

ΠΜΣ Δημόσια Διοίκηση & Τοπική Αυτοδιοίκηση
ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Στρατηγική-Πολιτική Βιώσιμου Τουρισμού και Διαχείριση
Υπερτουρισμού.
Sustainable Tourism Strategy-Policy and Hypertourism
Management.

ΣΥΝΤΑΚΤΗΣ

Αλέξανδρος Πατεράκης
Διοίκηση Επιχειρήσεων και Οργανισμών

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ

Ευγενία Π. Μπισάνη
Καθηγήτρια Πολιτισμικών Σπουδών & Διαπολιτισμικών
Σχέσεων



Περιεχόμενα

Λίστα Πινάκων	4
Λίστα Διαγραμμάτων.....	5
Λίστα Εικόνων.....	6
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	7
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	8
1ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	10
1.1 Βιώσιμος Τουρισμός	10
1.1.1 Ορισμός και Αρχές	11
1.1.2 Οικονομικές Πτυχές	15
1.1.3 Περιβαλλοντικές Πτυχές	18
1.1.4 Κοινωνικοπολιτιστικές Επιπτώσεις.....	20
1.2 Υπερτουρισμός.....	22
1.2.1 Ορισμός και Εκδηλώσεις	22
1.2.2 Αιτίες Και Παράγοντες Που Συμβάλλουν.....	24
1.2.3. Μελέτες Περιπτώσεων Υπερτουρισμού	26
1.3 Στρατηγική Διοίκηση στον Τουρισμό.....	28
1.3.1 Πλαίσια και Μοντέλα.....	28
1.3.2. Βέλτιστες Πρακτικές.....	30
1.4 Κενά στην υπάρχουσα Βιβλιογραφία.....	31
2 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	33
2.1 Σχεδιασμός Έρευνας	33
2.1.1 Ποσοτική Προσέγγιση.....	33
2.1.2 Μεθοδολογία.....	33
2.2 Συλλογή Δεδομένων	33
2.2.1 Ανάπτυξη Ερωτηματολογίου	33
2.2.2 Πληθυσμός και Δειγματοληψία.....	34
2.3 Ανάλυση Δεδομένων	34
2.3.1 Στατιστικές Τεχνικές.....	34
2.3.2 Εργαλεία και Λογισμικό	35
2.4 Δεοντολογικά Ζητήματα	35
3ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΡΕΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ	36
3.1. Επισκόπηση του προορισμού	36

3.2 Τουριστικές τάσεις και πρότυπα	39
3.3. Εντοπισμός περιστατικών υπερτουρισμού	57
3.4. Επιπτώσεις στο Περιβάλλον, στην Κοινότητα και στην Οικονομία.....	59
4ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΑΤΖΕΝΤΑ 2030	61
4.1. Ανάπτυξη Στρατηγικών για τον Αειφορό Τουρισμό	61
4.1.1. Περιβαλλοντική Αειφορία	62
4.1.2. Κοινωνικοπολιτισμική Βιωσιμότητα.....	63
4.1.3. Οικονομική βιωσιμότητα.....	64
4.2. Συστάσεις πολιτικής για την αντιμετώπιση του υπερτουρισμού	65
4.2.1. Κανονιστικά Μέτρα.....	65
4.2.2. Στρατηγικές κοινοτικής δέσμευσης	66
4.2.3. Ανάπτυξη υποδομών	67
4.3. Ενοποίηση Στρατηγικών και Πολιτικών.....	67
5ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΜΕΤΑ COVID ΕΠΟΧΗ	69
5.1. Ο αντίκτυπος της πανδημίας COVID-19 στον τουρισμό.....	69
5.2. Αναδυόμενες τάσεις στον τουρισμό μετά την COVID-19.....	70
5.2.1. Μέτρα Υγείας και Ασφάλειας	74
5.2.2. Ψηφιακός μετασχηματισμός	75
5.2.3 Ο αειφόρος τουρισμός ως προτεραιότητα	76
5.3. Προσαρμογή και ανθεκτικότητα στην τουριστική βιομηχανία.....	77
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	78
ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ	81
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	83
Παράρτημα	90

Λίστα Πινάκων

Πίνακας 1	36
Πίνακας 2	37
Πίνακας 3	37
Πίνακας 4	37
Πίνακας 5	38
Πίνακας 6	38
Πίνακας 7	39
Πίνακας 8	39
Πίνακας 9	41
Πίνακας 10	42
Πίνακας 11	42
Πίνακας 12	43
Πίνακας 13	44
Πίνακας 14	45
Πίνακας 15	45
Πίνακας 16	46
Πίνακας 17	47
Πίνακας 18	48
Πίνακας 19	49
Πίνακας 20	49
Πίνακας 21	50
Πίνακας 22	50
Πίνακας 23	51
Πίνακας 24	51
Πίνακας 25	52
Πίνακας 26	52
Πίνακας 27	53
Πίνακας 28	54
Πίνακας 29	54
Πίνακας 30	56
Πίνακας 31	57
Πίνακας 32	57
Πίνακας 33	59
Πίνακας 34	60

Λίστα Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1	40
Διάγραμμα 2	42
Διάγραμμα 3	43
Διάγραμμα 4	44
Διάγραμμα 5	45
Διάγραμμα 6	46
Διάγραμμα 7	48
Διάγραμμα 8	49
Διάγραμμα 9	50
Διάγραμμα 10	51
Διάγραμμα 11	52
Διάγραμμα 12	53
Διάγραμμα 13	55
Διάγραμμα 14	56

Λίστα Εικόνων

Εικόνα 1.....	72
---------------	----

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα έρευνα εμβαθύνει στο πολύπλευρο πεδίο του βιώσιμου τουρισμού, διερευνώντας τον ρόλο του στην εξισορρόπηση της ευαίσθητης ισορροπίας μεταξύ της διατήρησης του περιβάλλοντος, της κοινωνικοπολιτιστικής ακεραιότητας και της οικονομικής ευημερίας. Σε μια εποχή όπου τα παγκόσμια ταξίδια έχουν γίνει όλο και πιο διαδεδομένα, η ανάγκη για μια ολοκληρωμένη και βιώσιμη προσέγγιση του τουρισμού δεν ήταν ποτέ πιο επιτακτική. Η μελέτη περιηγείται στις βασικές αρχές και πρακτικές που ορίζουν τον βιώσιμο τουρισμό, δίνοντας έμφαση στις δυνατότητές του να μετριάσει τις δυσμενείς επιπτώσεις στα φυσικά οικοσυστήματα, να προωθήσει τον πολιτιστικό σεβασμό και την ευαισθησία και να συμβάλει στην οικονομική ευημερία των κοινοτήτων υποδοχής. Μέσα από έναν διεπιστημονικό φακό, η έρευνα αυτή εξετάζει τις στρατηγικές διατήρησης του περιβάλλοντος που εφαρμόζονται στον αειφόρο τουρισμό, εστιάζοντας στη διαχείριση των πόρων, τη μείωση της ρύπανσης και τη διατήρηση της βιοποικιλότητας. Ταυτόχρονα, διερευνά τη σημασία του πολιτιστικού σεβασμού και της ευαισθησίας, εξετάζοντας τους τρόπους με τους οποίους ο υπεύθυνος τουρισμός εμπλέκεται και διαφυλάσσει την πολιτιστική κληρονομιά των κοινοτήτων προορισμού. Επιπλέον, η μελέτη διερευνά την οικονομική βιωσιμότητα του τουρισμού, διερευνώντας τον τρόπο με τον οποίο ο κλάδος μπορεί να δημιουργήσει δίκαια οικονομικά οφέλη για τους τοπικούς πληθυσμούς, να δημιουργήσει ευκαιρίες απασχόλησης και να συμβάλει στη μακροπρόθεσμη οικονομική ανάπτυξη. Η έννοια της συμμετοχής και της ενδυνάμωσης της κοινότητας αναδεικνύεται ως κεντρικό θέμα, τονίζοντας τη σημασία της λήψης αποφάσεων χωρίς αποκλεισμούς. Η παρούσα έρευνα υποστηρίζει μια ολιστική και ολοκληρωμένη προσέγγιση του βιώσιμου τουρισμού, αναγνωρίζοντας τη διασύνδεση των περιβαλλοντικών, κοινωνικών και οικονομικών παραγόντων. Με την ολοκληρωμένη αντιμετώπιση αυτών των διαστάσεων, η διατριβή στοχεύει να παράσχει ιδέες και συστάσεις που συμβάλλουν στην προώθηση των πρακτικών βιώσιμου τουρισμού, προωθώντας τελικά έναν θετικό και διαρκή αντίκτυπο στις παγκόσμιες ταξιδιωτικές προσπάθειες.

Λέξεις Κλειδιά: βιώσιμος τουρισμός, βιωσιμότητα, COVID-19, υπερτουρισμός

SUMMARY

This research delves into the multifaceted field of sustainable tourism, exploring its role in balancing the delicate balance between environmental conservation, socio-cultural integrity and economic well-being. In an era where global travel has become increasingly common, the need for an integrated and sustainable approach to tourism has never been more pressing. The study explores the key principles and practices that define sustainable tourism, emphasizing its potential to mitigate adverse impacts on natural ecosystems, promote cultural respect and sensitivity, and contribute to the economic well-being of host communities. Through an interdisciplinary lens, this research examines environmental conservation strategies applied to sustainable tourism, focusing on resource management, pollution reduction and biodiversity conservation. At the same time, it explores the importance of cultural respect and sensitivity, examining the ways in which responsible tourism engages with and preserves the cultural heritage of destination communities. In addition, the study explores the economic sustainability of tourism, exploring how the sector can generate equitable economic benefits for local populations, create employment opportunities and contribute to long-term economic growth. The concept of community participation and empowerment emerges as a central theme, emphasizing the importance of inclusive decision-making. This research supports a holistic and integrated approach to sustainable tourism, recognizing the interconnectedness of environmental, social and economic factors. By comprehensively addressing these dimensions, the thesis aims to provide insights and recommendations that help promote sustainable tourism practices, ultimately promoting a positive and lasting impact on global travel efforts.

Keywords: sustainable tourism, sustainability, COVID-19, hypertourism

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο τουρισμός αποτελεί τεράστιο μέρος της παγκόσμιας κουλτούρας μας, επιτρέποντάς να εξερευνήσουμε διαφορετικά μέρη του κόσμου, να γνωρίσουμε ανθρώπους από διαφορετικά κοινωνικά στρώματα και να βιώσουμε νέες παραδόσεις και δραστηριότητες. Δεδομένου ότι αποφέρει πολλά οφέλη τόσο στους ταξιδιώτες όσο και στις κοινότητες, μπορεί γενικά να θεωρηθεί ως μια δύναμη για το καλό. Ωστόσο, ο κλάδος αλλάζει. Καθώς περνούν τα χρόνια, συνειδητοποιούμε όλο και περισσότερο την απειλή της κλιματικής αλλαγής και τον ρόλο μας στην κλιμάκωσή της. Σε όλους τους κλάδους, η παγκόσμια κοινότητά μας σκέφτεται τρόπους με τους οποίους μπορούμε να μειώσουμε τον αντίκτυπο μας στη γη. Μια μελέτη που δημοσιεύθηκε το 2018 από το Nature Climate Change υπέδειξε ότι ο τουρισμός ευθύνεται για το 8% των παγκόσμιων εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, το οποίο είναι ένα πολύ μεγάλο ποσοστό αν λάβουμε υπόψη όλες τις πιθανές πηγές εκπομπών.

Για τον λόγο αυτό, είναι σαφές ότι πρέπει να κινηθούμε προς ένα πιο βιώσιμο μοντέλο τουρισμού. Από τη φύση του, ο τουρισμός εκτιμά τα πιο πολύτιμα πράγματα στον κόσμο μας: εκπληκτικά τοπία, άγρια φύση, ιστορία, πολιτισμός και άνθρωποι. Ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει καταλύτη για την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας, παρέχοντας θέσεις εργασίας καλής ποιότητας, ευκαιρίες για επιχειρήσεις και κεφάλαια για τη διατήρηση. Αν όμως δεν γίνεται σωστή διαχείριση, ο τουρισμός μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις στις τοπικές κοινότητες και

το περιβάλλον, δημιουργώντας μακροπρόθεσμα προβλήματα για τους κατοίκους της περιοχής, τα οποία μπορεί τελικά να οδηγήσουν στην παρακμή του τουρισμού στον προορισμό. Σε αυτήν την εργασία, θα δώσουμε ορισμούς για τον βιώσιμο τουρισμό, θα συζητήσουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της τουριστικής βιομηχανίας, θα διερευνήσουμε πώς ο βιώσιμος τουρισμός θα μπορούσε να προσφέρει μια λύση στις σημερινές μας προκλήσεις. Παρά την πληθώρα ερευνών στον τομέα αυτό, η βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού είναι μια δυναμική διαδικασία που βιώνει συνεχώς νέες προκλήσεις καθώς αλλάζουν οι εφαρμοσμένες τεχνολογίες και οι καταναλωτικές πτυχές του τουρισμού.

1ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Βιώσιμος Τουρισμός

Ο βιώσιμος τουρισμός επιδιώκει να καλλιεργήσει μια μορφή ταξιδιού που ενθαρρύνει την αύξηση των θετικών αποτελεσμάτων για τον τουριστικό τομέα, προσπαθώντας ταυτόχρονα να μειώσει τις αρνητικές συνέπειες σε οικολογικό επίπεδο, κοινωνικό πλαίσιο και στην οικονομία των κοινοτήτων που φιλοξενούν τουρίστες. Περιλαμβάνει μια ολιστική και υπεύθυνη διαχείριση όλων των πτυχών του τουρισμού, με στόχο τη διασφάλιση της μακροπρόθεσμης ευημερίας των κοινοτήτων υποδοχής, τη διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων και την παροχή εμπλουτιστικών εμπειριών για τους επισκέπτες. Ο βιώσιμος τουρισμός επιδιώκει την προστασία και διατήρηση των φυσικών οικοσυστημάτων, της βιοποικιλότητας και των τοπίων. Καταβάλλονται προσπάθειες για τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος μέσω της υπεύθυνης διαχείρισης των πόρων, της μείωσης των αποβλήτων και της ενεργειακής απόδοσης. Η διατήρηση των τοπικών πολιτισμών, παραδόσεων και κληρονομιάς αποτελεί σημαντική πτυχή του βιώσιμου τουρισμού. Οι ταξιδιώτες ενθαρρύνονται να εμπλέκονται με σεβασμό με τις κοινότητες υποδοχής, να μαθαίνουν τα έθιμά τους και να συμβάλλουν στην πολιτιστική ανταλλαγή με θετικό τρόπο. Στοχεύει να ωφελήσει τις τοπικές κοινότητες δημιουργώντας οικονομικές ευκαιρίες, δημιουργώντας δίκαιη κατανομή του εισοδήματος και εμπλέκοντας τους κατοίκους στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων. Οι πρωτοβουλίες τουρισμού με βάση την κοινότητα ενδυναμώνουν τους τοπικούς πληθυσμούς και βελτιώνουν την ποιότητα ζωής τους

Τα οικονομικά οφέλη του τουρισμού θα πρέπει να κατανέμονται δίκαια μεταξύ των τοπικών φορέων. Ο βιώσιμος τουρισμός επιδιώκει να δημιουργεί θέσεις εργασίας, να στηρίζει τις τοπικές επιχειρήσεις και να συμβάλλει στη συνολική οικονομική ανάπτυξη των περιοχών υποδοχής. Τόσο οι ταξιδιώτες όσο και οι τοπικές κοινότητες διαδραματίζουν ρόλο στον βιώσιμο τουρισμό. Εφαρμόζονται εκπαιδευτικά προγράμματα και εκστρατείες ευαισθητοποίησης για την ενημέρωση των τουριστών σχετικά με την υπεύθυνη ταξιδιωτική συμπεριφορά, τη διατήρηση του περιβάλλοντος και την πολιτιστική ευαισθησία. Καταβάλλονται προσπάθειες για την προστασία των φυσικών πόρων, όπως το νερό, ο αέρας και το έδαφος. Οι πρωτοβουλίες αυτές συχνά προωθούν φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές και τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Οι τοπικές κοινότητες συμμετέχουν ενεργά στις διαδικασίες σχεδιασμού και λήψης αποφάσεων που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη. Με την τήρηση αυτών των αρχών, ο

βιώσιμος τουρισμός στοχεύει στη δημιουργία θετικού αντίκτυπου στο περιβάλλον, την κοινωνία και τις οικονομίες, προωθώντας μια βιομηχανία με σεβασμό και επωφελή για όλους τους εμπλεκόμενους φορείς.

1.1.1 Ορισμός και Αρχές

Ο όρος βιώσιμος τουρισμός πρωτοεμφανίστηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1980 και σταθερά καθιερώθηκε τόσο στις τουριστικές πολιτικές και στρατηγικές όσο και στην τουριστική έρευνα (Hall, 2011). Μετά από 25 χρόνια προσοχής είναι επίκαιρο να εξετάσουμε την κατάσταση της έρευνας και της πρακτικής στον τομέα του βιώσιμου τουρισμού. Αυτή η εργασία επιδιώκει να θέσει το πλαίσιο για αυτή την κριτική εξέταση και τους προβληματισμούς σχετικά με τον βιώσιμο τουρισμό. Ο τουρισμός έχει μακρά παράδοση στις πρωτοβουλίες που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα, καθώς είναι από τους πρώτους τομείς που καθιέρωσε ορισμούς και αρχές για τον "βιώσιμο τουρισμό", στρατηγικές και σχέδια δράσης (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών, 1997). Παρά τη σχετική νεότητα του τουρισμού, ο τομέας μετακινήθηκε γρήγορα από την αρχική του εστίαση σε οικονομικά οφέλη σε μια θέση αναγνώρισης των ευρύτερων επιπτώσεων της βιωσιμότητάς του. Σήμερα υπάρχουν όλο και περισσότερες ενδείξεις ότι, ενώ η μετάβαση της αγοράς βρίσκεται σαφώς σε εξέλιξη, αυτός ο μετασχηματισμός δεν έχει συμβαδίσει με τον αυξανόμενο όγκο της ακαδημαϊκής έρευνας για τον αειφόρο τουρισμό (Ruhanen et al., 2015). Σε αυτό το πλαίσιο, επομένως, είναι εύλογο να αναρωτηθούμε αν η ακαδημαϊκή έρευνα για τη βιωσιμότητα στον τουρισμό έχει αξία, και αν έχει, σε ποιους τομείς είναι χρήσιμη και πώς θα πρέπει να γίνεται στο μέλλον.

Η δημοσιευμένη επιστημονική βιβλιογραφία μέχρι σήμερα δεν έχει καταλήξει σε μια ευρέως αποδεκτή διατύπωση για τον ορισμό της οικολογικά βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, σύμφωνα με Asmelash και Kumar (2019). Ωστόσο, πιο πρόσφατες έρευνες αναφέρουν ότι ένας από τους συχνά επικαλούμενους ορισμούς είναι εκείνος από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ), ο οποίος τον περιγράφει ως «την ανάπτυξη που καλύπτει τις ανάγκες των σημερινών επισκεπτών και των προορισμών φιλοξενίας, διασφαλίζοντας ταυτόχρονα τη διατήρηση και την προώθηση των προοπτικών για το μέλλον» (World Tourism Organisation, 2004). Ωστόσο, η εμπειρική βιβλιογραφία συνεχίζει να αναλύει μια σειρά από θεμελιώδη ερωτήματα για την ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού, και πολλά σχετικά ερωτήματα σε αυτόν τον τομέα παραμένουν άλυτα. Χωρίς να ξεχνάμε ότι η γένεσή του συνδέεται με τη διατήρηση της

ποιότητας του περιβάλλοντος (Weaver et al., 1999), έχει ιδιαίτερη σημασία ότι οτιδήποτε γίνεται τώρα δεν θα βλάψει τις μελλοντικές γενιές (Bell, 2008). Ως εκ τούτου, η αξιολόγηση μακροπρόθεσμης οικονομικής, περιβαλλοντικής και κοινοτικής υγείας κρίνεται απαραίτητη (Vehbi, 2012 Πρόσφατα, το ενδιαφέρον γύρω από την εξερεύνηση αυτής της δυναμικής έχει ενισχυθεί, υπογραμμίζοντας τόσο την κρισιμότητα όσο και τις προκλήσεις που συνδέονται με την προώθηση της βιωσιμότητας στο πεδίο του τουρισμού, όπως επισημαίνει ο Buckley (2012). Επιπλέον, η βιωσιμότητα αναγνωρίζεται ως κεντρικό στοιχείο για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας (Goff et al., 2019).

Η βιώσιμη ανάπτυξη είναι η κύρια έννοια της ανάπτυξης και ο τουρισμός έχει τεράστιο οικονομικό, περιβαλλοντικό και κοινωνικό αντίκτυπο στον σύγχρονο κόσμο, επομένως η ανάπτυξη του τομέα αυτού συνδέεται με τις τρεις προαναφερθείσες διαστάσεις της αειφορίας. Καθώς οι διαδικασίες παγκόσμιας οικονομίας, κοινωνικής και τεχνολογικής ανάπτυξης εξακολουθούν να επεκτείνονται, η ανάλυση των νέων και ειδικών μορφών, που υπάρχουν στις επιχειρήσεις είναι απαραίτητη και στον τουρισμό, προκειμένου να επιτευχθεί η βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού. Οι καινοτομίες αναμένεται να συμβάλουν σε καινοτομίες σε διεθνές επίπεδο και οι οποίες μπορούν να καθορίσουν τη λειτουργία των εταιρειών κάτω από νέες αποτελεσματικές οργανωτικές μορφές που γενικεύουν τις ιδέες, παρέχουν κάποιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και ανοίγουν νέες δυνατότητες στον τουρισμό (Agyeiwaah et al., 2017). Ως εκ τούτου, τα ζητήματα της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης συνδέονται στενά με την ανταγωνιστικότητα μέσω της αύξησης καινοτομιών σε όλους τους τομείς που σχετίζονται με τις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Ο τουρισμός αναγνωρίζεται ως μια επιχειρηματική δραστηριότητα χαρακτηριζόμενη από την ευρεία ποικιλομορφία των συστατικών της και τον σύνθετο προγραμματισμό της. Η σημαντική αλληλεπίδραση μεταξύ των δομικών συστατικών που συνθέτουν τον τουριστικό κλάδο, δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες να συμμετέχουν αποτελεσματικά στην κατασκευή και εφαρμογή καινοτομιών (Madhavan & Rastogi, 2013).

Ο τουρισμός είναι αναγνωρισμένος ως ένας από τους πλέον κρίσιμους οικονομικούς πυλώνες για πολλές μεγάλες οικονομίες παγκοσμίως. Βάσει των στοιχείων του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (2020), το 2018 η ανάπτυξη στον τομέα των ταξιδιών και του τουρισμού ανήλθε σε 3,9%, ξεπερνώντας την παγκόσμια οικονομική ανάπτυξη που κατέγραψε ποσοστό 3,2%, και αυτό για ογδόη συνεχόμενη χρονιά. Κατά τη διάρκεια των τελευταίων 5 χρόνων, μία στις πέντε θέσεις εργασίας δημιουργήθηκαν από τον τομέα, καθιστώντας τα Ταξίδια

& τον Τουρισμό τον καλύτερο εταίρο για τις κυβερνήσεις για τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Ως εκ τούτου, ο τουρισμός ως ένας από τους μεγαλύτερους οικονομικούς τομείς στον κόσμο, υποστηρίζει μία στις 10 θέσεις εργασίας (319 εκατομμύρια) παγκοσμίως και δημιουργεί 10,4% του παγκόσμιου ΑΕΠ. Αν και η τουριστική αγορά εξαρτάται από την υγεία και το φυσικό περιβάλλον, ωστόσο, ταυτόχρονα συχνά τα επηρεάζει αρνητικά. Ως εκ τούτου, τα περιβαλλοντικά ζητήματα ανάπτυξης του τουρισμού απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή και αντιμετωπίστηκαν από διάφορες σημαντικές μελέτες (Butler, 1999- Lu, & Nepal, 2009- Pjerotic et al., 2017).

Η εμφάνιση της έννοιας της βιώσιμης ανάπτυξης σηματοδότησε τη σύγκλιση μεταξύ της οικονομικής ανάπτυξης και του περιβαλλοντισμού. Η σύγκλιση αυτή απεικονίστηκε επίσημα στη Διάσκεψη της Στοκχόλμης για τον άνθρωπο και το περιβάλλον το 1972, την πρώτη από μια σειρά σημαντικών διασκέψεων του ΟΗΕ για παγκόσμια ζητήματα. που σχετίζονται με το περιβάλλον. Η διάσκεψη προώθησε την έννοια της οικολογικής ανάπτυξης, σύμφωνα με την οποία οι πολιτιστικοί, κοινωνικοί και οικολογικοί στόχοι ενσωματώθηκαν με την ανάπτυξη (Sagasti & Colby, 1993). Η φιλοσοφία αυτής της έννοιας ήταν "small is beautiful", που χαρακτηρίζει την προσέγγιση της οικοανάπτυξης (Wilbanks, 1994, Schumacher, 1973), και αυτό ενσωματώθηκε στη συνέχεια στα στρατηγικά σχέδια πολλών βιομηχανιών, συμπεριλαμβανομένου του τουρισμού.

Αν και η εξέλιξη του όρου βιώσιμη ανάπτυξη συνήθως αναφέρεται ότι προκλήθηκε από την αύξηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης στη δεκαετία του 1960 και 1970 (Bramwell & Lane, 1993- Wilbanks, 1994), μπορεί να υποστηριχθεί ότι η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης προέκυψε πολλά χρόνια πριν από αυτό σε τρεις μορφές: πρώτον, με τη μορφή ενός οράματος διατήρησης- δεύτερον, με τη μορφή ενός κοινοτικού οράματος- και τρίτον με τη μορφή οικονομικής θεωρίας.

Από τότε που χρησιμοποιήθηκε επίσημα ο όρος, ο Clarke (1997) σημείωσε ότι έχουν υπάρξει μετατοπίσεις στις θέσεις σχετικά με τη σχέση μεταξύ της έννοιας και της τουριστικής βιομηχανίας. Ο Clarke γράφει ότι υπάρχουν τέσσερις θέσεις κατανόησης. Η πρώτη από τις τέσσερις θέσεις θεωρεί τον αειφόρο τουρισμό σε διχοτομική θέση προς τον μαζικό τουρισμό, σύμφωνα με την οποία ο βιώσιμος τουρισμός ήταν τουρισμός μικρής κλίμακας και ο μαζικός τουρισμός λειτουργούσε σε μεγάλη, μη βιώσιμη κλίμακα. Η Twining-Ward (1999) υποστήριξε ότι αν και θεωρείται ως εναλλακτική λύση, ο βιώσιμος τουρισμός με αυτή τη μορφή επίσης άνοιξε ορισμένες περιοχές στον τουρισμό και τις συναφείς επιπτώσεις του. Η δεύτερη θέση που

προτάθηκε από τον Clarke (1997) προέκυψε τη δεκαετία του 1990 και υποστήριξε ότι μια συνέχεια του τουρισμού υπήρχε μεταξύ του αιεφόρου τουρισμού και του μαζικού τουρισμού. Με αυτή τη θέση, η κλίμακα εξακολουθούσε να αποτελεί καθοριστικό χαρακτηριστικό του βιώσιμου τουρισμού και η έννοια ότι ο βιώσιμος τουρισμός ήταν ένα "κτήμα" που μπορούσε να οριστεί από κλίμακα (Clarke, 1997). Αυτή η δεύτερη θέση αντικαταστάθηκε από μια τρίτη ιδέα ότι ο μαζικός τουρισμός θα μπορούσε να γίνει πιο βιώσιμος και η ιδέα της βιωσιμότητας ήταν ένας στόχος προς επίτευξη, αντί για ένα κτήμα που εφαρμόζεται μόνο στον τουρισμό μικρής κλίμακας.

Ως αποτέλεσμα, η επιχειρησιακή εφαρμογή της τρέχουσας γνώσης έγινε το επίκεντρο, εισήχθησαν κώδικες πρακτικής και κατευθυντήριες γραμμές και οι κυβερνήσεις και οι καταναλωτές ενθάρρυναν περισσότερο βιώσιμες πρακτικές. Η τέταρτη θέση ήταν η σύγκλιση. Πρόκειται για την πιο πρόσφατη κατανόηση του βιώσιμου τουρισμού, σύμφωνα με την οποία ο βιώσιμος θεωρείται ένας στόχος που ισχύει για όλα τα τουριστικά εγχειρήματα, ανεξαρτήτως κλίμακας. Η θέση αυτή αναγνωρίζει ότι ο ακριβής ορισμός του βιώσιμου τουρισμού είναι λιγότερο σημαντικός από την πορεία προς αυτόν.

Οι διαφορές στις στάσεις απέναντι στον αιεφόρο τουρισμό είναι επίσης εμφανείς στον τρόπο με τον οποίο ορίζεται. Ορισμένοι υποστηρικτές του βιώσιμου τουρισμού τείνουν να τον ορίζουν ως έναν περιορισμένο, τομεακό όρο, δίνοντας έμφαση στην ανάπτυξη προκειμένου η βιωσιμότητα να διατηρηθεί. Έχει υποστηριχθεί ότι παρόλο που η έννοια μπορεί να έχει τομείς με την αιεφόρο ανάπτυξη, έχει τη δική της ειδική τουριστικοκεντρική ατζέντα (Hunter, 1995- Wall, 1997). Σε αντίθεση με τους παρωθητικούς ορισμούς, πολλοί συγγραφείς έχουν την τάση να ορίζουν τον βιώσιμο τουρισμό με ευρύτερους όρους, μεταφέροντας τις αρχές της αιεφόρου ανάπτυξης στο πλαίσιο των τουριστικών αναγκών (Bramwell & Lane, 1993- Ding & Pigram, 1995- Hunter 1997- Muller, 1994- Sadler, 1993). Είναι ενδιαφέρον ότι ορισμένοι οργανισμοί, όπως ο ΠΟΕ έχουν επιλέξει να μην ορίσουν τον βιώσιμο τουρισμό. Υποστηρίζουν ότι είναι μια έννοια που αφορά συγκεκριμένο τόπο ή προορισμό και επομένως θα πρέπει να οριστεί κατά περίπτωση (Manning, 1999)

Ο ορισμός του βιώσιμου τουρισμού μπορεί να διατυπωθεί ως μια μορφή τουριστικής δραστηριότητας η οποία αποφέρει περισσότερα οφέλη παρά επιζήμιες συνέπειες, ειδικά σε ότι αφορά την περιβαλλοντική διατήρηση, την οικονομική ανάπτυξη και την ενίσχυση των τοπικών κοινοτήτων. Ένας πραγματικά βιώσιμος και υπεύθυνος τουρισμός επιδιώκει να βελτιώσει την ποιότητα ζωής των τοπικών κατοίκων και να καταστήσει τους προορισμούς πιο ελκυστικούς για

επισκέπτες. Οι βασικές ευθύνες του βιώσιμου τουρισμού περιλαμβάνουν την περιβαλλοντική προστασία, την ανάδειξη της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, την προώθηση της κοινωνικοοικονομικής ευημερίας των τοπικών κοινοτήτων και την παροχή αυθεντικών τουριστικών εμπειριών που ενθαρρύνουν την αλληλεπίδραση μεταξύ τουριστών και ντόπιων με στόχο το αμοιβαίο όφελος.

Από τη μία πλευρά, ο τουρισμός έχει τεράστια οικονομικά θετικά αποτελέσματα: είναι μια από τις σημαντικότερες πηγές οικονομικών αποτελεσμάτων και απασχόλησης παγκοσμίως. Ωστόσο, ο τουρισμός είναι μια πολύ σύνθετη βιομηχανία στην οποία εμπλέκονται πολυάριθμοι ενδιαφερόμενοι (ενίοτε με αντίθετα συμφέροντα) και η οποία απαιτεί σημαντικό ποσό πόρων. Ως εκ τούτου, ο τουρισμός μπορεί να έχει πολύ αντίθετα αποτελέσματα ανάλογα με τον τρόπο διαχείρισης των δραστηριοτήτων. Με κατάλληλη εφαρμογή και επιμελημένη διαχείριση, ο τουρισμός μπορεί να ενισχύσει θετικά την ανάπτυξη στους κοινωνικοπολιτιστικούς, οικονομικούς, περιβαλλοντικούς και πολιτικούς τομείς ενός προορισμού. Επομένως, αποτελεί μια σημαντική διέξοδο για την ανάπτυξη διαφόρων χωρών και τοπικών κοινοτήτων. Αντίθετα, η ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη μπορεί να οδηγήσει σε πολύ επιζήμιες επιπτώσεις στους φυσικούς πόρους, τα καταναλωτικά πρότυπα, τη ρύπανση και τα κοινωνικά συστήματα. Η ανάγκη για βιώσιμο σχεδιασμό και διαχείριση είναι επιτακτική για την επιβίωση του κλάδου στο σύνολό του.

1.1.2 Οικονομικές Πτυχές

Η βιομηχανία του τουρισμού προσφέρει εκτεταμένα οικονομικά πλεονεκτήματα, εξυπηρετώντας τόσο τις χώρες που δέχονται τους επισκέπτες όσο και τις πατρίδες από τις οποίες αυτοί προέρχονται. Ειδικά στις αναπτυσσόμενες χώρες, ένα από τα πρωταρχικά κίνητρα για μια περιοχή να προβληθεί ως τουριστικός προορισμός είναι η αναμενόμενη οικονομική βελτίωση. Όπως και με άλλες επιπτώσεις, αυτή η τεράστια οικονομική ανάπτυξη έχει θετικές και αρνητικές συνέπειες.

Έπειτα από έξι δεκαετίες συνεχούς ανάπτυξης, ο τουρισμός έχει εδραιωθεί ως κεντρικός πυλώνας της οικονομικής εξέλιξης. Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι το 2019, ο τομέας των ταξιδιών και τουρισμού κατέγραψε αύξηση 3,5%, υπερβαίνοντας τον ρυθμό ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας, ο οποίος ήταν 2,5%, για ένατη συνεχή χρονιά, σύμφωνα με τα στοιχεία

του World Travel & Tourism Council Global Economic Impact & Trends, 2020. Από άλλη πλευρά, ο συγκεκριμένος κλάδος συνεισφέρει άμεσα στο 4,4% του ΑΕΠ, στο 6,9% της απασχόλησης και στο 21,5% των εξαγωγικών υπηρεσιών στις χώρες του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ), σύμφωνα με Harba et al., 2020. Ωστόσο, οι αρνητικές επιπτώσεις του COVID-19 δεν περιορίζονται μόνο στην απώλεια ανθρώπων αλλά περιλαμβάνουν επίσης βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές επιπτώσεις (Farzanegan et al., 2020) Η οικονομική σημασία του τουρισμού και η ανάπτυξή του είναι ένας τομέας που έχει σημαντική αξία σήμερα, και επομένως δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι υπάρχει μεγάλος όγκος βιβλιογραφίας που υπογραμμίζει τις διαφορετικές επιπτώσεις του τουρισμού (Niñerola et al., 2019). Ομοίως, μια βασική πτυχή για τον τουρισμό είναι η βιωσιμότητα, αφού θεωρείται τρόπος ικανοποίησης των αναγκών των ενδιαφερομένων, λαμβάνοντας υπόψη τις οικονομικές επιπτώσεις καθώς και τις τρέχουσες και μελλοντικές κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις (Liu et al., 2018). Κατά συνέπεια, η βιωσιμότητα και τα όρια ανάπτυξής της είναι μια σταθερή ανησυχία στον τουριστικό τομέα (Yoopech & Nimsai, 2019).

Τα τελευταία χρόνια, διάφορες ανασκοπήσεις της βιβλιογραφίας για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και οικονομική ανάπτυξη έχουν ολοκληρωθεί. Αυτές οι αναθεωρήσεις έχουν εντοπίσει διάφορα θέματα που καλύπτονται στην τρέχουσα ερευνητική βιβλιογραφία. Μελέτες για την οικονομική ανάπτυξη καταδεικνύουν τον αντίκτυπο της τουριστικής ώθησης στη γενική πρόοδο της οικονομίας μακροπρόθεσμα (Lee et Brahmasrene, 2013). Για το σκοπό αυτό, πολλές κυβερνήσεις συμμετέχουν στην ανάπτυξη του τουρισμού για οικονομική ανάπτυξη, γιατί έχει μεγάλη ικανότητα διανομής πλούτου, συμβολή στην ανάπτυξη των αναδυόμενων οικονομιών και δημιουργούν εισόδημα μέσω των εξαγωγών (Holzner, 2011). Ωστόσο, μπορεί επίσης να ασκήσει μακροπρόθεσμα αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον (Ahmad et al., 2018) και βλάπτουν τη μελλοντική οικονομική ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών (Niñerola et al., 2019). Επομένως, ο τουρισμός είναι ένα υπερβατικό εργαλείο για την προώθηση μιας πρότασης για ανάπτυξη σύμφωνα με κριτήρια βιωσιμότητας (Fletcher, 2011).

Τις τελευταίες δεκαετίες, πολλοί ερευνητές προσπάθησαν να προσδιορίσουν τις επιπτώσεις της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στην οικονομική ανάπτυξη (Hall, 2019). Σε γενικές γραμμές, αυτή η προσέγγιση χρησιμοποιείται για να δείξει την αυξανόμενη σημασία αυτής της σχέσης εντοπίζοντας ερευνητικά κενά και συγκεκριμένους τομείς ενδιαφέροντος. Χώρες όπως η Κίνα

και οι Ηνωμένες Πολιτείες έχουν αναπτύξει αυτή τη σχέση, αλλά για τις ευρωπαϊκές χώρες, εξακολουθεί να είναι ένα ζήτημα που χρειάζεται περαιτέρω έρευνα. Ομοίως, και στο πλαίσιο της τρέχουσας κρίσης που προέρχεται από τον COVID-19, μέσα από τη βιβλιογραφική έρευνα προτείνεται η λήψη μέτρων για την προώθηση της ανάπτυξης του βιώσιμου τουρισμού.

Ο βιώσιμος τουρισμός και οι οικονομικές πτυχές είναι αλληλένδετα στοιχεία που διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στη διαμόρφωση του μέλλοντος της τουριστικής βιομηχανίας. Η οικονομική διάσταση του βιώσιμου τουρισμού περιλαμβάνει την εξισορρόπηση της οικονομικής βιωσιμότητας με την περιβαλλοντική και κοινωνική ευθύνη. Ο βιώσιμος τουρισμός επιδιώκει να συμβάλει στις τοπικές οικονομίες δημιουργώντας θέσεις εργασίας, δημιουργώντας εισόδημα και υποστηρίζοντας τις μικρές επιχειρήσεις. Οι επενδύσεις σε πρωτοβουλίες βιώσιμου τουρισμού μπορούν να έχουν μακροπρόθεσμα οικονομικά οφέλη, παρέχοντας σταθερότητα και ανθεκτικότητα στις κοινότητες. Οι επιχειρήσεις στον τουριστικό τομέα πρέπει να διεξάγουν διεξοδικές αναλύσεις κόστους-οφέλους, λαμβάνοντας υπόψη τις οικονομικές επιπτώσεις της υιοθέτησης βιώσιμων πρακτικών. Ενώ ορισμένα βιώσιμα μέτρα μπορεί να έχουν αρχικό κόστος, συχνά καταλήγουν σε μακροπρόθεσμη εξοικονόμηση πόρων, όπως οι ενεργειακά αποδοτικές υποδομές και η μείωση των απορριμμάτων.

Ο βιώσιμος τουρισμός ενθαρρύνει τη διαφοροποίηση των τουριστικών προσφορών, προωθώντας δραστηριότητες που συμβάλλουν στην τοπική οικονομία και πολιτισμό. Η ανάπτυξη μιας σειράς αξιοθέατων και υπηρεσιών μπορεί να βοηθήσει τους προορισμούς να αντέξουν τις οικονομικές διακυμάνσεις και τις εποχιακές διακυμάνσεις. Η απόκτηση πιστοποιήσεων για βιώσιμες πρακτικές, όπως οι οικολογικές πιστοποιήσεις, μπορεί να ενισχύσει τη φήμη μιας επιχείρησης και να προσελκύσει περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένους ταξιδιώτες. Η τήρηση των διεθνών προτύπων βιωσιμότητας μπορεί να ανοίξει πόρτες σε αγορές που δίνουν προτεραιότητα στον υπεύθυνο τουρισμό.

Η συνεργασία μεταξύ κυβερνήσεων, φορέων του ιδιωτικού τομέα και τοπικών κοινοτήτων μπορεί να διευκολύνει την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Οι συμπράξεις δημόσιου-ιδιωτικού τομέα μπορεί να περιλαμβάνουν κοινές επενδύσεις, κοινούς πόρους και συντονισμένες προσπάθειες για να εξασφαλιστεί ότι τα οικονομικά οφέλη είναι ευρέως διαδεδομένα. Ο βιώσιμος τουρισμός μπορεί να επηρεάσει τα πρότυπα τουριστικών δαπανών, με τους ταξιδιώτες να είναι συχνά πρόθυμοι να πληρώσουν ένα ασφάλιστρο για καταλύματα φιλικά προς το περιβάλλον, υπεύθυνες περιηγήσεις και τοπικά προϊόντα. Οι επιχειρήσεις που υιοθετούν τις

βιώσιμες αρχές μπορεί να προσελκύσουν ένα αναπτυσσόμενο τμήμα της αγοράς που αναζητά ηθικές και βιώσιμες ταξιδιωτικές εμπειρίες. Οι κυβερνήσεις και οι οργανισμοί μπορούν να παρέχουν οικονομικά κίνητρα ή επιδοτήσεις σε επιχειρήσεις που υιοθετούν βιώσιμες πρακτικές. Φορολογικές ελαφρύνσεις, επιχορηγήσεις ή δάνεια χαμηλού επιτοκίου μπορούν να ενθαρρύνουν την εφαρμογή φιλικών προς το περιβάλλον και κοινωνικά υπεύθυνων πρωτοβουλιών.

1.1.3 Περιβαλλοντικές Πτυχές

Τα ταξίδια έχουν ήδη γίνει αναπόσπαστο μέρος της ανθρώπινης ζωής. Ούτε τα παγκόσμια προβλήματα ούτε η απειλή της τρομοκρατίας δεν μπορούν να νικήσουν το πάθος για ταξίδια. Το έτος 2019, στον κόσμο ταξίδεψαν περίπου 1,4 δισεκατομμύρια του πληθυσμού του πλανήτη (UNWTO, 2019). Ωστόσο, ο τουρισμός όπως και κάθε άλλος οικονομικός τομέας δεν φέρνει μόνο κάποια οικονομικά οφέλη στα κράτη, αλλά δημιουργεί και κάποια σοβαρά προβλήματα όπως η υπερβολική κατανάλωση ενέργειας και η αύξηση των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων, συμπεριλαμβανομένων των κλιματικών αλλαγών. Επίσης, λόγω του τουρισμού και των ταξιδιωτικών επεκτάσεων η φύση καταστρέφεται, οι τουριστικοί προορισμοί υποφέρουν από υψηλές τουριστικές ροές και η ποιότητα ζωής των ντόπιων επηρεάζεται επίσης αρνητικά. Προκειμένου να μειωθούν οι αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNWTO) ανακοίνωσε το έτος 2017 – ως το έτος του βιώσιμου τουρισμού και κάλεσε τον παγκόσμιο πληθυσμό να ταξιδέψει, ακολουθώντας τις αρχές του βιώσιμου τουρισμού και να στραφούν προς τις τοπικές κοινότητες (UNWTO, 2017).

Η διατήρηση της ποιότητας του περιβάλλοντος, είτε φυσικού είτε ανθρωπογενούς, κρίνεται ουσιαστική για τη βιωσιμότητα του τουρισμού. Ωστόσο, η αλληλεπίδραση μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος αποτελεί μια σύνθετη σχέση, καθώς περιλαμβάνει διάφορες δραστηριότητες με πιθανές αρνητικές συνέπειες για το περιβάλλον. Τέτοιες συνέπειες μπορεί να αφορούν τη δημιουργία βασικών υποδομών όπως οι δρόμοι και τα αεροδρόμια, καθώς και την ανάπτυξη τουριστικών εγκαταστάσεων όπως θέρετρα, ξενοδοχεία, εστιατόρια, καταστήματα, γήπεδα γκολφ και μαρίνες. Αυτές οι αρνητικές επιπτώσεις μπορεί να απειλήσουν τους ίδιους τους περιβαλλοντικούς πόρους που κάνουν μια περιοχή ελκυστική για τουρισμό. Παρόλα αυτά, ο τουρισμός έχει επίσης τη δυνατότητα να αποφέρει θετικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, όπως η συμβολή στην προστασία και στη διαφύλαξη των φυσικών πόρων. Ο τουρισμός λειτουργεί ως

μέσο για την αύξηση της ευαισθητοποίησης γύρω από τις περιβαλλοντικές αξίες και μπορεί να ενεργήσει ως εργαλείο για τη χρηματοδότηση της προστασίας φυσικών περιοχών, αυξάνοντας παράλληλα την οικονομική τους αξία. Ωστόσο, η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να προκαλέσει σημαντική πίεση στο περιβάλλον μιας περιοχής, προκαλώντας αρνητικές συνέπειες όπως η διάβρωση του εδάφους, αυξημένη ρύπανση, υποβάθμιση των θαλάσσιων οικοσυστημάτων, απώλεια φυσικών οικοτόπων, αυξημένη πίεση σε είδη υπό εξαφάνιση και μεγαλύτερο κίνδυνο δασικών πυρκαγιών. Επιπρόσθετα, μπορεί να επιφέρει σημαντικές επιβαρύνσεις στους υδάτινους πόρους και να οδηγήσει τους τοπικούς πληθυσμούς σε ανταγωνισμό για την πρόσβαση σε κρίσιμους πόρους.

Ο όρος "πράσινο τουρισμός" αναφέρεται κατ' εξοχήν στον τουρισμό που λαμβάνει υπόψη και αντιμετωπίζει τις περιβαλλοντικές προκλήσεις συνδεδεμένες με τουριστικές δραστηριότητες. Σύμφωνα με έρευνες, όπως αυτή του Lu et al. (2009), και τη μελέτη του 2018 από τους Lenzen et al., ο τουρισμός αποτελεί πηγή για το 8% των παγκόσμιων εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα. Αυτό υπογραμμίζει την ανάγκη για έναν πιο βιώσιμο τουριστικό τομέα. Ενόψει αυτού, η διεθνής κοινότητα έχει διαμορφώσει μελλοντικές κατευθύνσεις για την ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού, επισημαίνοντας κρίσιμους περιβαλλοντικούς δείκτες για τον τομέα. Αυτοί περιλαμβάνουν τη μετρίαση της κλιματικής αλλαγής, τη μείωση της ρύπανσης, την υιοθέτηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και την αποτελεσματική διαχείριση των αποβλήτων, σύμφωνα με τις εκθέσεις του Προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον (UNEP) και της Παγκόσμιας Οργάνωσης Τουρισμού (UNWTO) των ετών 2004, 2013, 2014, και 2017. Όπως έχει επισημανθεί παλαιότερα, η καινοτομία, η έρευνα και η τεχνολογική πρόοδος προσφέρουν ουσιαστικές λύσεις στις περιβαλλοντικές προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο τουριστικός τομέας. Εν μέσω της ανάκαμψης της ευρωπαϊκής οικονομίας από τη Μεγάλη Οικονομική Κρίση, η εμφάνιση νέων προκλήσεων λόγω της παγκόσμιας πανδημίας προσθέτει περιπλοκότητα. Η τεχνολογική ανάπτυξη έχει υποστεί επιβράδυνση εξαιτίας της πανδημίας, προκαλώντας επιπτώσεις όχι μόνο στην οικονομία αλλά και στο περιβάλλον, καθυστερώντας την περαιτέρω ανάπτυξη και αξιοποίηση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

Η χρήση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας έχει άμεσο αντίκτυπο στον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής. Τα αποτελέσματα των προηγούμενων οικονομικών κρίσεων είναι ακόμη αισθητά σε όλο τον κόσμο, και καθώς η ανάπτυξη των οικονομιών άλλων χωρών επιβραδύνθηκε- η ευρωπαϊκή οικονομία έχει μόλις λίγες πιθανότητες να μετατραπεί σε μια ισχυρή οικονομική δύναμη. Οι επενδύσεις σε τεχνολογική ανάπτυξη παρατηρείται, καθώς και

εστίαση στα κοινωνικά ζητήματα βιωσιμότητας. Είναι επίσης σημαντικό να αναφερθεί ότι σε περίπτωση βελτίωσης της ποιότητας ζωής - ο τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο. Η ποιότητα ζωής είναι ένας από τους σημαντικότερους στόχους της βιώσιμης ανάπτυξης που αφορά και τον τομέα του τουρισμού όσον αφορά την παροχή υπηρεσιών στους τουρίστες καθώς και τη συνεκτίμηση της ποιότητας ζωής των κατοίκων στους τουριστικούς προορισμούς (Crouch, & Ritchie, 1999- Hassan, 2000, Jeon et al., 2016). Γενικεύοντας τις διατυπωμένες δηλώσεις, μπορούν να δημιουργηθούν τα τεκμήρια, για την εξεύρεση των τρόπων μεγιστοποίησης της ποιότητας ζωής στο μέλλον και κατά συνέπεια την αποφυγή μιας νέας οικονομικής κρίσης σε όλο τον κόσμο (Kakoudakis, McCabe, & Story, 2017).

1.1.4 Κοινωνικοπολιτιστικές Επιπτώσεις

Οι κοινωνικο-πολιτιστικές επιδράσεις του τουρισμού στις τοπικές κοινότητες αφορούν τις συνέπειες των άμεσων και έμμεσων αλληλεπιδράσεων μεταξύ των τουριστών και της τοπικής βιομηχανίας τουρισμού. Συχνά, οι κοινότητες υποδοχής βρίσκονται σε μια ευαίσθητη θέση, αντιμετωπίζοντας προκλήσεις στις σχέσεις τους με τους επισκέπτες και τους παρόχους τουριστικών υπηρεσιών, προσπαθώντας να διασφαλίσουν ότι οι επιρροές από τέτοιες αλληλεπιδράσεις είναι θετικές. Οι επιπτώσεις αυτές δεν είναι πάντοτε ευδιάκριτες, λόγω της δυσκολίας στην ανίχνευση και μέτρησή τους, καθώς εξαρτώνται από υποκειμενικές απόψεις και συχνά παρουσιάζουν έμμεσο χαρακτήρα ή είναι δυσεύρετες.

Οι επιπτώσεις του τουρισμού περιλαμβάνουν τόσο τις αλλαγές στα συστήματα αξιών και τη συμπεριφορά που μπορεί να απειλήσουν την ταυτότητα των τοπικών κοινοτήτων όσο και τις θετικές επιρροές, όπως η ενίσχυση της πολιτιστικής υπερηφάνειας και η δημιουργία ευκαιριών εργασίας που αποτρέπουν την αστική μετεγκατάσταση. Αυτό οδηγεί σε διαφορετικές κοινωνικο-πολιτιστικές επιπτώσεις, καθώς η ίδια αλλαγή μπορεί να εκληφθεί ως θετική από κάποιους και αρνητική από άλλους. Αλλαγές στη δομή της κοινότητας, στις οικογενειακές σχέσεις, στον τρόπο ζωής, στις τελετές και στην ηθική είναι κάποιες από τις δυνατές επιπτώσεις, υπογραμμίζοντας την ανάγκη για ισορροπημένη ανάπτυξη που σέβεται και προάγει τον πολιτισμό και την κοινωνία των τοπικών κοινοτήτων (Alamineh et al., 2023).

Οι πρωτοβουλίες βιώσιμου τουρισμού συχνά εμπλέκουν τις τοπικές κοινότητες στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη. Αυτή η ενδυνάμωση μπορεί να

οδηγήσει σε μεγαλύτερη κοινοτική ιδιοκτησία τουριστικών έργων, ενισχύοντας την κοινωνική συνοχή και μειώνοντας τις συγκρούσεις σχετικά με τη διαχείριση των πόρων και τη χρήση γης. Ο βιώσιμος τουρισμός δίνει έμφαση στη διατήρηση και την προβολή των τοπικών πολιτισμών, παραδόσεων και κληρονομιάς. Αυτό περιλαμβάνει πρωτοβουλίες για την προστασία των πολιτιστικών χώρων, την υποστήριξη των παραδοσιακών τεχνών και χειροτεχνιών και την προώθηση των αυτόχθονων γνώσεων και πρακτικών. Οι κοινωνικοπολιτικές εκτιμήσεις περιλαμβάνουν τη διασφάλιση ότι οι τοπικές κοινότητες έχουν τον έλεγχο των πολιτιστικών τους αγαθών και επωφελούνται δίκαια από τις τουριστικές δραστηριότητες.

Ο βιώσιμος τουρισμός επιδιώκει την προαγωγή της κοινωνικής ισορροπίας και δικαιοσύνης, με στόχο τη δίκαιη κατανομή των οικονομικών οφελών του τουρισμού σε όλα τα επίπεδα της κοινωνίας. Αυτή η προσπάθεια περιλαμβάνει την εφαρμογή μέτρων για την εξάλειψη των ανισοτήτων σε ευκαιρίες πρόσβασης, εργασίας, εκπαίδευσης και επιχειρηματικότητας σχετικά με τον τουρισμό. Προβλέπεται επίσης η προστασία των δικαιωμάτων ευάλωτων και περιθωριοποιημένων ομάδων, όπως οι αυτόχθονες πληθυσμοί, οι γυναίκες και οι μειονότητες. Οι διακυβερνητικές δομές, οι πολιτικές και οι κανονισμοί σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στον σχηματισμό του κοινωνικοπολιτικού πλαισίου του βιώσιμου τουρισμού, καθορίζοντας την πορεία και τις πρακτικές που πρέπει να ακολουθηθούν για την επίτευξη των επιθυμητών στόχων (Alamineh et al., 2023). Τα αποτελεσματικά πλαίσια διακυβέρνησης είναι απαραίτητα για την εξισορρόπηση ανταγωνιστικών συμφερόντων, τη διαχείριση συγκρούσεων και τη διασφάλιση της λογοδοσίας και της διαφάνειας στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων για τον τουρισμό. Οι τουριστικές πρωτοβουλίες που βασίζονται στην κοινότητα και η κοινωνική επιχειρηματικότητα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στον βιώσιμο τουρισμό, ενδυναμώνοντας τις τοπικές κοινότητες να αναλάβουν τον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης και να επωφεληθούν άμεσα από τα τουριστικά έσοδα. Κοινωνικοπολιτικές εκτιμήσεις περιλαμβάνουν την προώθηση ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος για πρωτοβουλίες υπό την ηγεσία της κοινότητας, παρέχοντας πρόσβαση σε χρηματοδότηση και υποστήριξη ανάπτυξης ικανοτήτων και αντιμετωπίζοντας τις ανισορροπίες ισχύος μεταξύ κοινοτήτων και εξωτερικών ενδιαφερομένων (Ramkissoon, 2023).

1.2 Υπερτουρισμός

1.2.1 Ορισμός και Εκδηλώσεις

Οι δημοφιλείς προορισμοί διακοπών υποφέρουν όλο και περισσότερο από περιπτώσεις υπερφόρτωσης. Υπερπλήρεις παραλίες, μεγάλες παρατάξεις στα αξιοθέατα, το αδιάκοπο μπουτιλιάρισμα και τα γεμάτα κέντρα των πόλεων είναι μόνο μερικά από τα αποτελέσματα που έχουν τόσο οι επισκέπτες όσο και οι ντόπιοι σε διάφορους προορισμούς σε όλο τον κόσμο. Περισσότερο από ποτέ, οι εξελίξεις στον τουρισμό επηρεάζονται από παγκόσμιες εκδηλώσεις και τάσεις. Αυτά περιλαμβάνουν την αλλαγή των σχέσεων στην κινητικότητα, τη συνολική δημογραφική αλλαγή και την ψηφιοποίηση, καθώς και την αυξανόμενη αστικοποίηση και την επακόλουθη μετανάστευση προς τα αστικά κέντρα. Οι οικονομικές αεροπορικές εταιρείες επιτρέπουν να ταξιδεύουμε σε μεγάλες αποστάσεις σε σύντομο χρονικό διάστημα σε οικονομικές τιμές, κάνοντας έτσι προορισμούς σε όλο τον κόσμο προσβάσιμοι σε περισσότερους ανθρώπους. Οι άνθρωποι με καλή υγεία ζουν περισσότερο και έχουν την προσωπική και οικονομική ελευθερία να ταξιδεύουν σε μεγάλη ηλικία. Σε χώρες με μεγάλο πληθυσμό, όπως η Κίνα και η Ινδία, υπάρχει μια αυξανόμενη μεσαία τάξη που απολαμβάνει τα ταξίδια. Ως αποτέλεσμα της ψηφιοποίησης, διατίθενται νέα ταξιδιωτικά προϊόντα και προσφορές από διεθνείς εταιρείες. Αποτέλεσμα όλων αυτών είναι ότι όχι μόνο τα πιο όμορφα και πιο δημοφιλή μέρη και τοποθεσίες είναι υπερβολικά γεμάτα, αλλά ακόμη και οι προορισμοί δεύτερης κατηγορίας είναι γεμάτοι πολλές φορές.

Ο υπερτουρισμός είναι ένας νέος όρος για ένα παλιό πρόβλημα, δηλαδή τον υπερβολικό αριθμό τουριστών σε ένα συγκεκριμένο προορισμό που μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις κάθε είδους στην εμπλεκόμενη κοινότητα. Ενώ ο όρος είναι σχετικά πρόσφατος, πολλά από τα προβλήματα που εμπλέκονται έχουν μακρά ιστορία, ιδιαίτερα σε πολυεπισκεπτόμενα αστικά κέντρα. Ο κριτικός τέχνης, John Ruskin, παραπονέθηκε για την παρουσία και τις επιπτώσεις του τουρισμού στη Βενετία στα μέσα του δέκατου ένατου αιώνα και το μεταμορφωτικό αποτέλεσμα της έντονης επίσκεψης σχετικά με τους προορισμούς έχει σημειωθεί εδώ και πάνω από έναν αιώνα (Butler, 2006). Σε νεότερους χρόνους, η συχνά αναφερόμενη έρευνα του Doxey (1975) είναι μια από τις πρώτες ακαδημαϊκές εργασίες που σημείωσαν συγκεκριμένες αρνητικές αντιδράσεις των κατοίκων σε ότι θεωρούνταν υπερβολικός αριθμός επισκεπτών στους Καταρράκτες του Νιαγάρα. Άλλοι συγγραφείς (Christaller, 1963· Boissevain, 1996) έχουν περιγράψει τις αλλαγές που επιφέρονται στους τουριστικούς προορισμούς από αυξανόμενους

αριθμούς επισκεπτών. Αυτές οι αλλαγές περιλαμβάνουν αρνητικές αντιδράσεις από τους κατοίκους και ζημιά στους πόρους (φυσικούς και πολιτιστικούς) και γενικό συνωστισμό. Σε πολλές περιπτώσεις, τα προβλήματα αυτά επιδεινώνονται από τον εποχιακό χαρακτήρα μεγάλου μέρους του τουρισμού, με αποτέλεσμα όπως ο Milano et al. (2019), αναφέρει ότι η υπερβολική αύξηση των επισκεπτών που οδηγεί σε συνωστισμό σε περιοχές όπου οι κάτοικοι υποφέρουν από τις συνέπειες των πρόσκαιρων και εποχικών τουριστικών αιχμών, που έχουν επιβάλει μόνιμες αλλαγές στον τρόπο ζωής τους, την πρόσβαση στις ανέσεις και τη γενική ευημερία τους.

Έτσι, το φαινόμενο του υπερτουρισμού υπάρχει εδώ και πολύ καιρό σε συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς. Πολλοί από αυτούς τους προορισμούς είναι αστικά κέντρα, καθώς οι μεγάλες πόλεις προσφέρουν ένα ευρύ φάσμα αξιοθέατων και εγκαταστάσεις, που συχνά περιλαμβάνουν εμβληματικά και μοναδικά χαρακτηριστικά, όπως ο Πύργος του Άιφελ στο Παρίσι, ο Ναός του Σμαραγδένιου Βούδα στην Μπανγκόκ και η Times Square στη Νέα Υόρκη. Η παρουσία τέτοιων αξιοθέατων συχνά καθιστούν δύσκολο να πειστούν πιθανοί τουρίστες να επισκεφθούν άλλες τοποθεσίες.

Οι τουρίστες και οι ντόπιοι αισθάνονται τις επιπτώσεις. Σε αυτό το πλαίσιο, ο υπερτουρισμός είναι περισσότερο ένα επιλεκτικό φαινόμενο που υπάρχει σε συγκεκριμένες τοποθεσίες και όχι ως γενικευμένο ζήτημα σε μια περιοχή ή χώρα. Οι προκλήσεις αφορούν περισσότερο μόνο πόλεις και αστικά κέντρα: και αγροτικές περιοχές, όπως ορισμένες χιονοδρομικές περιοχές συγκαταλέγονται στους τουριστικούς προορισμούς με μεγάλη συχνότητα. Ιδιαίτερα κατά την τουριστική περίοδο, οι ντόπιοι και οι τουρίστες συχνά νιώθουν αναστατωμένοι από τις μεγάλες συγκεντρώσεις επισκεπτών. Σε πόλεις όπως το Άμστερνταμ, η Βενετία ή η Βαρκελώνη, αλλά και σε αγροτικές περιοχές, έχουν κατά καιρούς προκύψει τεράστιες εντάσεις εξαιτίας του υπερτουρισμού. Κυκλοφοριακή συμφόρηση, υψηλή κατανάλωση πόρων όπως νερό έχουν ως αποτέλεσμα, τα υψηλά ενοίκια και την έλλειψη ζωτικού χώρου που προκαλούνται από νέες διαδικτυακές πλατφόρμες όπως η Airbnb, οδήγησαν πρόσφατα σε διαδηλώσεις κατά της ανάπτυξης του τουρισμού.

Αυτές οι εξελίξεις έχουν ουσιαστική επίδραση στην τουριστική συνείδηση του τοπικού πληθυσμού. Σε αυτό το πλαίσιο, ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό οικονομικό παράγοντα για πολλές χώρες. Οι πόλεις και οι περιφέρειες δεν θέλουν να χάνουν εισοδήματα από τον τουρισμό και την προσπάθεια μέσω κανονισμών και άλλων μέτρων για την αλλαγή της συμπεριφοράς των τουριστών κάνοντας έκκληση σε αυτούς στο αίσθημα ευθύνης, και με αυτόν τον τρόπο, να αλλάξουν τις αντιλήψεις των κατοίκων. Οι τρέχουσες εξελίξεις καταδεικνύουν την αναγκαιότητα

για συντονισμένη διαχείριση των τουριστικών ρευμάτων μεταξύ της διεθνούς ταξιδιωτικής βιομηχανία και των εθνικών, περιφερειακών και τοπικών τουριστικών φορέων.

1.2.2. Αιτίες Και Παράγοντες Που Συμβάλλουν

Ο υπερτουρισμός έχει προκύψει από έναν συνδυασμό πολλών παραγόντων, οι οποίοι μαζί έχουν δημιουργήσει μια «τέλεια καταιγίδα» επισκεπτών σε συγκεκριμένες τοποθεσίες. Αν και πολλές δυνάμεις υπάρχουν εδώ και χρόνια, πολλές άλλες επιρροές έχουν αυξήσει το θέμα σε οριακό σημείο και αυτό το φαινόμενο έχει εξαπλωθεί σε πολλούς περισσότερους προορισμούς εκτός από αποκλειστικά πόλεις. Καθώς οι προορισμοί έχουν αυξηθεί σε ορατότητα με την πάροδο του χρόνου, θεωρούνταν πάντα ελκυστικοί για τους πιθανούς επισκέπτες και η τουριστική βιομηχανία ανταποκρίθηκε καθιστώντας εφικτό για τους τουρίστες να ταξιδεύουν σε τέτοια μέρη. Οι αρνητικές αντιδράσεις στους τουρίστες είναι μεγάλες. Για παράδειγμα, οι περιηγήσεις που οργάνωσε ο Thomas Cook τον δέκατο ένατο αιώνα επικρίθηκαν, καθώς έφερε τουρίστες στην Αίγυπτο και σε άλλα λιγότερο απομακρυσμένα μέρη (Butler, 2006). Στη σύγχρονη εποχή, υπάρχει ένας αριθμός σαφώς αναγνωρίσιμων παραγόντων που συνδυάστηκαν για να αυξήσουν τους αριθμούς σε τουρίστες σε τρέχοντα επίπεδα άνω του ενός δισεκατομμυρίου ταξιδιωτών ετησίως (UNWTO, 2018). Στην πρώτη περίπτωση, υπάρχει ένας συνεχώς αυξανόμενος παγκόσμιος πληθυσμός, ο οποίος αναπόφευκτα θα προκαλούσε αυξημένο αριθμό τουριστών, αλλά αυτή η κατάσταση επιδεινώνεται από το γεγονός ότι αρκετοί παράγοντες διευκολύνουν περισσότερους ανθρώπους για να γίνουν τουρίστες. Σε ένα πλαίσιο πόλης, Το Συμβούλιο για τον Παγκόσμιο Τουρισμό και Ταξίδια (WTTC, 2018) ισχυρίζεται ότι, από τα 1,4 δισεκατομμύρια ταξίδια στο εξωτερικό το 2018, το 45 τοις εκατό (630 μέτρα) ήταν εκδρομές στη πόλη. Από τα μέρη όπου οι επισκέπτες αυξάνονται ταχύτερα, πάνω από το 80 τοις εκατό, είναι στη Μέση Ανατολή και Ασία (Κωνσταντινούπολη, Δελχί, Κουάλα Λουμπούρ, Μανίλα, Κάιρο, Τζακάρτα, Βομβάη, Μπογκοτά, Μπανγκόκ, Πεκίνο, Σαγκάη και Μόσχα). Η Μπανγκόκ, για παράδειγμα, έγινε η πόλη με τις περισσότερες επισκέψεις στον κόσμο το 2018, προσελκύοντας 22,5 εκατομμύρια επισκέπτες – περισσότερους από τον πληθυσμό πολλών χωρών (Van et al., 2018). Αυτή η ανάπτυξη οφείλεται εν μέρει στην αύξηση των φθηνών αεροπορικών ναύλων και η Ταϊλάνδη είναι μια από τις πρώτες χώρες που έλαβαν Κατάσταση Εγκεκριμένου Προορισμού για Κινέζους επισκέπτες,

Η μεγάλη διάδοση πληροφοριών μέσω των social media (το Instagram έχει πλέον πάνω από 1 δις. χρήστες) και ο Παγκόσμιος Ιστός επέτρεψαν σε πολλούς ανθρώπους να ενημερωθούν σχετικά με τα πολλά τουριστικά αξιοθέατα και πώς να τα προσεγγίσουν. Αυτό έχει αυξανόμενες δυνατότητες και ζήτηση, συχνά απαλλαγμένη από τους περιορισμούς της χρήσης μεσάζοντων όπως ταξιδιωτικά γραφεία. Αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους (Lawton, 2017) και περισσότερος ανταγωνισμός μεταξύ των τρόπων ταξιδιού, συμπεριλαμβανομένων των τρένων υψηλής ταχύτητας, έχουν μειώσει τον χρόνο ταξιδιού στους προορισμούς, καθιστώντας δυνατά τα ταξίδια μικρής περιόδου που πρέπει να πραγματοποιούνται σε ένα ολοένα αυξανόμενο φάσμα προορισμών, ιδιαίτερα στα αστικά κέντρα. Για παράδειγμα, σύμφωνα με τους Dodds and Butler (2019), οι εταιρείες χαμηλού κόστους έχουν οδηγήσει σε μια αύξηση 175% στα απευθείας δρομολόγια παγκοσμίως. Υπάρχουν επίσης τεχνολογικές αλλαγές που επικρατούν στην κατανάλωση της τουριστικής εμπειρίας. Αυτοί οι παράγοντες έχουν δημιουργήσει τη δυνατότητα για σχεδόν κάθε μεγάλη πόλη να είναι ένας τόπος για επισκέψεις το Σαββατοκύριακο, γάμους και άλλες σχετικές κοινωνικές εκδηλώσεις.

Για παράδειγμα, η Βαρκελώνη έχει αντιμετωπίσει πολλά από αυτά τα ζητήματα και έχει επιχειρήσει κάποιες προσπάθειες μετριασμού, αλλά οι αφίξεις εξακολουθούν να αυξάνονται (Goodwin, 2019). Έτσι, σε γενικές γραμμές, παράγοντες που επιτρέπουν την συνεχή αύξηση του αριθμού των τουριστών σε πόλεις και αλλού είναι πολύ πιο ισχυρές από τις δυνάμεις που επιθυμούν να περιορίσουν ή να μειώσουν τις επισκέψεις στις πληγείσες κοινότητες. Επιπλέον, ένα πολύ σημαντικό σύνολο παραγόντων σχετίζεται με τις προσεγγίσεις πολιτικής και σχεδιασμού που υιοθετήθηκαν από τους φορείς που είναι υπεύθυνοι για την τουριστική ανάπτυξη σε προορισμούς και σε μεγαλύτερη κλίμακα. Η συντριπτική υποστήριξη, έστω και μερικές φορές υποτιμημένη, για συνεχή ανάπτυξη από τέτοιους οργανισμούς, επέτρεψε την επέκταση του τουρισμού και την επακόλουθη υπεράνπτυξη και την υπερβολική επισκεψιμότητα προορισμών, ιδιαίτερα πόλεων (Smith et al., 2017). Ο ιδιωτικός τομέας ήταν παραδοσιακά υπέρ της συνεχούς ανάπτυξης και μόνο τα τελευταία χρόνια οποιοσδήποτε σημαντικός αριθμός φορέων υιοθέτησε μια πιο βιώσιμη προσέγγιση. Είναι, λοιπόν, η απουσία βούλησης για έλεγχο και διαχείριση της ανάπτυξης του τουρισμού από τον δημόσιο τομέα, σε όλες τις κλίμακες από δημοτικό σε εθνικό, επέτρεψε τη γενικά απεριόριστη επέκταση του τουρισμού σε όλο τον κόσμο. Οι Weber et al. (2017, σελ. 199) αναφέρουν ότι «ο τρόπος διαχείρισης του τουρισμού έχει άμεσο αντίκτυπο στη φέρουσα ικανότητα και την ανθεκτικότητα στον υπερτουρισμό».

Ως εκ τούτου, ο υπερτουρισμός έχει επιτραπεί να εμφανίζεται σε έναν αυξανόμενο αριθμό τοποθεσιών λόγω της απροθυμίας των αρμόδιων αρχών να αποδεχθούν το γεγονός ότι οι αριθμοί τουριστών είναι υπερβολικοί και ότι υπάρχει ευθύνη να διορθωθεί μια τέτοια κατάσταση. Αυτό σκιαγραφήθηκε ξεκάθαρα σε μια πρόσφατη έκθεση η οποία υπογράμμισε ότι το «κρυφό» κόστος σε στέγαση, ενέργεια, νερό και τα απόβλητα από τον τουρισμό είναι συχνά οκτώ έως δέκα φορές υψηλότερα από αυτά σε τοπική κατανάλωση (Epler Wood et al., 2019).

1.2.3. Μελέτες Περιπτώσεων Υπερτουρισμού

Η περίπτωση του νησιού της Ρόδου

Η κοινωνία του νησιού της Ρόδου αντιμετώπισε σοβαρά προβλήματα λόγω της άναρχης ανάπτυξης του υπερτουρισμού, με συνέπεια να κινδυνεύει να υποβαθμιστεί η ποιότητα του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και το επίπεδο της ανταγωνιστικής του θέσης. Στην παρούσα έρευνα δόθηκε ιδιαίτερη σημασία στη μελέτη των προβλημάτων που προκαλεί η ύπαρξη του υπερτουρισμού στο νησί. Μέσα από τη μελέτη της Kourouaki (2020), διαπιστώθηκε ότι και η κοινωνία και η οικονομία, αλλά κυρίως το περιβάλλον έχουν επηρεαστεί από την εξέλιξη του φαινομένου τα τελευταία χρόνια.

Οι κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού περιλαμβάνουν σημαντικές μεταβολές στην οικονομική δομή και τον πληθυσμό των περιοχών υποδοχής, όπως το παράδειγμα της Ρόδου δείχνει. Η μετάβαση από τον πρωτογενή στον τριτογενή τομέα, με έμφαση στον τουρισμό, έχει οδηγήσει σε σημαντική εξάρτηση της τοπικής οικονομίας από τις τουριστικές δραστηριότητες. Αυτή η εξάρτηση δημιουργεί ένα εποχιακό πρόβλημα στην απασχόληση, καθώς οι εργασιακές ευκαιρίες συχνά περιορίζονται στους καλοκαιρινούς μήνες. Η ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού έχει επίσης συμβάλει στην αύξηση του μόνιμου πληθυσμού σε τουριστικές περιοχές, με τη Ρόδο να αποτελεί παράδειγμα, όπου οι προσφερόμενες εργασιακές ευκαιρίες και η βελτιωμένη υποδομή έχουν προσελκύσει νέους κατοίκους. Ωστόσο, η αύξηση του εποχιακού πληθυσμού κατά τους καλοκαιρινούς μήνες εντείνει τις ανάγκες για νερό, ενέργεια και διαχείριση αστικών λυμάτων και απορριμμάτων, ασκώντας πίεση στις τοπικές υποδομές και πόρους.

Η αντιμετώπιση αυτών των επιπτώσεων απαιτεί στοχευμένες πολιτικές και στρατηγικές για την οικοδόμηση μιας βιώσιμης τουριστικής βιομηχανίας που θα μπορεί να παρέχει οφέλη όλο το χρόνο και να διασφαλίζει τη βιωσιμότητα των τοπικών πόρων και υποδομών. Η έντονη

ανάπτυξη του τουρισμού στη Ρόδο έχει διπλή επίδραση στην οικονομία του νησιού. Από τη μία πλευρά, η τουριστική έκρηξη συνέβαλε σημαντικά στην οικονομική ενίσχυση της περιοχής, φέρνοντας μια δυναμική αύξηση τόσο στο συνολικό όσο και στο κατά κεφαλήν ΑΕΠ, με ρυθμούς που υπερβαίνουν τον εθνικό μέσο όρο. Αυτό δείχνει τη σημαντική συνεισφορά του τουρισμού στην τοπική οικονομική ανάπτυξη και προσφέρει ένδειξη για την αναγκαιότητα ενίσχυσης και περαιτέρω ανάπτυξης του τουριστικού τομέα ως κινητήρια δύναμη της οικονομίας.

Από την άλλη πλευρά, η έμφαση στον τουρισμό έχει οδηγήσει σε μια κατάσταση όπου η οικονομία της Ρόδου εξαρτάται σχεδόν αποκλειστικά από αυτόν τον τομέα, δημιουργώντας ένα φαινόμενο "μονοκαλλιέργειας". Η εξάρτηση αυτή καθιστά την οικονομία του νησιού εύθραυστη, κυρίως λόγω της εποχικότητας του τουρισμού και της ευπάθειας σε εξωτερικούς παράγοντες όπως οικονομικές κρίσεις, περιβαλλοντικές καταστροφές ή υγειονομικές κρίσεις. Η κατάσταση αυτή υπογραμμίζει την ανάγκη για διαφοροποίηση της οικονομικής δομής του νησιού, με την ανάπτυξη και ενίσχυση άλλων τομέων πέρα από τον τουρισμό, ώστε να εξασφαλιστεί μια πιο ισορροπημένη και βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη. Η ενσωμάτωση των αρχών του βιώσιμου τουρισμού μπορεί επίσης να συμβάλει στην αντιμετώπιση των προκλήσεων αυτής της εξάρτησης, ενθαρρύνοντας μια πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση προς το φυσικό και κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον της περιοχής. Δύο νέες έννοιες που εισήγαγε ο υπερτουρισμός στο νησί της Ρόδου είναι οι tour operators (TOs) και οι συμβάσεις all-inclusive, που δημιούργησαν μια νέα κατάσταση στην τοπική αγορά, κυρίως σε μη ξενοδοχειακές εταιρείες, οι οποίες είδαν τη ζήτηση για τις υπηρεσίες τους και διεύρυναν βιωσιμότητα να μειωθεί. Οι επιπτώσεις του περιβάλλοντος βρέθηκαν να είναι πιο πιθανό να επηρεάσουν την ποιότητα του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος καθώς και την ποιότητα ζωής των μόνιμων κατοίκων, σε σύγκριση με τις κοινωνικές και οικονομικές.

Η υπεράντληση νερού και η έντονη τουριστική ανάπτυξη σε περιοχές όπως η Ρόδος, ειδικά στην περιοχή Κιοτάρι και Λαχανιά, έχει οδηγήσει σε σημαντικές περιβαλλοντικές προκλήσεις. Η αυξημένη ζήτηση για νερό σε δραστηριότητες όπως πισίνες, άρδευση γηπέδων γκολφ, και η γενικότερη κατανάλωση πόσιμου νερού από τους επισκέπτες, έχει ξεπεράσει τις φυσικές δυνατότητες αναπλήρωσης των υδροφόρων, εντείνοντας έτσι την πίεση στους διαθέσιμους πόρους της περιοχής. Η επιβάρυνση δεν περιορίζεται μόνο στη διαχείριση του νερού αλλά επεκτείνεται και στην παραγωγή και διαχείριση των αποβλήτων. Οι επισκέπτες συχνά παράγουν περισσότερα στερεά και υγρά απόβλητα απ' ό,τι οι τοπικοί κάτοικοι, δημιουργώντας σημαντικές

προκλήσεις στην απορριμματοφόρηση και στη διαχείριση αστικών λυμάτων, ιδιαίτερα σε νησιωτικές περιοχές όπου οι δυνατότητες επεξεργασίας και τελικής διάθεσης μπορεί να είναι περιορισμένες. Επιπλέον, η τουριστική ανάπτυξη επηρεάζει σημαντικά τη βιοποικιλότητα, ιδιαίτερα σε περιοχές που αποτελούν μέρος του δικτύου NATURA. Η κατασκευή τουριστικών υποδομών και η αυξημένη κίνηση επισκεπτών μπορούν να απειλήσουν τα προστατευόμενα είδη φυτών και ζώων, καθώς και τους φυσικούς οικοτόπους τους. Αυτές οι προκλήσεις απαιτούν συνεκτική πολιτική και στρατηγική προσέγγιση για τη διασφάλιση της βιωσιμότητας της τουριστικής ανάπτυξης. Η ενσωμάτωση των αρχών του βιώσιμου τουρισμού, η εφαρμογή προηγμένων τεχνολογιών στη διαχείριση νερού και αποβλήτων, καθώς και η προστασία και διαφύλαξη της φυσικής πλούσιας και της βιοποικιλότητας, είναι ζωτικής σημασίας για την επίτευξη μιας ισορροπημένης και αειφόρου τουριστικής βιομηχανίας.

Για την Ρόδο, είναι ουσιώδες να προσφέρει μια αειφόρο και υψηλής ποιότητας εμπειρία, επικεντρώνοντας στα διακριτά της προτερήματα, ιδίως στα φυσικά τοπία και την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της. Η αύξηση της τουριστικής ανταγωνιστικότητας του προορισμού απαιτεί τη βελτίωση της ποιότητας σε κάθε πτυχή της τουριστικής προσφοράς, προσπάθειες για την ισορροπία της εποχικής ζήτησης, την εμπλουτισμό του φάσματος των τουριστικών προϊόντων, την ενίσχυση των επαγγελματικών δεξιοτήτων στον τομέα, την καινοτομία και την επικαιροποίηση των στατιστικών και αναλύσεων του τουρισμού. Μια πιο επιλεκτική και επικριτική στάση στην ανάπτυξη του τουρισμού είναι καθοριστική για την ενίσχυση της θέσης της Ρόδου στο μεσογειακό σκηνικό.

1.3 Στρατηγική Διοίκηση στον Τουρισμό

1.3.1 Πλαίσια και Μοντέλα

Στη δεκαετία του 1990, η παγκοσμιοποίηση οδήγησε στην εμφάνιση της έννοιας της στρατηγικής διαχείρισης στον τουρισμό, ο οποίος εξελίχθηκε σε έναν από τους σημαντικότερους τομείς σπουδών μεταξύ των ερευνητών του τουρισμού, των οποίων οι πρόσφατες προσπάθειες στον τομέα έχουν κινηθεί προς μια άποψη βασισμένη στη γνώση (Okumus, Altinay, & Chathoth, 2010). Λόγω της φύσης της στρατηγικής διοίκησης, η οποία βρίσκεται στη διασταύρωση πολλών άλλων τομέων, συμπεριλαμβανομένων των οικονομικών, κοινωνιολογία, χρηματοδότηση και μάρκετινγκ, είναι δύσκολο να προσδιοριστεί ένας μονοσήμαντος ορισμός ενός τέτοιου πεδίου έρευνας (Cosenz & Noto, 2016). Η έννοια της στρατηγικής υπήρξε σε μεγάλο βαθμό ένα

σημασιολογικό ζήτημα, και πολλοί συγγραφείς έχουν εστιάσει την προσοχή τους στην έννοια της στρατηγικής (Bracker, 1980). Πράγματι τα λεξικά ορίζουν τη στρατηγική ως «την τέχνη του πολέμου» (Evans et al., 2003) ή «η χρήση εμπλοκών για το αντικείμενο του πολέμου» (Olsen, West, & Tse, 2008). Ιστορικά, ο όρος στρατηγική είχε στρατιωτικές ρίζες, με τους διοικητές να χρησιμοποιούν στρατηγική για την αντιμετώπιση των αντιπάλων τους. Μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, καθώς οι επιχειρήσεις μετακινήθηκαν από ένα σταθερό περιβάλλον σε ένα ταχέως μεταβαλλόμενο και ανταγωνιστικό περιβάλλον, η έννοια της στρατηγικής βρήκε τη θέση της στην επιχειρηματική έρευνα (Bracker, 1980), και οι διευθυντές ενθαρρύνθηκαν να έχουν κάτι περισσότερο από μια λειτουργική εστίαση (Olsen κ.ά., 2008).

Η στρατηγική διαχείριση στον τομέα του τουρισμού εμπεριέχει τη δημιουργία και την εκτέλεση επιχειρησιακών σχεδίων και προγραμμάτων προκειμένου να επιτευχθούν οι μακροχρόνιοι στόχοι και οι σκοποί των φορέων και των προορισμών στην τουριστική αγορά. Έχουν αναπτυχθεί διάφορες μεθοδολογίες και μοντέλα για την υποστήριξη της στρατηγικής αποφασιστικής διαδικασίας σε αυτόν τον κλάδο. Ένα από τα πιο διαδεδομένα εργαλεία για την αξιολόγηση των εσωτερικών δυνατοτήτων και αδυναμιών ενός τουριστικού οντότητας, καθώς και των εξωτερικών ευκαιριών και κινδύνων στο περιβάλλον της, είναι η ανάλυση SWOT. Αυτό το εργαλείο είναι πολύτιμο για την εντοπισμό των βασικών στρατηγικών προκλήσεων και πεδίων που χρήζουν βελτίωσης.

Η ανάλυση PESTEL (Πολιτική, Οικονομική, Κοινωνική, Τεχνολογική, Περιβαλλοντική, Νομική) είναι ένα άλλο στρατηγικό εργαλείο που χρησιμοποιείται για την ανάλυση των εξωτερικών παραγόντων που επηρεάζουν έναν τουριστικό οργανισμό ή προορισμό. Εξετάζοντας αυτούς τους παράγοντες, οι ενδιαφερόμενοι φορείς του τουρισμού μπορούν να προβλέψουν τις αλλαγές στο περιβάλλον λειτουργίας και να προσαρμόσουν ανάλογα τις στρατηγικές τους. Το πλαίσιο Porter's Five Forces: Porter's Five Forces βοηθά στην ανάλυση της ανταγωνιστικής δυναμικής της τουριστικής βιομηχανίας εξετάζοντας τη διαπραγματευτική ισχύ των προμηθευτών και των αγοραστών, την απειλή των νεοεισερχομένων, την απειλή των υποκατάστατων και την ένταση της αντιπαλότητας μεταξύ των υφιστάμενων ανταγωνιστών. Αυτή η ανάλυση ενημερώνει τις στρατηγικές αποφάσεις που σχετίζονται με τη θέση στην αγορά και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Το μοντέλο κύκλου ζωής προορισμού υποδηλώνει ότι οι τουριστικοί προορισμοί περνούν από διακριτά στάδια ανάπτυξης, συμπεριλαμβανομένης της εξερεύνησης, της συμμετοχής, της ανάπτυξης, της ενοποίησης και της στασιμότητας ή της παρακμής. Η κατανόηση του πού

βρίσκεται ένας προορισμός σε αυτόν τον κύκλο ζωής μπορεί να ενημερώσει τις στρατηγικές αποφάσεις σχετικά με το μάρκετινγκ, την ανάπτυξη προϊόντων και τις επενδύσεις.

Το πλαίσιο διαχείρισης προορισμών παρέχει μια δομημένη προσέγγιση για τη βιώσιμη διαχείριση των τουριστικών προορισμών. Περιλαμβάνει τη συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών για το σχεδιασμό και την εφαρμογή στρατηγικών που σχετίζονται με το μάρκετινγκ προορισμών, την ανάπτυξη υποδομών, τη διαχείριση επισκεπτών, τη διατήρηση του περιβάλλοντος και τη συμμετοχή της κοινότητας. Η Blue Ocean Strategy ενθαρρύνει τους τουριστικούς οργανισμούς να αναζητήσουν αδιαμφισβήτητο χώρο στην αγορά (μπλε ωκεανοί) δημιουργώντας καινοτόμες προτάσεις αξίας που τους διαφοροποιούν από τους ανταγωνιστές. Αυτή η προσέγγιση περιλαμβάνει τον εντοπισμό και την αξιοποίηση νέων ευκαιριών στην αγορά αντί του ανταγωνισμού σε υπερπλήρεις και ανταγωνιστικές αγορές.

Ο ισορροπημένος πίνακας αποτελεσμάτων είναι ένα εργαλείο στρατηγικής διαχείρισης απόδοσης που μεταφράζει το όραμα και τη στρατηγική ενός οργανισμού σε ένα σύνολο ποσοτικοποιήσιμων στόχων και βασικών δεικτών απόδοσης σε τέσσερις προοπτικές: οικονομικές, πελατοκεντρικές, εσωτερικές διαδικασίες και μάθηση και ανάπτυξη. Αυτά τα πλαίσια και μοντέλα παρέχουν πολύτιμες γνώσεις και καθοδήγηση για τουριστικούς οργανισμούς και προορισμούς που επιδιώκουν να αναπτύξουν αποτελεσματικές στρατηγικές, να προσαρμοστούν στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς και να επιτύχουν βιώσιμη ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα.

1.3.2. Βέλτιστες Πρακτικές

Οι βέλτιστες πρακτικές στη στρατηγική διαχείριση στον τουρισμό περιλαμβάνουν την υιοθέτηση μιας ολιστικής προσέγγισης που λαμβάνει υπόψη διάφορες πτυχές της βιομηχανίας, των ενδιαφερόμενων μερών και εξωτερικών παραγόντων. Μια βέλτιστη πρακτική είναι η συνεργασία με ένα ευρύ φάσμα ενδιαφερομένων, συμπεριλαμβανομένων κυβερνητικών υπηρεσιών, τοπικών κοινοτήτων, τουριστικών επιχειρήσεων, μη κερδοσκοπικών οργανισμών και επισκεπτών, για να διασφαλιστεί ότι οι στρατηγικές αποφάσεις ευθυγραμμίζονται με τις ανάγκες και τα συμφέροντα όλων των εμπλεκόμενων μερών (Punt et al., 2016). Η ενσωμάτωση των αρχών της βιωσιμότητας στις διαδικασίες στρατηγικού σχεδιασμού και λήψης αποφάσεων είναι σημαντική για την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον, τη διατήρηση

της πολιτιστικής κληρονομιάς και την υποστήριξη της ευημερίας των τοπικών κοινοτήτων. Άλλη μια βέλτιστη πρακτική αποτελεί η διεξαγωγή διεξοδικής έρευνας αγοράς και ανάλυσης για την κατανόηση των τάσεων της βιομηχανίας, των προτιμήσεων των καταναλωτών, των στρατηγικών ανταγωνιστών και των αναδυόμενων ευκαιριών.

Η στρατηγική διαχείριση στον τουρισμό είναι μια πολύπλευρη διαδικασία που περιλαμβάνει προσεκτικό σχεδιασμό, συνεργασία και καινοτομία για τη διασφάλιση της βιώσιμης ανάπτυξης και επιτυχίας των τουριστικών προορισμών και επιχειρήσεων. Με την υιοθέτηση βέλτιστων πρακτικών, όπως η συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών, οι αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και η έρευνα αγοράς, οι τουριστικοί οργανισμοί μπορούν να πλοηγηθούν αποτελεσματικά στις πολυπλοκότητες του κλάδου και να αξιοποιήσουν τις αναδυόμενες ευκαιρίες. Οι στρατηγικές branding και τοποθέτησης προορισμών συμβάλλουν στη διαφοροποίηση των προορισμών και στην προσέλκυση αγορών-στόχων, ενώ η ανάπτυξη προϊόντων και η διαφοροποίηση διασφαλίζουν ότι οι προσφορές παραμένουν σχετικές και ελκυστικές για τους ταξιδιώτες (Schilling, 2017). Η υιοθέτηση εργαλείων ψηφιακού μάρκετινγκ και τεχνολογικών πλατφορμών επιτρέπει στους προορισμούς να προσεγγίσουν ένα ευρύτερο κοινό και να αλληλεπιδράσουν με τους ταξιδιώτες με ουσιαστικούς τρόπους.

Η συνεργασία και η δημιουργία εταιρικών δεσμών ανάμεσα στους εμπλεκόμενους στον τουριστικό τομέα ενισχύουν την κοινή προσπάθεια και την αίσθηση συλλογικής ευθύνης, προάγοντας τις συντονισμένες ενέργειες για την αντιμετώπιση διαφόρων προκλήσεων και την πραγματοποίηση κοινών στόχων. Επιπρόσθετα, οι καλά οργανωμένες στρατηγικές για την ετοιμότητα και διαχείριση κινδύνων μπορούν να μειώσουν τις αρνητικές συνέπειες από αναπάντεχα γεγονότα, εξασφαλίζοντας την ασφάλεια και την ευζωία τόσο των τουριστών όσο και των κατοίκων. Μέσα από τη συνεχή παρακολούθηση και αξιολόγηση, τουριστικές οργανώσεις έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθούν την πορεία τους, να αναγνωρίζουν πεδία για βελτίωση και να προσαρμόζουν τις προσεγγίσεις τους ανάλογα με τις μεταβαλλόμενες ανάγκες της αγοράς. Οι διαχειριστικές αυτές πρακτικές κρίνονται καίριες για την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και την εξασφάλιση μέγιστων κοινωνικοοικονομικών οφελών από τον τουρισμό για όλους τους συμμετέχοντες.

1.4 Κενά στην υπάρχουσα Βιβλιογραφία

Αυτό το κεφάλαιο έχει ως στόχο να αναδείξει τις περαιτέρω προκλήσεις και την ανάγκη υιοθέτησης μιας ολοένα και πιο κρίσιμης προοπτικής. Στην πραγματικότητα, πολλές συνεισφορές εκθέτουν τις ανεπάρκειες στις πρακτικές του βιώσιμου τουρισμού σήμερα. Οι μελετητές συχνά υιοθετούν μια υπερβολικά αρνητική θέση, αποτυγχάνοντας να αντιμετωπίσουν την πολυπλοκότητα της θεωρίας και της πρακτικής (Οοί, 2013). Έτσι, εντοπίζεται μια ένταση μεταξύ της αφθονίας της έρευνας από τη μία πλευρά και της τάσης της για έλλειψη κρισιμότητας και εφαρμογής στην πράξη από την άλλη.

Αυτή η λεπτομερής ανασκόπηση αποκάλυψε ότι υπάρχουν σημαντικές ελλείψεις στη δημιουργία δεικτών για τον βιώσιμο τουρισμό, οι οποίοι θα μπορούσαν να ενισχύσουν την έρευνα σε αυτό το πεδίο. Επίσης, κρίνεται αναγκαίο για τους ερευνητές να διερευνήσουν τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των διάφορων μορφών διακυβέρνησης και της ανάπτυξης καθώς και της διαδικασίας παρακολούθησης και αξιολόγησης δεικτών. Οι πολιτικές που αφορούν τον τουρισμό είναι καθοριστικές για την εξασφάλιση μιας βιώσιμης μακροπρόθεσμης ανάπτυξης στον τομέα (Rasoolimanesh et al.,2023). Επιπρόσθετα, η αποτελεσματική διακυβέρνηση αποτελεί βασικό στοιχείο για την υλοποίηση των τριών υπόλοιπων διαστάσεων του βιώσιμου τουρισμού: οικονομικής ανάπτυξης, κοινωνικής ένταξης και προστασίας του περιβάλλοντος. Τέλος, η συμμετοχή των τουριστών στις έρευνες σχετικά με τον βιώσιμο τουρισμό έχει αναγνωριστεί μόνο σε λίγες μελέτες, αν και θα έπρεπε να θεωρούνται κρίσιμοι ενδιαφερόμενοι για την παροχή σημαντικών πληροφοριών για τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών και της λήψης αποφάσεων που αφορούν τον βιώσιμο τουρισμό. Η ενασχόληση με τα εντοπισμένα κενά στην τρέχουσα βιβλιογραφία θα οδηγήσει σε μια πιο ολοκληρωμένη κατανόηση του βιώσιμου τουρισμού και θα βοηθήσει στη διαμόρφωση πιο αποτελεσματικών προσεγγίσεων για την επίτευξη των στόχων βιωσιμότητας στην τουριστική βιομηχανία.

2^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

2.1 Σχεδιασμός Έρευνας

Ο σχεδιασμός της έρευνας αποτελεί κρίσιμο στοιχείο στη διαδικασία συλλογής δεδομένων και ανάλυσης που ακολουθεί. Σκοπός της έρευνας είναι η εξέταση των επιπτώσεων του τουρισμού στην Κρήτη, με έμφαση στη βιωσιμότητα και τη διαχείριση του υπερτουρισμού. Η προσέγγιση της έρευνας θα είναι ποσοτική, καθώς χρησιμοποιήθηκε δομημένο ερωτηματολόγιο για τη συλλογή δεδομένων από τον επιλεγμένο πληθυσμό.

2.1.1 Ποσοτική Προσέγγιση

Η ποσοτική προσέγγιση επιλέχθηκε λόγω της ικανότητάς της να παρέχει μετρήσιμα και συγκρίσιμα αποτελέσματα. Η συλλογή δεδομένων έγινε μέσω ερωτηματολογίου, το οποίο έχει σχεδιαστεί για να καταγράφει τις απόψεις, τις στάσεις και τις συμπεριφορές των ερωτηθέντων σχετικά με τον τουρισμό και τις επιπτώσεις του στην Κρήτη.

2.1.2 Μεθοδολογία

Η έρευνα βασίστηκε σε δειγματοληψία από τον πληθυσμό τουριστών που έχουν επισκεφθεί την περιοχή της Κρήτης. Η δειγματοληψία ήταν τυχαία και δειγματοληψία χιονοστιβάδας, εξασφαλίζοντας έτσι την αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν μέσω ηλεκτρονικής και έντυπης διανομής του ερωτηματολογίου, επιτρέποντας έτσι τη γρήγορη και αποτελεσματική συγκέντρωση απαντήσεων.

Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε χρησιμοποιώντας στατιστικό λογισμικό, το οποίο επέτρεψε την εκτέλεση περιγραφικής και ερμηνευτικής στατιστικής ανάλυσης. Αυτό περιλαμβάνει την ανάλυση συχνοτήτων, την εκτίμηση μέσω των τιμών και τη διερεύνηση δυναμικών συσχετίσεων μεταξύ των μεταβλητών.

2.2 Συλλογή Δεδομένων

2.2.1 Ανάπτυξη Ερωτηματολογίου

Για τη συλλογή των δεδομένων, αναπτύχθηκε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο, που περιλαμβάνει κλειστές και κλίμακας Likert ερωτήσεις. Οι ερωτήσεις καλύπτουν διάφορες διαστάσεις του τουρισμού, όπως η περιβαλλοντική συνείδηση, η κοινωνικοπολιτισμική αντίληψη, η οικονομική επίδραση και η εμπειρία του τουρίστα. Το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε με σαφήνεια και απλότητα για να διευκολύνει τους συμμετέχοντες και να ενθαρρύνει την ολοκλήρωση των απαντήσεων.

2.2.2 Πληθυσμός και Δειγματοληψία

Ο πληθυσμός της έρευνας αποτελείται από επισκέπτες της Κρήτης. Συνολικά στην έρευνα συμμετείχαν 117 άτομα.

2.3 Ανάλυση Δεδομένων

Οι απαντήσεις του ερωτηματολογίου κωδικοποιήθηκαν και εισάχθηκαν σε στατιστικό λογισμικό για την επεξεργασία τους. Χρησιμοποιήθηκαν μέθοδοι περιγραφικής στατιστικής για την παρουσίαση των βασικών τάσεων και διακυμάνσεων των δεδομένων, καθώς και αναλύσεις για την εξέταση σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών.

2.3.1 Στατιστικές Τεχνικές

- ✚ Περιγραφική Στατιστική: Μέσος όρος, διακύμανση, ελάχιστη και μέγιστη τιμή για να παρουσιαστούν τα βασικά χαρακτηριστικά των δεδομένων. Αυτό θα περιλαμβάνει την ανάλυση των απαντήσεων για κάθε ερώτηση του ερωτηματολογίου.
- ✚ Ανάλυση Συχνότητας: Θα αξιοποιηθεί για την καταγραφή της συχνότητας εμφάνισης των απαντήσεων στις κλειστές ερωτήσεις και στις ερωτήσεις κλίμακας Likert, παρέχοντας μια εικόνα των γενικών τάσεων.
- ✚ Ανάλυση Συσχετίσεων και Διαφοροποιήσεων: Για την εξέταση των σχέσεων μεταξύ διαφορετικών μεταβλητών, θα χρησιμοποιηθούν στατιστικοί έλεγχοι όπως ο συντελεστής συσχέτισης του Kendal επειδή πρόκειται για μη κανονικά δεδομένα, τον έλεγχο ανεξαρτησίας χ^2 και τον έλεγχο διαφορών μέσω ANOVA.

2.3.2 Εργαλεία και Λογισμικό

Για την επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό λογισμικό, SPSS. Αυτό το εργαλείο προσφέρει προηγμένες δυνατότητες για την ανάλυση δεδομένων, επιτρέποντας την εφαρμογή των παραπάνω τεχνικών με ακρίβεια και αποδοτικότητα.

2.4 Δεοντολογικά Ζητήματα

Η διεξαγωγή έρευνας, ιδιαίτερα όταν περιλαμβάνει ανθρώπινους συμμετέχοντες, φέρει σημαντικές δεοντολογικές ευθύνες. Στην παρούσα έρευνα, τηρήθηκαν αυστηρά δεοντολογικά πρότυπα για να διασφαλιστεί ο σεβασμός και η προστασία των συμμετεχόντων. Όλοι οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν πλήρως για τους σκοπούς της έρευνας, τη μεθοδολογία της, καθώς και για το πώς θα χρησιμοποιηθούν τα συλλεγόμενα δεδομένα. Εξασφαλίστηκε η έγκριση και η συναίνεση τους πριν από τη συμμετοχή τους στην έρευνα. Διασφαλίστηκε η ανωνυμία και η εμπιστευτικότητα των συμμετεχόντων. Οποιαδήποτε πληροφορία που θα μπορούσε να οδηγήσει στην ταυτοποίηση των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα παρέμεινε αυστηρά εμπιστευτική και χρησιμοποιήθηκε μόνο για τους σκοπούς της έρευνας.

Τα συλλεγόμενα δεδομένα αποθηκεύτηκαν σε ασφαλή ηλεκτρονικά μέσα με κατάλληλα μέτρα προστασίας για να αποφευχθεί η παράνομη πρόσβαση, η απώλεια ή η καταστροφή των πληροφοριών. Η έρευνα διεξήχθη με ακεραιότητα και διαφάνεια. Αποφεύχθηκε κάθε μορφή παραποίησης ή χειραγώγησης των δεδομένων, ενώ οι μέθοδοι ανάλυσης επιλέχθηκαν με βάση την επιστημονική τους ισχύ και καταλληλότητα για την αντικειμενική ερμηνεία των ευρημάτων.

3ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΤΡΕΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ

3.1. Επισκόπηση του προορισμού

		Statistics						
		Ηλικιακή Ομάδα	Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές;	Πώς θα αξιολογούσατε την συνολική σας ικανοποίηση από την επίσκεψή σας στην Κρήτη;	Θεωρείτε ότι η Κρήτη αντιμετωπίζει θέματα υπερτουρισμού κατά τους μήνες αιχμής;	Είστε ενημερωμένοι για κάποιες πρωτοβουλίες που λαμβάνονται στην Κρήτη για την προστασία του περιβάλλοντος;	Πώς αξιολογείτε την καθαριότητα στις παραλίες, τους δρόμους και τα τουριστικά αξιοθέατα της Κρήτης;	Πόσο ανησυχείτε για τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο του τουρισμού στην Κρήτη;
N	Valid	117	117	117	117	117	117	117
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.43	2.62	3.69	2.61	1.73	2.93	3.12
Mode		2	1	4	3 ^a	2	2	4
Std. Deviation		1.688	1.350	1.021	1.137	.448	.817	1.308
Skewness		.111	.309	-.189	-.179	-1.029	.127	-.155
Std. Error of Skewness		.224	.224	.224	.224	.224	.224	.224
Kurtosis		-1.227	-1.121	-1.091	-1.368	-.957	-1.491	-1.073
Std. Error of Kurtosis		.444	.444	.444	.444	.444	.444	.444
Minimum		1	1	2	1	1	2	1
Maximum		6	5	5	4	2	4	5

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Πίνακας 1

Η Κρήτη, ένα νησί που φημίζεται για τη φυσική ομορφιά και τον πολιτιστικό του πλούτο, αποτελεί κορυφαίο τουριστικό προορισμό, προσελκύνοντας ετησίως εκατομμύρια επισκέπτες. Μέσα από την ανάλυση των απαντήσεων από 117 ερωτηματολόγια, προκύπτει μια εικόνα σχετικά με τις εμπειρίες και τις αντιλήψεις αυτών των επισκεπτών.

Ηλικιακή Ομάδα

	N	%
18-24	18	15.4%
25-34	24	20.5%
35-44	19	16.2%
45-54	21	17.9%
55-64	16	13.7%

65+	19	16.2%
-----	----	-------

Πίνακας 2

Η ηλικιακή κατανομή των ερωτηθέντων παρουσιάζει ισορροπημένη διαφορά, με την ηλικιακή ομάδα 25-34 ετών να κατέχει την πλειοψηφία στο 20,5%. Ακολουθούν οι ηλικιακές ομάδες 45-54 και 18-24 ετών σε ποσοστό 17,9% και 15,4%, αντίστοιχα, ενώ τα άτομα ηλικίας 55 ετών και άνω αποτελούν σχεδόν το ένα τρίτο του δείγματος. Αυτή η κατανομή υπογραμμίζει την ευρεία απήχηση της Κρήτης σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, υποδεικνύοντας μια ποικιλία τουριστικών προφίλ που επιλέγουν το νησί για τις διακοπές τους.

Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές;

	N	%
Σπάνια	59	50.5%
Κάποιες φορές	24	20.5%
Συχνά	21	17.9%
Πολύ συχνά	13	11.1%

Πίνακας 3

Η συχνότητα των επισκέψεων ποικίλλει, με την πλειοψηφία 50.5% να την επισκέπτεται σπάνια. Αντίθετα, σχεδόν 29% των ερωτηθέντων επισκέπτεται την Κρήτη συχνά ή πολύ συχνά, υπογραμμίζοντας μια ισχυρή βάση επαναλαμβανόμενου τουρισμού που είναι κρίσιμη για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη.

Πώς θα αξιολογούσατε την συνολική σας ικανοποίηση από την επίσκεψή σας στην Κρήτη;

	N	%
Δυσανεστημένος(-η)	17	14.5%
Ουδέτερος(-η)	33	28.2%
Ικανοποιημένος(-η)	36	30.8%
Πολύ Ικανοποιημένος(-η)	31	26.5%

Πίνακας 4

Η συνολική ικανοποίηση από τις επισκέψεις τους στην Κρήτη είναι γενικά θετική, με το 30,8% των ερωτηθέντων να αισθάνονται ικανοποιημένοι και ένα επιπλέον 26,5% να δηλώνει πολύ

ικανοποιημένοι. Αυτή η θετική ανατροφοδότηση είναι υψίστης σημασίας για τον τουριστικό τομέα του νησιού, αντανακλώντας την ποιότητα της εμπειρίας των επισκεπτών.

**Θεωρείτε ότι η Κρήτη
αντιμετωπίζει θέματα
υπερτουρισμού κατά τους μήνες
αιχμής;**

	N	%
Καθόλου	28	23.9%
Ελάχιστα	23	19.7%
Μέτρια	33	28.2%
Αρκετά	33	28.2%

Πίνακας 5

Όσον αφορά τον υπερτουρισμό, ένα σημαντικό ποσοστό επισκεπτών τον αντιλαμβάνεται ως πρόβλημα κατά τους μήνες αιχμής, με το 28,2% να τον αξιολογεί ως «σημαντικό» και ένα άλλο 28,2% ως «μέτρια». Αυτό υπογραμμίζει την ανάγκη για αποτελεσματικές στρατηγικές διαχείρισης του τουρισμού για τον μετριασμό των επιπτώσεων του υπερτουρισμού και την πιο ομοιόμορφη κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας κατά τη διάρκεια του έτους.

**Είστε ενημερωμένοι για
κάποιες πρωτοβουλίες που
λαμβάνονται στην Κρήτη για
την προστασία του
περιβάλλοντος;**

	N	%
Ναι	32	27.4%
Όχι	85	72.6%

Πίνακας 6

Η ευαισθητοποίηση των περιβαλλοντικών πρωτοβουλιών στην Κρήτη είναι ένας τομέας που εντοπίζεται προς βελτίωση, καθώς το 72,6% των ερωτηθέντων δεν είναι ενημερωμένο για τέτοιες προσπάθειες. Η ενίσχυση της επικοινωνίας και της δέσμευσης σε περιβαλλοντικές δράσεις θα μπορούσε να προωθήσει ένα πιο βιώσιμο τουριστικό μοντέλο και να ενισχύσει τη συμμετοχή των επισκεπτών σε πρακτικές διατήρησης.

Πώς αξιολογείτε την καθαριότητα στις παραλίες, τους δρόμους και τα τουριστικά αξιοθέατα της Κρήτης;

	N	%
Κακή	43	36.8%
Μέτρια	39	33.3%
Καλή	35	29.9%

Πίνακας 7

Η καθαριότητα των παραλιών, των δρόμων και των τουριστικών αξιοθέατων παρουσιάζει ανάμεικτες κριτικές. Ενώ το 29,9% των ερωτηθέντων αξιολογεί την καθαριότητα ως «καλή», ένα αξιοσημείωτο 36,8% την αντιλαμβάνεται ως «κακή». Η αντιμετώπιση αυτών των ανησυχιών είναι σημαντική για τη διατήρηση της ελκυστικότητας της Κρήτης και τη διασφάλιση της μακροπρόθεσμης βιωσιμότητας της τουριστικής βιομηχανίας της.

Πόσο ανησυχείτε για τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο του τουρισμού στην Κρήτη;

	N	%
Καθόλου	17	14.5%
Ελάχιστα	22	18.8%
Μέτρια	28	23.9%
Αρκετά	30	25.6%
Πάρα πολύ	20	17.1%

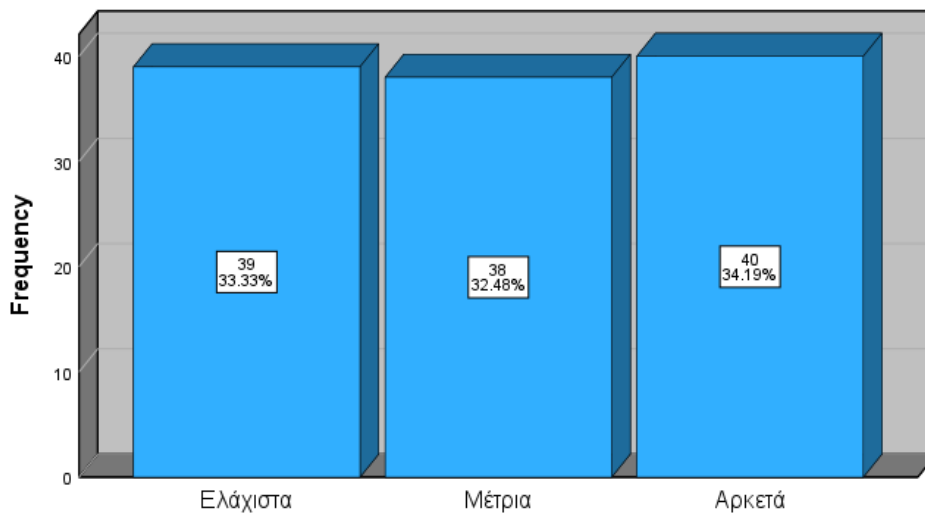
Πίνακας 8

Η ανησυχία για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού είναι εμφανής, με το 25,6% να εκφράζει «σημαντική» ανησυχία και το 17,1% να αισθάνεται «εξαιρετικά». Αυτή η συνειδητοποίηση υπογραμμίζει τη σημασία της ενσωμάτωσης περιβαλλοντικών παραμέτρων στον τουριστικό σχεδιασμό και τις λειτουργίες του νησιού.

3.2 Τουριστικές τάσεις και πρότυπα

Η κατανομή συχνότητας δείχνει ότι οι απόψεις είναι αρκετά ισορροπημένες μεταξύ των ερωτηθέντων, με περίπου ένα τρίτο να νιώθει ότι ο τουρισμός σέβεται και διαφυλάσσει τον τοπικό πολιτισμό και τις παραδόσεις σε διάφορους βαθμούς, από ελάχιστα έως αρκετά.

Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι ο τουρισμός στην Κρήτη σέβεται και διαφυλάσσει τον τοπικό πολιτισμό και τις παραδόσεις;



Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι ο τουρισμός στην Κρήτη σέβεται και διαφυλάσσει τον τοπικό πολιτισμό και τις παραδόσεις;

Διάγραμμα 1

Η συσχέτιση ανάμεσα στο σεβασμό για τον τοπικό πολιτισμό και τις παραδόσεις και τη συνολική ικανοποίηση είναι πολύ ασθενής και μη στατιστικά σημαντική, υποδεικνύοντας ότι δεν υπάρχει σημαντική σχέση μεταξύ αυτών των μεταβλητών στο δείγμα. Επίσης, δεν υπάρχει σημαντική συσχέτιση μεταξύ της συχνότητας επισκέψεων και της αντίληψης του σεβασμού του τουρισμού προς τον πολιτισμό και των ικανοποιήσεων από την επίσκεψη.

Correlations

			Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι ο τουρισμός στην Κρήτη σέβεται και διαφυλάσσει τον τοπικό πολιτισμό και τις παραδόσεις;	Πώς θα αξιολογούσατε την συνολική σας ικανοποίηση από την επίσκεψή σας στην Κρήτη;	Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές;
Kendall's tau_b	Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι ο τουρισμός στην Κρήτη σέβεται και διαφυλάσσει τον τοπικό πολιτισμό και τις παραδόσεις;	Correlation Coefficient	--		
		Sig. (2-tailed)			
		N	117		
	Πώς θα αξιολογούσατε την συνολική σας ικανοποίηση από την επίσκεψή σας στην Κρήτη;	Correlation Coefficient	.062	--	
		Sig. (2-tailed)	.437		
		N	117	117	
	Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές;	Correlation Coefficient	-.096	.017	--
		Sig. (2-tailed)	.222	.829	
		N	117	117	117

Πίνακας 9

Οι απόψεις των ερωτηθέντων δίστανται ισομερώς για τον βαθμό σεβασμού του τουρισμού προς τον τοπικό πολιτισμό και τις παραδόσεις, με ποσοστά που κυμαίνονται σχεδόν ίσα από "ελάχιστα" έως "αρκετά". Η ανάλυση συσχέτισης Kendall's tau δείχνει πολύ ασθενείς συσχετίσεις μεταξύ αυτής της αντίληψης και της συνολικής ικανοποίησης ή της συχνότητας επισκέψεων, χωρίς καμία στατιστική σημαντικότητα, υποδεικνύοντας την έλλειψη έντονων σχέσεων μεταξύ αυτών των διαστάσεων στο δείγμα που μελετήθηκε.

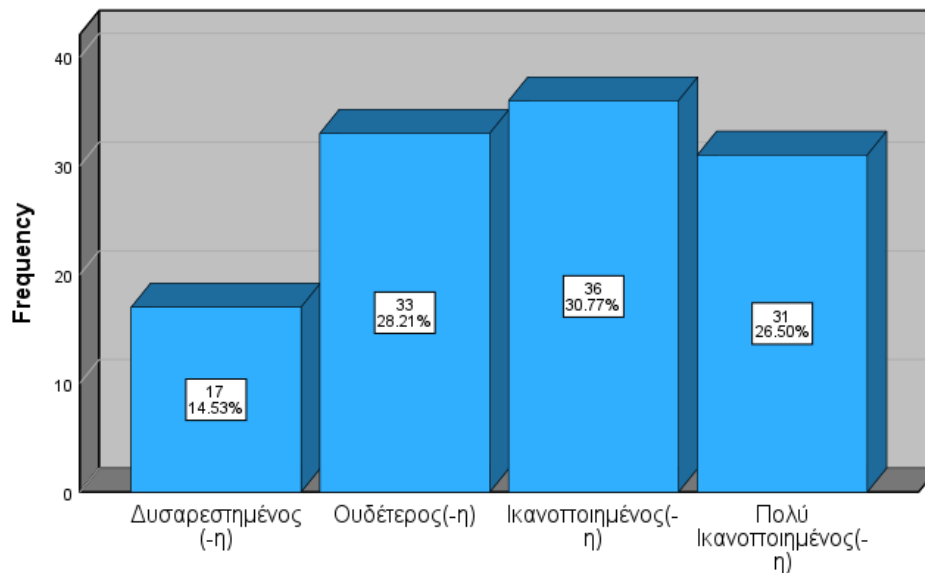
Στην ερώτηση "Πώς θα αξιολογούσατε την συνολική σας ικανοποίηση από την επίσκεψή σας στην Κρήτη;", τα δεδομένα αποτυπώνουν μια κατανομή ικανοποίησης με το 30.8% των ερωτηθέντων να δηλώνουν ικανοποιημένοι και το 26.5% πολύ ικανοποιημένοι. Ωστόσο, ένα σημαντικό ποσοστό 14.5% δήλωσε δυσαρεστημένο, υποδηλώνοντας την ύπαρξη περιθωρίου για βελτιώσεις στην τουριστική εμπειρία. Η διασταυρωμένη κατανομή της ικανοποίησης ανά ηλικιακή ομάδα δεν έδειξε στατιστικά σημαντικές διαφορές ($p=0.463$), δείχνοντας ότι η ηλικία δεν αποτελεί διακριτικό παράγοντα στην αντίληψη της ικανοποίησης από την επίσκεψη στην Κρήτη. Αυτό υποδηλώνει ομοιογένεια στις εμπειρίες των τουριστών ανεξαρτήτως ηλικίας, και μπορεί να ενισχύσει την ανάγκη για μια ολιστική προσέγγιση στη διαχείριση της τουριστικής εμπειρίας.

Πώς θα αξιολογούσατε την συνολική σας ικανοποίηση από την επίσκεψή σας στην Κρήτη;

	N	%
Δυσανεστημένος(-η)	17	14.5%
Ουδέτερος(-η)	33	28.2%
Ικανοποιημένος(-η)	36	30.8%
Πολύ Ικανοποιημένος(-η)	31	26.5%

Πίνακας 10

Πώς θα αξιολογούσατε την συνολική σας ικανοποίηση από την επίσκεψή σας στην Κρήτη;



Πώς θα αξιολογούσατε την συνολική σας ικανοποίηση από την επίσκε...

Διάγραμμα 2

Πώς θα αξιολογούσατε την συνολική σας ικανοποίηση από την επίσκεψή σας στην Κρήτη; * Ηλικιακή Ομάδα Crosstabulation

		Ηλικιακή Ομάδα										Total			
		18-24		25-34		35-44		45-54		55-64		65+			
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Πώς θα αξιολογούσατε την συνολική σας ικανοποίηση από την επίσκεψή σας στην Κρήτη.	Δυσανεστημένος(-η)	5 _a	27.8%	1 _a	4.2%	2 _{a, b}	10.5%	5 _{a, b}	23.8%	2 _{a, b}	12.5%	2 _{a, b}	10.5%	17	14.5%
	Ουδέτερος(-η)	5 _a	27.8%	6 _a	25.0%	4 _a	21.1%	9 _a	42.9%	5 _a	31.3%	4 _a	21.1%	33	28.2%
	Ικανοποιημένος(-η)	4 _a	22.2%	11 _a	45.8%	5 _a	26.3%	4 _a	19.0%	5 _a	31.3%	7 _a	36.8%	36	30.8%
	Πολύ Ικανοποιημένος(-η)	4 _{a, b}	22.2%	6 _{a, b}	25.0%	8 _b	42.1%	3 _a	14.3%	4 _{a, b}	25.0%	6 _{a, b}	31.6%	31	26.5%
Total		18	100.0%	24	100.0%	19	100.0%	21	100.0%	16	100.0%	19	100.0%	117	100.0%

Each subscript letter denotes a subset of Ηλικιακή Ομάδα categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the .05 level.

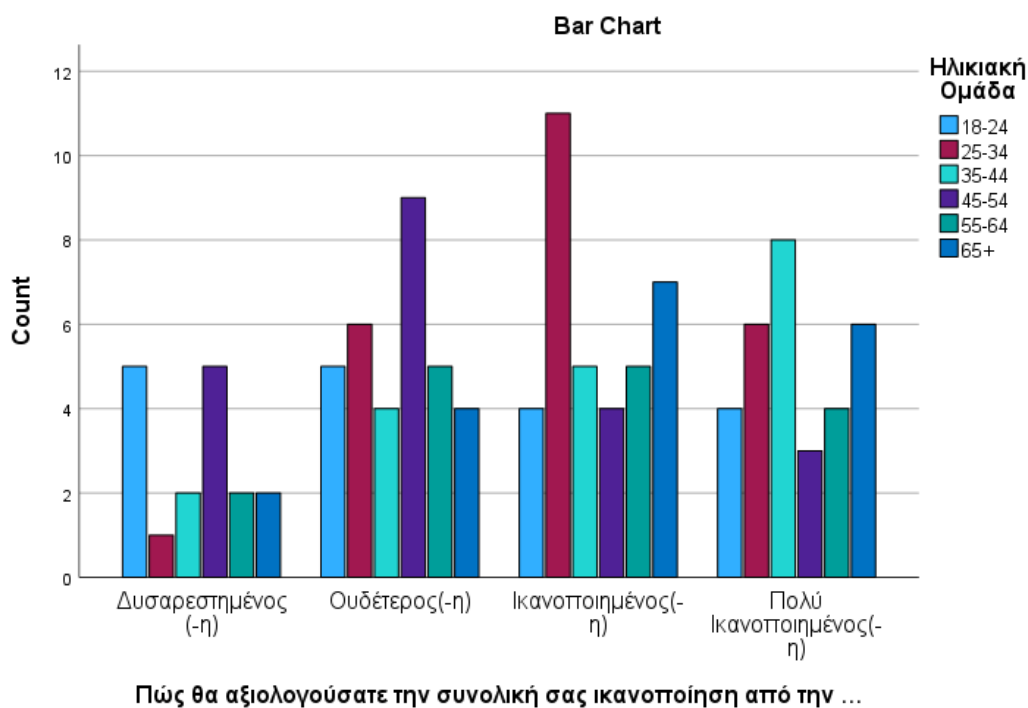
Πίνακας 11

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.845 ^a	15	.463
Likelihood Ratio	14.698	15	.473
Linear-by-Linear Association	.158	1	.691
N of Valid Cases	117		

a. 10 cells (41.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.32.

Πίνακας 12



Διάγραμμα 3

Παρουσιάζονται οι αντιλήψεις σχετικά με την επίδραση του τουρισμού στην τοπική οικονομία της Κρήτης. Το 6.0% διαφωνεί ότι η παρουσία των τουριστών συμβάλλει θετικά, το 39.3% παραμένει ουδέτερο, το 29.1% συμφωνεί, ενώ το 25.6% συμφωνεί απόλυτα. Η ανάλυση διακύμανσης που διενεργήθηκε για να εξετάσει τη σχέση ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες και την άποψη για την οικονομική συμβολή του τουρισμού δεν έδειξε στατιστική σημαντικότητα ($p=0.193$). Επίσης, δεν βρέθηκε στατιστική σημαντικότητα στη σχέση μεταξύ της συχνότητας επισκέψεων στην Κρήτη και της άποψης για την οικονομική συμβολή ($p=0.946$). Αυτά τα ευρήματα υποδεικνύουν ότι οι αντιλήψεις για τη θετική οικονομική συμβολή του τουρισμού δεν

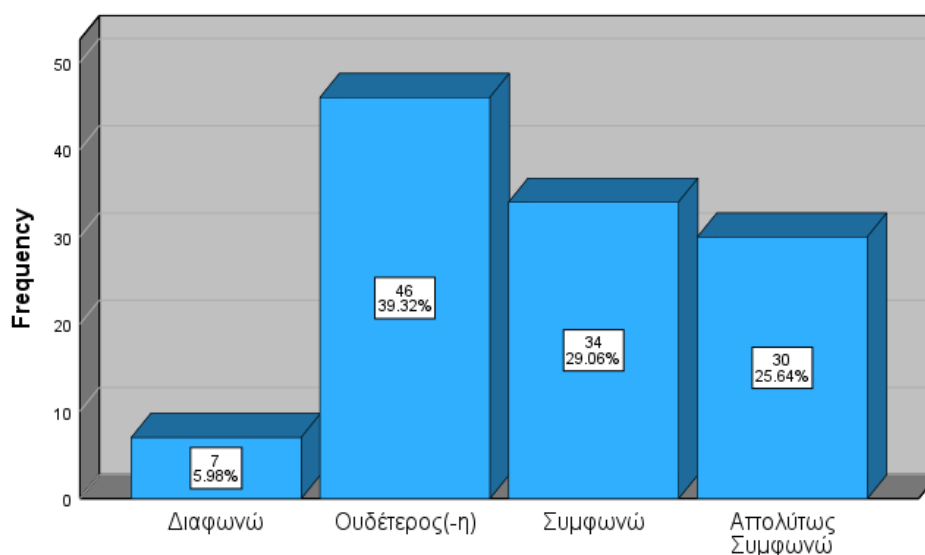
διαφέρουν σημαντικά μεταξύ των διαφόρων ηλικιακών ομάδων και δεν σχετίζονται με τη συχνότητα επισκέψεων στο νησί.

Πιστεύετε ότι η παρουσία των τουριστών στην Κρήτη συμβάλλει θετικά στην τοπική οικονομία;

	N	%
Διαφωνώ	7	6.0%
Ουδέτερος(-η)	46	39.3%
Συμφωνώ	34	29.1%
Απολύτως Συμφωνώ	30	25.6%

Πίνακας 13

Πιστεύετε ότι η παρουσία των τουριστών στην Κρήτη συμβάλλει θετικά στην τοπική οικονομία;



Πιστεύετε ότι η παρουσία των τουριστών στην Κρήτη συμβάλλει θετικά ...

Διάγραμμα 4

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Ηλικιακή Ομάδα	Between Groups	13.484	3	4.495	1.601	.193
	Within Groups	317.149	113	2.807		

	Total	330.632	116			
Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές;	Between Groups	.689	3	.230	.123	.946
	Within Groups	210.764	113	1.865		
	Total	211.453	116			

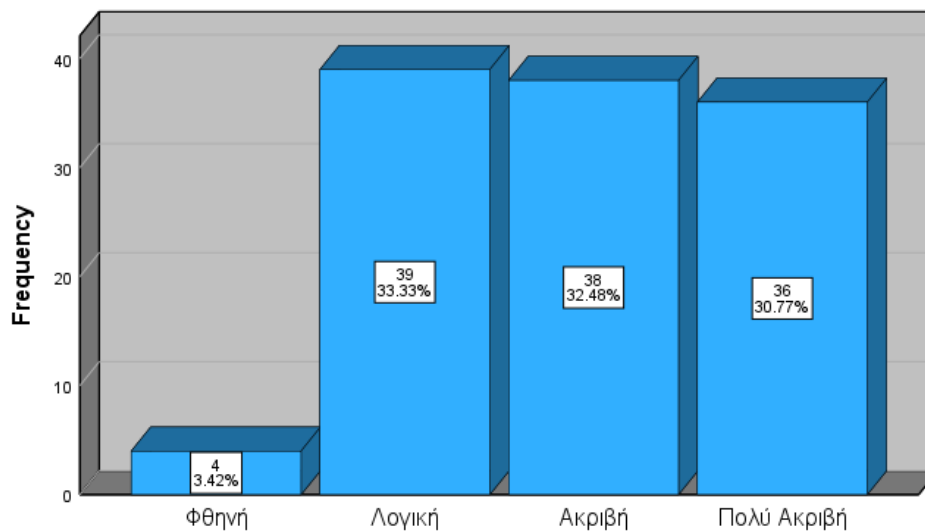
Πίνακας 14

Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα τιμών στην Κρήτη για τα εξής;(Διαμονή)

	N	%
Φθηνή	4	3.4%
Λογική	39	33.3%
Ακριβή	38	32.5%
Πολύ Ακριβή	36	30.8%

Πίνακας 15

Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα τιμών στην Κρήτη για τα εξής;(Διαμονή)



Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα τιμών στην Κρήτη για τα εξής;(Διαμονή)

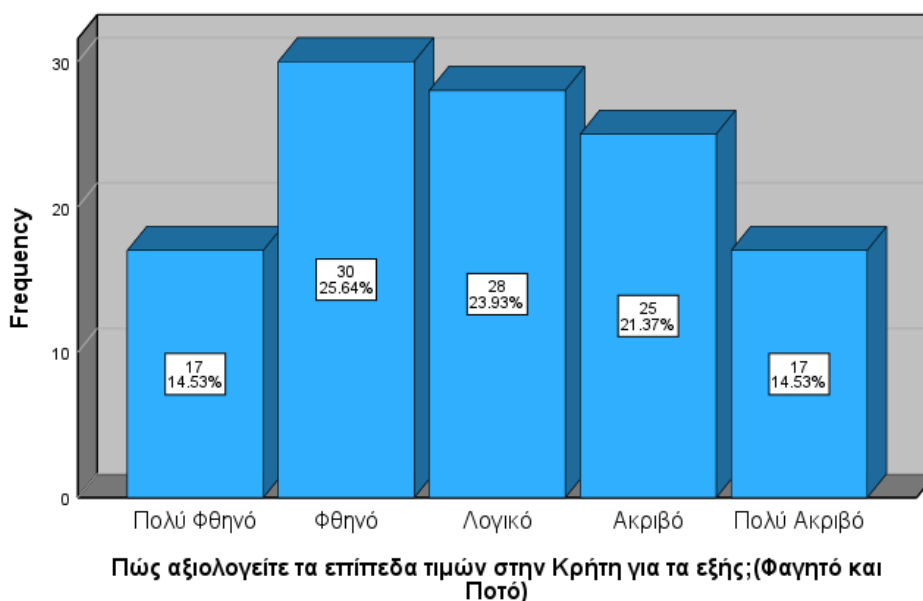
Διάγραμμα 5

Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα τιμών στην Κρήτη για τα εξής;(Φαγητό και Ποτό)

	N	%
Πολύ Φθηνό	17	14.5%
Φθηνό	30	25.6%
Λογικό	28	23.9%
Ακριβό	25	21.4%
Πολύ Ακριβό	17	14.5%

Πίνακας 16

Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα τιμών στην Κρήτη για τα εξής;(Φαγητό και Ποτό)



Διάγραμμα 6

Η ανάλυση της αντίληψης για τον οικονομικό αντίκτυπο του τουρισμού στην τοπική οικονομία της Κρήτης, όπως αποκαλύπτεται από τους διασταυρωμένους πίνακες, δείχνει την επικρατούσα πεποίθηση των ερωτηθέντων ότι ο τουρισμός συμβάλλει θετικά, με ένα σημαντικό ποσοστό να εκφράζει συμφωνία (29,1%) ή ισχυρή συμφωνία (25,6%). Ωστόσο, σημαντικός αριθμός ερωτηθέντων (39,3%) παρέμεινε ουδέτερος, ενώ η μειοψηφία διαφώνησε (6,0%). Από τα αποτελέσματα φαίνεται ότι ενώ υπάρχει μια γενική αισιοδοξία για τα οικονομικά οφέλη του τουρισμού, υπάρχει επίσης μια αξιοσημείωτη επιφύλαξη σε ένα τμήμα του δείγματος.

Εξετάστηκε η διαφοροποίηση μεταξύ της αντίληψης του οικονομικού αντίκτυπου του τουρισμού και των ηλικιακών ομάδων και της συχνότητας των επισκέψεων. Τα αποτελέσματα των δοκιμών δεν έδειξαν στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις ($p=0,463$ για ηλικιακές ομάδες και $p=0,946$ για τη συχνότητα των επισκέψεων), υποδεικνύοντας ότι η θετική αντίληψη του οικονομικού αντίκτυπου του τουρισμού είναι συνεπής σε διαφορετικές ηλικιακές ομάδες και ανεξάρτητα από το πόσο συχνά οι ερωτηθέντες επισκέπτονται την Κρήτη.

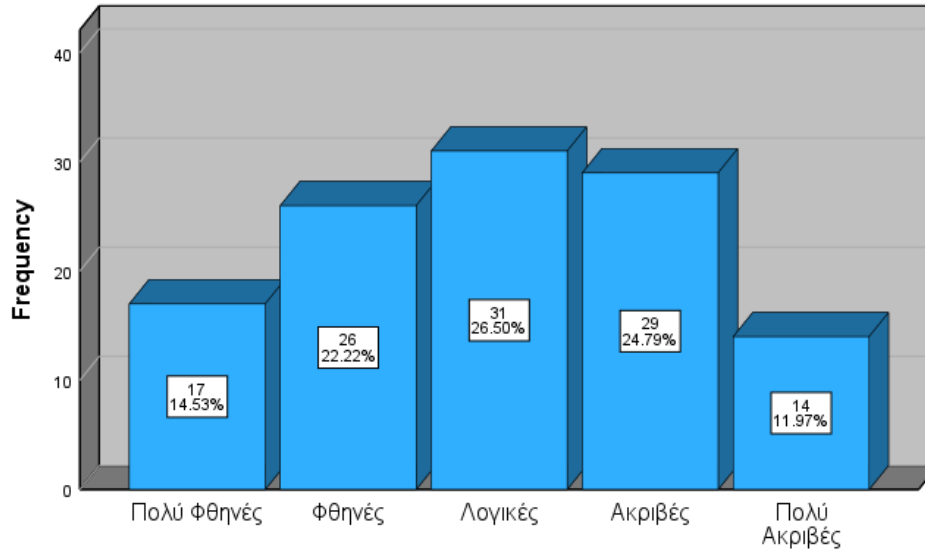
Όσον αφορά την αξιολόγηση των τιμών στην Κρήτη, οι απαντήσεις δείχνουν ότι πολλοί βρίσκουν τις τιμές σε υψηλότερο επίπεδο, με το «ακριβό» και το «πολύ ακριβό» να επιλέγεται από το 32,5% και το 30,8% των ερωτηθέντων αντίστοιχα για το κόστος διαμονής. Οι δοκιμές για τη διαφοροποίηση μεταξύ της αντίληψης των επιπέδων των τιμών και των ηλικιακών ομάδων ($p=0,109$) και της συχνότητας των επισκέψεων ($p=0,320$) δεν έδειξαν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα, δηλαδή οι αντιλήψεις για την τιμολόγηση δεν διαφέρουν σημαντικά μεταξύ των ηλικιακών ομάδων ή ανάλογα στη συχνότητα επίσκεψης.

Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα τιμών στην Κρήτη για τα εξής;(Τοπικές Μεταφορές)

	N	%
Πολύ Φθηνές	17	14.5%
Φθηνές	26	22.2%
Λογικές	31	26.5%
Ακριβές	29	24.8%
Πολύ Ακριβές	14	12.0%

Πίνακας 17

Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα τιμών στην Κρήτη για τα εξής;(Τοπικές Μεταφορές)



Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα τιμών στην Κρήτη για τα εξής;(Τοπικές ...

Διάγραμμα 7

Crosstab

		Ηλικιακή Ομάδα										Total			
		15-24		25-34		35-44		45-54		55-64				65+	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα τιμών στην Κρήτη για τα εξής (Διακίνηση)	Φθηνή	0 _a	0.0%	1 _a	4.2%	3 _a	15.8%	0 _a	0.0%	0 _a	0.0%	0 _a	0.0%	4	3.4%
	Λογική	9 _a	50.0%	5 _b	20.8%	8 _{a, b}	42.1%	5 _{a, b}	23.0%	4 _{a, b}	25.0%	8 _{a, b}	42.1%	39	33.3%
	Ακριβή	3 _a	16.7%	11 _b	45.8%	5 _{a, b}	26.3%	9 _{a, b}	42.9%	6 _{a, b}	37.5%	4 _{a, b}	21.1%	38	32.5%
	Πολύ Ακριβή	6 _a	33.3%	7 _a	29.2%	3 _a	15.8%	7 _a	33.3%	6 _a	37.5%	7 _a	36.8%	36	30.8%
Total		18	100.0%	24	100.0%	19	100.0%	21	100.0%	16	100.0%	19	100.0%	117	100.0%

Each subscript letter denotes a subset of Ηλικιακή Ομάδα categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the .05 level.

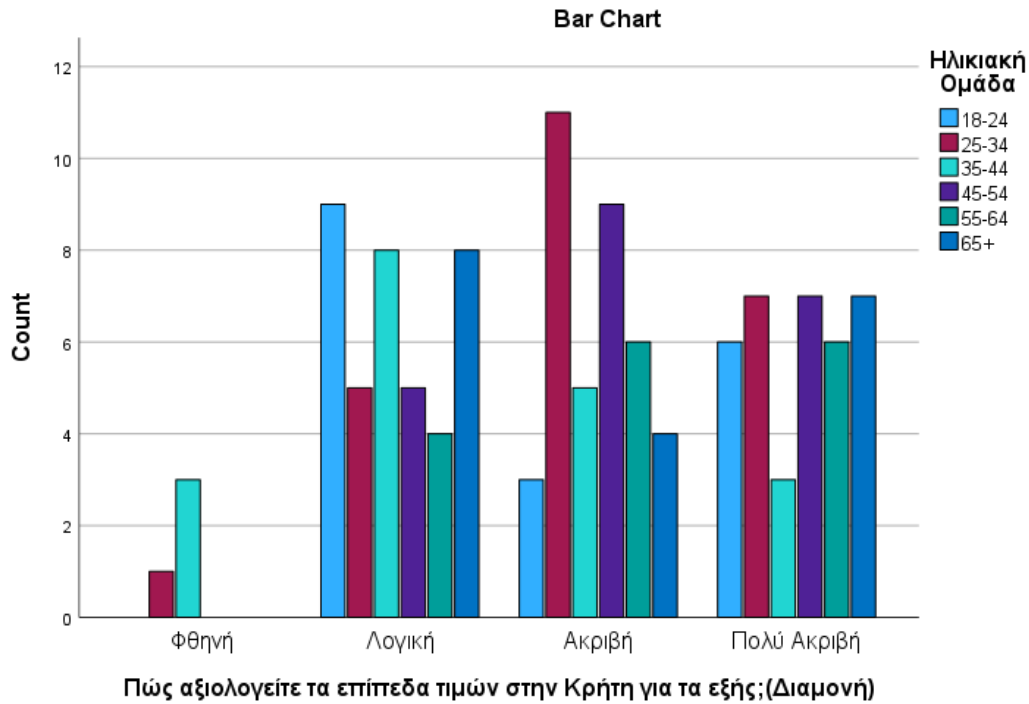
Πίνακας 18

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	21.943 ^a	15	.109
Likelihood Ratio	20.927	15	.139
Linear-by-Linear Association	.732	1	.392
N of Valid Cases	117		

a. 7 cells (29.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .55.

Πίνακας 19



Διάγραμμα 8

Crosstab

Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές;

		Ποτέ		Σπάνια		Κάποιες φορές		Συχνά		Πολύ συχνά		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα τιμών στην Κρήτη για τα εξής (Διαμονή)	Φθηνή	0 _a	0.0%	2 _a	7.4%	1 _a	4.2%	1 _a	4.8%	0 _a	0.0%	4	3.4%
	Λογική	8 _{a, b}	25.0%	13 _b	48.1%	7 _{a, b}	29.2%	9 _{a, b}	42.9%	2 _a	15.4%	39	33.3%
	Ακριβή	11 _a	34.4%	7 _a	25.9%	7 _a	29.2%	8 _a	38.1%	5 _a	38.5%	38	32.5%
	Πολύ Ακριβή	13 _a	40.6%	5 _{a, b}	18.5%	9 _{a, b}	37.5%	3 _b	14.3%	6 _a	46.2%	36	30.8%
Total		32	100.0%	27	100.0%	24	100.0%	21	100.0%	13	100.0%	117	100.0%

Each subscript letter denotes a subset of Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the .05 level.

Πίνακας 20

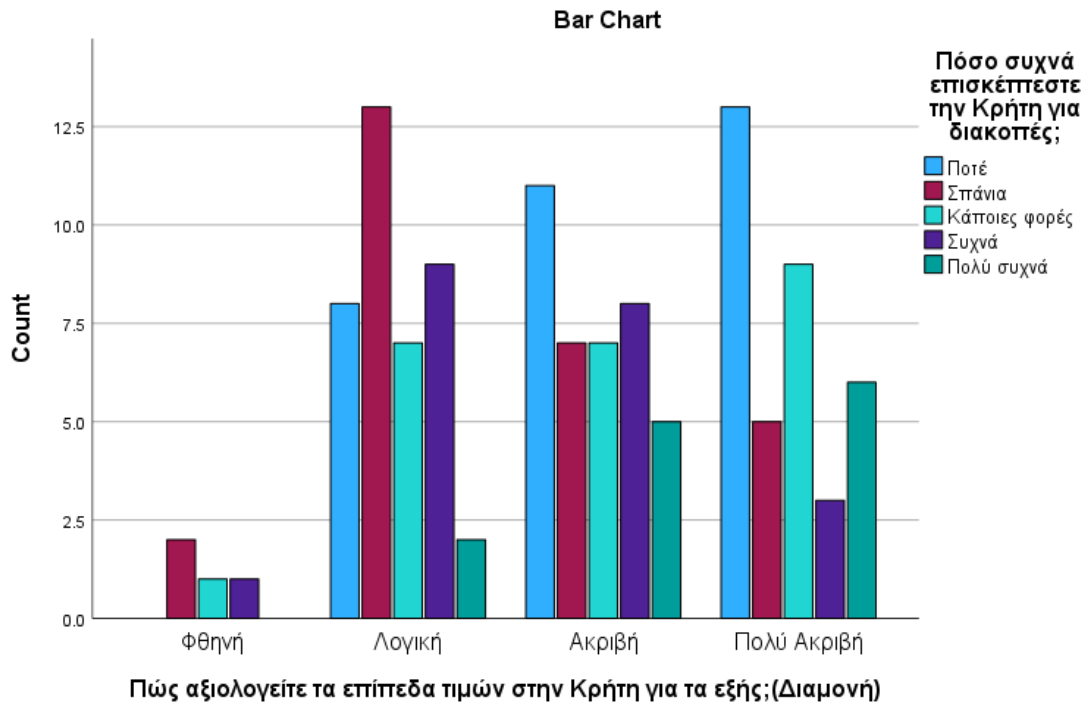
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.698 ^a	12	.320
Likelihood Ratio	15.471	12	.217

Linear-by-Linear Association	.028	1	.867
N of Valid Cases	117		

a. 8 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .44.

Πίνακας 21



Διάγραμμα 9

Crosstab

		Ηλικιακή Ομάδα										Total			
		19-24		25-34		35-44		45-54		55-64		65+		N	%
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα τιμών στην Κρήτη για τα εξής (Φαγητό και Ποτό)	Πολύ φθηνό	4a	22.2%	3a, b	12.5%	2a, a	10.5%	2a, b	9.5%	0a	0.0%	6a	31.6%	17	14.5%
	φθηνό	3a	16.7%	6a	25.0%	5a	26.3%	3a	14.3%	6a	37.5%	7a	36.8%	30	25.6%
	Λογικό	4a, b, c	22.2%	4c	16.7%	5a, b, c	26.3%	10b	47.8%	3a, e, c	18.8%	2a, e	10.5%	28	23.9%
	Ακριβό	6a	33.3%	5a	20.8%	5a	26.3%	6a	28.6%	3a	18.8%	0a	0.0%	25	21.4%
	Πολύ Ακριβό	1a, b, e	5.6%	6c	25.0%	2a, b, e	10.5%	0b	0.0%	4a, e	25.0%	4a, e	21.1%	17	14.5%
Total		18	100.0%	24	100.0%	19	100.0%	21	100.0%	16	100.0%	19	100.0%	117	100.0%

Each subscript letter denotes a subset of Ηλικιακή Ομάδα categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the .05 level.

Πίνακας 22

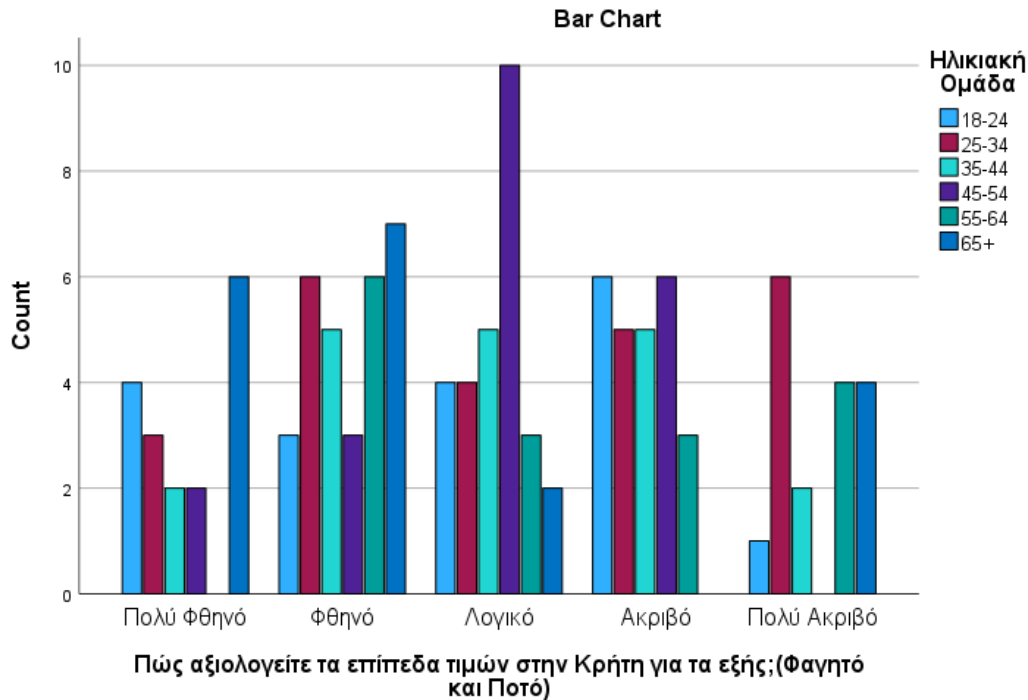
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	31.942 ^a	20	.044

Likelihood Ratio	39.280	20	.006
Linear-by-Linear Association	.800	1	.371
N of Valid Cases	117		

a. 25 cells (83.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.32.

Πίνακας 23



Διάγραμμα 10

Crosstab

Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές;

	Ποιό	Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές;										Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα τιμών στην Κρήτη για τα εξής;(Φαγητό και Ποτό)	Πολύ Φθηνό	5a, b, c	15.6%	3c	11.1%	9b	37.5%	0a, c	0.0%	0a, c	0.0%	17	14.5%
	Φθηνό	12a	37.5%	5a, b	18.5%	3b	12.5%	8a	38.1%	2a, b	15.4%	30	25.6%
	Λογικό	9a	28.1%	6a	22.2%	5a	20.8%	5a	23.8%	3a	23.1%	28	23.9%
	Ακριβό	5a	15.6%	7a	25.9%	4a	16.7%	6a	28.6%	3a	23.1%	25	21.4%
	Πολύ Ακριβό	1a	3.1%	6b, c	22.2%	3a, b, c	12.5%	2a, c	9.5%	5b	38.5%	17	14.5%
Total		32	100.0%	27	100.0%	24	100.0%	21	100.0%	13	100.0%	117	100.0%

Each subscript letter denotes a subset of Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές; categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the .05 level.

Πίνακας 24

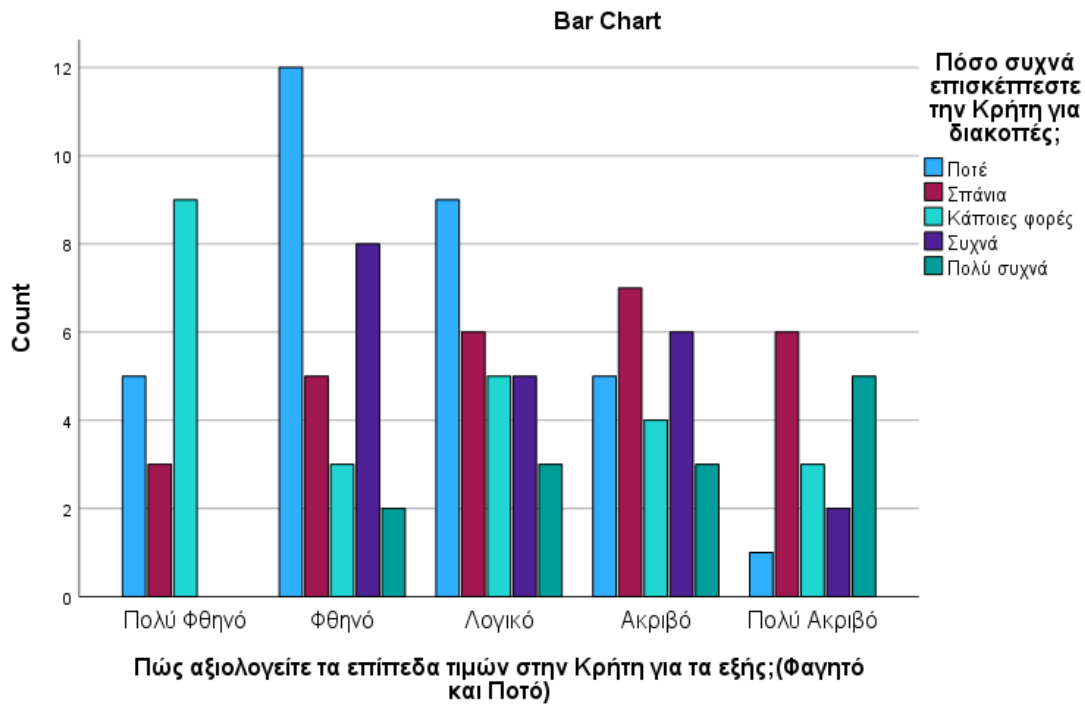
Chi-Square Tests

Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
-------	----	-----------------------------------

Pearson Chi-Square	31.028 ^a	16	.013
Likelihood Ratio	33.099	16	.007
Linear-by-Linear Association	5.597	1	.018
N of Valid Cases	117		

a. 14 cells (56.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.89.

Πίνακας 25



Διάγραμμα 11

Crosstab

		Ηλικιακή Ομάδα										Total			
		18-24		25-34		35-44		45-54		55-64			65+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Πώς αξιολογείτε το επίπεδο τιμών στην Κρήτη για τα εξής;(Τοπικές Μεταφορές)	Πολύ φθηνές	2*	11.1%	2*	8.3%	3*	15.8%	5*	23.8%	2*	12.5%	3*	15.8%	17	14.5%
	φθηνές	2*	11.1%	6*	25.0%	2*	10.5%	5*	23.8%	5*	31.3%	6*	31.6%	26	22.2%
	Λογικές	6*	33.3%	8*	33.3%	5*	26.3%	3*	14.3%	5*	31.3%	4*	21.1%	31	26.5%
	Ακριβές	7*	38.9%	5*	20.8%	6*	31.6%	5*	23.8%	3*	18.8%	3*	15.8%	29	24.8%
	Πολύ Ακριβές	1*	5.8%	3*	12.5%	3*	15.8%	3*	14.3%	1*	6.3%	3*	15.8%	14	12.0%
Total		18	100.0%	24	100.0%	19	100.0%	21	100.0%	16	100.0%	19	100.0%	117	100.0%

Each subscript letter denotes a subset of Ηλικιακή Ομάδα categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the .05 level.

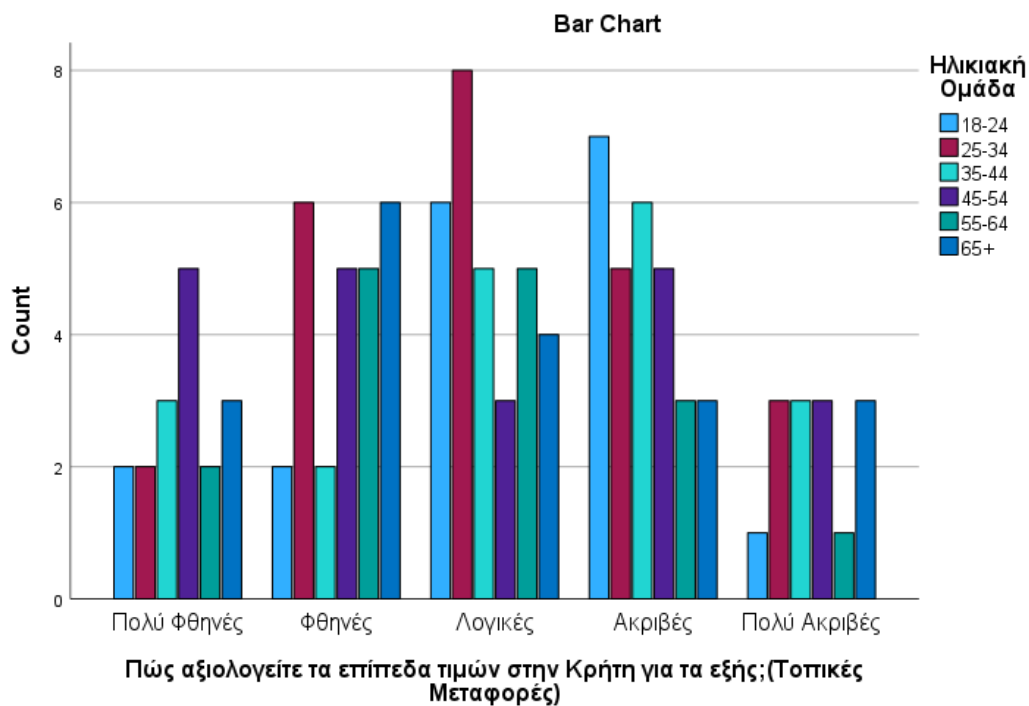
Πίνακας 26

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.427 ^a	20	.901
Likelihood Ratio	12.982	20	.878
Linear-by-Linear Association	1.400	1	.237
N of Valid Cases	117		

a. 23 cells (76.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.91.

Πίνακας 27



Διάγραμμα 12

Crosstab

Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές;

		Ποτέ		Σπάνια		Κάποιες φορές		Συχνά		Πολύ συχνά		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα τιμών στην Κρήτη για τα ετήσια (Τοπικοί Νικηφόρος)	Πολύ φθηνός	8 _a	25.0%	2 _a	7.4%	3 _a	12.5%	3 _a	14.3%	1 _a	7.7%	17	14.5%
	Φθηνός	8 _{a, b}	25.0%	9 _b	33.3%	2 _a	8.3%	6 _{a, b}	28.6%	1 _{a, b}	7.7%	26	22.2%
	Λογικός	7 _{a, b}	21.9%	9 _{a, b}	33.3%	9 _b	37.5%	2 _a	9.5%	4 _{a, b}	30.8%	31	26.5%
	Ακριβός	4 _a	12.5%	4 _a	14.8%	8 _{a, b}	33.3%	7 _{a, b}	33.3%	6 _b	46.2%	29	24.8%
	Πολύ ακριβός	5 _a	15.6%	3 _a	11.1%	2 _a	8.3%	3 _a	14.3%	1 _a	7.7%	14	12.0%
Total		32	100.0%	27	100.0%	24	100.0%	21	100.0%	13	100.0%	117	100.0%

Each subscript letter denotes a subset of Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές; categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the .05 level.

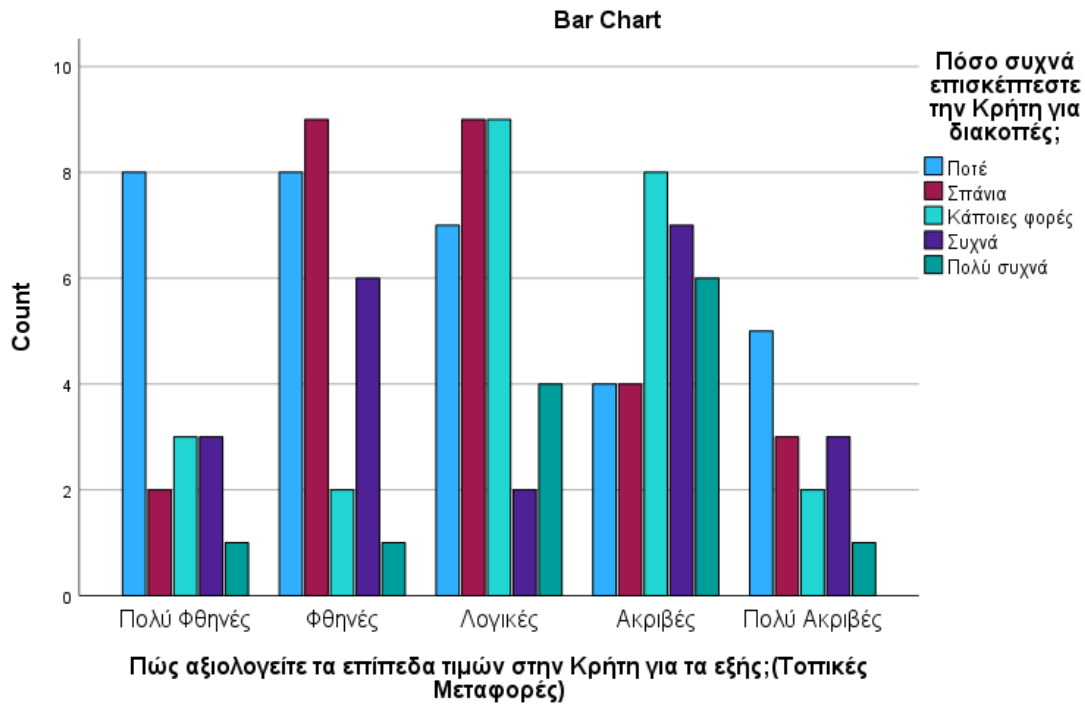
Πίνακας 28

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	21.043 ^a	16	.177
Likelihood Ratio	22.380	16	.131
Linear-by-Linear Association	3.313	1	.069
N of Valid Cases	117		

a. 14 cells (56.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.56.

Πίνακας 29



Διάγραμμα 13

Τα κύρια μέτρα που πιστεύουν οι συμμετέχοντες ότι θα βοηθούσαν στη διαχείριση του υπερτουρισμού στην Κρήτη είναι η ενθάρρυνση του τουρισμού σε λιγότερο γνωστές περιοχές (30.8%), η προώθηση του τουρισμού εκτός σεζόν (23.1%) και η ανάπτυξη περισσότερων υποδομών (20.5%). Η επιβολή υψηλότερων φόρων για τους τουρίστες και ο περιορισμός του αριθμού των τουριστών εμφανίζονται ως λιγότερο προτιμώμενες επιλογές, και οι δύο με ποσοστό 12.8%.

Οι στατιστικές συσχετίσεις και η ανάλυση διακύμανσης δείχνουν ότι δεν υπάρχει σημαντική συσχέτιση μεταξύ των απόψεων για τη διαχείριση του υπερτουρισμού και της ικανοποίησης από την επίσκεψη στην Κρήτη (Sig. (2-tailed) = .831) ή της συχνότητας επίσκεψης (Sig. (2-tailed) = .746). Αυτό σημαίνει ότι οι προτάσεις για τη διαχείριση του υπερτουρισμού δεν επηρεάζονται σημαντικά από το πόσο ικανοποιημένοι ήταν οι επισκέπτες με την εμπειρία τους στην Κρήτη ή από το πόσο συχνά την επισκέπτονται.

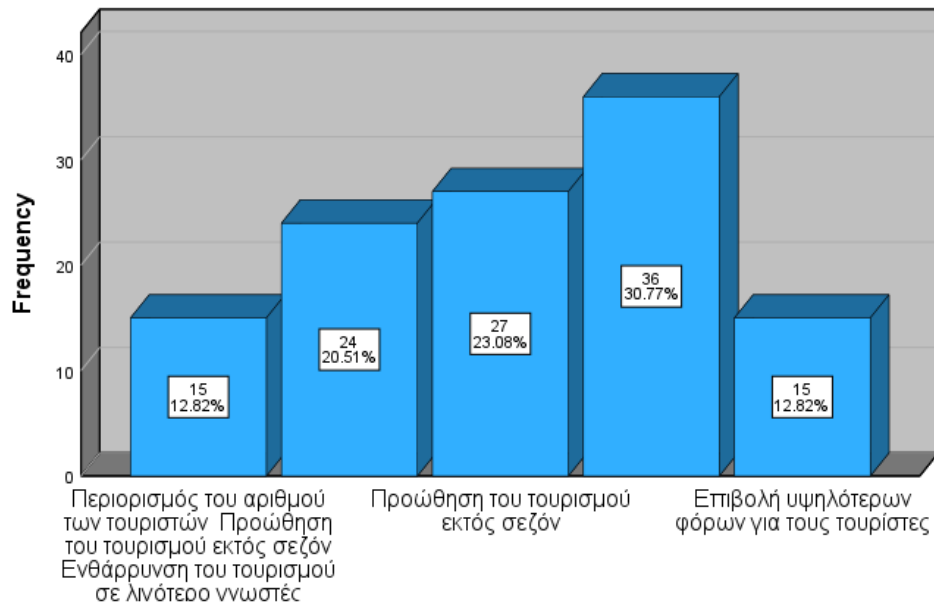
Κατά τη γνώμη σας, ποιο είναι το κυριότερο μέτρο που θα μπορούσε να ληφθεί για τη διαχείριση του υπερτουρισμού στην Κρήτη;

	N	%
--	---	---

Περιορισμός του αριθμού των τουριστών Προώθηση του τουρισμού εκτός σεζόν Ενθάρρυνση του τουρισμού σε λιγότερο γνωστές περιοχές Επιβολή υ	15	12.8%
Ανάπτυξη περισσότερης υποδομής	24	20.5%
Προώθηση του τουρισμού εκτός σεζόν	27	23.1%
Ενθάρρυνση του τουρισμού σε λιγότερο γνωστές περιοχές	36	30.8%
Επιβολή υψηλότερων φόρων για τους τουρίστες	15	12.8%

Πίνακας 30

Κατά τη γνώμη σας, ποιο είναι το κυριότερο μέτρο που θα μπορούσε να ληφθεί για τη διαχείριση του υπερτουρισμού στην Κρήτη;



Διάγραμμα 14

Correlations

	Πώς θα αξιολογούσατε την συνολική σας ικανοποίηση από την επίσκεψή σας στην Κρήτη;	Κατά τη διάρκεια της διαμονής σας, αντιμετωπίσατε κάποια δυσκολία λόγω υπερπληθυσμού;
Kendall's tau_b	Correlation Coefficient	--
	Sig. (2-tailed)	.
	N	117
Κατά τη διάρκεια της διαμονής σας, αντιμετωπίσατε κάποια δυσκολία λόγω υπερπληθυσμού;	Correlation Coefficient	-.016
	Sig. (2-tailed)	.831
	N	117

Πίνακας 31

ANOVA

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Ηλικιακή Ομάδα	Between Groups	4.292	4	1.073	.368	.831
	Within Groups	326.341	112	2.914		
	Total	330.632	116			
Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές;	Between Groups	3.604	4	.901	.485	.746
	Within Groups	207.849	112	1.856		
	Total	211.453	116			

Πίνακας 32

3.3. Εντοπισμός περιστατικών υπερτουρισμού

Η ανάλυση διακύμανσης διεξήχθη για να διερευνήσει τη σχέση μεταξύ των διαφορετικών παραγόντων και εμπειριών υπερτουρισμού μεταξύ των επισκεπτών της Κρήτης. Οι παράγοντες που εξετάστηκαν περιελάμβαναν την ηλικιακή ομάδα, τη συχνότητα των επισκέψεων στην

Κρήτη, τη συνολική ικανοποίηση από την επίσκεψη και τις αντιληπτές δυσκολίες λόγω υπερπληθυσμού κατά τη διάρκεια της διαμονής. Για τον παράγοντα ηλικιακής ομάδας, τα αποτελέσματα ANOVA δεν έδειξαν σημαντική επίδραση στην εμπειρία υπερτουρισμού, $F(4, 112) = 0,272, p = ,896$. Αυτό υποδηλώνει ότι μεταξύ των διαφορετικών ηλικιακών ομάδων, δεν υπήρχε σημαντική διαφοροποίηση στον τρόπο με τον οποίο οι συμμετέχοντες αντιλήφθηκαν τις προκλήσεις του υπερτουρισμού στην Κρήτη.

Όσον αφορά την αντίληψη για το πιο κρίσιμο μέτρο που πρέπει να ληφθεί για τη διαχείριση του υπερτουρισμού, τα αποτελέσματα δεν ήταν στατιστικά σημαντικά, $F(4, 112) = 0,944, p = 0,441$, γεγονός που δείχνει ότι δεν υπήρχαν ουσιαστικές διαφορές μεταξύ των ομάδων. σε αυτό που θεωρούσαν ως το πιο κρίσιμο μέτρο για την αντιμετώπιση του υπερτουρισμού. Η συχνότητα των επισκέψεων στην Κρήτη επίσης δεν έδειξε σημαντική διαφορά στην εμπειρία υπερτουρισμού, $F(4, 112) = 1.629, p = .172$. Η συχνότητα επισκέψεων των επισκεπτών δεν φαίνεται να επηρεάζει σημαντικά την αντίληψή τους για τον υπερτουρισμό. Ωστόσο, κατά την εξέταση της συνολικής ικανοποίησης από την επίσκεψη στην Κρήτη, υπήρξε μια τάση προς τη σημασία, $F(4, 112) = 2.442, p = .051$.

ANOVA

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Ηλικιακή Ομάδα	Between Groups	3.180	4	.795	.272	.896
	Within Groups	327.452	112	2.924		
	Total	330.632	116			
Κατά τη γνώμη σας, ποιο είναι το κυριότερο μέτρο που θα μπορούσε να ληφθεί για τη διαχείριση του υπερτουρισμού στην Κρήτη;	Between Groups	5.833	4	1.458	.944	.441
	Within Groups	172.936	112	1.544		
	Total	178.769	116			
Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές;	Between Groups	11.627	4	2.907	1.629	.172
	Within Groups	199.826	112	1.784		
	Total	211.453	116			
Πώς θα αξιολογούσατε	Between Groups	9.701	4	2.425	2.442	.051
	Within Groups					

την συνολική σας ικανοποίηση από την επίσκεψή σας στην Κρήτη;	Within Groups	111.222	112	.993		
	Total	120.923	116			

Πίνακας 33

3.4. Επιπτώσεις στο Περιβάλλον, στην Κοινότητα και στην Οικονομία

Η ανάλυση συσχέτισης υποδεικνύει μια σύνθετη, πολυδιάστατη σχέση μεταξύ των αντιλήψεων των τουριστών για τον υπερτουρισμό και των εμπειριών τους στην Κρήτη. Συγκεκριμένα, υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση μεταξύ των δυσκολιών που αντιμετώπισαν λόγω υπερπληθυσμού κατά τη διαμονή τους και των απόψεών τους για τη διατήρηση του τοπικού πολιτισμού και των παραδόσεων, $r = 0,165$, $p = 0,036$, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι τουρίστες που αντιμετωπίζουν προβλήματα λόγω της υψηλής πυκνότητας πληθυσμού είναι πιο πιθανό να αντιληφθούν έλλειψη σεβασμού για την τοπική κουλτούρα.

Ωστόσο, άλλες αναμενόμενες συσχετίσεις, όπως η σύνδεση μεταξύ των αντιληπτών περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού και των αντιληπτών οφελών για την τοπική οικονομία, δεν είχαν στατιστική σημασία. Αυτή η έλλειψη σημαντικής συσχέτισης μπορεί να υποδηλώνει μια διαφοροποιημένη κατανόηση από τους επισκέπτες ότι ενώ ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει οικονομικά, δεν ισοδυναμεί απαραίτητα με θετικά περιβαλλοντικά αποτελέσματα.

Ομοίως, η αντιληπτή καθαριότητα των παραλιών, των δρόμων και των τουριστικών αξιοθέατων στην Κρήτη δεν έδειξε σημαντική συσχέτιση με τις ανησυχίες για περιβαλλοντικές επιπτώσεις, υποδεικνύοντας ότι οι τουρίστες μπορεί να μην συνδέουν άμεσα την άμεση καθαριότητα του περιβάλλοντος με τις μακροπρόθεσμες περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Correlations

	Θεωρεί ότι η Κρήτη αποτελεί ένα σημαντικό κενό τους στην ζωή;	Πώς αξιολογείτε την καθαρότητα της παραλίας και τη τουριστική αβεβαιότητα της Κρήτης;	Πόσο σημαντικό αντίληψη του τουρισμού στην Κρήτη;	Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι ο τουρισμός στην Κρήτη οδηγεί και διαμόρφωση του τοπίου πολιτισμό και της παράδοσης;	Πώς θα αξιολογούσατε τη λειτουργία της με τον τοπικό πολιτισμό στην Κρήτη;	Πιστεύετε ότι τουρισμός στην Κρήτη συμβάλλει στην τοπική οικονομία;	Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα ημών στην Κρήτη για τα εθνικά (Πολιτικό και Κοινωνικό);	Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα ημών στην Κρήτη για τα εθνικά (Πολιτικό και Κοινωνικό);	Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα ημών στην Κρήτη για τα εθνικά (Πολιτικό και Κοινωνικό);	Κατά τη διάρκεια της επιμελητικής δράσης, διαπιστώσατε κάποια δυσκολία λόγω υποστελέχωσης;	
Κεντρικά του α.	Correlation Coefficient	–									
	Sig. (2-tailed)										
	N	117									
Πώς αξιολογείτε την καθαρότητα της παραλίας, τους δρόμους και τη τουριστική αβεβαιότητα της Κρήτης;	Correlation Coefficient	.038	–								
	Sig. (2-tailed)	.639									
	N	117	117								
Πόσο σημαντικό για τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο του τουρισμού στην Κρήτη;	Correlation Coefficient	-.088	.052	–							
	Sig. (2-tailed)	.912	.511								
	N	117	117	117							
Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι ο τουρισμός στην Κρήτη οδηγεί και διαμόρφωση του τοπίου πολιτισμό και της παράδοσης;	Correlation Coefficient	-.084	.014	-.083	–						
	Sig. (2-tailed)	.422	.869	.409							
	N	117	117	117	117						
Πώς θα αξιολογούσατε την εμπειρία σας με την τοπική φιλοξενία στην Κρήτη;	Correlation Coefficient	.033	.098	.054	.049	–					
	Sig. (2-tailed)	.596	.262	.516	.575						
	N	117	117	117	117	117					
Πιστεύετε ότι η παρουσία των τουριστών στην Κρήτη συμβάλλει θετικά στην τοπική οικονομία;	Correlation Coefficient	-.084	-.149	-.112	-.039	.040	–				
	Sig. (2-tailed)	.286	.079	.147	.631	.647					
	N	117	117	117	117	117	117				
Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα ημών στην Κρήτη για τα εθνικά (Διαπολιτικό);	Correlation Coefficient	.134	-.098	-.013	-.052	.096	.094	–			
	Sig. (2-tailed)	.092	.291	.863	.528	.286	.276				
	N	117	117	117	117	117	117	117			
Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα ημών στην Κρήτη για τα εθνικά (Πολιτικό και Κοινωνικό);	Correlation Coefficient	.112	.096	.040	-.044	-.090	-.130	.014	–		
	Sig. (2-tailed)	.141	.403	.595	.575	.472	.093	.854			
	N	117	117	117	117	117	117	117	117		
Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα ημών στην Κρήτη για τα εθνικά (Πολιτικό, Κοινωνικό και Οικονομικό);	Correlation Coefficient	-.069	.011	-.077	.137	-.099	.042	-.118	.051	–	
	Sig. (2-tailed)	.367	.896	.303	.082	.236	.588	.130	.499		
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	
Κατά τη διάρκεια της διάρκειάς της επιμελητικής δράσης, διαπιστώσατε κάποια δυσκολία λόγω υποστελέχωσης;	Correlation Coefficient	.039	.077	-.027	.165	-.013	-.031	.081	-.024	-.037	–
	Sig. (2-tailed)	.605	.330	.718	.036	.878	.889	.289	.748	.619	
	N	117	117	117	117	117	117	117	117	117	117

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Πίνακας 34

4ο ΚΕΦΆΛΑΙΟ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΑΤΖΕΝΤΑ 2030

4.1. Ανάπτυξη Στρατηγικών για τον Αειφόρο Τουρισμό

Η Η Ατζέντα 2030 των Ηνωμένων Εθνών για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη καθορίζει μια πλειάδα Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs) με στόχο «την εξάλειψη της φτώχειας, την προστασία του περιβάλλοντος και την εξασφάλιση της ευημερίας για όλους» έως το 2030. Παρά το γεγονός ότι η Ατζέντα αναφέρεται στον τουρισμό μόνο τρεις φορές, έχει άμεσο αντίκτυπο στην τουριστική πολιτική. Προτείνει μια «ετερογενή δομική» προσέγγιση για την εξέταση των σχέσεων μεταξύ της διαχείρισης του τουρισμού και των στόχων για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Αυτή η διαχειριστική οικολογία συνδυάζει την εφαρμογή της επιστημονικής και οικονομικής γνώσης με στόχο την αποδοτική χρήση των πόρων και την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης. Ο τουρισμός είναι λιγότερο βιώσιμος από ποτέ όσον αφορά τη χρήση των πόρων. Αυτή η κατάσταση επηρεάζει ουσιαστικά τις ικανότητες να δημιουργούν εναλλακτικές αναπτυξιακές και πολιτικές τροχιές.

Τα τελευταία χρόνια, η έννοια της βιωσιμότητας έχει τραβήξει τεράστια προσοχή στην κοινωνικοοικονομική και διαχειριστική βιβλιογραφία. Αυτή η έννοια αντιπροσωπεύει μια σύνδεση μεταξύ της ανάπτυξης της κοινωνίας και των οικονομικών παραγόντων που λειτουργούν μέσα σε αυτό, και επηρεάζονται από το περιβαλλοντικό, κοινωνικο-πολιτιστικό και οικονομικό πλαίσιο (Sancho et al., 2002; P´erez et al., 2013). Αυξάνοντας τη συνείδηση των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων που προκαλούνται με μη βιώσιμα μοντέλα οικονομικής ανάπτυξης έχει ενθαρρύνει την υιοθέτηση περισσότερων βιώσιμων παραδειγμάτων παγκοσμίως. Ένας ισχυρός οδηγός σε αυτή την αλλαγή ήταν η ατζέντα του 2030 (Bebbington and Unerman, 2018), μια παγκόσμια συμφωνία που περιλαμβάνει όλα τα Ηνωμένα Έθνη τα κράτη μέλη να επιτύχουν τη σημαντική αειφόρο ανάπτυξη πριν από το έτος 2030, προσδιορίζοντας 17 Στόχους (SDGs – Sustainable - Αναπτυξιακούς Στόχους) και 169 στόχους. Επιπλέον, σε αντίθεση με προηγούμενες εμπειρίες όπως οι Αναπτυξιακοί Στόχοι της Χιλιετίας, ο ΟΗΕ ζήτησε ρητά να υποστηρίξει και ο ιδιωτικός τομέας αυτές τις πρακτικές μέσω των στρατηγικών τους για τις αγορές ως μέρος της Ατζέντας 2030 (Pizzi et al., 2020a,b; Sachs, 2012). Αν και δεν υπόκειται σε μεγάλη προσοχή από τον ΟΗΕ, ο τουριστικός τομέας αντιπροσωπεύει βασικό τομέα ενδιαφέροντος για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής λόγω των άμεσων επιπτώσεών του στα φυσικά συστήματα (Hall, 2019; Iazzi et al., 2020).

Η μέτρηση της βιωσιμότητας είναι μια σημαντική απαίτηση για τη διαχείριση της ανθεκτικότητας των κοινωνικοοικολογικών συστημάτων που βασίζονται στον τουρισμό

(Lacitignola et al., 2007). Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τους τομείς στους οποίους η τουριστική δραστηριότητα ενισχύεται (Petrosillo et al., 2006, 2007). Δεδομένου ότι ο τουρισμός αναγνωρίζεται πλέον ως η οικονομική δύναμη σε πολλές χώρες, τα τελευταία χρόνια, υπάρχει η ανάγκη για ένα βιώσιμο παράδειγμα και για αυτό έχει προκύψει αυτός ο κλάδος (Sgroi, 2020). Ουσιαστικά, σε δύο από τους 17 που δηλώθηκαν στους στόχους βιώσιμης ανάπτυξης, γίνεται ρητή αναφορά στον τουρισμό. Έχουν γίνει προσπάθειες προώθησης της βιωσιμότητας του τουριστικού τομέα που υποστηρίζεται από την πολιτική και την έρευνα (ΟΗΕ ΠΟΕ, 2017, Buckley, 2012). Το 2017, ο ΠΟΕ του ΟΗΕ άρχισε να συζητά την ευθυγράμμιση του τουριστικού τομέα με τους στόχους για τη βιώσιμη ανάπτυξη μέσω μιας κοινής ανάλυσης που πραγματοποιήθηκε με το Αναπτυξιακό Πρόγραμμα του ΟΗΕ που αξιολόγησε τα δυνατά σημεία και αδυναμίες του κλάδου (ΟΗΕ ΠΟΕ και UN DP, 2017). Τα τελευταία χρόνια, έχει δρομολογηθεί ένα σύνολο πρωτοβουλιών για την υποστήριξη και την ενθάρρυνση της μετάβασης σε νέες μορφές επιχειρηματικών μοντέλων για τουριστικές επιχειρήσεις και οργανισμούς διαχείρισης προορισμού (ΟΗΕ ΠΟΕ, 2019a).

4.1.1. Περιβαλλοντική Αειφορία

Το ευρωπαϊκό πλαίσιο και η Ατζέντα 2030 για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα αποτελούν κρίσιμες πρωτοβουλίες που αποσκοπούν στην αντιμετώπιση πιεστικών περιβαλλοντικών προκλήσεων και στην επίτευξη των στόχων βιώσιμης ανάπτυξης σε ολόκληρη την Ευρώπη. Αυτά τα πλαίσια δίνουν προτεραιότητα σε ένα ευρύ φάσμα περιβαλλοντικών ζητημάτων, συμπεριλαμβανομένου του μετριασμού της κλιματικής αλλαγής, της διατήρησης της βιοποικιλότητας, της αποδοτικότητας των πόρων και της μείωσης της ρύπανσης. Στο επίκεντρο του Ευρωπαϊκού Πλαισίου βρίσκεται η δέσμευση στους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs) των Ηνωμένων Εθνών, οι οποίοι παρέχουν ένα ολοκληρωμένο σχέδιο για την αντιμετώπιση των κοινωνικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών προκλήσεων παγκοσμίως. Η Ατζέντα 2030 θέτει φιλόδοξους στόχους για τη μετάβαση των ευρωπαϊκών χωρών προς ένα πιο βιώσιμο και ανθεκτικό μέλλον, τονίζοντας την ανάγκη για ολοκληρωμένες πολιτικές, διατομεακή συνεργασία και συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών. Οι βασικές προτεραιότητες περιλαμβάνουν την προώθηση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, τη μετάβαση σε κυκλικές οικονομίες, την προστασία των οικοσυστημάτων και της άγριας πανίδας και χλωρίδας και την ενίσχυση της ανθεκτικότητας στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής. Οι ευρωπαϊκές χώρες μπορούν να

εργαστούν συλλογικά για την προώθηση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας, την προώθηση της πράσινης ανάπτυξης και τη διασφάλιση ενός υγιέστερου πλανήτη για τις σημερινές και τις μελλοντικές γενιές.

Ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα παγκοσμίως είναι η έλλειψη περιβαλλοντικής βιωσιμότητας, η οποία οφείλεται κυρίως στις αρνητικές συνέπειες των ανθρώπινων ενεργειών. Κατά την εξέταση της βιωσιμότητας, η κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη βασίζεται σε ένα υγιές περιβάλλον. Χωρίς αυτό, δεν είναι δυνατή η αποτελεσματική χρήση των φυσικών πόρων και η αύξηση της ποιότητας ζωής. Η παρακολούθηση της προόδου όσον αφορά την Ατζέντα του 2030 αποτελεί ουσιαστικό εργαλείο για την επίτευξη των στόχων της. Βοηθά τους εθνικούς ηγέτες να αποφασίσουν ποια κατεύθυνση πρέπει να ακολουθήσει μια χώρα, σε ποιους τομείς έχει ελλείψεις και, αντιστρόφως, σε ποιους τομείς υπερέχει και μπορεί να παρέχει τεχνογνωσία σε άλλες χώρες. Χρησιμεύει ως πρακτικό εργαλείο για την κινητοποίηση της κυβέρνησης, της ακαδημαϊκής κοινότητας, του κοινού και των επιχειρήσεων (Guijarro and Royatos, 2018). Για τις ανάγκες της Ατζέντας 2030, πολλοί συγγραφείς κατασκεύασαν σύνθετους δείκτες για τη μέτρηση της προόδου στην πορεία προς τη βιώσιμη ανάπτυξη (π.χ. Campagnolo et al., 2018; Guijarro και Royatos, 2018). Για την απλούστευση των αποτελεσμάτων χρησιμοποιούνται διάφορες συγκεντρωτικές μέθοδοι και μέτρα αξιολόγησης. Ωστόσο, η επιλογή, η συγχώνευση και η προσθήκη δεικτών από διάφορες πηγές μπορεί να οδηγήσει σε διαφορετικά αποτελέσματα. Με την πρώτη ματιά, παρόμοιοι δείκτες προσφέρουν σημαντικά διαφορετικά αποτελέσματα που είναι ασυνεπή και επομένως δεν μπορούν να συγκριθούν και χάνουν την ενημερωτική τους αξία (Janoušková et al., 2018).

4.1.2. Κοινωνικοπολιτισμική Βιωσιμότητα

Η κοινωνικοπολιτισμική βιωσιμότητα αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο του ευρωπαϊκού πλαισίου και της ατζέντας 2030 για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Αυτές οι πρωτοβουλίες αναγνωρίζουν τη σημασία της διατήρησης και της προώθησης της πολιτιστικής πολυμορφίας, της κοινωνικής συνοχής και των κοινωνιών χωρίς αποκλεισμούς, παράλληλα με τη διατήρηση του περιβάλλοντος και την οικονομική ανάπτυξη. Στο πλαίσιο της Ατζέντας 2030, η κοινωνικοπολιτισμική βιωσιμότητα αντιμετωπίζεται μέσω διαφόρων Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs), συμπεριλαμβανομένων των SDG 4 (Ποιοτική Εκπαίδευση), SDG 5

(Ισότητα των Φύλων), SDG 10 (Μειωμένες Ανισότητες) και SDG 16 (Ειρήνη, Δικαιοσύνη και Ισχυροί Θεσμοί).

Το Ευρωπαϊκό Πλαίσιο και η Ατζέντα 2030 τονίζουν την ανάγκη προστασίας και προώθησης της πολιτιστικής κληρονομιάς, των παραδόσεων και της γνώσης των αυτοχθόνων, διασφαλίζοντας παράλληλα ότι οι αναπτυξιακές προσπάθειες ωφελούν όλα τα μέλη της κοινωνίας, συμπεριλαμβανομένων των περιθωριοποιημένων και ευάλωτων ομάδων. Αναδεικνύουν τη σημασία της προώθησης κοινοτήτων χωρίς αποκλεισμούς, της ενδυνάμωσης των ατόμων και της προώθησης της κοινωνικής δικαιοσύνης για την επίτευξη βιώσιμης ανάπτυξης. Επιπλέον, τα πλαίσια αυτά δίνουν έμφαση στη σημασία του διαπολιτισμικού διαλόγου, των πολιτιστικών ανταλλαγών και του σεβασμού των ανθρωπίνων δικαιωμάτων για την οικοδόμηση ειρηνικών και συνεκτικών κοινωνιών. Ενσωματώνοντας την κοινωνικοπολιτισμική βιωσιμότητα στις πολιτικές και τις δράσεις τους, οι ευρωπαϊκές χώρες μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία πιο ανθεκτικών, δίκαιων και αρμονικών κοινωνιών σύμφωνα με τους στόχους του ευρωπαϊκού πλαισίου και της Ατζέντας 2030.

4.1.3. Οικονομική βιωσιμότητα

Η οικονομική βιωσιμότητα αποτελεί κρίσιμη πτυχή του ευρωπαϊκού πλαισίου και της ατζέντας 2030 για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) και τα κράτη μέλη της αναγνωρίζουν ότι η επίτευξη των φιλόδοξων στόχων που περιγράφονται στην Ατζέντα 2030 απαιτεί επαρκείς οικονομικούς πόρους και βιώσιμους χρηματοδοτικούς μηχανισμούς. Η οικονομική βιωσιμότητα περιλαμβάνει διάφορες πτυχές, συμπεριλαμβανομένης της κινητοποίησης κεφαλαίων, της αποτελεσματικής κατανομής των πόρων και της διασφάλισης μακροπρόθεσμης οικονομικής σταθερότητας, επιδιώκοντας παράλληλα τους στόχους της αειφόρου ανάπτυξης. Στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Πλαισίου και της Ατζέντας 2030, η οικονομική βιωσιμότητα αντιμετωπίζεται μέσω διαφόρων στρατηγικών και πρωτοβουλιών. Αυτές περιλαμβάνουν τη μόχλευση επενδύσεων του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα, την προώθηση της πράσινης χρηματοδότησης και των βιώσιμων επενδυτικών πρακτικών και την ενσωμάτωση περιβαλλοντικών, κοινωνικών και σχετικών με τη διακυβέρνηση κριτηρίων (ESG) στις διαδικασίες λήψης χρηματοοικονομικών αποφάσεων.

Η ΕΕ έχει θεσπίσει πλαίσια και μέσα για τη στήριξη της οικονομικής βιωσιμότητας σύμφωνα με την Ατζέντα 2030, όπως η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία και το σχέδιο δράσης για τη βιώσιμη χρηματοδότηση. Οι πρωτοβουλίες αυτές αποσκοπούν στην εναρμόνιση των χρηματοοικονομικών ροών με τις προτεραιότητες βιώσιμης ανάπτυξης, στην επιτάχυνση της μετάβασης σε μια οικονομία χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα και στην ενίσχυση της ανθεκτικότητας των χρηματοπιστωτικών συστημάτων σε περιβαλλοντικούς και κοινωνικούς κινδύνους. Επιπλέον, το Ευρωπαϊκό Πλαίσιο και η Ατζέντα 2030 τονίζουν τη σημασία της διεθνούς συνεργασίας και των εταιρικών σχέσεων για την κινητοποίηση πρόσθετων χρηματοδοτικών πόρων για τη βιώσιμη ανάπτυξη, ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες χώρες. Μέσω πολυμερών πρωτοβουλιών και προγραμμάτων αναπτυξιακής συνεργασίας, η ΕΕ εργάζεται για την ενίσχυση της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής αρχιτεκτονικής και την προώθηση βιώσιμων επενδυτικών πρακτικών παγκοσμίως. Η οικονομική βιωσιμότητα παίζει κείμενο ρόλο στην εφαρμογή του ευρωπαϊκού πλαισίου και της Ατζέντας 2030, διασφαλίζοντας την αποτελεσματική επίτευξη των στόχων βιώσιμης ανάπτυξης επιτυγχάνονται αποτελεσματικά και βιώσιμα, τόσο εντός της ΕΕ όσο και παγκοσμίως.

4.2. Συστάσεις πολιτικής για την αντιμετώπιση του υπερτουρισμού

4.2.1. Κανονιστικά Μέτρα

Η αντιμετώπιση των προκλήσεων που θέτει ο υπερτουρισμός απαιτεί μια ολοκληρωμένη πολιτική προσέγγιση. Πρώτον, οι κυβερνήσεις θα πρέπει να δώσουν προτεραιότητα στον βιώσιμο σχεδιασμό και διαχείριση προορισμών, ενσωματώνοντας αξιολογήσεις φέρουσας ικανότητας και στρατηγικές διαχείρισης επισκεπτών για την αποτελεσματική ρύθμιση του αριθμού των τουριστών. Η διαφοροποίηση των τουριστικών προσφορών πέρα από τα υπερπλήρη hotspots και η προώθηση λιγότερο γνωστών προορισμών μπορούν να συμβάλουν στην πιο ομοιόμορφη κατανομή των ροών επισκεπτών. Οι πρωτοβουλίες βιώσιμων μεταφορών, όπως η προώθηση των δημόσιων συγκοινωνιών και των ποδηλατικών υποδομών, μπορούν να μειώσουν τη συμφόρηση και τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Επιπλέον, η προώθηση της συμμετοχής της κοινότητας στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων και η εφαρμογή εκπαιδευτικών προγραμμάτων για την προώθηση υπεύθυνων ταξιδιωτικών πρακτικών είναι ζωτικής σημασίας. Η ενίσχυση των κανονισμών, η παρακολούθηση των τουριστικών

επιπτώσεων και η προώθηση της συνεργασίας μεταξύ των ενδιαφερομένων αποτελούν ουσιαστικά βήματα για να διασφαλιστεί ότι η τουριστική ανάπτυξη είναι ισορροπημένη, δίκαιη και βιώσιμη τόσο για τους κατοίκους όσο και για τους επισκέπτες.

Η εμφάνιση υπερτουρισμού σε μια σειρά από τοποθεσίες, αστικές και αγροτικές, τα τελευταία χρόνια, καταδεικνύουν την αποτυχία της πολιτικής και της διοίκησης να ελέγξουν το θέμα του ολοένα αυξανόμενου αριθμού τουριστών. Οι λύσεις εμπίπτουν σε δύο κατηγορίες, αυτές που έχουν σχεδιαστεί για τη μείωση του αριθμού των τουριστών συνολικά και εκείνων που ισχύουν στο συγκεκριμένο επίπεδο προορισμού. Για τον μετριασμό ή την πρόληψη του υπερτουρισμού στο μέλλον, πρέπει πρώτα να γίνει μείωση των αριθμών του τουρισμού σε υπερπληθυσμένους και μη βιώσιμους προορισμούς και, δεύτερον, να αυξηθεί η προσφορά προορισμών ενώ ταυτόχρονα να δημιουργηθούν υποδομές στις μεταφορές και εγκαταστάσεις για την εξυπηρέτηση των συνεχώς αυξανόμενων αριθμών. Η έλλειψη πόρων και οι επιμέρους ενέργειες δεν αρκούν για να γίνουν οι απαραίτητες αλλαγές καθώς η διοίκηση και ο μεμονωμένος σχεδιασμός είναι ανεπαρκής για την αντιμετώπιση των μεγάλων εντάσεων που σχετίζονται με τον τουρισμό (Milano et al., 2019b, 2019c).

4.2.2. Στρατηγικές κοινοτικής δέσμευσης

Η συμμετοχή της κοινότητας είναι απαραίτητη για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του υπερτουρισμού. Μια στρατηγική είναι η δημιουργία κοινοτικών φόρουμ ή συμβουλευτικών συμβουλίων όπου οι κάτοικοι της περιοχής, οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων και οι ηγέτες της κοινότητας μπορούν να εκφράσουν τις ανησυχίες και τις ιδέες τους σχετικά με τη διαχείριση του τουρισμού. Αυτά τα φόρουμ μπορούν να χρησιμεύσουν ως πλατφόρμες ανοιχτού διαλόγου, επιτρέποντας στους κατοίκους να εκφράσουν τις απόψεις τους, να μοιραστούν τις εμπειρίες τους και να συμβάλουν στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων. Η συμμετοχή της κοινότητας στον τουριστικό σχεδιασμό και τη λήψη αποφάσεων τους δίνει τη δυνατότητα να αναλάβουν την κυριότητα της διαδικασίας και διασφαλίζει ότι λαμβάνονται υπόψη οι προοπτικές τους. Επιπλέον, εκπαιδευτικές πρωτοβουλίες, όπως εργαστήρια ή εκστρατείες ευαισθητοποίησης, μπορούν να βοηθήσουν τους κατοίκους να κατανοήσουν τις επιπτώσεις του υπερτουρισμού και τη σημασία των βιώσιμων τουριστικών πρακτικών. Οι συνεργατικές πρωτοβουλίες μεταξύ των τοπικών αρχών, των φορέων του τουρισμού και των μελών της κοινότητας μπορούν να οδηγήσουν στην ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων και πολιτικών που αντιμετωπίζουν τον

υπερτουρισμό, προωθώντας παράλληλα την κοινωνία ευημερία και τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

4.2.3. Ανάπτυξη υποδομών

Η ανάπτυξη υποδομών είναι σημαντική για την αντιμετώπιση του υπερτουρισμού με τη διαχείριση των ροών των επισκεπτών, τη βελτίωση των εμπειριών των επισκεπτών και την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων στους προορισμούς. Μια προσέγγιση είναι η επένδυση στην ανάπτυξη υποδομής μεταφορών για τη βελτίωση της πρόσβασης σε τουριστικούς χώρους και την πιο ομοιόμορφη κατανομή της κίνησης των επισκεπτών μεταξύ των προορισμών. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει την επέκταση των δικτύων δημόσιων μεταφορών, τη δημιουργία εναλλακτικών επιλογών μεταφοράς, όπως μονοπάτια ποδηλασίας ή πεζοπορίας, και την εφαρμογή συστημάτων τιμολόγησης συμφόρησης για τη μείωση της κυκλοφοριακής συμφόρησης σε δημοφιλείς περιοχές.

Επιπλέον, η επένδυση σε υποδομές διαχείρισης επισκεπτών μπορεί να βοηθήσει στη ρύθμιση των τουριστικών ροών και στην προστασία ευαίσθητων οικοσυστημάτων και τοποθεσιών πολιτιστικής κληρονομιάς. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη δημιουργία κέντρων ενημέρωσης για τους επισκέπτες, χώρων ερμηνείας και ενημερωτικής σήμανσης, με σκοπό την εκπαίδευση των επισκεπτών σε θέματα υπεύθυνου τουρισμού και την προβολή των προσπαθειών για τη διατήρηση της φυσικής κληρονομιάς. Η ανάπτυξη συστημάτων διαχείρισης απορριμμάτων, εγκαταστάσεων τουαλέτας και άλλων ανέσεων μπορεί επίσης να βοηθήσει στον μετριασμό των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του υπερτουρισμού. Η επένδυση στη διαφοροποίηση των τουριστικών προσφορών και στην ανάπτυξη λιγότερο γνωστών αξιοθέατων μπορεί να βοηθήσει στη διασπορά της τουριστικής κίνησης μακριά από υπερπλήρη περιοχές. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει την υποστήριξη της ανάπτυξης πρωτοβουλιών αγροτικού τουρισμού, πολιτιστικών φεστιβάλ και υπαίθριων ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων σε λιγότερο επισκεπτόμενες περιοχές για να ενθαρρύνουν τους επισκέπτες να εξερευνήσουν νέους προορισμούς.

4.3. Ενοποίηση Στρατηγικών και Πολιτικών

Η αντιμετώπιση του υπερτουρισμού απαιτεί μια ολοκληρωμένη προσέγγιση που ενσωματώνει ποικίλες στρατηγικές και πολιτικές. Αυτό περιλαμβάνει την ανάπτυξη σχεδίων διαχείρισης προορισμών με τη συμμετοχή ενδιαφερομένων από την κυβέρνηση, τις κοινότητες και την τουριστική βιομηχανία. Οι αξιολογήσεις της φέρουσας ικανότητας θα πρέπει να καθορίζουν τα βιώσιμα όρια επισκεψιμότητας. Οι κανονισμοί πρέπει να εφαρμόζονται για τη διαχείριση των δραστηριοτήτων και η ανάπτυξη των υποδομών πρέπει να εστιάζει στην ενίσχυση της βιωσιμότητας. Η διαφοροποίηση των τουριστικών προσφορών, η ενδυνάμωση των κοινοτήτων και η εκπαίδευση των τουριστών θεωρείται μεγάλης σημασίας. Η φορολογία μπορεί να χρηματοδοτήσει τις προσπάθειες διατήρησης και διαχείρισης, ενώ η συνεργασία και η τεχνολογία επιτρέπουν την αποτελεσματική διαχείριση. Οι υπεύθυνες εκστρατείες μάρκετινγκ προορισμών θα πρέπει να προωθούν βιώσιμες πρακτικές. Η παρακολούθηση και η αξιολόγηση εξασφαλίζουν προσαρμοστική διαχείριση. Αυτή η ολοκληρωμένη προσέγγιση προωθεί τον βιώσιμο τουρισμό που εξισορροπεί τα οικονομικά οφέλη με την περιβαλλοντική και κοινωνική ευημερία.

5ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΜΕΤΑ COVID ΕΠΟΧΗ

5.1. Ο αντίκτυπος της πανδημίας COVID-19 στον τουρισμό

Η πανδημία COVID-19 είχε βαθιές και πρωτοφανείς επιπτώσεις στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία, προκαλώντας διαταραχές σε όλους τους τομείς και τις κλίμακες του τουριστικού οικοσυστήματος. Οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί, τα λουκέτα και το κλείσιμο των συνόρων που εφαρμόστηκαν για να περιοριστεί η εξάπλωση του ιού οδήγησαν σε δραστική μείωση των διεθνών και εγχώριων ταξιδιών. Το κλείσιμο ξενοδοχείων, εστιατορίων, αξιοθέατων και άλλων επιχειρήσεων που σχετίζονται με τον τουρισμό είχε ως αποτέλεσμα εκτεταμένες απώλειες θέσεων εργασίας και οικονομικές δυσχέρειες για εκατομμύρια ανθρώπους παγκοσμίως, ιδίως σε προορισμούς που εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό. Οι αεροπορικές εταιρείες, οι εταιρείες κρουαζιέρας και οι ταξιδιωτικοί πράκτορες αντιμετώπισαν σημαντικές οικονομικές απώλειες, με πολλούς να αγωνίζονται να επιβιώσουν.

Επιπλέον, η πανδημία ανέδειξε τα τρωτά σημεία του τουριστικού τομέα, συμπεριλαμβανομένης της υπερβολικής εξάρτησης από συγκεκριμένες αγορές προέλευσης, του υπερπληθυσμού σε δημοφιλείς προορισμούς και της ανεπαρκούς διαχείρισης κρίσεων και προετοιμασίας για κινδύνους. Ενώ η διάθεση των εμβολίων και η σταδιακή χαλάρωση των περιορισμών προσφέρουν ελπίδα για ανάκαμψη, οι μακροπρόθεσμες επιπτώσεις της πανδημίας στις ταξιδιωτικές συμπεριφορές, τις προτιμήσεις των καταναλωτών και την ανταγωνιστικότητα των προορισμών παραμένουν αβέβαιες. Καθώς ο κλάδος διαχειρίζεται αυτή την πρωτοφανή κρίση, υπάρχει η ευκαιρία ο τουρισμός να εξελιχθεί με πιο βιώσιμο τρόπο, δίνοντας προτεραιότητα στην υγεία και την ασφάλεια, τη δέσμευση της κοινότητας και τη διατήρηση του περιβάλλοντος.

Από την έναρξη της κρίσης του COVID-19 στην Κίνα, οι επιπτώσεις της πανδημίας στον κλάδο των ταξιδιών και του τουρισμού υποεκτιμήθηκαν σε μεγάλο βαθμό. Ακόμα και σήμερα, οι αρμόδιοι για τη διαμόρφωση πολιτικής και οι επαγγελματίες του τομέα δεν έχουν αποκτήσει μια πλήρη εικόνα των συνεπειών της κρίσης, η οποία πρόκειται να επιφέρει πρωτοφανείς αλλαγές στην τουριστική αγορά. Ελλείπουν οι εμπειρικές έρευνες που θα φωτίζουν τον αντίκτυπο της πανδημίας στον τουρισμό στην υπάρχουσα βιβλιογραφία. Η ακριβής κατανόηση των πιθανών συνεπειών και των μηχανισμών μετάδοσης σε παγκόσμιο επίπεδο θα διευκολύνει την πρόβλεψη του μεγέθους των τρεχουσών και μελλοντικών επιπτώσεων των επιδημιών στην τουριστική και ταξιδιωτική βιομηχανία.

Η έρευνα του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) καταδεικνύει ότι έως και 75 εκατομμύρια θέσεις εργασίας βρίσκονται σε άμεση απειλή λόγω της κρίσης του COVID-19, ενώ ο τομέας του Ταξιδιωτικού Τουρισμού αντιμετωπίζει μια πρωτοφανή απώλεια στο ΑΕΠ του, η οποία φτάνει τα 2,1 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ για το έτος 2020. Το WTTC υπολογίζει επίσης μια εκπληκτική ημερήσια απώλεια ενός εκατομμυρίου θέσεων εργασίας στην εν λόγω βιομηχανία λόγω της ευρείας διασποράς του κορωνοϊού. Από την άλλη πλευρά, οι Pine και McKercher (2004) ανέλυσαν τις συνέπειες της επιδημίας SARS το 2002 στην περιοχή του Γκουαντόνγκ στην Κίνα, καταλήγοντας ότι ο αντίκτυπος ήταν σοβαρά αρνητικός και έχει σημαντική επίδραση. Επιπλέον, οι Mao et al. (2010) εξέτασαν τα πρότυπα ανάκαμψης στην Ταϊβάν μετά το SARS, χρησιμοποιώντας το μοντέλο καταστροφής του Zeeman (1976), και προσδιόρισαν δύο κρίσιμους παράγοντες για την επάνοδο σε κανονική κατάσταση μετά από μια τέτοια κρίση: το επίπεδο υστέρησης και την αποτελεσματικότητα των θεσμικών μέτρων αντιμετώπισης..

Η έρευνα των Kuo et al. (2008) αποκαλύπτει ότι οι επιδημίες επηρεάζουν διαφορετικά τη ζήτηση στον τομέα του τουρισμού. Η μελέτη τους επικεντρώθηκε στον SARS (2001-2004) και στη γρίπη των πτηνών (2002-2006), διαπιστώνοντας ότι ο SARS είχε σημαντική επίδραση στην τουριστική ζήτηση σε περιοχές όπως η Κίνα, το Χονγκ Κονγκ, η Σιγκαπούρη, και η Ταϊβάν. Αντιθέτως, η γρίπη των πτηνών δεν είχε ιδιαίτερα αρνητικές συνέπειες στην τουριστική ζήτηση στην Ασία, παρά την υψηλή θνησιμότητα. Παρ' όλα αυτά, υπάρχει ανάγκη για περαιτέρω έρευνα για την κατανόηση των επιπτώσεων πανδημιών όπως ο COVID-19, οι οποίες διαφέρουν σημαντικά από τις προηγούμενες επιδημίες όπως το SARS και η H1N1, όπου οι εισερχόμενες αφίξεις τουριστών ανέκαμψαν γρήγορα μετά την άρση των συναγερμών. Οι Chen et al. (2018) εξέτασαν την επίδραση του SARS στην ενοποίηση των ασιατικών χρηματιστηρίων, ενώ ο Kostoff (2011) σημειώνει ότι η πανδημία COVID-19 ενδέχεται να απαιτήσει πιο αυστηρά μέτρα. Επιπλέον, οι Gaspar et al. (2019) τονίζουν τον κρίσιμο ρόλο των τεχνολογιών πληροφοριών και επικοινωνιών (ΤΠΕ) στην αντιμετώπιση της νόσου COVID-19, υπογραμμίζοντας την ανάγκη για ενσωμάτωση νέων εμπειρικών μοντέλων στην ανάλυση των επιπτώσεων της πανδημίας στον τουρισμό.

5.2. Αναδυόμενες τάσεις στον τουρισμό μετά την COVID-19

Στον απόηχο της πανδημίας COVID-19, η τουριστική βιομηχανία υφίσταται μια βαθιά μεταμόρφωση που χαρακτηρίζεται από αναδυόμενες τάσεις που αναδιαμορφώνουν τις

ταξιδιωτικές συμπεριφορές και τις προτιμήσεις προορισμού. Καθώς οι διεθνείς ταξιδιωτικοί περιορισμοί και οι ανησυχίες για την υγεία εξακολουθούν να επικρατούν, υπάρχει μια αξιοσημείωτη στροφή προς τα εγχώρια και περιφερειακά ταξίδια, καθώς τα άτομα αναζητούν προορισμούς πιο κοντά στο σπίτι για τις εμπειρίες αναψυχής τους. Ταυτόχρονα, οι ταξιδιώτες δίνουν ολοένα και μεγαλύτερη προτεραιότητα σε βιώσιμες και υπεύθυνες τουριστικές πρακτικές, ευνοώντας φιλικά προς το περιβάλλον καταλύματα και εμπειρίες με βάση τη φύση. Η ψηφιοποίηση έχει επιταχυνθεί, με τις ανέπαφες λύσεις και τις διαδικτυακές πλατφόρμες κρατήσεων να γίνονται ο κανόνας για τη βελτίωση της ασφάλειας και της ευκολίας.

Επιπλέον, η άνοδος της εξ αποστάσεως εργασίας έχει πυροδοτήσει μια νέα τάση εργασίας και παρατεταμένης παραμονής, καθώς τα άτομα αναζητούν προορισμούς που προσφέρουν παραγωγικότητα και χαλάρωση. Καθώς η υγεία και η ασφάλεια παραμένουν υψίστης σημασίας, οι ευέλικτες πολιτικές κρατήσεων και τα αυστηρά μέτρα υγιεινής είναι πλέον στάνταρ σε όλο τον κλάδο. Αυτές οι αναδυόμενες τάσεις αντικατοπτρίζουν την αυξανόμενη έμφαση στην ευεξία, τον πολιτιστικό εμπλουτισμό και τη συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερομένων, ανοίγοντας το δρόμο για ένα πιο βιώσιμο μέλλον για τον παγκόσμιο τουρισμό.

Πριν από την έναρξη της πανδημίας, η βιβλιογραφία σχετικά με την ανάπτυξη των πόλεων ως κοινωνικά, πολιτιστικά και επαγγελματικά κέντρα σχολίαζε ήδη τη δραματική άνοδο των λεγόμενων έξυπνων πόλεων, δηλαδή των πόλεων που εφαρμόζουν χρήσιμες στρατηγικές για την προσβασιμότητα και την ευεξία των πολιτών και παρέχουν σαφή υποστήριξη για περιβαλλοντικές, ψηφιακές και ηλεκτρονικές κυβερνητικές αποφάσεις. Η μελέτη των Bastidas-Manzano et al. (2020), πραγματοποίησε μια συνολική ανασκόπηση 258 ερευνών που δημοσιεύθηκαν μεταξύ 2013 και 2019 σχετικά με το θέμα των έξυπνων και βιώσιμων πόλεων. Τα αποτελέσματά τους επιβεβαίωσαν τα εξής: Αν και δεν υπάρχει ακόμη ένας σαφής ορισμός για το τι είναι μια έξυπνη πόλη, μια τέτοια έννοια αποτελεί ένα κινητήριο θέμα με μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης και επιρροής στην άνοδο της τεχνολογίας, της βιωσιμότητας και της προσβασιμότητας στις παραδοσιακές πόλεις. Δεδομένου του ισχυρού αντίκτυπου του τουρισμού στις πόλεις και τα εδάφη

(Femenia-Serra et al., F. V., 2019), είναι επιτακτική ανάγκη να αναλυθεί η σχέση του τουρισμού με την ανάπτυξη των έξυπνων πόλεων, σε συνδυασμό με την έννοια του έξυπνου τουρισμού, ο οποίος σήμερα γνωρίζει μεγάλη άνθηση στο πλαίσιο της μεγαλύτερης εξάρτησης από την πληροφόρηση και των τεχνολογιών επικοινωνίας, καθώς επιτρέπει τη διαχείριση τεράστιων ποσοτήτων δεδομένων στον τομέα του τουρισμού. Εργαλεία όπως τα μεγάλα δεδομένα, το

Διαδίκτυο των πραγμάτων και οι έξυπνες συσκευές αποτελούν ευφυείς πλατφόρμες στις οποίες κάθε αντικείμενο συνδέεται με ένα δίκτυο, συνδέοντας τον φυσικό και τον ψηφιακό κόσμο και διευκολύνοντας περισσότερο έναν πιο υπεύθυνο, αποτελεσματικό και υγιέστερο τρόπο ζωής.

Η βιωσιμότητα έχει αποκτήσει μεγαλύτερη σημασία, καθώς αποτελεί ένα βασικό κομμάτι των σημερινών πόλεων, καθιστώντας τη ζωή των κατοίκων ευκολότερη και προσφέροντας βιώσιμη και υπεύθυνη διαχείριση των φυσικών πόρων. Η έλευση του COVID-19 έχει επιταχύνει όλες τις διαδικασίες που αποσκοπούν στην μείωση των επαφών και να καταστήσουν την επικοινωνία, τις μεταφορές και τις πολιτικές πιο αποτελεσματικές. Ήδη σε μια πρώτη μελέτη, η Sigala (2020) απέδειξε την ανάγκη συλλογικής προσπάθειας και κατανόησης των νέων προκλήσεων μετά το COVID-19, με στόχο την πρόοδο και την επαναφορά του κλάδου και της έρευνας σε τουρισμό και την ανάπτυξη των πόλεων.



Εικόνα 1

Με βάση την ποιοτική έρευνα που διεξήχθη μέσω συνέντευξης και συγκεκριμένα μέσω συζήτησης με τον Περιφερειακό Σύμβουλο Τουρισμού και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης της Κρήτης Δρ. Κυριάκο Κώτσογλου, έχουν εντοπιστεί αρκετές αναδυόμενες τάσεις στον τουρισμό μετά την COVID-19. Η μελέτη είχε στόχο να διακρίνει τις κομβικές αλλαγές στον τουριστικό τομέα και να καταστήσει την Κρήτη έναν ακόμη πιο ελκυστικό προορισμό ενσωματώνοντας πιο αποτελεσματικά τις συνδέσεις του πρωτογενούς τομέα.

Η πανδημία έδωσε κρίσιμα μαθήματα, υπογραμμίζοντας τη σημασία της συνεργασίας και της ετοιμότητας για απρόβλεπτες προκλήσεις. Έχει ενισχύσει την πεποίθηση ότι η ανθρωπότητα

μπορεί να ξεπεράσει τις αντιξοότητες όταν είναι ενωμένη. Στην Κρήτη, αυτή η ενότητα αποτυπώθηκε με εκτενείς συνομιλίες τηλεδιάσκεψης, όπου οι ενδιαφερόμενοι φορείς του τουρισμού συνεργάστηκαν αρμονικά για να επιλύσουν ζητήματα και όχι να τα επιδεινώσουν.

Η έρευνα έχει επίσης υπογραμμίσει την αναγκαιότητα της εκμετάλλευσης των δυνατών σημείων, της αναγνώρισης των αδυναμιών και της μετατροπής των τελευταίων σε ευκαιρίες για βελτίωση. Ήταν μια απόδειξη της ιδέας ότι η αναγνώριση ενός προβλήματος είναι το πρώτο βήμα για την επίλυσή του και ότι μια προληπτική προσέγγιση είναι προτιμότερη από μια αντιδραστική.

Προσαρμόζοντας στη νέα κανονικότητα, η περιοχή έχει μάθει ότι η μάχη δεν έχει τελειώσει μετά από ένα επιτυχημένο πρώτο εξάμηνο. το δεύτερο εξάμηνο μπορεί να παρουσιάσει περαιτέρω προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπιστούν με ετοιμότητα και συνεργασία.

Η ανταπόκριση στις ανάγκες, στις επιθυμίες και στους φόβους των ταξιδιωτών απαιτεί μια μετρημένη προσέγγιση. Δεν πρόκειται μόνο για την αντίδραση, αλλά για την κατανόηση και τη χάραξη στρατηγικής με βάση τις προοπτικές των επισκεπτών. Οι αρχικές παρατηρήσεις υποδηλώνουν μια έντονη επιθυμία για ταξίδια τα επόμενα χρόνια, η οποία, εάν επιβεβαιωθεί, θα μπορούσε να μετατοπίσει την αντίληψη των διακοπών από μια απλή επιθυμία σε μια ουσιαστική ανάγκη.

Τονίστηκε επίσης η σημασία της αντιμετώπισης των αλλαγών στα τουριστικά πρότυπα και στις υποδομές. Η εστίαση θα πρέπει να είναι στη βελτίωση των εγκαταστάσεων, στην προώθηση της βιωσιμότητας και στην ανάπτυξη θεματικού τουρισμού πέρα από το μοντέλο «Ηλιος και Θάλασσα».

Σε επίπεδο επικοινωνιακής στρατηγικής, η Κρήτη στοχεύει να εξισορροπήσει τη χωρική συγκέντρωση των επισκεπτών, να προβάλει την πλούσια ενδοχώρα και τις ορεινές περιοχές της δίπλα στις παραλίες της και να δώσει έμφαση στους τέσσερις πυλώνες της: φυσική ομορφιά, πολιτισμός και ιστορία, γαστρονομία και εγκάρδια φιλοξενία.

Η επικοινωνιακή προσέγγιση περιλαμβάνει συμμετοχή σε εκθέσεις, σε θεματικές εκδηλώσεις, σε δημοσιεύσεις, σε ιστότοπους και σε προσαρμοσμένες καμπάνιες. Αυτές οι προσπάθειες στοχεύουν να αναδείξουν τις εποχικές τάσεις του νησιού, τις πολιτιστικές εμπειρίες, τη γαστρονομία, τις καταδύσεις, τις περιηγήσεις σε οινοποιεία και την αυθεντική φιλοξενία. Τέλος, υποδεικνύεται η ανάγκη για πρόσθετους πόρους για την προώθηση και την ανάπτυξη πολιτικών

για τους ψηφιακούς νομάδες, διασφαλίζοντας ότι η Κρήτη μπορεί να προσφέρει ένα περιβάλλον όπου μπορεί κανείς να εργαστεί εξ αποστάσεως σε ένα ειδυλλιακό περιβάλλον.

5.2.1. Μέτρα Υγείας και Ασφάλειας

Για την πρόληψη της εξάπλωσης της επιδημίας της πανδημίας (COVID-19), η διαδικασία ελεγχόμενης ομαλοποίησης έχει ξεκινήσει από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας. Μετά την επιτυχής καταπολέμηση της επιδημίας, ξανά άρχισαν οι ταξιδιωτικές και τουριστικές δραστηριότητες σε μια υγιή διαδικασία. Όπως πολλοί άλλοι τομείς, έτσι και ο τουριστικός τομέας, ο οποίος επηρεάζεται αρνητικά από την επιδημία, προσπάθησε να ελαχιστοποιήσει τη ζημιά με τα μέτρα που έλαβε.

Στον απόηχο της πανδημίας COVID-19, τα μέτρα υγείας και ασφάλειας είναι σημαντικά στην τουριστική βιομηχανία για να ενσταλάξουν την εμπιστοσύνη των ταξιδιωτών και να μετριάσουν τον κίνδυνο μετάδοσης του ιού. Τα βελτιωμένα πρωτόκολλα υγιεινής είναι πλέον στάνταρ σε όλους τους τομείς της βιομηχανίας, συμπεριλαμβανομένων των καταλυμάτων, των μεταφορών, των αξιοθέατων και των εγκαταστάσεων εστίασης. Αυτά τα μέτρα περιλαμβάνουν συχνά την τακτική απολύμανση των επιφανειών υψηλής επαφής, τους αυξημένους σταθμούς υγιεινής των χεριών και την εφαρμογή κατευθυντήριων γραμμών κοινωνικής απόστασης σε δημόσιους χώρους. Πολλοί προορισμοί και επιχειρήσεις έχουν επίσης υιοθετήσει διαδικασίες ελέγχου της υγείας, όπως ελέγχους θερμοκρασίας και ερωτηματολόγια υγείας, για τον εντοπισμό και την πρόληψη της εισόδου δυνητικά μολυσμένων ατόμων.

Στη διάρκεια της πανδημικής διαδικασίας, η προσωπική ασφάλεια και υγεία είναι μια νέα προσδοκία των καταναλωτών που γίνεται αντιληπτή ως μια βασική ανάγκη εκτός από τη σχέση οφέλους-τιμής και την ευκολία αγοράς. Οι επιχειρήσεις πρέπει να ανταποκριθούν στις νέες απαιτήσεις ασφάλειας και υγιεινής των πελατών για να εκφράσουν τη δέσμευσή τους για την υγεία και την ασφάλεια των πελατών. Κατά τη διαδικασία της πανδημίας, φαίνεται ότι οι πιο ολοκληρωμένες εφαρμογές στον τουριστικό τομέα βρίσκονται στον τομέα της διαμονής. Ορισμένοι κανονισμοί σχετικά με την παροχή υπηρεσιών σε εγκαταστάσεις φιλοξενίας, όπως ηλεκτρονικά αρχεία εισόδου-εξόδου, τεχνολογικά συστήματα όπως η χρήση ανέπαφων συναλλαγών σε κάρτες πόρτας δωματίου, πλήρης εφαρμογή καθημερινών μέτρων υγείας. Οι εφαρμογές κουζίνας και η υπηρεσία a la carte στα εστιατόρια θεωρούνται ως πρακτικές που

μπορούν να μειώσουν τις ανησυχίες των καταναλωτών σχετικά με τη μόλυνση από τον Covid-19.

Η πλήρης εφαρμογή των μέτρων που έχουν ληφθεί από τις επιχειρήσεις καταλυμάτων κατά τη διάρκεια της διαδικασίας αγοράς διακοπών μπορεί να μειώσει σημαντικά το άγχος των ανθρώπων (Demir et al., 2020). Υπάρχουν μερικές μελέτες στη βιβλιογραφία που υποστηρίζουν αυτή την άποψη. Σύμφωνα με τα ευρήματα που προέκυψαν σε αυτές τις μελέτες (Chebli & Said 2020; Kılıç et al., 2020), οι τουρίστες θα δώσουν ιδιαίτερη προσοχή στην υγιεινή και στην καθαριότητα κατά τις μεταεπιδημικές διακοπές τους και το πιστοποιητικό ασφαλούς τουρισμού που δίνεται στα καταλύματα. Οι εγκαταστάσεις είναι επίσης σημαντικό κριτήριο στις επιλογές των διακοπών τους. Τα αποτελέσματα έχουν προκύψει ότι οι τουρίστες είναι έτοιμοι να πληρώσουν περισσότερα για διαμονή σε εγκαταστάσεις με αυτό το πιστοποιητικό. Αυτή η κατάσταση αποκαλύπτει ξεκάθαρα τη σημασία της εμπιστοσύνης στο πρόγραμμα πιστοποίησης για τον καταναλωτή. Οι τουριστικές εμπειρίες μετά την επιδημία προβλέπεται να είναι βιώσιμες με πιο προσεκτικούς τουρίστες. Στις μέρες μας, όπου η υγιεινή είναι σημαντική, οι τουριστικές προσδοκίες θα αναδιαμορφωθούν καθώς το θέμα της υγιεινής βρίσκεται στην πρώτη γραμμή (Mostafanezhad, 2020)

Οι απαιτήσεις εμβολιασμού τόσο για το προσωπικό όσο και για τους ταξιδιώτες γίνονται όλο και πιο συνηθισμένες, παρέχοντας ένα επιπλέον επίπεδο προστασίας έναντι της εξάπλωσης του COVID-19. Οι ευέλικτες πολιτικές κρατήσεων επιτρέπουν στους ταξιδιώτες να προσαρμόζουν τα σχέδιά τους σε περίπτωση ασθένειας ή αλλαγής ταξιδιωτικών περιορισμών, προάγοντας την ασφάλεια και την ηρεμία. Τα μέτρα υγείας και ασφάλειας είναι σημαντικά για τη διασφάλιση μιας ασφαλούς και ευχάριστης ταξιδιωτικής εμπειρίας στη μετά την πανδημία εποχή.

5.2.2. Ψηφιακός μετασχηματισμός

Η πανδημία COVID-19 επιτάχυνε τον ψηφιακό μετασχηματισμό της τουριστικής βιομηχανίας, οδηγώντας σε σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο οι ταξιδιώτες σχεδιάζουν, κάνουν κρατήσεις και βιώνουν τα ταξίδια τους. Μία από τις πιο αξιοσημείωτες αλλαγές είναι η αυξημένη εξάρτηση από τις ψηφιακές πλατφόρμες για τον προγραμματισμό και την κράτηση ταξιδιών. Τα διαδικτυακά ταξιδιωτικά γραφεία, οι πλατφόρμες κρατήσεων και οι ταξιδιωτικές εφαρμογές έχουν γίνει απαραίτητα εργαλεία για τους ταξιδιώτες που αναζητούν πληροφορίες σχετικά με προορισμούς, καταλύματα, πτήσεις και δραστηριότητες. Οι ανέπαφες λύσεις έχουν

επίσης επικρατήσει, με το ψηφιακό check-in, τις πληρωμές μέσω κινητού και την τεχνολογία εικονικών κλειδιών να ελαχιστοποιούν τις φυσικές αλληλεπιδράσεις και να ενισχύουν την ασφάλεια

Το μάρκετινγκ προορισμών έχει μετατοπιστεί προς τα ψηφιακά κανάλια, με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το μάρκετινγκ επιρροής και τις εικονικές περιηγήσεις να παρέχουν καθηλωτικές εμπειρίες στους δυνητικούς επισκέπτες. Επιπλέον, η ανάλυση δεδομένων και η τεχνητή νοημοσύνη χρησιμοποιούνται για την εξατομίκευση των ταξιδιωτικών συστάσεων, τη βελτίωση της εξυπηρέτησης πελατών και τη βελτιστοποίηση των στρατηγικών τιμολόγησης. Η άνοδος της εξ αποστάσεως εργασίας έχει δημιουργήσει την τάση των "workations", με τους προορισμούς να προσφέρουν βίξες ψηφιακών νομάδων και χώρους συνεργασίας για την προσέλκυση απομακρυσμένων εργαζομένων. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός της τουριστικής βιομηχανίας επέτρεψε μεγαλύτερη ευελιξία, αποτελεσματικότητα και καινοτομία, διαμορφώνοντας το μέλλον των ταξιδιών σε έναν μετα-πανδημικό κόσμο.

5.2.3 Ο αειφόρος τουρισμός ως προτεραιότητα

Η εποχή μετά την πανδημία COVID-19 έχει φέρει στο προσκήνιο τη σημασία του βιώσιμου τουρισμού ως βασικού πυλώνα για την ανάκαμψη και την ανάπτυξη του κλάδου. Η βιωσιμότητα στον τουρισμό αναγνωρίζεται ολοένα και περισσότερο ως ζωτικής σημασίας για την επίτευξη μιας ισορροπημένης ανάπτυξης που συνδυάζει την οικονομική ευημερία με την περιβαλλοντική διαφύλαξη και την κοινωνική δικαιοσύνη. Οι τουριστικοί προορισμοί αναζητούν τρόπους για να ανασυγκροτηθούν και να ανταποκριθούν στις προκλήσεις που έφερε η κρίση, με έμφαση στην υιοθέτηση πρακτικών που μειώνουν το περιβαλλοντικό αποτύπωμα, προστατεύουν και αναδεικνύουν την πολιτιστική κληρονομιά και συμβάλλουν στην ευημερία των τοπικών κοινοτήτων (Bramwell & Lane, 2008). Οι πρακτικές βιώσιμου τουρισμού περιλαμβάνουν την προώθηση υπεύθυνων ταξιδιωτικών συμπεριφορών, τη διατήρηση των φυσικών πόρων, τη στήριξη των τοπικών οικονομιών και τη συνεργασία με τις αυτόχθονες κοινότητες με σεβασμό.

Οι προορισμοί εφαρμόζουν όλο και περισσότερο μέτρα για τη διαχείριση του αριθμού των επισκεπτών, τη μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα και την προστασία των εύθραυστων οικοσυστημάτων. Επιπλέον, οι ίδιοι οι ταξιδιώτες ζητούν πιο βιώσιμες επιλογές, αναζητώντας φιλικά προς το περιβάλλον καταλύματα, ηθικές εμπειρίες με την άγρια φύση και ευκαιρίες να συνεργαστούν με τους τοπικούς πολιτισμούς με αυθεντικούς και ουσιαστικούς

τρόπους. Δίνοντας προτεραιότητα στον αειφόρο τουρισμό, οι προορισμοί μπορούν όχι μόνο να μετριάσουν την περιβαλλοντική υποβάθμιση και να διατηρήσουν την πολιτιστική ποικιλομορφία, αλλά και να ενισχύσουν την ανθεκτικότητα και τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα των τουριστικών τους βιομηχανιών.

5.3. Προσαρμογή και ανθεκτικότητα στην τουριστική βιομηχανία

Η προσαρμογή και η ανθεκτικότητα έχουν καταστεί επιτακτική ανάγκη για την τουριστική βιομηχανία ενόψει της πανδημίας COVID-19 και άλλων ανατρεπτικών προκλήσεων. Οι προορισμοί, οι επιχειρήσεις και οι ενδιαφερόμενοι φορείς έπρεπε να προσαρμόσουν γρήγορα τις στρατηγικές και τις δραστηριότητές τους για να αντιμετωπίσουν τις αβεβαιότητες και να μετριάσουν τους κινδύνους. Μια βασική πτυχή της προσαρμογής είναι η διαφοροποίηση των τουριστικών προσφορών και αγορών για τη μείωση της εξάρτησης από συγκεκριμένα τμήματα ή αγορές προέλευσης. Αυτό περιλαμβάνει την προώθηση εναλλακτικών τουριστικών προϊόντων όπως ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός περιπέτειας και ο πολιτιστικός τουρισμός για την προσέλκυση ενός ευρύτερου φάσματος ταξιδιωτών. Επιπλέον, η υιοθέτηση των ψηφιακών τεχνολογιών και της καινοτομίας επέτρεψε στις επιχειρήσεις να στραφούν προς διαδικτυακές πλατφόρμες κρατήσεων, λύσεις ανέπαφων συναλλαγών και εικονικές εμπειρίες για να ανταποκριθούν στις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών και στις απαιτήσεις ασφαλείας. Η συνεργασία και οι συμπράξεις μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών ήταν επίσης ουσιώδεις για την οικοδόμηση ανθεκτικότητας, με τις κυβερνήσεις, τις επιχειρήσεις και τις κοινότητες να συνεργάζονται για την ανάπτυξη σχεδίων διαχείρισης κρίσεων, την ανταλλαγή πόρων και την αλληλοϋποστήριξη σε δύσκολες περιόδους. Επιπλέον, οι επενδύσεις σε βελτιώσεις υποδομών, προγράμματα κατάρτισης και πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη ικανοτήτων μπορούν να ενισχύσουν την ανθεκτικότητα των τουριστικών προορισμών και των επιχειρήσεων σε μελλοντικούς κλυδωνισμούς και διαταραχές.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συνοψίζοντας μπορεί να ειπωθεί ότι αν και η αειφόρος ανάπτυξη και ο βιώσιμος τουρισμός κερδίζουν όλο και μεγαλύτερη προσοχή. Ωστόσο, τα παρακάτω δεν εφαρμόζονται πλήρως ούτε από τους παρόχους τουριστικών υπηρεσιών, ούτε από τους ίδιους τους τουρίστες. Έτσι, ο βιώσιμος και υπεύθυνος τουρισμός μετατράπηκε σε κοινωνικό κανόνα, που απαιτείται για την συστηματική εκπαίδευση τόσο των οργανισμών όσο και των καταναλωτών καθώς και των ενδιαφερομένων. Υπάρχουν νέες προοπτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης όσον αφορά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες, εστιάζοντας σε νέα είδη τουρισμού και χωριστά τμήματα καταναλωτών, εστιάζοντας σε ηλικιωμένους και άτομα με ειδικές ανάγκες καθώς και υπηρεσίες πράσινου τουρισμού. Κατά τις δύο τελευταίες δεκαετίες, λόγω της παγκοσμιοποίησης, ο τουρισμός έχει γίνει διαθέσιμος σε πολλούς ανθρώπους, ειδικά της μεσαίας τάξης, και ως αποτέλεσμα, η τουριστική βιομηχανία έχει γίνει ένα από τα μεγαλύτερα βιομηχανικά πεδία στον κόσμο. Αν και ο τουρισμός έχει γίνει διαθέσιμος στην πλειοψηφία, και ήταν πιο εύκολο να ταξιδέψεις, μερικές κοινωνικές ομάδες, για παράδειγμα, άτομα με αναπηρία και ηλικιωμένοι συνήθως υποτιμούνταν και ξεχνιούνταν στην τουριστική αγορά, καθώς αντιπροσώπευαν τη μειοψηφία που έχει χαμηλή οικονομική ισχύ. Ωστόσο, λόγω του χαμηλού ποσοστού γεννήσεων σε ολόκληρο τον κόσμο και τον υψηλό αριθμό ηλικιωμένων, Αυτή η κατάσταση έχει πάρει μια νέα τάση και αυτή τη στιγμή, οι ηλικιωμένοι έχουν γίνει μια ευρεία και σημαντική ομάδα που παρέχει μεγαλύτερη χρήση υπηρεσιών του τουρισμού από άλλες ομάδες.

Καθώς οι τουριστικές υπηρεσίες έχουν αντίκτυπο στις περιοχές υποδοχής συμπεριλαμβανομένων των επιπτώσεων για το τοπικό περιβάλλον, τις κοινότητες υποδοχής και την ανάπτυξη ευκαιριών απασχόλησης, η τουριστική βιομηχανία έχει σημαντικές επιπτώσεις στη βιώσιμη ανάπτυξη τουριστικών προορισμών. Οι πρακτικές βιώσιμης κατανάλωσης θα πρέπει να προωθηθούν από τον τουριστικό τομέα προκειμένου να συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών. Υπάρχει ευρεία διείδυση της πτυχής της βιώσιμης κατανάλωσης βιώσιμου τουρισμού. Οι τουρίστες, αυτή τη στιγμή αναζητούν βιώσιμες τουριστικές υπηρεσίες και απολαμβάνουν υπεύθυνες πρακτικές κατανάλωσης, επομένως είναι πρόθυμοι να επιλέξουν πακέτα βιώσιμων τουριστικών υπηρεσιών που προτείνονται από διάφορους τουριστικούς οργανισμούς.

Η ανταγωνιστικότητα και τα περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης μπορούν να αντιμετωπιστούν από κοινού από την εφαρμογή καινοτομιών και την

προώθηση αρχών βιώσιμης κατανάλωσης, την παροχή νέων τουριστικών υπηρεσιών για άτομα με ειδικές ανάγκες και ηλικιωμένους και από την κοινού επίτευξη ολοκληρωμένου πλεονεκτήματος συμβάλλοντας στην ευημερία και τις ανάγκες των τοπικών κοινωνιών και την αντιμετώπιση των προτεραιοτήτων βιώσιμης ανάπτυξης των τουριστικών προορισμών. Το δημογραφικό προφίλ των τουριστών και οι μεταβαλλόμενες ανάγκες τους για τουριστικές υπηρεσίες και προϊόντα θα πρέπει επίσης να αντιμετωπιστούν. Επομένως, οι λειτουργίες βιώσιμης κατανάλωσης και κοινωνικού τουρισμού θα πρέπει να λαμβάνεται ως προτεραιότητα με την ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών κατά σειρά για την αντιμετώπιση ζητημάτων περιβαλλοντικής και κοινωνικής αειφορίας.

Η τρέχουσα επιδημία του COVID-19 θα έχει σημαντική επίδραση στη τουριστική βιομηχανία και παρέχει νέες προκλήσεις για την ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού. Εταιρείες τουριστικού κλάδου που επιβιώνουν από την πανδημία θα πρέπει να κάνουν τα προϊόντα τους πιο ανθεκτικά στις μελλοντικές πανδημίες— που οι ειδικοί στον τομέα της υγείας προειδοποιούν ότι θα συνεχίσουν να συμβαίνουν — και να είναι σε θέση να το προσαρμοστούν στην προβλεπόμενη αλλαγή στα συμφέροντα των καταναλωτών, η οποία θα περιλαμβάνει μεγαλύτερη ζήτηση για βιώσιμα προϊόντα. Σε έναν μετα-Covid κόσμο, οι αλλαγές στα ταξίδια και τον τουρισμό είναι αναπόφευκτες και πιθανότατα θα οδηγούνται από έναν συνδυασμό επιλογής καταναλωτή, διαθεσιμότητας προορισμού και κανονιστικές αλλαγές, επομένως, αυτά τα ζητήματα πρέπει επίσης να υπάρξουν πρακτικές βιώσιμης κατανάλωσης, η οποία θα πρέπει να προωθηθεί περαιτέρω και να ενσωματωθεί πλήρως στον τουριστικό τομέα, περιλαμβάνοντας επίσης διεθνείς συμφωνίες για το αποτύπωμα άνθρακα ή άλλους περιορισμούς κλπ.

Τα ευρήματα από την έρευνα που διεξήχθη για τη δυναμική του τουρισμού στην Κρήτη αποκαλύπτουν μια σύνθετη αλληλεπίδραση μεταξύ των οικονομικών οφελών του τουρισμού και των περιβαλλοντικών και κοινωνικο-πολιτιστικών επιπτώσεών του. Η έρευνα δείχνει ότι, ενώ ο τουρισμός συνεισφέρει ζωτικά στην τοπική οικονομία, δεν είναι χωρίς αρνητικές επιπτώσεις, ιδίως όσον αφορά τον υπερτουρισμό και τις συναφείς προκλήσεις. Υπάρχει μια ευδιάκριτη αναγνώριση των επιζήμιων επιπτώσεων του υπερτουρισμού στην πολιτιστική ακεραιότητα και τις παραδόσεις του προορισμού, όπως αποδεικνύεται από τη συσχέτιση των δυσκολιών των τουριστών λόγω υπερπληθυσμού και της αντίληψής τους για τη διάβρωση του τοπικού πολιτισμού.

Επιπλέον, η απουσία ισχυρής συσχέτισης μεταξύ της καθαριότητας των τουριστικών τοποθεσιών και των μακροπρόθεσμων περιβαλλοντικών ανησυχιών δείχνει μια πιθανή

αποσύνδεση στην αναγνώριση από τους τουρίστες του διαρκούς περιβαλλοντικού αποτυπώματός τους. Αυτό υποδηλώνει ότι οι άμεσες αισθητηριακές εμπειρίες μπορεί να επισκιάσουν τις λιγότερο ορατές, πιο μακροπρόθεσμες περιβαλλοντικές συνέπειες του τουρισμού. Τέλος, είναι ενδιαφέρον ότι το κόστος διαμονής, φαγητού, ποτών και μεταφοράς φαίνεται να διαδραματίζει δευτερεύοντα ρόλο στον επηρεασμό των αποφάσεων και των εμπειριών των τουριστών, υποδηλώνοντας ότι η αξία που προκύπτει από τη συνολική εμπειρία στην Κρήτη μπορεί να υπερτερεί των οικονομικών εκτιμήσεων για τους επισκέπτες.

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Σημαντικά ζητήματα για μελλοντική έρευνα συνδέονται με την εταιρική κοινωνική ευθύνη, την εταιρική διακυβέρνηση και την αριστεία μοντέλων επιχειρηματικής απόδοσης που μπορούν να παρέχουν πολύτιμες εισροές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης εάν αντιμετωπιστεί σωστά από τους τομείς επιχειρήσεων (Popescu, 2019; Popescu & Popescu, 2019). Οι περαιτέρω μελέτες για τη διασφάλιση της ανάπτυξης του κοινωνικού τουρισμού θα πρέπει επίσης να τεθούν ως προτεραιότητα αφού είναι απαραίτητες για τη διασφάλιση καινοτομιών στον τομέα αυτό καθώς και η παροχή τουριστικών υπηρεσιών για άτομα με αναπηρία και ηλικιωμένους για την ατζέντα πολιτικής στην Ευρωπαϊκή Ένωση λαμβάνοντας υπόψη τις τρέχουσες τάσεις της γήρανσης του πληθυσμού σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ και των κινδύνων πανδημιών.

Ένας τομέας επιπλέον διερεύνησης είναι η διεξαγωγή ολοκληρωμένων μελετών για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας και του μακροπρόθεσμου αντίκτυπου των έργων και πρωτοβουλιών βιώσιμου τουρισμού στις τοπικές οικονομίες, περιβάλλοντα και κοινότητες. Είναι σημαντική η διερεύνηση μεθοδολογιών για τη μέτρηση τόσο των απτών όσο και των άυλων αποτελεσμάτων, όπως οι αλλαγές στη βιοποικιλότητα, η πολιτιστική διατήρηση και η κοινωνική συνοχή. Απαιτείται έρευνα καινοτόμων στρατηγικών και τεχνολογιών για την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή στον τουριστικό τομέα, ιδιαίτερα σε ευάλωτες περιοχές. Προτείνεται να διερευνηθεί πως οι ψηφιακές πλατφόρμες και τα εργαλεία μπορούν να βελτιώσουν τις εμπειρίες των επισκεπτών, να ελαχιστοποιήσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις και να διευκολύνουν τη διαχείριση προορισμού. Τέλος, σημαντικό πεδίο για περαιτέρω έρευνα είναι τα ζητήματα κοινωνικής ισότητας και ενσωμάτωσης στον τομέα του τουρισμού, συμπεριλαμβανομένης της πρόσβασης στην απασχόληση, της διανομής παροχών και της εκπροσώπησης περιθωριοποιημένων ομάδων. Έρευνα για τις στρατηγικές για την προώθηση της διαφορετικότητας, της ισότητας και της ένταξης στο εργατικό δυναμικό του τουρισμού, τις αλυσίδες εφοδιασμού και τις εμπειρίες των επισκεπτών. Με την αντιμετώπιση αυτών των ερευνητικών θεμάτων, οι μελετητές και οι επαγγελματίες μπορούν να συμβάλουν στην προώθηση μιας πιο βιώσιμης και ανθεκτικής τουριστικής βιομηχανίας.

Η μελλοντική έρευνα θα πρέπει να εμβαθύνει στη βιωσιμότητα της τουριστικής βιομηχανίας της Κρήτης. Τέτοιες μελέτες θα μπορούσαν να εξετάσουν την εξέλιξη των επιπτώσεων του τουρισμού με την πάροδο του χρόνου, να διερευνήσουν την αποτελεσματικότητα της τουριστικής εκπαίδευσης στην περιβαλλοντική διαχείριση και να αξιολογήσουν τις συνέπειες

των διαφορετικών στρατηγικών τιμολόγησης τόσο στην τουριστική συμπεριφορά όσο και στην τοπική οικονομική υγεία. Επιπλέον, η κατανόηση της προοπτικής του μόνιμου πληθυσμού σχετικά με τον αντίκτυπο του τουρισμού είναι σημαντική, καθώς διακυβεύεται η ευημερία του και η διατήρηση της πολιτιστικής του κληρονομιάς.

Η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των τρεχουσών πολιτικών και των πρωτοβουλιών διατήρησης του πολιτισμού είναι επίσης επιτακτική για να διασφαλιστεί ότι μετριάζουν αποτελεσματικά τις αρνητικές πτυχές του τουρισμού. Η διερεύνηση εναλλακτικών και πιο βιώσιμων μοντέλων τουρισμού, όπως ο οικολογικός τουρισμός, θα μπορούσε ενδεχομένως να μετριάσει την πίεση στις τοποθεσίες που επισκέπτονται υπερβολικά και να προσφέρει μια πιο ισορροπημένη κατανομή των τουριστικών οφελών που λαμβάνει υπόψη οικονομικούς, περιβαλλοντικούς και κοινωνικο-πολιτιστικούς παράγοντες.

Συμπερασματικά, η προώθηση μιας βιώσιμης τουριστικής βιομηχανίας στην Κρήτη απαιτεί μια πολύπλευρη προσέγγιση. Οι μελλοντικές ερευνητικές προσπάθειες θα πρέπει να στοχεύουν στην παροχή ολοκληρωμένης κατανόησης που θα πληροφορεί πολιτικές και πρακτικές ικανές να εναρμονίσουν τα οικονομικά οφέλη του τουρισμού με τη διατήρηση του μοναδικού περιβαλλοντικού και πολιτιστικού τοπίου της Κρήτης.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Agyeiwaah, E., McKercher, B., & Suntikul, W. (2017). Identifying core indicators of sustainable tourism: A path forward? *Tourism Management Perspectives*, 24, 26–33.

Ahmad, F.; Draz, M.; Su, L.; Ozturk, I.; Rauf, A. Tourism and environmental pollution: Evidence from the one belt one road provinces of western China. *Sustainability* 2018, 10, 3520.

Alamineh, G. A., Hussein, J. W., Endaweke, Y., & Tadesse, B. (2023). The local communities' perceptions on the social impact of tourism and its implication for sustainable development in Amhara regional state.

Ann. Tour. Res., 39 (2) (2012), pp. 528-546

Asmelash, A.G.; Kumar, S. Assessing progress of tourism sustainability: Developing and validating sustainability indicators. *Tour. Manag.* 2019, 71, 67–83.

Bastidas-Manzano, A.-. B., & Sánchez-Fernandez, J. & Casado-Aranda, L.A.. (2020). The Past, Present, and Future of Smart Tourism Destinations: A Bibliometric Analysis. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 1096348020967062. <https://doi.org/10.1177/1096348020967062>

Bebbington, J. Unerman Achieving the United Nations sustainable development goals: an enabling role for accounting research

Bell, S. *Sustainability Indicators: Measuring the Immeasurable?* 2nd ed.; Earthscan: London, UK, 2008

Boissevain, J. (Ed.) (1996), *Coping With Tourists: European Reactions to Mass Tourism*, Vol. 1, Berghahn Books, New York, NY.

Bracker, J. (1980). The historical development of the strategic management concept. *The Academy of Management Review*, 5(2), 219–224

Bramwell, B. and Lane, B. (eds) (2000) *Tourism Collaboration and Partnerships. Politics, Practice and Sustainability*. Clevedon: Channel View. B

Bramwell, B., & Lane, B. (2008). *Priorities in sustainable tourism research*.

Buckley R. *Sustainable tourism: research and reality*

Buckley, R. *Sustainable tourism: Research and reality*. *Ann. Tour. Res.* 2012, 39, 528–546

Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state of the art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25.

Butler, R.W. (1975), "Tourism as an agent of social change" *Tourism as a Factor in National and Regional Development*, Occasional Paper No. 4, Department of Geography, Trent University, Peterborough, pp. 85-90.

Campagnolo, L., Carraro, C., Eboli, F., Farnia, L., Parrado, R., & Pierfederici, R. (2018). The ex-ante evaluation of achieving sustainable development goals. *Social Indicators Research*, 136, 73-116.

- Chebli, A. & Said, F. B. (2020). the impact of covid-19 on tourist consumption behaviour: A perspective article. *Journal of Tourism Management Research*, 7(2), 196-207.
- Chen M.P., Lee C.C., Lin Y.L., Chen W.Y. Did the S.A.R.S. epidemic weaken the integration of Asian stock markets? Evidence from smooth time-varying cointegration analysis. *Econ. Res.* 2018;31(1):908–926. doi: 10.1080/1331677X.2018.1456354.
- Christaller, W. (1963), “Some considerations of tourism location in Europe: the peripheral regions – underdeveloped countries – recreation areas”, *Regional Science Association Paper No. 12*, Lund Congress, pp. 95-105
- Clarke, J. (1997) A framework of approaches to sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism* 5 (3), 224–33.
- Communicating the stakeholder engagement process: a cross-country analysis in the tourism sector
- Cosenz, F., & Noto, G. (2016). Applying system Dynamics modelling to strategic management: A literature review. *Systems Research and Behavioral Science*, 33, 703–741
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137–152.
- Demir, İ. (2020). Kovid-19 (Koronavirüs) salgınının ekonomik etkileri [Economic effects of the Covid19 (Coronavirus) outbreak]. *Institute for International Relations and Strategic Research (IIRSR)*, 12(1), 1-30.
- Ding, P. and Pigram, J. (1995) Environmental audits: An emerging concept in sustainable tourism development. *Journal of Tourism Studies* 6(2), 2–10.
- Dodds, R. and Butler, R. (2019), *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*, Degruyter, Berlin/Boston, MA.
- Doxey, G.V. (1975), “A causation theory of visitor-resident irritants, methodology and research inferences: the impact of tourism”, *Sixth Annual Conference Proceedings of the Travel Research Association*, San Diego, CA, pp. 195-8
- Epler Wood, M., Milstein, M. and Ahamed-Broadhurst, K. (2019), *Destinations at Risk: The Invisible Burden of Tourism*, The Travel Foundation, Washington, DC.
- Evans, N., Campbell, D., & Stonehouse, F. (2003). *Strategic management for travel and tourism*. London: Routledge
- Farahani, F.V., Karwowski, W., & Lighthall, N.R. (.2019). Application of Graph Theory for Identifying Connectivity Patterns in Human Brain Networks: A Systematic Review. *Frontiers in Neuroscience*, 13. <https://doi.org/10.3389/fnins.2019.00585>
- Farzanegan, M.R.; Gholipour, H.F.; Feizi, M.; Nunkoo, R.; Andargoli, A.E. International tourism and outbreak of coronavirus (COVID-19): A cross-country analysis. *J. Travel Res.* 2020, 1–6.
- Fletcher, R. Sustaining tourism, sustaining capitalism? The tourism industry’s role in global capitalist expansion. *Tour. Geogr.* 2011, 13, 443–461

- Gaspar R., Yan Z., Domingos S. Extreme natural and man-made events and human adaptive responses mediated by information and communication technologies' use: a systematic literature review. *Technol. Forecast Soc. Change*. 2019;145(125–135) doi: 10.1016/j.techfore.2019.04.029.
- Goffi, G.; Cucculelli, M.; Masiero, L. Fostering tourism destination competitiveness in developing countries: The role of sustainability. *J. Clean. Prod.* 2019, 209, 101–115
- Goodwin, H. (2019), “Barcelona: crowding out the locals: a model for tourism management”, in Dodds
- Guijarro, F., & Poyatos, J. A. (2018). Designing a sustainable development goal index through a goal programming model: The Case of EU-28 Countries. *Sustainability*, 10(9), 3167.
- Hall C.M., Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism
- Hall, C.M. Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *J. Sustain. Tour.* 2019, 27, 1044–1060
- Hall, C.M., 2011. Policy learning and policy failure in sustainable tourism governance: from first- and second-order to third-order change? *J. Sustain. Tour.* 19(5), 649-671. Doi: 10.1080/09669582.2011.555555
- Harba, J.N.; Parteca, M.; Bujduveanu, S. From growth, to chaos, to uncertainty: The Impact of the COVID-19 Pandemic on European Tourism. In Proceedings of the 6th BASIQ International Conference on New Trends in Sustainable Business and Consumption, Messina, Italy, 4–6 June 2020; pp. 1249–1256.
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239–245
- Holzner, M. Tourism and economic development: The beach disease? *Tour. Manag.* 2011, 32, 922–933.
- Hunter, C. (1995) On the need to re-conceptualise sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism* 3(3), 155–65.
- Iazzi, S. Pizzi, L. Iaia, M. Turco
J. Sustainable Tour., 27 (2019), pp. 1044-1060,
- Janoušková, S., Hák, T., Nečas, V., & Moldan, B. (2019). Sustainable development—A poorly communicated concept by mass media. Another challenge for SDGs?. *Sustainability*, 11(11), 3181.
- Jeon, M. M., Kang, M. M., & Desmarais, E. (2016). Residents' perceived quality of life in a cultural-heritage tourism destination. *Applied Research in Quality of Life*, 11, 105–123. <https://doi.org/10.1007/s11482-014-9357-8>
- Kakoudakis, K. I., McCabe, S., & Story, V. (2017). Social tourism and self-efficacy: Exploring links between tourism participation, jobseeking and unemployment. *Annals of Tourism Research*, 65, 108–121.

Kılıç, B., Aslan, H. & Gövce, M. (2020). Covid-19 sonrası turistik tüketim tutumu [Tourist's consumption attitude after Covid-19]. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 2020 Special Issue, 554-570.

Kostoff R.N. Literature-related discovery: potential treatments and preventatives for SARS. *Technol. Forecast Soc. Change*. 2011;78(7):1164–1173. doi: 10.1016/j.techfore.2011.03.022.

Kouroupaki D, (2020). The phenomenon of hypertourism |The case of Rhodes.

Kuo H.I., Chen C.C., Tseng W.C., Ju L.F., Huang B.W. Assessing impacts of SARS and Avian Flu on international tourism demand to Asia. *Tour. Manag.* 2008;29(5):917–928. doi: 10.1016/j.tourman.2007.10.006.

Lawton, T.C. (2017), *Cleared for Take-Off: Structure and Strategy in the Low Fare Airline Business*, Routledge, London.

Lee, J.W.; Brahmasrene, T. Investigating the influence of tourism on economic growth and carbon emissions: Evidence from panel analysis of the European Union. *Tour. Manag.* 2013, 38, 69–76

Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522–528.

Liu, C.; Zhang, R.; Wang, M.; Xu, J. Measurement and prediction of regional tourism sustainability: An analysis of the Yangtze river economic zone, China. *Sustainability* 2018, 10, 1321.

Lu, J., & Nepal, S. K. (2009). Sustainable tourism research: An analysis of papers published in the *Journal of Sustainable Tourism*. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1), 5–16

Madhavan, H., & Rastogi, R. (2013). Social and psychological factors influencing destination preferences of domestic tourists in India. *Leisure Studies*, 32(2), 207–217.

Manning, T. (1999) Indicators of tourism sustainability. *Tourism Management* 20(1), 3–6

Mao C.K., Ding C.G., Lee H.Y. Post-SARS tourist arrival recovery patterns: an analysis based on a catastrophe theory. *Tour. Manag.* 2010;31(6):855–861. doi: 10.1016/j.tourman.2009.09.003.

Martínez, P., Pérez, A., & Rodríguez del Bosque, I. (2013). Measuring corporate social responsibility in tourism: Development and validation of an efficient measurement scale in the hospitality industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(4), 365-385.

Milano, C., Novelli, M. and Cheer, J.M. (2019), “Overtourism and tourismphobia: a journey through four decades of tourism development, planning and local concerns”, *Tourism Planning and Development*, Vol. 16 No. 4, pp. 353-57.

Mostafanezhad, M. (2020): Covid-19 is an unnatural disaster: Hope in revelatory moments of crisis, *Tourism Geographies*, 22(3), 1-7.

Muller, H. (1994) The thorny path to sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism* 2(3), 131–6.

- Niñerola, A.; Sánchez-Rebull, M.-V.; Hernández-Lara, A.-B. Tourism research on sustainability: A bibliometric analysis. *Sustainability* 2019, 11, 1377.
- Okumus, F., Altinay, L., & Chathoth, P. (2010). *Strategic management for hospitality and tourism*. Oxford: Elsevier
- Olsen, M., West, J., & Tse, E. (2008). *Strategic management in the hospitality industry*. London: Pearson Education Inc.
- Pine R., McKercher B. The impact of SARS on Hong Kong's tourism industry. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.* 2004;16(2):139–143. doi: 10.1108/09596110410520034.
- Pizzi, A. Venturelli, F. Caputo The “comply-or-explain” principle in directive 95/2014/EU. A rhetorical analysis of Italian PIEs
- Pjerotic, L., Delibasic, M., Joksiene, I., Griesiene, I., & Georgeta, C. P. (2017). Sustainable tourism development in the rural areas. *Transformations in Business & Economics*, 16(3 (42)), 21–30.
- Popescu, C. R. G., & Popescu, G. N. (2019). An exploratory study based on a questionnaire concerning green and sustainable finance, corporate social responsibility, and performance: Evidence from the Romanian business environment. *Journal of Risk and Financial Management*, 12, 162.
- Punt, A. E., Butterworth, D. S., de Moor, C. L., De Oliveira, J. A., & Haddon, M. (2016). Management strategy evaluation: best practices. *Fish and fisheries*, 17(2), 303-334.
- Ramkissoon, H. (2023). Perceived social impacts of tourism and quality-of-life: A new conceptual model. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 442-459
- Rasoolimanesh, S. M., Ramakrishna, S., Hall, C. M., Esfandiar, K., & Seyfi, S. (2023). A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1497-1517.
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B.D., McLennan, C.J., 2015. Trends and patterns in sustainable tourism research: a 25-year bibliometric analysis. *J. Sustain. Tour.* 23(4), 517–535. doi:10.1080/09669582.2014.978790
- Sachs From millennium development goals to sustainable development goals
- Sadler, B. (1993) Introduction. in S. Hawkes and P. Williams (eds) *The Greening of Tourism from Principles to Practice: A Casebook of Best Environmental Practice in Tourism*(pp. vi–xi). Canada: Centre for Tourism Policy and Research Simon Fraser University.
- Sagasti, F. and Colby, M. (1993) Eco-development and perspective's on global change from developing countries. In N. Chourci (ed.) *Global Accord*. London: MIT
- Sancho, A., García, G., Pedro, A., Yagüe, R.M., 2002. *Auditoría de sostenibilidad en los destinos turísticos*. Valencia, España.
- Schilling, M. A. (2017). *Strategic management of technological innovation*. McGraw-Hill.

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>

Smith, M.K., Egedy, T., Csizmady, A., Jancsik, A., Olt, G. and Michalkó, G. (2017), “Non-planning and tourism consumption in Budapest’s inner city”, *Tourism Geographies*, Vol. 20 No. 3, pp. 524-48, doi: 10.1080/ 14616688.2017.1387809.

The Lancet, 379 (9832) (2012), pp. 2206-2211, [10.1016/S0140-6736\(12\)60685-0](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(12)60685-0)

Twining-Ward, L. (1999) Towards sustainable tourism development: Observations from a distance.

UN WTO, 2017. Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. World Tourism Organization (UNWTO). <https://dx.doi.org/10.18111/9789284419401>.

UN WTO, 2019a. New Business Models in the Accommodation Industry – Benchmarking of Rules and Regulations in the Short-term Rental Market, New Business Models in the Accommodation Industry – Benchmarking of Rules and Regulations in the Short-term Rental Market. World Tourism Organization (UNWTO). <https://dx.doi.org/10.18111/9789284421084>

UNWTO (2018), “Overtourism”? Understanding and Managing Urban Tourism Growth Beyond Perceptions, UNWTO, Madrid.

UNWTO. (2013). Sustainable tourism for development guidebook. Madrid, Spain: UNWTO.

UNWTO. (2014). Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook, Madrid, Spain. Retrieved from [https:// observe.pt/wp-content/uploads/2018/05/Indicators-of-SustainableDevelopment-for-Tourism-Destinations-A-Guide-Book-byUNWTO.pdf](https://observe.pt/wp-content/uploads/2018/05/Indicators-of-SustainableDevelopment-for-Tourism-Destinations-A-Guide-Book-byUNWTO.pdf)

UNWTO. (2017). 2017 is the international year of sustainable tourism for development. Retrieved from <http://www.unwto.org/archive/global/press-release/2017-01-03/2017-international-year-sustainable-tourism-development>

UNWTO. (2019). International tourism highlights. 2019 Edition, Madrid, Spain. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>

Van, H.T., Huu, A.T. and Ushakov, D. (2018), “Destination branding as a tool for sustainable tourism development (the case of Bangkok, Thailand)”, *Advanced Science Letters*, Vol. 24 No. 9, pp. 6339-42.

Vehbi, O.B. A model for assessing the level of tourism impacts and sustainability of coastal cities. In *Strategies for Tourism Industry Micro and Macro Perspectives*; InTech Open: London, UK, 2012

Wall, G. (1997) Is ecotourism sustainable? *Environmental Management* 21(4), 483–91.

Weaver, D.; Lawton, L.; De Lacy, T.; Tourism, C. Sustainable Tourism: A Critical Analysis; Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism Research Report Series; Research Report 1; CRC Griffith University: Brisbane, Australia, 1999

Weber, F., Stettler, J., Priskin, J., Rosenberg-Taufer, B., Ponnappureddy, S., Fux, S. and Barth, M. (2017), “Tourism destinations under pressure”, *Lucerne University of Applied Sciences and Arts*,

ter gefördert werden (bspw. im Bereich Agrotourismus) wie auch die Sensibilisierung in tourismusnahen Sektoren, indem Austauschmöglichkeiten bei Veranstaltungen (bspw. bei KMUs/an Gewerbemessen) zu touristischen Fakten stattfinden, Luzern.

Wilbanks, T. (1994) Sustainable development in geographic perspective. *Annals of the Association of American Geographers* 84(4), 541–56.

World Tourism Organisation. *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. A Guidebook*; World Tourism Organisation: Madrid, Spain, 2004.

World Travel & Tourism Council *Global Economic Impact & Trends 2020*; World Travel & Tourism Council: London, UK, 2020; Available online: <https://wttc.org/Research>

WTTC (2018), “City travel and tourism impact 2018”, available at: www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/cities-2018/city-travel-tourism-impact-2018final.pdf (accessed May 2019).

Zeeman E.C. Catastrophe Theory. *Sci. Am.* 1976;234(4):65–83.
doi: 10.1038/scientificamerican0476-65.

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο

Δημογραφικά Στοιχεία

Ηλικιακή Ομάδα:

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65 και άνω

Εμπειρία Τουρισμού στην Κρήτη

Πόσο συχνά επισκέπτεστε την Κρήτη για διακοπές;

Ποτέ 1 2 3 4 5 Πολύ συχνά

Πώς θα αξιολογούσατε την συνολική σας ικανοποίηση από την επίσκεψή σας στην Κρήτη;

Πολύ Δυσανεστημένος(-η) 1 2 3 4 5 Πολύ Ικανοποιημένος(-η)

Θεωρείτε ότι η Κρήτη αντιμετωπίζει θέματα υπερτουρισμού κατά τους μήνες αιχμής;

Καθόλου 1 2 3 4 5 Εξαιρετικά

Περιβαλλοντική Ευαισθητοποίηση και Αντίκτυπος

Είστε ενημερωμένοι για κάποιες πρωτοβουλίες που λαμβάνονται στην Κρήτη για την προστασία του περιβάλλοντος;

- Ναι
- Όχι

Πώς αξιολογείτε την καθαριότητα στις παραλίες, τους δρόμους και τα τουριστικά αξιοθέατα της Κρήτης;

Πολύ κακή 1 2 3 4 5 Πολύ καλή

Πόσο ανησυχείτε για τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο του τουρισμού στην Κρήτη;

Καθόλου 1 2 3 4 5 Πάρα πολύ

Κοινωνικοπολιτιστική Επίδραση

Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι ο τουρισμός στην Κρήτη σέβεται και διαφυλάσσει τον τοπικό πολιτισμό και τις παραδόσεις;

Καθόλου 1 2 3 4 5 Πλήρως

Είχατε την ευκαιρία να αλληλεπιδράσετε με τοπικές κοινότητες κατά τη διάρκεια της επίσκεψής σας στην Κρήτη;

- Ναι

- ο Όχι

Πώς θα αξιολογούσατε την εμπειρία σας με την τοπική φιλοξενία στην Κρήτη;

Πολύ κακή 1 2 3 4 5 Πολύ καλή

Οικονομική Επίδραση

Πιστεύετε ότι η παρουσία των τουριστών στην Κρήτη συμβάλλει θετικά στην τοπική οικονομία;

Απολύτως Διαφωνώ 1 2 3 4 5 Απολύτως Συμφωνώ

Πώς αξιολογείτε τα επίπεδα τιμών στην Κρήτη για τα εξής;

Διαμονή: Πολύ Φθηνή / Φθηνή / Λογική / Ακριβή / Πολύ Ακριβή

Φαγητό και Ποτό: Πολύ Φθηνό / Φθηνό / Λογικό / Ακριβό / Πολύ Ακριβό

Τοπικές Μεταφορές: Πολύ Φθηνές / Φθηνές / Λογικές / Ακριβές / Πολύ Ακριβές

Υπερτουρισμός

Κατά τη διάρκεια της διαμονής σας, αντιμετωπίσατε κάποια δυσκολία λόγω υπερπληθυσμού;

Ποτέ 1 2 3 4 5 Πάντα

Κατά τη γνώμη σας, ποιο είναι το κυριότερο μέτρο που θα μπορούσε να ληφθεί για τη διαχείριση του υπερτουρισμού στην Κρήτη;

- ο Περιορισμός του αριθμού των τουριστών
- ο Ανάπτυξη περισσότερης υποδομής
- ο Προώθηση του τουρισμού εκτός σεζόν
- ο Ενθάρρυνση του τουρισμού σε λιγότερο γνωστές περιοχές
- ο Επιβολή υψηλότερων φόρων για τους τουρίστες

Συνέντευξη

Από το 2020 προς το 2021 & τα επόμενα χρόνια

Σε μια σειρά κρίσιμων ερωτημάτων για την τουριστική δεκαετία που ξεκίνησε, κάνοντας την Κρήτη ακόμα πιο ελκυστικό προορισμό, με καλύτερη διασύνδεση του πρωτογενούς τομέα, απαντάει στο Κρητών Επιχειρείν ο Δρ. Κυριάκος Κώτσογλου, Εντεταλμένος Περιφερειακός Σύμβουλος Κρήτης Τουρισμού και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης.

Τι σας δίδαξε η πανδημία (για τον τουρισμό);

Η διδαχή έχει θετική έννοια, οπότε μάλλον αναφερόσαστε στο μέγιστο Ελληνικό ρητό των Στωικών, ότι δεν υπάρχει κακό που να μην προκαλεί και καλό. Στην πραγματικότητα, πριν από όλα, στεκόμαστε με πολύ σεβασμό και περιστολή πάνω από τα θύματα της Πανδημίας, που ακόμα κι αν στην Κρήτη μετρούνται στα δάκτυλα του ενός χεριού, δεν το βλέπουμε τοπικά, αλλά εθνικά και παγκόσμια, προσπαθώντας το βέλτιστο. Και νομίζω ότι πριν αλλά και μετά από κάθε απολογισμό, πρέπει να τιμήσουμε όσους δεν θα είναι πια εδώ!

Όμως, από την άλλη, διδαχθήκαμε ότι όταν οι δυνάμεις συνεργάζονται, τότε τίποτα δεν είναι ικανό να καταστρέψει την ανθρωπότητα, αλλά και τι γίνεται στην αντίθετη περίπτωση. Είναι σπουδαίο να βλέπεις όλο τον Πλανήτη σε κοινό βηματισμό, για την Πανδημία. Εν προκειμένω, στην Κρήτη, επαναπροσδιορίσαμε την έννοια του «καθόμαστε όλοι μαζί και συζητάμε», σε πολύωρες Τηλεδιασκέψεις κάθε Σάββατο, συζητώντας με κανόνες και σύμπνοια, τα προβλήματα που ανέκυπταν, φιλοξενώντας προσωπικότητες του Τουρισμού από την Ελλάδα και όλο τον κόσμο και βρίσκοντας λύσεις στα προβλήματα κι όχι το αντίστροφο.

Διδαχθήκαμε να εκμεταλλευόμαστε τα πλεονεκτήματα και τα δυνατά μας σημεία, να αντιλαμβανόμαστε τα μειονεκτήματα και τα αδύνατα χαρακτηριστικά μας και να στοχεύουμε, στο να μετατρέπουμε σε άξονες βελτίωσης τα δεύτερα. Μάθαμε ότι η αρχή επίλυσης ενός προβλήματος είναι πριν απ' όλα η αντίληψή του.

Διδαχθήκαμε ότι πρέπει να είμαστε ακόμα πιο προληπτικοί αντί για κατασταλτικοί, μάθαμε να ζούμε με τη νέα πραγματικότητα, μάθαμε ότι κάθε αγώνας δεν έχει τελειώσει, ακόμα και αν το πρώτο ημίχρονο ήταν εξαιρετικό. Υπάρχει δεύτερο ημίχρονο, ίσως και παράταση και πρέπει να είμαστε έτοιμοι και προετοιμασμένοι γι' αυτά, αλλά πάντα κάτω από μια σπουδαία λέξη τη Συνεργασία όλων των φορέων μας. Για όλα αυτά, ένα απλό δείγμα της επιδημιολογικής συμπεριφοράς της Κρήτης, απόρροια παιδείας αλλά και εκπαίδευσης, που αποτέλεσε μια σπουδαία ενέργεια, παγκόσμια καλή πρακτική για τον Τουρισμό μας.

Πώς θα ανταποκριθείτε στις ανάγκες, επιθυμίες και φοβίες των ταξιδιωτών;

Πριν από όλα, θα τις μετρήσουμε και μετά θα ανταποκριθούμε. «Αν δεν μπορείς να μετρήσεις, δεν μπορείς και να διοικήσεις», λέει ένα ρητό και εμάς μας αντιπροσωπεύει τα μέγιστα αυτό, ως Περιφέρεια. Ξέρετε, οι ανάγκες έχουν σχέση με το απαραίτητο για τη διαβίωση, ενώ οι επιθυμίες με τα «θέλω» μας, πέρα από τα «πρέπει». Τέλος, οι φοβίες οδηγούν σε ανάγκες διασφάλισης και αναστέλλουν τις επιθυμίες, οπότε όλα αυτά πρέπει να τα μετρήσουμε, να δούμε με την ματιά των επισκεπτών μας και να καταστρώσουμε σχέδιο.

Οι πρώτες μας διαπιστώσεις από το παραπάνω πεδίο, φανερώνουν ότι ο κόσμος θέλει πολύ να ταξιδέψει του χρόνου και τα επόμενα, δίνοντας ευχάριστες τάσεις, που όμως μένει να αποδειχθούν!! Δεν υπάρχει καλύτερο σενάριο για μας ως προορισμό, από το να περάσουν οι διακοπές από το επίπεδο της επιθυμίας, στο επίπεδο της ανάγκης. Μετά θα πρέπει μόνο να άρουμε τις φοβίες τους και αρκεί. Είναι ξεκάθαρο μέχρι στιγμής, ότι η διάθεση του να ταξιδέψει κάποιος σχετίζεται άμεσα με την αξιοπιστία του προορισμού, με την συμπεριφορά που έδειξε η Περιφέρεια και η χώρα για την Πανδημία και τα μέτρα του πήρε, με την φέρουσα ικανότητα, τις υποδομές, την εκπαίδευση και την πειθαρχία, την ατομική ή και συλλογική ευθύνη.

Υπερηφανευόμαστε ότι είμαστε η πιο Πελατοκεντρική Περιφέρεια και θέλουμε να επιβεβαιώσουμε τη φήμη μας. Θα ανταποκριθούμε στις επιθυμίες των επισκεπτών μας, θα κάνουμε την Κρήτη ακόμα πιο ελκυστική, με ακόμα καλύτερη φιλοξενία, υποδομές και επιλογές. Θα ανταποκριθούμε στην ανάγκη τους για ασφάλεια, ενισχύοντας ακόμα περισσότερο τις δομές υγείας μας, εκπαιδεύοντας και πάλι το τουριστικό κι όχι μόνο δυναμικό μας για την

τήρηση των πρωτοκόλλων πιο λεπτομερέστερα, βοηθώντας τον επιχειρηματικό κόσμο ακόμα περαιτέρω, για να είναι έτοιμος να εξυπηρετήσει και με αυτό το πλαίσιο είμαστε σίγουροι ότι θα άρουμε τις όποιες φοβίες το συντομότερο δυνατό, κάνοντας την Κρήτη ακόμα πιο ελκυστικό προορισμό, δείχνοντας ένα άριστο συνδυασμό ομορφιάς, κουλτούρας κι ασφαλούς φιλοξενίας.

Πού εντοπίζετε τις αλλαγές που πρέπει να γίνουν (στο προϊόν/στον προορισμό);

Όπως προείπα, τόσο ο εντοπισμός των αλλαγών αλλά και η συνεπαγόμενη πολιτική μας, θέλει μελέτη, περισσότερα πράξεις, λιγότερα λόγια και πάνω από όλα Συνεργασία, Περιφέρειας, Φορέων και φυσικά Κυβέρνησης. Αν πρέπει να αναφερθούμε σε κάποια πράγματα, θα ξεκινήσουμε από το να βοηθήσουμε τον ίδιο τον επιχειρηματικό μας κόσμο και τους κατοίκους της Κρήτης, να πατήσουν καλά, ξανά, στα πόδια τους. Αν δεν περνούν καλά οι πολίτες της Κρήτης, δεν θα περνούν καλά και οι επισκέπτες της. Ήδη έχουμε προγράμματα επιχειρηματικής βοήθειας και θεωρούμε ότι η Πολιτεία θα πρέπει να μας βοηθήσει σε αυτό.

Από κει και πέρα, γνωρίζετε την άποψή μας, ότι η Κρήτη δεν είναι απλά ένα νησί, μια Περιφέρεια, είναι μια Τουριστική ήπειρος, με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που θα δείξουμε στην επικοινωνιακή στρατηγική μας. Θέλουμε μια ισορροπία στη χωρική συγκέντρωση των επισκεπτών μας και την ενίσχυση της θεματικής αρχιτεκτονικής του Τουρισμού μας, πέραν του Μοντέλου «Ήλιος και Θάλασσα» που μας ανέδειξε, αλλά πρέπει πλέον να συνυπάρξει αρμονικά και με τα υπόλοιπα, δίνοντας αειφορία στον προορισμό, ως πρέπει.

Θα πρέπει να εστιάσουμε στις υποδομές και γι' αυτό ανάφερα και την λέξη Συνεργασία, αρκετές φορές μέχρι τώρα. Θα πρέπει, η επόμενη περίοδος να μας βρει με τον Βόρειο Οδικό Άξονα Κρήτης, όπως αρμόζει στην Κρήτη, με βιολογικούς καθαρισμούς σε όλες τις περιοχές ενδιαφέροντος, με μαρίνες που θα αναδεικνύουν τα πάνω από 1.000 χιλιόμετρα της ακτογραμμής μας, με κάθε είδους βελτίωση των υποδομών μας, τόσο στις παράκτιες όσο και τις ενδοχώριες περιοχές της Κρήτης, που είναι απλά υπέροχες!

Τέλος, θα πρέπει να δούμε και τις soft ενέργειές μας, σε συνεργασία φυσικά και με τους φορείς και μέσα από αυτούς με τους επιχειρηματίες της Κρήτης. Πρέπει να δούμε τις νέες τάσεις που θα διαμορφωθούν στον τουρισμό, να κινηθούμε προς αυτές, πρέπει να επανεξετάσουμε τις ισορροπίες με τους τουριστικούς πράκτορες, να ακούσουμε τα κελεύσματα που θα στείλει και στην Κρήτη μας, τούτη η νέα πραγματικότητα.

Πού θα εστιάσει η Στρατηγική της Επικοινωνίας της Κρήτης;

Υπάρχουν απαντήσεις για το σήμερα και το αύριο, θα μπορούσαμε να μιλάμε ώρες για την στρατηγική επικοινωνίας μας. Πριν από λίγες ημέρες, υπερψηφίστηκε στο Περιφερειακό Συμβούλιο Κρήτης, το πρόγραμμα τουριστικής προβολής για το 2021. Παράλληλα, υπάρχει και ένα εγκεκριμένο πρόγραμμα τουριστικής προβολής ύψους 3 εκατομμυρίων που έχει ενταχθεί στο ΕΣΠΑ και αφορά την τρέχουσα τετραετία. Η τελευταία περίοδος όμως μας έδειξε ότι η Στρατηγική για την επόμενη δεκαετία, για την Κρήτη του 2030, θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη της όλα τα νέα δεδομένα που έχουν ανακύψει, από την χρεωκοπία της Thomas Cook, ως το

μεταναστευτικό και φυσικά την Πανδημία. Πριν εστιάσουμε, θέλουμε ένα καθαρό στόχο στο σκόπευτρο μας, όμως κάποια βασικά στοιχεία της στρατηγικής μας είναι διαχρονικά.

Θέλουμε και θα συνεχίσουμε να στηριζόμαστε στο μοντέλο Ήλιος και Θάλασσα, αλλά όπως προαναφέραμε, να αναπτύξουμε την ενδοχώρα της Κρήτης που είναι υπέροχη, τον ορεινό όγκο παράλληλα με τις παραλίες της. Παράλληλα, θέλουμε να εστιάσουμε στους τέσσερις βασικούς μας πυλώνες, το Φυσικό μας κάλλος, τον Πολιτισμό, την Ιστορία και την Κουλτούρα μας, την ασύγκριτη γαστρονομία μας, τμήμα της Κρητικής Δίαιτας και φυσικά την εγκάρδια φιλοξενία μας, ένα χαρακτηριστικό που δεν αμφισβητείται και δεν αντιγράφεται, γιατί όπως θα ακούσετε και στα σποτ μας είναι, από καρδιάς.

Η στρατηγική της επικοινωνίας μας περιλαμβάνει συμμετοχές σε εκθέσεις μαζικού ή θεματικού τουρισμού, εκδηλώσεις ανάδειξης των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών μας, fam/press trips, φιλοξενίες, εκδόσεις, μελέτες, ιστοσελίδες και φυσικά καμπάνιες ειδικές και γενικές. Ήδη, όπως ξέρετε έχουμε συνοδεύσει την εθνική προσπάθεια προβολής με δύο σποτ, θα ακολουθήσουν αρκετά ακόμα, όλα θεματικά, που θα συνεχίσουν την παράδοση που έχουμε δημιουργήσει σε αυτό τον τομέα, με αντικείμενα όπως, Πολιτισμό, Γαστρονομία, Καταδύσεις, Οινοτουρισμό, Λαϊκό Πολιτισμό, τα καλύτερα ανά εποχή, τα καλύτερα πράγματα που μπορεί να κάνει κάποιος στην Κρήτη, το χειμερινό τουρισμό, τις μαρτυρίες ανθρώπων που διαμένουν πλέον 12 μήνες το χρόνο στην Κρήτη και φυσικά όλες, μα όλες τις ομορφιές μας.

Κοινός παρονομαστής σε όλα τα παραπάνω, ένα πράγμα που δεν πρέπει να απολέσουμε ποτέ, η Αυθεντικότητα της Κρήτης, γι' αυτό και η νέα, πολύ σημαντική καμπάνια μας «Crete, sense the Authentic!».

Ποια εργαλεία χρειάζεστε (ή σας λείπουν) για να είναι αποτελεσματική η επικοινωνία; Η βασική μας «ανησυχία», με την καλή έννοια, είναι η επικοινωνιακή μας πολιτική να στηρίζεται σε πραγματικά δεδομένα, με την έννοια το «περιτύλιγμα» να είναι υπέροχο, αλλά το περιεχόμενο ακόμα καλύτερο. Ξεκινώντας η Πανδημία, είχαμε μια τεράστια ανησυχία, ένα κορυφαίο ερώτημα «Ο προορισμός Κρήτη, θα αντέξει, θα αναδειχθεί, θα ενδυναμωθεί;». Και φυσικά νιώσαμε τεράστια ικανοποίηση όταν εν μέσω Πανδημίας, εν μέσω μειώσεων της τάξης του 70-80%, είδαμε το Brand Name της Κρήτης να βελτιώνεται ανά τον κόσμο και να βλέπουμε τις αγορές να μας στηρίζουν, στον βαθμό φυσικά, που επέτρεπαν και οι συνθήκες.

Στο παραπάνω πλαίσιο, δεν θα λέγαμε ότι μας λείπει κάτι. Έχουμε κουλτούρα προβολής και επικοινωνίας, το γνωρίζουν όλοι αυτό, φαίνεται στις εκθέσεις του εξωτερικού από τους δυνητικούς επισκέπτες που «ψάχνουν» το περίπτερο της Κρήτης, εντούτοις, πάντα υπάρχουν περιθώρια και φυσικά οι συνέργειες και οι συνεργασίες πάντα βοηθούν στην ανάδειξη ενός προορισμού, όσο κι αν είναι διάσημος αυτός. Το δείξαμε αυτό με την ταχύτητα που ανεβάσαμε το «Crete From Home», θα το δείξουμε και στη συνέχεια, θα στείλουμε συναίσθημα.

Θα θέλαμε να αυξηθούν οι πόροι για την προβολή μας και την επικοινωνία με τους επισκέπτες μας, θα θέλαμε να μπορούμε να δείξουμε «το πριν και το μετά» σε κάποιες από τις υποδομές μας, θα θέλαμε μια εθνική προσπάθεια για την ανάδειξη του brand name «Crete», θα αναζητήσουμε μια ακόμα καλύτερη διασύνδεση του πρωτογενούς τομέα με τον τουρισμό μας. Μένοντας λίγο ακόμα εκεί, θα θέλαμε ο κόσμος να αγοράζει, να γεύεται, να καταναλώνει Κρητικά προϊόντα και όχι ως φθηνότερα αλλά ως προϊόντα ανώτερης ποιοτικής αξίας.

Η τουριστική εκπαίδευση παραμένει ένα ακόμα έλλειμμα στο νησί μας, η ζήτηση είναι πολύ μεγαλύτερη από την προσφορά, πραγματικά αναρωτιόμαστε ποιος μπορεί να διδάξει «φιλοξενία» στους Κρητικούς, ενώ το Παρατηρητήριο Τουρισμού, σε συνεργασία με το ΕΛΜΕΠΑ, θα μας δώσει ένα διαφορετικό «ενδοσκόπιο» της τουριστικής αγοράς, σε σχέση με τις ανάγκες για επικοινωνία και προβολή. Τελευταίο, αλλά όχι έσχατο, θα θέλαμε μια σειρά νομοθετικών πρωτοβουλιών για τους ψηφιακούς νομάδες, ώστε να έχουμε μια σειρά πλεονεκτήματα και να πούμε «Μπορείτε να δουλεύετε όπου θέλετε, όπως θέλετε, ή να έρθετε στην Κρήτη...».

Και 'για μας, εμάς...