριακός τουρισμός* είναι μια ειδικότερη μορφή του αστικού τουρισμού που έχει πολύ θετικές προοπτικές. Η ανάπτυξη του μπορεί να επιφέρει πολλά οφέλη στην πόλη του Βόλου, με σημαντικότερο την προσέλκυση στελεχών σημαντικών εταιριών, αλλά και επιχειρήσεων και υπηρεσιών υψηλού επιπέδου. Κατά το 2004, το Συνεδριακό Κέντρο Ιεράς Μητρόπολης Δημητριάδος και το Forum (ιδιωτικής ιδιοκτησίας), θα αποτελέσουν τους δύο μοναδικούς, για την πόλη του Βόλου, διαθέσιμους χώρους για τη διεξαγωγή συνεδρίων, συναντήσεων και συνελεύσεων. Οι χώροι αυτοί, όμως, κρίνονται μάλλον μικροί και ανεπαρκείς, για την εξυπηρέτηση μεγάλων και σημαντικών συνεδρίων. Μετά τη λήξη των Αγώνων και αφού ολοκληρωθούν τα υπόλοιπα έργα βασικής αστικής υποδομής που προτάθηκαν παραπάνω (περιφερειακή οδός, ανάπλαση θαλάσσιου μετώπου, κλπ), αν η πόλη φιλοδοξεί να προσελκύσει τουρισμό υψηλού επιπέδου, πρέπει να μεριμνήσει για την κατασκευή ενός πραγματικά μεγάλου συνεδριακού κέντρου, βάσει των διεθνών προτύπων και προδιαγραφών.

Βασικός στόχος είναι ο Βόλος, με τη λήξη των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, χρόνος που συνεπάγεται την ολοκλήρωση όλων των προτεινόμενων έργων, να αποτελέσει είτε έναν *αυτοτελή τουριστικό προορισμό* για ολιγοήμερες διακοπές, κατά το πρότυπο πολλών Ευρωπαϊκών πόλεων, είτε έναν ιδιαίτερο τουριστικό προορισμό, συνδυασμένο με άλλες τουριστικές δραστηριότητες του πακέτου διακοπών για το Πήλιο (Μπακογιάννη Ε, 2000: 66).

Αυτό το τελευταίο σημείο, αξίζει ιδιαίτερη προσοχή. Η πόλη κατέχει μια *προνομιακή θέση*, τόσο λόγω της γεωγραφικής της τοποθέτησης, που είναι τέτοια ώστε να αποτελεί *πύλη* προς χώρους υψηλού τουριστικού ενδιαφέροντος (Πήλιο, νησιά των Σποράδων και Μετέωρα), όσο και λόγω της εγγύτητας της στους μεγάλους συγκοινωνιακούς άξονες της χώρας (ΠΑΘΕ και γραμμή σιδηροδρομικής διασύνδεσης Αθηνών - Θεσσαλονίκης) και της ύπαρξης του λιμανιού. Αποτελεί δηλαδή *συγκοινωνιακό κόμβο*. Ο εμπλουτισμός του τουριστικού της προϊόντος, η βελτίωση των παρεχόμενων εξυπηρετήσεων και, κυρίως, η μεθοδική και επιτυχημένη προβολή της, θα μπορούσαν να δώσουν εγγυήσεις για την ολιγοήμερη διαμονή των επισκεπτών της ευρύτερης περιοχής, στην πόλη. Ο στόχος αυτός είναι πιο εφικτός στην περίπτωση των τουριστών που προσεγγίζουν το λιμάνι της πόλης με κρουαζιερόπλοια και στη συνέχεια κατευθύνονται προς τους γνωστούς οικισμούς του

Πηλίου ή την περιοχή του Μετεώρων. Αυτή η ομάδα τουριστών, μπορεί να αποτελέσει τον αρχικό στόχο.

Η προβολή της πόλης και η άνοδος του τουρισμού της, αποτελούν τους προφανείς στόχους, ενόψει των αγώνων του 2004. Πέρα όμως από αυτούς, επιθυμητή και αναγκαία κρίνεται η υιοθέτηση και κάποιων *κοινωνικών στόχων*.

Ο σχεδιασμός για την προετοιμασία της πόλης πρέπει να γίνει με μέριμνα τη *βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των πολιτών*. Ο *καινοτόμος πολεοδομικός σχεδιασμός* μπορεί να αποτελέσει το μέσο για την αναβάθμιση της ποιότητας της αστικής ζωής. Ειδικότερα, ο πολεοδομικός σχεδιασμός μπορεί να στηριχθεί στην αξιοποίηση και ανάδειξη του ενδιαφέροντος κτιριακού αποθέματος της πόλης. Η συντήρηση των ιστορικών και ενδιαφερόντων κτιρίων και η απόδοση τους σε νέες χρήσεις, θα συντελέσει στην επανένταξη τους στον αστικό ιστό και στη ζωή της πόλης και θα δημιουργήσει αξιόλογα αστικά τοπία. Η επιλογή των νέων χρήσεων και λειτουργιών πρέπει να γίνει με προσοχή, σεβασμό προς την ιστορία και τα ειδικά χαρακτηριστικά του κτιρίου και μέριμνα για τη βέλτιστη εξυπηρέτηση των κατοίκων της πόλης, προς τους οποίους τελικά τείνει η όλη προσπάθεια. Η πρωτότυπη αξιοποίηση των ειδικών συνθηκών που δημιουργήθηκαν σε ορισμένες περιοχές, λόγω ιστορικών συγκυριών και ιδιαιτεροτήτων, αποτελεί ένα άλλο στοιχείο του προτεινόμενου πολεοδομικού σχεδιασμού. Παράδειγμα αποτελεί η αξιοποίηση των πολύ στενών δρόμων του κέντρου και των δυτικών συνοικιών (περιοχές *Παλιά* και *Επτά Πλατάνια - Οξυγόνο*) με την πεζοδρόμηση τους, τη δημιουργία ποδηλατοδρόμων, τη δενδροφύτευση, κλπ. Τέλος, ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στο σχεδιασμό με μέριμνα για την παράλληλη εξυπηρέτηση και τη διευκόλυνση των ατόμων με ειδικές ανάγκες.

Επιπλέον, αναφορικά με τους κοινωνικούς στόχους, προτείνεται η υιοθέτηση των βασικών αρχών του *συμμετοχικού σχεδιασμού*. Η έγκαιρη ενημέρωση των κατοίκων και η ενθάρρυνση της συμμετοχής τους στο σχεδιασμό και την υλοποίηση των έργων προετοιμασίας της πόλης, μπορεί να αποτελέσουν την απαρχή μιας συνεχόμενης και ειλικρινούς επικοινωνιακής πολιτικής που θα προωθούν τις αξίες της *κοινωνικής δικαιοσύνης* και της *τοπικής δημοκρατίας*. Άλλωστε, η εξασφάλιση της κοινωνικής συναίνεσης αποτελεί την εγγύηση ότι οι κάτοικοι θα πεισθούν για τα μακροπρόθεσμα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη από την ανάπτυξη του τουρισμού και θα υποδεχτούν το φαινόμενο.

Τα έργα που αποφασίστηκε να υλοποιηθούν για την προετοιμασία της πόλης, ενόψει του 2004, εντάσσονται σε χρηματοδοτούμενα προγράμματα, όπως το

«ΕΛΛΑΔΑ 2004» και το Γ΄ ΚΠΣ. Τα έργα αυτά εντάσσονται βασικά σε τρεις διακριτούς άξονες - στόχους:

- Την ανάπτυξη της απαραίτητης *αθλητικής υποδομής*

Στον άξονα αυτό εντάσσεται βασικά η κατασκευή του ΠΑΚΘ και δευτερευόντως οι εργασίες βελτίωσης των κυριότερων υπαρχόντων αθλητικών εγκαταστάσεων που θα λειτουργήσουν ως Ολυμπιακά προπονητήρια πριν και κατά τη διάρκεια των αγώνων (ΕΑΚ και γήπεδο Νίκης Βόλου)

- Τη δημιουργία *πάγιας υποδομής*

Στον άξονα αυτό εντάσσεται η κατασκευή της περιφερειακής οδού του Βόλου, ένα σημαντικό και πολυσυζητημένο έργο. Επίσης, η αποπεράτωση του Νοσοκομείου Βόλου και ο εκσυγχρονισμός του αεροδρομίου της Ν. Αγχιάλου

- Την *αισθητική αναβάθμιση* του αστικού περιβάλλοντος

Στον άξονα αυτό εντάσσεται βασικά η ανάπλαση της κεντρικής παράκτιας ζώνης του Βόλου, με στόχο την αισθητική και λειτουργική της αναβάθμιση.

Στην παρούσα διπλωματική εργασία, προτείνεται η παράλληλη υλοποίηση και κάποιων άλλων έργων, που θα καλύψουν βασικές ελλείψεις της πόλης, όπως αυτές προέκυψαν από την ανάλυση SWOT, για την πόλη του Βόλου. Τα έργα αυτά αφορούν ζητήματα πολεοδομικού σχεδιασμού, κυκλοφοριακών ρυθμίσεων και αισθητικού εξωραϊσμού των δημόσιων χώρων. Παράλληλα, προτείνονται άυλες δράσεις και μέτρα, με στόχο τη βελτίωση της οργάνωσης και της διαχείρισης, την αποτελεσματικότερη εφαρμογή και τον έλεγχο της υλοποίησης των έργων. Εκτιμούμε ότι, τα προτεινόμενα έργα και μέτρα, στο σύνολο τους, μπορούν να προσδώσουν την αναπτυξιακή ώθηση που θα βοηθήσει την πόλη να αντιμετωπίσει με επιτυχία τα προβλήματα που δημιουργήθηκαν από την αποβιομηχανοποίησή της.

Στο παρελθόν υπήρξαν πολλές προτάσεις, αλλά και σήμερα, διατυπώνονται νέες ιδέες, σχετικά με την αξιοποίηση των πόρων και την ανάδειξη της πόλης. Κατά το παρελθόν, οι περισσότερες προτάσεις δεν υλοποιήθηκαν είτε λόγω αδράνειας, είτε λόγω έλλειψης χρηματικών πόρων. Σήμερα, λόγω της φιλοξενίας των Ολυμπιακών αγωνισμάτων το 2004, παρουσιάζεται μια μοναδική ευκαιρία να αλλάξει το πρόσωπο και η προοπτική της πόλης. Αν επιτευχθεί αυτός ο στόχος, στο μέλλον, η πόλη μπορεί να αναδειχθεί σε αξιόλογο τουριστικό προορισμό, πανευρωπαϊκής εμβέλειας και να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητά της. Αλλά, ανεξάρτητα από την προσπάθεια ανάπτυξης της αστικής τουριστικής κίνησης, οι διοικητικές αρχές και οι σχεδιαστές,

ένα πράγμα πρέπει να θυμούνται, ότι η διαβίωση σε ένα λειτουργικά και αισθητικά αναβαθμισμένο αστικό περιβάλλον είναι μια εμπειρία που δικαιούνται να βιώσουν οι κάτοικοι αυτής της πόλης.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ

Κουτσιανά Ε. (2000), Μετάφραση του άρθρου «Urban Tourism and its contribution to economic regeneration» (Christopher M. Law, 1992), στα πλαίσια του μαθήματος επιλογής *Τουριστική Ανάπτυξη*, διδάσκοντες: Δέφνερ Α. και Λουκίσσας Φ., ΤΜΧΠΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Κυριαζής Α. (2001), *Βόλος 2004: Αστικός και αθλητικός τουρισμός*, ΤΜΧΠΑ, (πανεπιστημιακή εργασία), Βόλος 2001.

Μπακογιάννη Ε. (2000), *Ο πολιτιστικός Τουρισμός στο Πήλιο: Προτάσεις για μια βιώσιμη ανάπτυξη*, διπλωματική εργασία, ΠΜΣ ΤΜΧΠΑ, Βόλος: Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Ρώμα Ε. (1999), *Εναλλακτικές μορφές αστικού τουρισμού*, διπλωματική εργασία, ΠΜΣ ΤΜΧΠΑ, Βόλος.



# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

# ΕΙΚΟΝΕΣ

# ΕΙΚΟΝΕΣ ΑΣΤΙΚΩΝ ΑΞΙΟΘΕΑΤΩΝ

**Εικόνα 1: The Eiffel Tower, Paris**

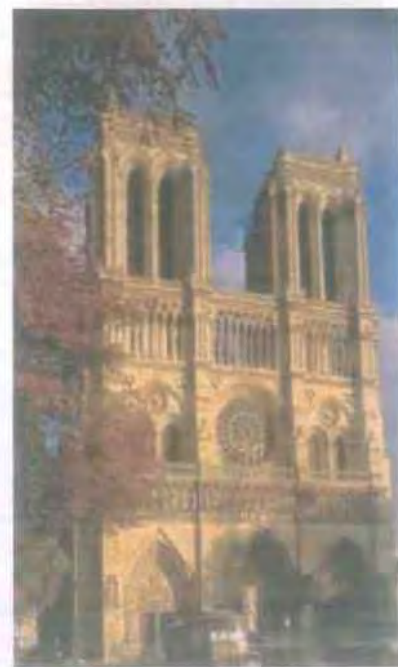


Οι φάσεις κατασκευής  
του Πύργου του Άιφελ

**Εικόνα 2: Eiffel Tower, Paris**



**Εικόνα 3: Eiffel Tower, Paris**



**Εικόνα 4: Arc de Triomphe, Paris**

**Εικόνα 5: Notre Dame, Paris**



**Εικόνα 6: Παρθενώνας, Αθήνα**



**Εικόνα 7:** *Guggenheim Museum*, Μπιλμπάο



**Εικόνα 8:** *Big Ben*, Λονδίνο



**Εικόνα 9:** *Ο Καθεδρικός Ναός*, Βερολίνο



**Εικόνα 11:** *Charlottenbourg*, Βερολίνο

**Εικόνα 10:** Το Άγαλμα της Ελευθερίας, Νέα Υόρκη



**Εικόνα 12:**  
*Reichstag, Βερολίνο*

**Εικόνα 13:**  
*Colosseum, Ρώμη*



**Εικόνα 14:** *Δημαρχείο – Αναδιαμορφωμένο Λιμάνι – Ενυδρείο, Βαλτιμόρη*

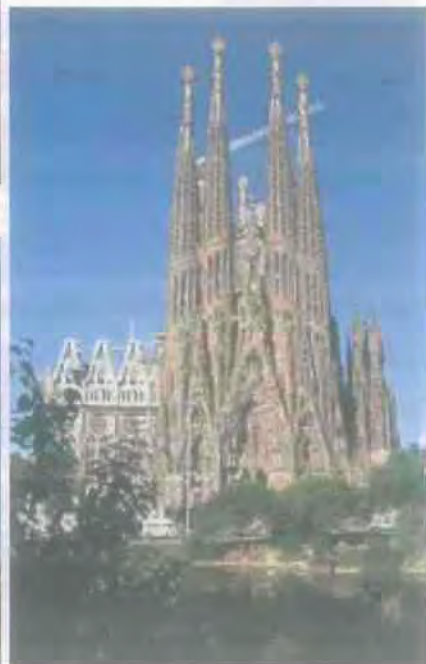


**Εικόνα 15:** *Το εμπορικό λιμάνι, Βαρκελώνη*

**Εικόνα 17:** *Sagrada Família Cathedral, Βαρκελώνη*



**Εικόνα 16:** *Walden Seven, Βαρκελώνη*



**Εικόνα 18:** Διατήρηση παραδοσιακών όψεων κτιρίων και πρωτότυπη κρήνη  
**Μπριζ - Βέλγιο**



**Εικόνα 19:** Γλυπτό σε αστικό πάρκο

**Zakopane – Πολωνία**



**Εικόνα 20:** Διατήρηση της όψης ιστορικού κτιρίου, στο βασικό πεζόδρομο της πόλης

Lodz – Πολωνία



**Εικόνα 21:** Slovacki 's Theatre

Κρακοβία – Πολωνία





**Εικόνα 22:** Καθολική εκκλησία

**Κρακοβία – Πολωνία**



**Εικόνα 23:** Η πλατεία της εκκλησίας

**Κρακοβία – Πολωνία**



**Εικόνα 24:** Ιστορικό κτίριο στην πλατεία Sukiennice. **Κρακοβία – Πολωνία**



**Εικόνα 25:** Το άγαλμα του εθνικού ποιητή Mickiewicz Adam, στην πλατεία Sukiennice **Κρακοβία – Πολωνία**



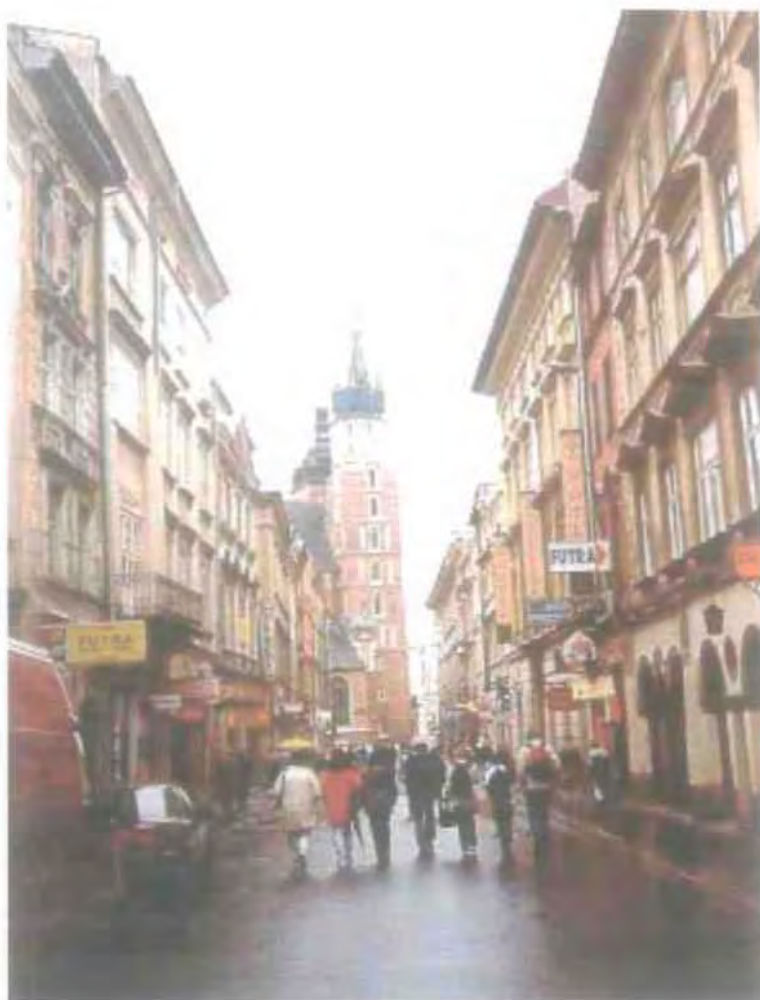
**Εικόνα 26:** Barbakaw Tower

**Κρακοβία – Πολωνία**



**Εικόνα 27:** Καθολική εκκλησία στο ιστορικό κέντρο. **Κρακοβία – Πολωνία**





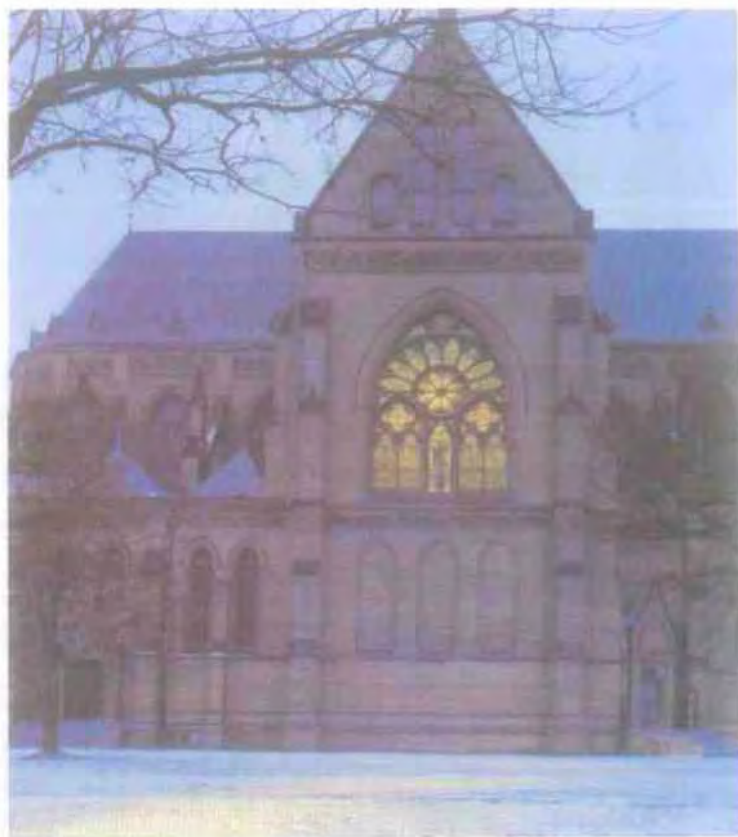
**Εικόνα 28:** Mariacki 's Church, ιστορικό κέντρο

**Κρακοβία** – Πολωνία

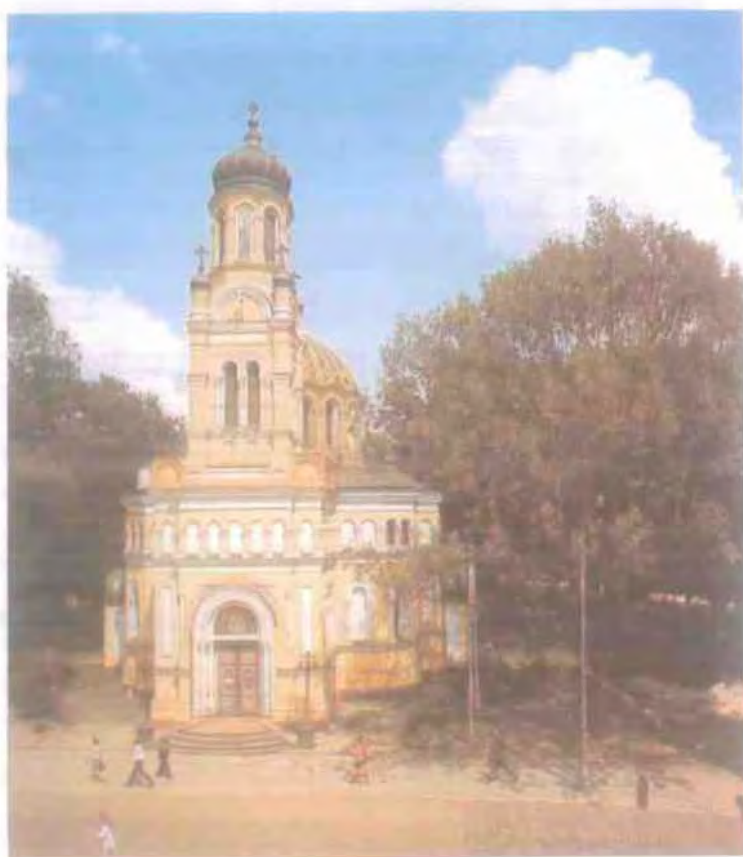
**Εικόνα 29:** Ιστορικό κέντρο

**Κρακοβία** – Πολωνία





**Εικόνα 34:** Ο Καθεδρικός  
Ναός, **Lodz** - Πολωνία



**Εικόνα 35:** Ορθόδοξος  
Ναός, **Lodz** - Πολωνία



**Εικόνα 36:** Cheibler's Chapel, **Łódź** - Πολωνία



**Εικόνα 37:** Υαλογράφημα (βιτρό), σε σπίτι που βρίσκεται στο βασικό πεζόδρομο της πόλης (139 Piotrkowska Street) **Łódź** - Πολωνία

**Εικόνα 38:** Διατήρηση όψης ιστορικού κτιρίου, στο βασικό πεζόδρομο της πόλης (Piotrkowska Street), **Lodz** - Πολωνία



**Εικόνα 39:** Ιστορικό Κτίριο στην Piotrkowska Street, **Lodz** - Πολωνία



**Εικόνα 30:** Pozanski's Palace, Lodz - Πολωνία

**Εικόνα 31:** Ιστορικό κτίριο στην Piotrkowska Street τη νύχτα, Lodz - Πολωνία







**Εικόνα 32:** Η Piotrkowska Street τη νύχτα, **Lodz** - Πολωνία



**Εικόνα 33:** Ιστορικό κτίριο στην Piotrkowska Street, **Lodz** - Πολωνία

# **ΕΙΚΟΝΕΣ ΦΗΜΙΣΜΕΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ**



**Εικόνα 40:**  
Καλλιμάραρο  
Στάδιο, Αθήνα



**Εικόνα 41:** Ολυμπιακό  
Στάδιο, Αθήνα



**Εικόνα 42:** Στάδιο  
Wembley



**Εικόνα 43:** Πρόσψη  
του Σταδίου στη  
**Βαρκελώνη**



**Εικόνα 44:** Saddle  
Dom, Calgary



**Εικόνα 45:** Το  
Ολυμπιακό Στάδιο  
του **Μονάχου**



**Εικόνα 46:** Το Ολυμπιακό Στάδιο του Βερολίνου



**Εικόνα 47:** Στάδιο Chiefs, Κάνσας - Μισούρι



**Εικόνα 48:** Στάδιο Baseball, Ατλάντα

# ΕΙΚΟΝΕΣ ΒΟΛΟΥ



Εικόνα 49: Ο Βόλος και η ευρύτερη περιοχή Πηλίου

Εικόνα 50: Διαφημιστικό Έντυπο για την πόλη του Βόλου

... αισθητική

... μικρές "μεγάλες" απολαύσεις

... ευκαιρίες για χαλάρωση

... ατελείωτο καλοκαίρι

... και η φιλική  
... ατμόσφαιρά μας  
... τις μεγάλες  
... απολαύσεις  
... σου, που αν  
... έρθεις στον κόσμο  
... και ξεχάσεις να  
... τις χαρές, είναι  
... σαν να ξέχασες  
... και πρόσ:

Τ.Τ.Ε.Β.  
Αθηνών 25,  
Συμπύκνο Κέντρο  
πόλεως Αρσενική,  
Τ. 382 00  
Κ. 01223 22111  
Τ. 01223 82 369

Δημοτική  
Τουριστική  
Επιχείρηση  
Βόλου

<http://www.volos-m.gr/tourism>  
eMail: [tourism@volos-m.gr](mailto:tourism@volos-m.gr)

Ski Center  
PELION

ΑΤΡΙΟΠΕΥΚΕ

Εικόνα 51: Διαφημιστικό έντυπο του Χιονοδρομικού Κέντρου Χανίων Πηλίου





**Εικόνα 53:** Η εκκλησία του Αγ.  
Κωνσταντίνου, στην παραλία του Βόλου



**Εικόνα 54:** Cafes στην  
παραλία του Βόλου



**Εικόνα 55:**  
Εστιατόριο στην  
παραλία του Βόλου



Εικόνα 56: Οι εγκαταστάσεις του ΕΑΚ Βόλου



Εικόνα 57: Αθλητικό Κέντρο Δήμου Ν. Ιωνίας



Εικόνα 58: Σχέδιο των εγκαταστάσεων του ΠΑΚΘ

# **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2**

## **ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ**

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

### ΦΟΡΕΙΣ:

- |   |                             |
|---|-----------------------------|
| 1. Δημαρχείο Βόλου                                | Κεντρικοί<br>Φορείς         |
| 2. Νομαρχία Μαγνησίας                             |                             |
| 3. ΤΕΕ  |                             |
| 4. ΕΟΤ  |                             |
| 5. Δημαρχείο Ν. Ιωνίας                            |                             |
| 6. Λιμεναρχείο                                    | Μεταφορική<br>Υποδομή       |
| 7. ΚΤΕΛ   |                             |
| 8. ΟΣΕ  |                             |
| 9. Τουριστική Αστυνομία                           | Κοινωνικές<br>Εξυπηρετήσεις |
| 10. Νοσοκομείο                                    |                             |
| 11. Ένωση Ξενοδόχων                               | Ιδιώτες                     |
| 12. Αρχαιολογικό Μουσείο                          | Πολιτιστική<br>Υποδομή*     |
| 13. Κέντρο Τέχνης Giorgio De Chirico              |                             |
| 14. Δημοτικό Θέατρο                               |                             |
| 15. Κτίριο Σπίρερ                                 |                             |
| 16. Δημοτικό Ωδείο                                |                             |
| 17. Κινηματογραφικές αίθουσες (Αχίλλειο, Lido)    |                             |
| 18. Αθλητικό Κέντρο – Εθνικό Στάδιο, Κολυμβητήριο |                             |
| 19. Εκθεσιακό Αθλητικό Κέντρο                     |                             |
| 20. Αθλητικό Κέντρο Νεάπολης                      |                             |
| 21. Γυμναστήριο «Άσυλο»                           |                             |
| 22. Ν.Ο.Υ.Α.                                      |                             |
| 23. Χιονοδρομικό Κέντρο Χανίων Πηλίου             |                             |

\* Αυτή είναι η καταγεγραμμένη πολιτιστική και αθλητική υποδομή της πόλης που αναφέρεται στους τουριστικούς οδηγούς

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

### ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. Ποιες είναι οι βασικές σας προτεραιότητες και ανάγκες, ενόψει του 2004?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
2. Κρίνετε ότι είστε επαρκώς προετοιμασμένοι για τους Αγώνες του 2004?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
3. Αν όχι, ποιες οι βασικές σας ελλείψεις και τα κυριότερα προβλήματα?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
4. Με τι μέτρα – ενέργειες προετοιμάζεται ο οργανισμός σας για το 2004?
5. α) Ποιες οι βασικές προτεραιότητες σας?
6. β) Υπάρχει χρηματοδότηση?
7. γ) Υπάρχει επάρκεια χρόνου?



11. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ για την ένωση ξενοδόγων (ομάδα 11)

12. Εκτιμάτε ότι οι υπάρχουσες κλίνες επαρκούν για την κάλυψη των αναγκών?

13. Με ποιόν τρόπο πιστεύετε ότι θα μπορούσε να είναι πιο αποδοτική η συνεργασία μεταξύ των υφιστάμενων ξενοδοχειακών μονάδων, του ΕΟΤ και του δήμου?

14. Ποιές είναι οι προτεραιότητες για τη βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών στα υπάρχοντα ξενοδοχεία?



15. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ για την ομάδα των Κεντρικών φορέων (1, 2, 3, 4, 5)

16. Πού θα φιλοξενηθούν οι αθλητές(-ποδοσφαιριστές)?

17. Πού θα εγκατασταθούν οι απεσταλμένοι των ΜΜΕ?

18. Πώς θα καλυφθεί η ζήτηση σε κλίνες?

19. Πού θα διεξαχθούν οι αθλητικοί αγώνες (μόνο στο νέο Ολυμπιακό γήπεδο)?  
(+ομάδα αθλητικών φορέων)

20. Ποιά τα έργα για τη βελτίωση των υπάρχόντων χώρων και πότε θα αρχίσουν?  
Πότε θα ολοκληρωθεί το Ολυμπιακό γήπεδο? (+ομάδα αθλητικών φορέων)

21. Τι κυκλοφοριακές ρυθμίσεις προβλέπεται να γίνουν για τη βελτίωση της πρόσβασης στους αθλητικούς χώρους?

22. Προβλέπεται η επέκταση του δικτύου πεζοδρόμων και η κατασκευή δικτύου ποδηλατοδρόμων, για τη διευκόλυνση της κυκλοφορίας και τον εξωραϊσμό της πόλης, πριν το 2004?
23. Τι άλλες ελλείψεις σε αστικές υποδομές (που να σχετίζονται με τη διεξαγωγή των αγώνων, π.χ. χώροι στάθμευσης) κρίνετε ότι υπάρχουν στο Δήμο σας και πρέπει να καλυφθούν άμεσα? (ειδικά για τον Δ. Νέα Ιωνίας)
24. Σε ποιο στάδιο βρίσκεται η οργάνωση των εθελοντικών ομάδων?
25. Προβλέπεται κάποια συνεργασία με τις ομάδες εθελοντών και σε ποια θέματα?
26. Σε ποια δίκτυα συμμετέχει η πόλη?
27. Τι προτείνεται για τη διοχέτευση της τουριστικής κίνησης και στη γύρω περιοχή (π.χ. Πήλιο και Σποράδες)?

28. Πώς σκέφτεστε να εκμεταλλευτείτε το γεγονός για την διεθνή προβολή της πόλης? Υπάρχει (ή θα υπάρξει) κάποια πολιτική μάρκετινγκ της πόλης?

29. Τι πολιτική θα ακολουθήσει η πόλη μετά τη λήξη των Αγώνων, για να διατηρήσει και να αυξήσει την ελκυστικότητα της?

30. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ για την ομάδα των φορέων μεταφοράς (6. 7. 8)

31. Πώς θα αντιμετωπίσετε την αυξημένη επιβατική κίνηση (προβλέπεται αύξηση των δρομολογίων, εκσυγχρονισμός των μεταφορικών μέσων, βελτίωση των εγκαταστάσεων)?

32. Πιστεύετε ότι οι λεωφορειόδρομοι έχουν αποδώσει και ότι θα συντελέσουν στην ομαλότερη ροή της κυκλοφορίας?

33. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ για την ομάδα των αστυνομικών αρχών (9)

34. Ποια ειδικά μέτρα θα παρθούν για την αστυνόμευση των αθλητικών χώρων και της πόλης?

35. Προβλέπεται η συνεργασία με άλλες αστυνομικές αρχές?

36. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ για την ομάδα των πολιτιστικών φορέων (12, 13, 14, 15, 16, 17)

37. Σε ποια πολιτιστικά δίκτυα συμμετέχει η πόλη? Σε τι ωφελείται? Πώς μπορεί να εκμεταλλευτεί περισσότερο τη συμμετοχή της? (ειδικά για το Δημοτικό Θέατρο-Μουσικό Θέατρο και το Δημοτικό Ωδείο)

38. Ποιες πολιτιστικές εκδηλώσεις διοργανώνονται σε μόνιμη βάση από τον οργανισμό σας?

39. Τι εμβέλεια είναι? Τι απήχηση έχουν στο τοπικό και μη τοπικό κοινό (εισιτήρια και ενδιαφέρον από την τοπική κοινωνία και τους τουρίστες)?

40. Τι προτείνετε για την αναβάθμισή τους (βελτίωση ποιότητας, αύξηση χρονικής διάρκειας, μεγαλύτερη διαφήμιση)

41. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ για την ομάδα των αθλητικών φορέων (18. 19. 20. 21. 22. 23)

42. Τι αθλητικές εκδηλώσεις φιλοξενούνται στο χώρο αυτό (εμβέλεια-εκτός της γειτονιάς)? (ειδικά για το ποδόσφαιρο)

43. Ποιο το κοινό των εκδηλώσεων? Υπάρχει ενδιαφέρον από την τοπική κοινωνία και από μη κατοίκους της πόλης? (ειδικά για το ποδόσφαιρο)

44. Η υπάρχουσα υποδομή επαρκεί σήμερα? Τι βελτιώσεις χρειάζονται? Τι ελλείψεις υπάρχουν για το 2004? (ειδικά για το ποδόσφαιρο)



45. Υπάρχει ενδιαφέρον και συμμετοχή από την τοπική κοινωνία σε αθλητικές δραστηριότητες? Πώς μπορεί να αναπτυχθεί?

46. Διάρκεια λειτουργίας και εκδηλώσεις που φιλοξενούνται στο χιονοδρομικό κέντρο. Σύνδεση με τη πόλη. Ελλείψεις. Ενέργειες προβολής του το 2004.

47. Θα συνεχιστεί η προσπάθεια να λειτουργεί το χιονοδρομικό κέντρο και ορισμένες καθημερινές και κάποιες ώρες το βράδυ?

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3

# ΧΑΡΤΕΣ

Χάρτης 3.1: Χωρική κατανομή ουζερί και cafes  
στην κεντρική περιοχή του Βόλου



Υπόμνημα:

Ουζερί

Cafes

Χωρικός

Μέσος ουζερί

Χωρικός

Μέσος Cafes

Πηγή: ίδια επεξεργασία στοιχείων Λάμπρου Γ. κ.ά., 2000

Χάρτης 3.2: Χωρική κατανομή ξενοδοχείων  
στην κεντρική περιοχή του Βόλου



Υπόμνημα:

Ξενοδοχεία Β  
κατηγορίας  
Ξενοδοχεία Γ  
κατηγορίας

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Χάρτης 5.2: Προτάσεις για την ανάπτυξη νέας τουριστικής υποδομής στο Βόλο



Πηγή: ίδια επεξεργασία

**ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΕΝΝΟΙΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΩΝ****Αθήνα**, 72-75

Αειφορική προσέγγιση, 3, 43, 138

Ανάλυση ΑΔΕΑ, 107-108

**Βαλτιμόρη**, 55-57

Βαρκελώνη, 3, 69-71

Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, 43

Βόλος, 3, 78-83

**Διαχείριση επισκεπτών αξιοθέατου**, 43**Ειδικά Γεγονότα**, 4,

Ενυδρεία, 54

**Ινδιανάπολη**, 69**Καρδίτσα**, 113

Κεντρική Επαγγελματική Περιοχή, 4, 67-68

Κίνητρα τουριστικής επίσκεψης, 24-25

**Λάρισα**, 113**Μουσεία**, 52-53, 60

Μεταφορντική κατανάλωση, 27

Μεταμοντέρνα πόλη, 28

**Ξενοδοχειακές μονάδες**, 53**Πολιτιστικές βιομηχανίες**, 28

Πολυλειτουργικότητα πόλης, 25-26

Place Marketing, 43-45

**Ρόλος του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα**, 30**Συνεδριακός τουρισμός**, 50-51, 61, 141

Συστημική προσέγγιση, 17, 28, 139

**Τοπική ταυτότητα**, 36, 66

Τουριστική αστικοποίηση, 27

Τουριστική βιομηχανία, 27

Τουριστική εμπειρία, 16, 31-33

Τουριστική Επαγγελματική Περιοχή, 47

Τουριστικές επιχειρήσεις, 27

Τουριστικοί πόροι, 29, 48-54

Πρωτεύοντα στοιχεία, 29

Εξαρτώμενα στοιχεία, 29

Τουριστικές συνοικίες, 46

Τρίκαλα, 113

Τυπολογία τουριστών, 37

**Φέρουσα ικανότητα**, 3, 47, 115

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αραβαντινός Α. (2000), διάλεξη “Οι πόλεις στον 21<sup>ο</sup> αιώνα”, ΤΜΧΠΙΑ, Βόλος.
- Αραβώσης Κ. (1999), *Σημειώσεις-Βοήθημα Μαθήματος Επιχειρηματικού Σχεδιασμού*, ΤΜΧΠΙΑ, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις.
- Ashworth G. J. (1992b), “Planning for sustainable tourism: slogan or reality?”, *Town Planning Review* 63(3): 325-30.
- Βλαστός Θ. & Μπιρμπίλη Γ. (2001), *Φτιάχνοντας πόλεις για ποδήλατο. Στοιχεία αισθητικής και κατασκευής. Τα πρώτα παραδείγματα σε Ελλάδα και Κύπρο*, Αθήνα: Mbike.
- Bassand M. (1990), *Culture et Regions d' Europe*, Lausanne: Presses Polytechniques et Universitaires Romandes [μετάφραση από τη φοιτήτρια του ΤΜΧΠΙΑ Ευφροσύνη Κουτσιανά – εργασία στα πλαίσια του μαθήματος «Πολιτιστική Διάσταση Περιφερειακής Ανάπτυξης»].
- Bianchini F. και Parkinson M. (επ.) (1993/1994), *Πολιτιστική Πολιτική και Αναζωογόνηση των Πόλεων: Η Εμπειρία της Δυτικής Ευρώπης*, Αθήνα: ΕΕΤΑΑ.
- Blank U. and Petkovich M. (1980), Spatial configuration of mental process, in M. Belanger and D. G. Janelle (eds) *Building Regions for the Future*, Notes et Documents du Recherche No. 6 Quebec: Department de Geographie, Universite Laval, Quebec: 57-75.
- Bull A. (1991), *The Economics of travel and Tourism*, London: Pitman.
- Burtenshaw D., Bateman M. and Ashworth G. J. (1991), *The European City*, London: David Fulton Publishers.
- Burton R. (1991/1995), *Travel Geography*, London: Pitman.
- Cooper C. P., Fletcher J., Gilbert D. G., Wanhill S. (1993), *Tourism: Principles and Practice*, London: Pitman.
- ΔΕΜΕΚΑΒ (1997), *Πρόγραμμα Πολεοδομικών Παρεμβάσεων και Αισθητικής Αναβάθμισης*, Γραφείο Αστικού και Πολεοδομικού Σχεδιασμού, Βόλος: ΔΕΜΕΚΑΒ.
- Δέφνερ Α. (1998), *Πολιτιστική Διάσταση της Περιφερειακής Ανάπτυξης*, ΤΜΧΠΙΑ, πανεπιστημιακές σημειώσεις, ΠΘ, Βόλος.
- Δέφνερ Α. (1999β), Πολιτιστικός τουρισμός και δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου: η επίδραση στις λειτουργίες των πόλεων, στους Δ. Οικονόμου και Γ. Πετράκο (επ.) *Η Ανάπτυξη των Ελληνικών πόλεων: Διεπιστημονικές Προσεγγίσεις*

Ανάλυσης και Πολιτικής, Πανεπιστημιακές εκδόσεις Θεσσαλίας – Gutenberg, σελ: 117-155.

Δέφνερ Α. (2000), «TRANSPORTATION FOR THE ECPR CONFERENCE», Βόλος: ΤΜΧΠΑ.

Δ/ση Προγ/σμου και Ανάπτυξης ΝΑ Μαγνησίας (2001), *Δημόσιες Επενδύσεις: Σχεδιασμός Προγραμματικής περιόδου 2000-2006*, Φεβρουάριος 2001, Βόλος, σσ 52 –53.

Ζαχαράτος Γ. (1988), Τα προβλήματα και οι προοπτικές του τουρισμού στην Ελλάδα, στο Κατσούλης Η., Γιαννίτσης Τ. και Καζάκος Π. (επ.), *Η Ελλάδα προς το 2000*, Αθήνα: Παπαζήσης.

Ζάχος Ε. (1994) στους Μπέσσας Χ., Σγουρής Β., Κόλλιας Π. και Καραγεωργίου Α. (επ), *ΒΟΛΟΣ: μια μοναδική πόλη*, Βόλος: ΔΕΜΕΚΑΒ.

Fainstein S. και Judd D. (ed) (2000), *The Tourist City*, New Haven & London: Yale University Press.

Getz D. (1991a), *Festivals, Special Events and Tourism*, New York: Van Nostrand Reinhold.

Getz D. (1993a), *Planning for Tourism Business Districts*, *Annals of Tourism Research* 20, pp. 583-600.

Graefe A.R. and Vaske J.J. (1987), A Framework for Managing Quality in the Tourist Experience, *Annals of Tourism Research*, 14:389-404.

*Greek Travel Pages* (12.2000), τ. 301.

Gunn C. A. (1988), *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*, Bristol: Taylor & Francis.

Heeley J. (1981), "Planning for tourism in Britain", *Town Planning Review* 52: 61-79.

Ιωάννου Α. (επ.) (1999), *HOTEL'S GUIDE: VOLOS, PELION, ALMIROS, ANCHIALOS*, τεύχος 3, Οκτώβριος 1999, Βόλος: Ένωση Ξενοδόχων Μαγνησίας.

Jansen – Verbeke M. (1986), Inner - City Tourism: Resources, Tourists and Promoters, *Annals of Tourism Research* 13(1): 79-100.

Κοντογιάννη Μ, Μαρμαράς Γ, Πιτούλη Κ. (2000), *Μελέτη: Διερεύνηση Δυνατοτήτων αξιοποίησης και Ανάπλασης του Λόφου της Γορίτσας*, Δήμος Ιωλκού - ΕΕ, στα πλαίσια του προγράμματος RECITE II – Έργο ECOSERT.

Κούκης Γ. (1997), Βόλος: αποκατάσταση της συνέχειας του αστικού ιστού και ανάκτηση της κεντρικότητας, στον Francesco Infussi (επ.) *ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ*



ΗΡΑΚΛΗΣ: Δέκα σχέδια για την ελληνική πόλη, Αθήνα: Πέργαμος, Εκτυπωτική Εκδοτική ΑΒΕΕ.

Κυριαζής Α. (2001), *Βόλος 2004: Αστικός και αθλητικός τουρισμός*, ΤΜΧΠΑ, (πανεπιστημιακή εργασία), Βόλος 2001.

Λάμπρου Θάνος (2000), «Futurism Now», *Nitro*, τ. 62, 358-363.

Law C. M. (1992), Urban Tourism and its Contribution to Economic Regeneration, *Urban Studies* 29, pp. 599 – 618 [μετάφραση από τη φοιτήτρια του ΤΜΧΠΑ Ευφροσύνη Κουτσιανά – εργασία στα πλαίσια του μαθήματος «Τουριστική Ανάπτυξη»].

Law C. M. (1993), *Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities*, London: Mansell Publishing Limited.

Μαραγκόπουλος Δ. (2000), *5<sup>ο</sup> Διεθνές Φεστιβάλ Μουσικού Θεάτρου*, πρόγραμμα παραστάσεων, Βόλος: Κέντρο Μουσικού Θεάτρου.

Μεταξάς Θ. (2001), Μάρκετινγκ του τόπου / της πόλης και αστικός σχεδιασμός, εργασία στα πλαίσια του μαθήματος επιλογής *Πολεοδομικός Προγραμματισμός*, διδάσκων Δέφνερ Α., ΠΜΣ ΤΜΧΠΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Μπακλατσή Γ (2001), Πρόταση για τρία Ολυμπιακά έργα που θα αλλάξουν την εικόνα του Βόλου, *Θεσσαλία*, 29-7-2001.

Μπακογιάννη Ε. (2000), *Ο πολιτιστικός Τουρισμός στο Πήλιο: Προτάσεις για μια βιώσιμη ανάπτυξη*, διπλωματική εργασία, ΠΜΣ ΤΜΧΠΑ, Βόλος: Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Mathieson A., Wall G. (1982), *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, London: Longman.

Mill R. C. and Morrison A. M. (1985), *The Tourism System: An Introductory Text*, New Jersey: Prentice Hall.

Mullins P. (1991), Τουριστική Αστικοποίηση, *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 15, σσ. 326-42 [μετάφραση από τη φοιτήτρια του ΤΜΧΠΑ Μαρία Βαλασάκη – εργασία στα πλαίσια του μαθήματος “Σχεδιασμός για τον Ελεύθερο Χρόνο”].

Myerscough J. with Bruce A., Carley M., Feist A., Manton K., Towse R., Vaughan R. (1988a), *The Economic Importance of the arts in Britain*, London: Police Studies Institute.

Οδηγός Σπουδών ΤΜΧΠΑ 1997-1998, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας.

Παπανίκος Θ. Γρηγόρης (1999), «Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 και οι Επιπτώσεις στον Ελληνικό Τουρισμό», Αθήνα: ΙΤΕΠ.

Πετράκος Γ. και Τσουκαλάς Δ. (1999), Μητροπολιτική συγκέντρωση στην Ελλάδα: μια εμπειρική διερεύνηση, στο Οικονόμου Δ. και Πετράκος Γ. (επ), *Η Ανάπτυξη των Ελληνικών Πόλεων: Διεπιστημονικές προσεγγίσεις Αστικής Ανάλυσης και Πολιτικής*, Βόλος / Αθήνα: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας / Gutenberg), 247-266.

Page S. (1995), *Urban Tourism*, London & N. York: Routledge.

Pearce D. G. (1989), *Tourist Development*, London: Longman, second edition.

Ρώμα Ε. (1999), *Εναλλακτικές μορφές αστικού τουρισμού*, διπλωματική εργασία, ΠΜΣ ΤΜΧΠΑ, Βόλος.

Ritchie J.R. Brent & Goeldner C.R. (eds) (1987/1993), "*Travel, Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers*", New York: Wiley.

Σαμαράς Ν. (2001), Αστικός Τουρισμός στη Λάρισα, εργασία στα πλαίσια του μαθήματος επιλογής *Τουριστικός Σχεδιασμός*, διδάσκοντες Δέφνερ Α. – Λουκίσσας Φ., ΠΜΣ ΤΜΧΠΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Sandhusen R. (1993), *Marketing*, Αθήνα: Κλειδάριθμος.

Sawicki D. (1989), The Festival Marketplace as Public Policy, *Journal of the American Planning Association* Summer: 347-61.

Shaw G. and Williams A. (1994), *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*, Oxford: Blackwell.

Smith V.L. (1993), Demonstration Effect, in Khan M., Olsen M. and Var T. (eds) *VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, New York: Van Nostrand Reinhold, pp. 629-35.

Τσάρτας Π. (1988), Κοινωνικές Επιπτώσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης σε δύο ομάδες πληθυσμού: νέοι, γυναίκες. Στοιχεία από μια έρευνα στα νησιά Ίος και Σέριφος», *Σύγχρονα Θέματα*, τ.34, Μάιος, σσ 27-31.

Τσάρτας Π., Θεοδωρόπουλος Κ., Καλοκάρδου Ρ., Κρατοτέλλη Ρ., Μανωλόγλου Ε., Μαρούντας Κ., Παππάς Π. και Φακιάλας Ν. (1995), *Οι Κοινωνικές Επιπτώσεις του Τουρισμού στους Νομούς Κέρκυρας και Λασιθίου*, Αθήνα: ΕΚΚΕ/ΕΟΤ.

Υπουργείο Πολιτισμού (2001), Πρόγραμμα «Ελλάδα 2004» Έργα και παρεμβάσεις στις Ολυμπιακές πόλεις ποδοσφαίρου: ΒΟΛΟΣ, τεύχος παρουσίασης, Αθήνα.

Φουρλής Α. (2000), Με αεροπλάνα και βαπόρια, *Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία*, 10 Δεκεμβρίου, σσ 14.

#### ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΣΤΟ INTERNET

- <http://www.bee.gr/org/thessaly/1.htm>.
- <http://www.bee.gr/org/thessaly/2.htm>.
- <http://www.bee.gr/org/thessaly/3.htm>.
- <http://www.travelling.gr/sete/the/index.htm>.
- <http://www.vacation.net.gr/p/thesali2.html>.
- <http://www.vacation.net.gr/p/voles.html>.

#### ΠΗΓΕΣ ΕΙΚΟΝΩΝ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΟΣ 1

- Yahoo! Picture Gallery.
- <http://www.athens.olympic.org>.
- <http://www.argo.net.gr>.
- <http://www.travel-pelion.gr>.