

**ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ – ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥΠΟΛΗ
ΣΙΝΔΟΥ**

(ΠΡΩΗΝ ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ)

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ, ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
(ΤΔΟΜΤ)**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΥΠΕΡΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



ΧΑΤΖΗΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑ 063/2017

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΜΠΑΚΑΛΜΠΑΣΗ ΑΝΘΙΑ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2022

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	6
1 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ- ΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	
1.1 Εννοιολογική προσέγγιση του όρου της τουριστικής ανάπτυξης	7
1.2 Στάδια τουριστικής ανάπτυξης ενός προορισμού	8
1.3 Η φέρουσα ικανότητα ενός προορισμού	9
1.4 Η φέρουσα ικανότητα σε διαφορετικές κατηγορίες χώρου	10
1.5 Μέθοδοι υπολογισμού ΦΙΤΑ	12
1.6 Υπολογισμός ΦΥΤΑ με την χρήση δεικτών	15
2 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΥΠΕΡΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	
2.1 Ορισμός υπέρ-τουρισμού	17
2.2 Παρουσίαση φαινομένου	19
2.3 Επιπτώσεις του τουρισμού	20
2.4 Αίτια ανάπτυξης Υπέρ –τουρισμού	22
2.4.1 Αύξηση της τουριστικής κίνησης παγκοσμίως	22
2.4.2 Χρήση διαδικτύου	23
2.4.3 Αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους	24
2.4.4 Η ανάπτυξη της κρουαζιέρας	24
2.4.5 Εμφάνιση της οικονομίας του Διαμοιρασμού – Airbnb	25
2.4.6 Μικρής διάρκειας διαμονή τα επονομαζόμενα city breaks	26

2.4.7 Εποχικότητα	26
2.5 Επισκόπηση επιπτώσεων του υπέρ τουρισμού	27
2.5.1 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού	27
2.5.2 Οικονομικές επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού	28
2.5.3 Κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού	29
2.5.4 Ο υπέρ τουρισμός και οι κάτοικοι	29
2.5.5 Οι επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού στους ίδιους τους τουρίστες	31
2.5.6 Υπέρ τουρισμός , πολιτιστική κληρονομία και προστατευόμενες περιοχές	32
2.6 Ανησυχίες για τις συνέπειες του υπέρ τουρισμού από τα μέλη του ETC	33
2.7 Συνοπτικός πίνακας με τις επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού ανά τομέα	34

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο - Η ΡΟΔΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΗ ΜΕ ΤΟΝ ΥΠΕΡ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

3.1 Γενικά χαρακτηριστικά του νησιού της Ρόδου	37
3.2 Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού στο νησί	38
3.3 Υποβάθμιση τοπίου εξαιτίας του υπέρ τουρισμού στην Ρόδο	40
3.4 Κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού	41
3.5 Παραδείγματα Υπέρ- Τουρισμού	43
3.5.1 Βαρκελώνη	43
3.5.2 Σαντορίνη	44
3.5.3 Άμστερνταμ	45
3.5.4 Φλωρεντία	46

4° ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΤΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

4.1 Διαχείριση του τουρισμού επισκεπτών	47
4.2 Προληπτικά και δραστικά μέτρα	48
4.3 Τρία μοντέλα διαχείρισης του υπέρ τουρισμού που προτείνει η EBRD (Ευρωπαϊκή Τράπεζα Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης)	50
4.4 Δημιουργία Οργανισμών Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Προορισμού	50
4.5 Στρατηγικές και μέτρα για την μείωση του υπερ τουρισμού στις πόλεις σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού	52
4.6 Τεχνολογικές λύσεις προσαρμοσμένες για την μείωση του υπέρ τουρισμού	55
4.7 Ευρωπαϊκή Ένωση και απαντήσεις για την αντιμετώπιση του φαινομένου του υπέρ τουρισμού	57

5° ΚΕΦΑΛΑΙΟ- ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΣΤΟΝ ΥΠΕΡΤΟΥΡΙΣΜΟ

5.1 Η στροφή στον βιώσιμο τουρισμό	61
5.2 Προγράμματα Διαπεριφερειακής Ευρωπαϊκής συνεργασίας που προωθούν τον βιώσιμο τουρισμό	62
5.2.1 The Iron Curtain Trail ("EuroVelo 13")	63
5.2.2 Διαδρομή Alvar Aalto στην περιοχή Jyväskylä (Φινλανδία)	64
5.2.3 SWARE Riverways. Ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού (Λετονία, Εσθονία)	64
5.2.4 Περιορισμός του αντίκτυπου της Covid-19 στον τουρισμό στο Teruel (Ισπανία)	65
5.2.5 LEBONPICNIC - τοπικά πικνίκ διαθέσιμα για τουρίστες με ποδήλατο (Γαλλία)	66
5.3 Σύγκριση Βιώσιμου με Μαζικού τουρισμού	67

6° ΚΕΦΑΛΑΙΟ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα τελευταία χρόνια το φαινόμενο του υπέρ τουρισμού φαίνεται να απασχολεί έντονα ορισμένες περιοχές της χώρας μας αλλά και άλλων χωρών. Η έννοια υπέρ-τουρισμός έχει αρνητική χροιά και φαίνεται να μην συμβαδίζει με την βιώσιμη ανάπτυξη ενός τόπου, καθώς η μαζική προέλευση τουριστών δημιουργεί πιέσεις στην τοπική κοινωνία και στο φυσικό περιβάλλον. Οι φορείς δημόσιοι και ιδιωτικοί που εργάζονται για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος ενός προορισμού δεν θα πρέπει να εστιάζουν μόνο στην οικονομική απόδοση αλλά θα πρέπει να λαμβάνουν σοβαρά υπόψη την ιδιαιτερότητα και την βιωσιμότητα της περιοχής. Τα ζητούμενα που πρέπει να δοθεί προσοχή είναι α) ο σεβασμός στην καθημερινότητα του τόπου β) η διατήρηση της βιοποικιλότητας και ο σεβασμός στο περιβάλλον γ) διατήρηση της ταυτότητας η οποία δρα ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια όπου το μοντέλο των τριών s (sea, sun and sex) τείνει να αλλάξει και να αντικατασταθεί από τον πιο ποιοτικό και εναλλακτικό τουρισμό.

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι να ερευνησει και να αναλύσει το φαινόμενο του υπέρ τουρισμού δηλαδή κατά κύριο λόγο τις αιτίες που το δημιουργούν. Θα ακολουθήσουν παραδείγματα πόλεων που έχουν πληγεί από το φαινόμενο του υπέρ τουρισμού, την καταγραφή των προβλημάτων που προκύπτουν και εν συνεχεία λύσεις για την ορθή αντιμετώπιση του φαινομένου, έτσι ώστε να επιτευχθεί μια θετική συμβίωση τοπικής κοινωνίας και επισκέπτη με όσο το δυνατόν λιγότερες επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον.

Επινοούμε έναν νέο όρο, τον «Υπερτουρισμό», ως ένα νέο όρος προκειμένου να εξετασθούν οι πιθανοί κίνδυνοι που ελλοχεύουν σε δημοφιλείς προορισμούς παγκοσμίως, καθώς παράλληλα οι δυναμικές που τροφοδοτούν τον τουρισμό συχνά προκαλούν αναπόφευκτες αρνητικές συνέπειες εάν δεν διαχειρίζονται σωστά. Σε ορισμένες χώρες, αυτό μπορεί να οδηγήσει σε πτώση του τουρισμού, εάν δεν τίθεται σε εφαρμογή ένα βιώσιμο πλαίσιο για την αντιμετώπιση των οικονομικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιπτώσεων του τουρισμού. Ο αντίκτυπος στους κατοίκους της περιοχής δεν μπορεί επίσης να υποτιμηθεί. Καθώς ο κόσμος κινείται προς δύο δισεκατομμύρια ταξιδιώτες παγκοσμίως τα επόμενα λίγα χρόνια, είναι οι χώρες και οι υποδομές τους έτοιμες για τον κατακλυσμό; Είναι οι άνθρωποι και οι πολιτισμοί τους αρκετά ανθεκτικοί για να αντέξουν την πλημμύρα του υπερτουρισμού;».

ABSTRACT

In recent years, the phenomenon of over tourism seems to be a major concern in some regions of our country and other countries across all over the world as well. The concept of over tourism has a negative connotation and does not go along with the sustainable development of a place, as the mass influx of tourists creates pressures on the local community and the natural environment. Public and private agencies working to promote the tourism product of a destination should not only focus on economic performance, but should take in consideration the particularities of a place and the sustainable development of the area.

The main issues that must be paid attention are the following a) respect for the everyday life of the place b) the preservation of biodiversity and respect for c) the preservation of identity which acts as a competitive advantage especially in the past few years where the model of the three s (sea , sun and sex) tends to change and be replaced by more qualitative and alternative model of tourism.

The purpose of this dissertation is to investigate and analyze the phenomenon of over-tourism and primarily the causes that create it. Examples of cities that have been affected by the phenomenon of over-tourism will follow the recording of the problems that arise and then solutions that can be given in order to face the phenomenon, so as to achieve a positive symbiosis between the local community and the visitor with the less impact on the natural environment.

We are coining a new term, “Overtourism”, as a new construct to look at potential hazards to popular destinations worldwide, as the dynamic forces that power tourism often inflict unavoidable negative consequences if not managed well. In some countries, this can lead to a decline in tourism as a sustainable framework is never put into place for coping with the economic, environmental, and sociocultural effects of tourism. The impact on local residents cannot be understated either. As the world moves towards two billion travelers worldwide in the next few years, are countries and their infrastructure ready for the deluge? Are the people and their cultures resilient enough to with stand the flood of overtourism?” (*Rafat Ali, Skift, 2018*)

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την περάτωση της παρούσας πτυχιακής εργασίας θα ήθελα θερμά να ευχαριστήσω την καθηγήτρια του τμήματος Διοίκησης Οργανισμών Μάρκετινγκ & Τουρισμού κα. Μπακάλμπαση Ανθία για την εμπιστοσύνη που έδειξε σε όλη τη διαδικασία εκπόνησης της παρούσας εργασίας. Ακόμα, την ευχαριστώ για όλες τις υποδείξεις και συμβουλές, αλλά και για την προθυμία και τις γνώσεις που έλαβα σε όλη την διάρκεια των σπουδών μου.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες θέλω να δώσω στην οικογένεια μου για την συνεχής συμπαράσταση, όλες τις πολύτιμες συμβουλές τους και για όλα όσα μου έχουν απλόχερα προσφέρει όλα αυτά τα χρόνια της ζωής μου αλλά και των σπουδών μου.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Κασσιανίδη Παναγιώτη για όλα αυτά που έκανε και συνεχίζει να κάνει για εμάς τους φοιτητές, την αμέριστη στήριξη του σε οτιδήποτε του ζητήσουμε αλλά και τις ωφέλιμες και χρήσιμες πληροφορίες και γνώσεις που αποκόμισα παρακολουθώντας τις διαλέξεις του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο : ΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

1.1 Εννοιολογική προσέγγιση του όρου της τουριστικής ανάπτυξης

Ο τουρισμός αποτελεί έναν ταχύτατο αναπτυσσόμενο κλάδο στον τομέα της οικονομίας, ο οποίος έχει αντίκτυπο και σε πολλούς άλλους τομείς της οικονομίας μιας χώρας. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η χώρας μας αφού η τουριστική δραστηριότητα στηρίζει το 20% του ΑΕΠ της χώρας. Μετά τον Β Παγκόσμιο Πόλεμο ο μαζικός τουρισμός αρχίζει να γνωρίζει μεγάλη ανάκαμψη. Το ευνοϊκό μεταπολεμικό κλίμα έφερε γοργούς ρυθμούς ανάπτυξης και ευημερίας, καθώς και εύκολη προσβασιμότητα λόγω της ταχύτητας εξέλιξης των αερομεταφορών και της διευκόλυνσης των μετακινήσεων. Η αλματώδης αυτή ανάπτυξη συνέχισε αμείωτη έως και την δεκαετία του 1970, όπου αρχίζουν σιγά σιγά διαφαίνονται οι αρνητικές συνέπειες (Ανδριώτης, 2005, Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011). Ο μονοδιάστατος τύπος προσφοράς -ανάπτυξης έγινε πλέον αποδεκτός ότι μπορεί να αυξήσει τα εισοδήματα μιας περιοχής και να τον καταστήσει ως παραγωγικό τομέα ιδιαίτερα δημοφιλή και ως μοχλό περιφερειακής ανάπτυξης πολλών ανεπτυγμένων και αναπτυσσόμενων περιοχών ανά τον κόσμο (Κοκκώσης κα,2011,σελ. 70).

Η δυναμική αυτή πορεία της τουριστικής ανάπτυξης γίνεται εμφανής και κατανοητή μέσα από τα στοιχεία που παρουσιάζει σε ετήσια βάση ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού. Έτσι ενδεικτικά το 1950 οι παγκόσμιες αφίξεις αγγίζουν μόλις τα 25,3 εκατομμύρια ενώ πενήντα χρόνια αργότερα δηλαδή το 2000 εκτινάσσονται σε 1,32 εκατομμύρια και το 2012 οι αφίξεις ξεπέρασαν το 1 δις με κορύφωση το 2018 που έφθασαν το 1,32 δις κάτι που σημαίνει 94% αύξηση σε λιγότερο από 20 χρόνια (Statista 2019).Επίσης αξίζει να αναφερθεί ότι η Ευρώπη υποδέχεται το 50% των τουριστικών ροών παγκοσμίως. Η πανδημία της COVID 19 ανέκοψε για δυο χρόνια την αλματώδη πορεία του τουρισμού αλλά τα φετινά στοιχεία το 2022 δείχνουν ότι θα ξεπεράσει τουριστικά την χρονιά ρεκόρ το 2019 πριν την έναρξη της πανδημίας.

Οι Pearce & Butler (1999), στην προσπάθειά τους να δώσουν μια εμπειρισταωμένη εξήγηση στο φαινόμενο της τουριστικής ανάπτυξης βασίστηκαν στην τουριστική ζήτηση και στην τουριστική προσφορά. Η μεν τουριστική ζήτηση συνδέεται άρρηκτα με την αύξηση του εισοδήματος καθώς και του ελεύθερου χρόνου σε συνάρτηση πάντα με την εξέλιξη της

τεχνολογίας η οποία προωθεί νέες μεθόδους προσέγγισης ταξιδιού, ενώ η τουριστική προσφορά από την άλλη πλευρά συνδέεται με την τουριστική ανάπτυξη αποτελώντας εργαλείο οικονομικής ανάπτυξης που φέρνει νέες θέσεις εργασίας και αυξάνει τα εισοδήματα των πολιτών, καθώς και τα έσοδα του κράτους από άμεσους και έμμεσους φόρους.

Η διαδρομή που ακολούθησε η τουριστική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια αλλάζει συνεχώς μορφές. Υπάρχει μια δυναμική στροφή προς στις πιο εναλλακτικές μορφές της τουριστικής ανάπτυξης, που όπως αναφέρει και ο Fennel (2001, όπως αναφέρεται στον Ανδριώτη 2005) δίνουν την ευκαιρία στις χώρες να αναπτύξουν την δική τους υποδομή συμμετέχοντας οι ίδιες στην ορθολογική τους ανάπτυξη.

1.2 : Στάδια τουριστικής ανάπτυξης ενός προορισμού

Στην επίσημη βιβλιογραφία υπάρχουν πολλά μοντέλα περιγραφής των σταδίων ανάπτυξης ενός τουριστικού προορισμού με πολύ μικρές αποκλίσεις μεταξύ τους, με την πιο διαδεδομένη αυτή του Butler (1980). Ο Butler παρουσιάζει 6 στάδια τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής και αυτά είναι τα ακόλουθα:

- Στάδιο εξερεύνησης, όπου οι επισκέπτες ανακαλύπτουν μια περιοχή, ένα παράδειγμα αποτελούν κάποιες υποσαχάριες περιοχές της Αφρικής, η Ισλανδία την δεκαετία του 1980, τα νησιά των Κυκλάδων πριν το 1960.
- Στάδιο εμπλοκής, εδώ ξεκινάνε σιγά σιγά να αυξάνονται οι επισκέψεις από τους τουρίστες και η περιοχή αρχίζει να αναγνωρίζεται ως τουριστικός προορισμός, με την σχέση μεταξύ ντόπιων και τουριστών να ενισχύεται. Σε αυτό το στάδιο συνήθως κάνει την εμφάνιση του και ο όρος σεζόν. Είναι το στάδιο όπου βλέπουμε διάφορους επαγγελματίες να αναπτύσσουν και μια δεύτερη απασχόληση. Σε αυτό το στάδιο αυτή την στιγμή μπορούμε να εντάξουμε τις παράκτιες περιοχές της Αλβανίας.
- Στάδιο ανάπτυξης, ξεκινάει η διαφήμιση του προορισμού καθώς και η προσέλκυση επενδυτών. Εδώ ξεκινούν και οι καμπάνιες σε κυβερνητικό επίπεδο. Περιοχές όπως το Μπουτάν και η Μογγολία είναι σε αυτή την φάση της ανάπτυξης.
- Στάδιο εδραίωσης, το μεγαλύτερο μέρος της τοπικής κοινωνίας έχει ως κύρια απασχόληση τον τουρισμό και οι τουριστικές ροές αρχίζουν να μειώνουν τον εντατικό

αυξητικό ρυθμό τους. Σε αυτό το στάδιο ξεκινούν και οι πρώτες αντιδράσεις των κατοίκων σχετικά με τον αριθμό επισκεπτών. Σε αυτό το στάδιο μπορεί να καταταχτεί η Νάξος που τα τελευταία χρόνια αποτελεί συνώνυμο των Ελληνικών διακοπών.

- Στάδιο μαρασμού, ξεκινάνε να εμφανίζονται κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα, ο προορισμός σιγά σιγά φθίνει και ο αριθμός προσέλευσης τουριστών μειώνεται. Οι εγκαταστάσεις είναι παλιές και ο προορισμός μοιάζει να μην έχει αλλάξει εποχή. Ένα τέτοιο παράδειγμα θα μπορούσε να ήταν το Φαληράκι στην Ρόδο ή και το Bournemouth στην Μ. Βρετανία.
- Στάδιο ανανέωση ή πτώση, όπου ο τουρίστας στρέφεται σε νέους πιο υποσχόμενους προορισμούς. Στο στάδιο της ανανέωσης επιβάλλεται στροφή του τουριστικού προϊόντος με νέα χαρακτηριστικά που θα προσελκύσουν και πάλι τουρίστες. (<https://tourismphilosopher.com>)

Εδώ πρέπει να αναφερθεί το γεγονός ότι, τα στάδια που περιγράφονται δεν ισχύουν αυτούσια για κάθε προορισμό γιατί κάθε προορισμός έχει την δική του κοινωνική δομή και ιστορία με αποτέλεσμα να εξελίσσεται διαφορετικά. Μπορεί κάποιος προορισμός να περάσει κατευθείαν από το στάδιο της εμπλοκής στου μαρασμού και επίσης κάποιος άλλος να μην φθάσει ποτέ στην πτώση.

1.3 : Η φέρουσα ικανότητα ενός προορισμού

Ο όρος φέρουσα ικανότητα φανερώνει τις δυνατότητες που έχει μια περιοχή να απορροφήσει κάποιο όγκο επισκεπτών και υποδομών. Η φέρουσα ικανότητα αναλύθηκε και πάλι από τον Butler προκειμένου να οριστεί ο μέγιστος αριθμός επισκεπτών που μπορεί να δεχθεί μια περιοχή χωρίς να υποβαθμισθεί. Σύμφωνα τώρα και με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού , η φέρουσα τουριστική ικανότητα «είναι ο μέγιστος αριθμός ατόμων που μπορούν ταυτόχρονα να επισκεφθούν έναν προορισμό, χωρίς να προκληθεί μόνιμη καταστροφή του φυσικού, κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντος και μείωση της ποιότητας ζωής των επισκεπτών».

Ωστόσο, η φέρουσα ικανότητα είναι δύσκολο να ορισθεί δεδομένης της δυσκολίας συγκέντρωσης των δεδομένων και τον αριθμό των μεταβλητών που πρέπει να προσδιορισθούν και να διερευνηθούν έτσι ώστε να έχουμε αξιόπιστα αποτελέσματα. Σύμφωνα με τον Κοκκώση & Τσάρτα ο τρόπος μέτρησης της ΦΙΤΑ καθορίζεται και από το είδος του προορισμού πρωτίστως. Στις αστικές περιοχές συνήθως ασκούνται έντονες πιέσεις στους αρχαιολογικούς χώρους (βλ. Ακρόπολη, Καπιτώλιο) αλλά παράλληλα αυξάνεται και η απασχολησιμότητα. Στις ορεινές περιοχές πρέπει να δίνεται μεγάλη προσοχή στους φυσικούς πόρους, καθώς μπορεί το οικοσύστημα να υποστεί μεγάλες καταστροφές. Στις παράκτιες περιοχές πρέπει να δοθεί προσοχή ώστε να αποφευχθεί η αλλοίωση της περιοχής. Στα νησιά πρέπει να γίνει με σεβασμό στην ιδιαιτερότητα του χαρακτήρα του κάθε νησιού.

Σύμφωνα με τον Pearce (1989), υποστήριξε ότι υπάρχουν τέσσερις συνιστώσες φέρουσας ικανότητας α) η φυσική περιβαλλοντική που συνίσταται στην ικανότητα των φυσικών πόρων να υποστηρίζουν την τουριστική ανάπτυξη β) η κοινωνική περιβαλλοντική που συνίσταται στην ευχαρίστηση του επισκέπτη, καθώς και στην ανοχή του εγχώριου πληθυσμού στον τουρισμό γ) η οικονομική περιβαλλοντική που συνίσταται στην σχέση που υπάρχει ανάμεσα στην τοπική οικονομία και τον τουρισμό δ) αντιληπτική που αναφέρεται στον αριθμό των ατόμων που δύναται να φιλοξενηθούν σε μια περιοχή με γνώμονα ποιες ανάγκες καλύπτονται και ποιες διαφορετικές εμπειρίες αναπτύσσονται.

Σύμφωνα με τον Wearing&Neil (2005) , οι συνιστώσες είναι τρις : α) βιοφυσικές και αφορούν τις επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον β) κοινωνικοπολιτικές και αφορούν τις επιπτώσεις στον πληθυσμό γ) υποδομών και αφορούν την εμπειρία που αποκτούν οι επισκέπτες.

Γίνεται πλέον ξεκάθαρο ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν την φέρουσα ικανότητα δεν είναι μόνο περιβαλλοντικοί αλλά πολύ πιο σύνθετοι. Η εφαρμογή της όμως γίνεται σε μέρη που δεν έχουν ξεπερασθεί τα όρια της ανάπτυξης, έτσι ώστε να είναι πιο εύκολη η εφαρμογή ενός πλάνου βιωσιμότητας.

1.4 : Η φέρουσα ικανότητα σε διαφορετικές κατηγορίες χώρου

Η φέρουσα ικανότητα όπως προαναφέρθηκε ορίζει κατά κάποιο τρόπο το ανώτατο αποδεκτό επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης της εκάστοτε περιοχής. Η φέρουσα ικανότητα ορίζεται από πολλούς και ευμετάβλητους παράγοντες όπως φυσικό περιβάλλον, εμπλεκόμενοι φορείς, καιρικές συνθήκες κτλ. Οι εννοιολογικές προσεγγίσεις που αφορούν στην φέρουσα ικανότητα ποικίλουν και ο όρος που συχνά αναφέρεται στο επιτρεπτό αριθμό τουριστών συχνά προσεγγίζεται με δυο τρόπους τον μέγιστο που μπορεί όντως μια περιοχή να αντέξει και τον επιθυμητό. Η φέρουσα ικανότητα συνεπώς αποτελεί εργαλείο σχεδιασμού/ (Λαγός και Διακομιχάλης, 2011)

Παρόλα αυτά υπάρχουν κάποια standards χωρητικότητας, μέσα από μαθηματικούς τύπους. Παρακάτω θα γίνει μια περιγραφή βάσει συντελεστών σύμφωνα με τους οποίους γίνεται ο υπολογισμός χωρητικότητας (Σερράος, 2013) βάσει των χαρακτηριστικών μιας περιοχής. Η προσέγγιση αυτή θα γίνει στις ακόλουθες περιοχές : α) παράκτιες ζώνες β) Φυσικές περιοχές γ) πολιτιστικές περιοχές.

- ✚ Οι παράκτιες ζώνες έχουν ποικιλομορφία στα χαρακτηριστικά και έχει συνάφεια και με την κοινωνικοψυχολογική διάσταση των κατοίκων και των επισκεπτών. Σύμφωνα με τα σταθερότυπα των ακτών κοντά σε αστικά κέντρα ο μέγιστος αριθμός επισκεπτών είναι 500-1000 άτομα ανά χιλιόμετρο. Οι ακτές προσπελάσιμες με αμμώδη ύπαιθρο 200-250 άτομα ανά χιλιόμετρο. Ακτές απροσπέλαστες ή δύσκολα προσπελάσιμες 25-30 άτομα ανά χιλιόμετρο.
- ✚ Φυσικές περιοχές λαμβάνει υπόψη τα οικολογικά χαρακτηριστικά της περιοχής και το είδος δραστηριοτήτων που διεξάγονται. Έτσι, έχουμε στις υψηλής προστασίας περιοχές 2,5 με 3 άτομα να χιλιόμετρο. Στους υπαίθριους χώρους αναψυχής όπως αστικά ή περιαστικά πάρκα 70 -100 άτομα. Στα κάμπινγκ υπάρχει μεγάλη απόκλιση ανάλογα με την περιοχή στην οποία βρίσκονται.
- ✚ Στις ορεινές περιοχές στα χιονοδρομικά κέντρα έχουμε 100 σκιέρ ανά διαδρομή πίστας. Στις πεζοπορικές διαδρομές 40 άτομα ανα χιλιόμετρο και στις διαδρομές ιππασίας 25 έως 80 άτομα ανα χιλιόμετρο.
- ✚ Στις πολιτιστικές περιοχές λαμβάνονται υπόψη τα χαρακτηριστικά των πόρων όπως μέγεθος με σκοπό να αποφευχθεί η εμπορευματοποίηση της κουλτούρας. Στα μουσεία 10 άτομα ανα 25 τετραγωνικά, στους ιστορικούς αρχαιολογικούς χώρους

μικρού μεγέθους 10 άτομα ανά 25 τετραγωνικά και μεγάλου μεγέθους 30 άτομα, Στους προστατευόμενους ιστορικούς οικισμούς υπάρχει αναλογία τουριστών ντόπιων περίπου ½.

Η εφαρμογή της ΦΙΤΑ είναι πιο εύκολη σε νέους προορισμούς παρά στις ήδη ανεπτυγμένες περιοχές.

1.5 : Μέθοδοι υπολογισμού ΦΙΤΑ

Ο υπολογισμός της φέρουσας τουριστικής ικανότητας στηρίζεται σε εμπειρικά κριτήρια κατόπιν αξιολόγησης και συγκρίσεως με άλλες χώρες σύμφωνα με τον χώρο και χρόνο που εφαρμόζονται και ακολουθεί τα κάτωθι στάδια (Παρπαιρης, 1993).

- ✚ Μελέτη περιοχής σε τοπική κλίμακα,
- ✚ Προτεινόμενη μεθοδολογία βάσει δεικτών και ερωτηματολογίων,
- ✚ Διερεύνηση χαρακτηριστικών δευτερογενούς και πρωτογενούς τουριστικής προσφοράς και ζήτησης,
- ✚ Ανάλυση περιβαλλοντικών, οικονομικών και κοινωνικών επιπτώσεων,
- ✚ Υποβολή προτάσεων για την μείωση των αρνητικών επιπτώσεων.

Ακολουθεί η παρουσίαση μιας σειράς μεθόδων με κοινό στόχο την αποτύπωση ορίων έτσι ώστε μια περιοχή έτσι ώστε να μην φθάσει η περιοχή να υποστεί καταστροφικά αποτελέσματα.

- ❖ Μοντέλο DPSIR (drivers, pressures, state, impact, responses)

Η μέθοδος αυτή εφαρμόστηκε στην Ισπανία στο Costa del Sol , πρόκειται για ένα μοντέλο που εξετάζει τις επιπτώσεις της ανθρώπινης δραστηριότητας στο περιβάλλον με χρήση δεικτών και οργάνωση δεδομένων μέσω DPSIR. Ακολουθεί η ανάλυση του μοντέλου (Castellani & Sala, 2012) :

ΔΥΝΑΜΕΙΣ- DRIVERS	Διαχείριση και κατασκευή δομών φιλοξενίας, παρουσία τουριστών, οδική κυκλοφορία
ΠΙΕΣΕΙΣ- PRESSURES	Κατανάλωση ενέργειας, διάβρωση εδάφους, χρήση γη, παραγωγή αποβλήτων , τουρίστες σε προστατευόμενες περιοχές
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ- STATE	Διαθεσιμότητα υπόγειων υδάτων, επίπεδο αστικοποίησης, συγκέντρωση ρύπων σε αέρα και νερό
ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ- IMPACTS	Αρνητικές επιπτώσεις στην ανθρώπινη υγεία, στην βιοποικιλότητα, στα άγρια είδη
ΑΠΟΚΡΙΣΕΙΣ- RESPONSES	Προώθηση βιώσιμου τουρισμού, οικοτουρισμού, βιώσιμες πηγές ενέργειας, μείωση κατανάλωσης ενέργειας και παραγωγής αποβλήτων

❖ Limits of Acceptable Change (όρια αποδεκτής αλλαγής)

Αυτή η μέθοδος εστιάζει στις συνθήκες που επικρατούν σε μια περιοχή. Είναι μια μέθοδος θεωρητικής ανάλυσης και εστιάζεται στα ακόλουθα βήματα (ΕΟΤ, 2000) :

1. Προσδιορισμός των προβλημάτων της περιοχής,
2. Ιδανικές χρήσεις ανα περιοχή,
3. Δείκτες μέτρησης των φυσικών πόρων και των κοινωνικών συνθηκών,
4. Καταγραφή φυσικών πόρων και κοινωνικών συνθηκών,
5. Καθορισμός σταθερών δεικτών που μετρούν την κατάσταση της περιοχής,
6. Εναλλακτικές χρήσεων,
7. Προσδιορισμός εναλλακτικών δράσεων,
8. Αξιολόγηση των εναλλακτικών λύσεων,
9. Σχέδιο διαχείρισης.

Η εφαρμογή της μεθόδου πραγματοποιήθηκε σε ένα πάρκο της Νέας Ζηλανδίας του Arthur's Pass και απεδείχθη ότι χρειάζεται και η συμμετοχή και η συνδρομή όλων των ενδιαφερόμενων μερών για την επιτυχία του.

❖ **Process for Visitor Impact Management – Διαδικασία διαχείρισης επισκεπτών**

Η μέθοδος αυτή ομοιάζει με την προηγούμενη και εφαρμόστηκε για πρώτη φορά σε ένα νησί της Κολομβίας το 2001. Ακολουθεί ο κατάλογος πιθανών δεικτών που αφορά στις επιπτώσεις των επισκεπτών σύμφωνα με την μέθοδο (VIM) (Nilsen&Tayler,1997)

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΔΕΙΚΤΕΣ
Φυσικές επιπτώσεις	Πυκνότητα εδάφους και pH Βάθος απορριμμάτων Ορατή διάβρωση
Βιολογικές επιπτώσεις	Απώλεια εδαφοκάλυψης Δένδρα αποκοπή Ποικιλομορφία άγριας φύσης
Κοινωνικές επιπτώσεις	Ικανοποίηση επισκεπτών Αντίληψη επισκεπτών περί συνωστισμού Εκθέσεις ανεπιθύμητων συμπεριφορών

❖ **Διαδικασία διαχείρισης δραστηριοτήτων επισκεπτών – Management process for visitor activities (VAMP)**

Το μοντέλο αυτό δημιουργήθηκε για την διαχείριση πάρκων του Καναδά, έτσι ώστε ο επισκέπτης να ψυχαγωγηθεί με τις κατάλληλες συνθήκες. Το μοντέλο ακολουθεί τα κάτωθι βήματα (Nilsen & Tayler, 1997) :

1. Όροι αναφοράς,
2. Υφιστάμενη κατάσταση,
3. Περιγραφή οικοσυστημάτων και βάση δεδομένων επισκεπτών και δραστηριοτήτων,
4. Ανάλυση υφιστάμενης κατάστασης,
5. Δημιουργία εναλλακτικών σεναρίων,
6. Δημιουργία σχεδίου διαχείρισης,
7. Ορισμός προτεραιοτήτων.

❖ Μέθοδος Boullon

Αυτή η μέθοδος είναι πρακτική καθώς υπολογίζει την φέρουσα ικανότητα μέσω ενός τύπου που στην ουσία διαιρεί την συνολική έκταση που χρησιμοποιείται από τους τουρίστες με τον μέσο όρο έκτασης που αναλογεί σε κάθε επισκέπτη. Ο μέσος όρος έκτασης είναι ανάλογος του προορισμού που εξετάζουμε. Εν συνεχεία υπολογίζεται ο αριθμός επισκεπτών πολλαπλασιάζοντας την φέρουσα ικανότητα με τον ρυθμό ανανέωσης επισκεπτών, όπου προκύπτει από την διαίρεση της συνολικής διάρκειας που δέχεται ο προορισμός επισκέπτες προς το μέσο όρος διάρκειας. (Prokoriou & AI, 2015).

1.6 Υπολογισμός ΦΥΤΑ με την χρήση δεικτών

Σύμφωνα και με τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό ότι η εκτίμηση της φέρουσας ικανότητας είναι ένα αρκετά πολύπλοκο ζήτημα. Η χρήση δεικτών επομένως πρέπει να γίνεται προσεκτικά και ανα περίπτωση. Επίσης, οι δείκτες που χρησιμοποιούνται να έχουν άμεση σχέση με την βιώσιμη ανάπτυξη και να διατυπώνονται σύμφωνα με την εφικτότητα, σπουδαιότητα, ανταπόκριση και αξιοπιστία. Συγκεκριμένα η εφικτότητα αφορά στην πρακτικότητα του δείκτη, η σπουδαιότητα στην χρησιμότητα του, η ανταπόκριση στα μέτρα των πολιτικών διαχείρισης και η αξιοπιστία του έγκειται στο να δίνει ίδιο αποτέλεσμα όταν μετρείται κάτω από ίδιες συνθήκες.

Απώτερος σκοπός των δεικτών πρέπει να είναι η δημιουργία σχεδίου για την καλύτερη τουριστική διαχείριση της περιοχής. Συνεπώς, οι δείκτες πρέπει να σχετίζονται με τις ανάγκες και επιθυμίες των τουριστών, τις δυνατότητες της περιοχής και τον ρυθμό ανάπτυξης (Σπιλάνης & Βαγιάνη, 2009).

Οι δείκτες που χρησιμοποιούνται πιο συχνά είναι οι κάτωθι (Tselentis & ΑΙ, 2006) :

- A) Φυσική φέρουσα ικανότητα αφορά, στον μέγιστο αριθμό που μπορεί να δεχθεί ένας χώρος σε συνάρτηση με τον χώρο που είναι απαραίτητος για κάθε επισκέπτη,
- B) Πραγματική φέρουσα ικανότητα χρησιμοποιεί την φέρουσα ικανότητα αφαιρώντας τους διαθρωτικούς παράγοντες,
- Γ) Αποτελεσματική φέρουσα ικανότητα αφορά τον μέγιστο αριθμό επισκεπτών που αντέχει μια περιοχή σύμφωνα με την ικανότητα διαχείρισης της.

Ακολουθούν δείκτες που εφαρμόζονται σε όλους σχεδόν τους τουριστικούς προορισμούς (Λαγός και Διακομιχάλης, 2011)

- ✓ Δείκτης τουριστικής πυκνότητας = $\text{διανυκτερεύσεις} / \text{έκταση} * 100 / 365$
- ✓ Δείκτης τουριστικής λειτουργίας = $\text{κλίνες} / \text{πληθυσμός} * 100$
- ✓ Δείκτης διανυκτερεύσεων = $\text{σύνολο διανυκτερεύσεων} / \text{πληθυσμός}$
- ✓ Δείκτης ανεκτού πληθυσμού = $\text{αριθμός τουριστών ανα ημέρα αιχμής} / \text{πληθυσμός}$
- ✓ Δείκτης οικονομικά ενεργού πληθυσμού = $\text{οικονομικά ενεργός πληθυσμός} / \text{κλίνες}$
- ✓ Δείκτης προσελκυστικότητας = $\text{αριθμός αλλοδαπών τουριστών} / \text{ημεδαπών τουριστών}$

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΥΠΕΡΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1 : Ορισμός υπέρ-τουρισμού

Ο υπερτουρισμός είναι ένα σύνθετο φαινόμενο που επηρεάζει έντονα τη βιωσιμότητα ενός τόπου, καθώς και τις εμπειρίες κατοίκων και επισκεπτών. Κατά συνέπεια, δεν μπορεί να υπάρξει μια εύκολη προσέγγιση «από πάνω προς τα κάτω» για την αντιμετώπιση του υπερτουρισμού και τον εντοπισμό και την εφαρμογή αποτελεσματικών λύσεων διαχείρισης. Οι λύσεις απαιτούν κοινές ευθύνες μεταξύ των ενδιαφερομένων και προσαρμοσμένες ενέργειες σύμφωνα με τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά ενός προορισμού. Ο όρος υπερτουρισμός είναι σχετικά νέος, με τις περισσότερες αναφορές γραπτά να εμφανίζονται από το 2017 και έπειτα. Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει ότι το φαινόμενο αυτό είναι καινούργιο. Μελέτες που διερευνούν την πίεση του τουρισμού στις τοπικές κοινωνίες εμφανίστηκαν ήδη από την δεκαετία του 1970, παράλληλα με συζητήσεις που αφορούν στον κορεσμό ενός προορισμού. ([https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL_STU\(2018\)629184_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL_STU(2018)629184_EN.pdf))

Ο υπέρ τουρισμός στις περισσότερες μελέτες αναφέρεται ως η εντοπισμένη κατάσταση «στην οποία οι ντόπιοι ή και οι επισκέπτες, διακρίνουν ότι υπάρχουν πάρα πολλοί επισκέπτες στην εν λόγω περιοχή με αποτέλεσμα η ποιότητα ζωής στην περιοχή ή και η ποιότητα της ταξιδιωτικής εμπειρίας να έχει επιδεινωθεί δραματικά. Αποτελεί το αντίθετο του υπεύθυνου ή βιώσιμου τουρισμού, που έχει ως βασικό στόχο την βιωσιμότητα της περιοχής (Goodwin, 2017). Από την άποψη ενός ταξιδιωτικού πράκτορα, ο υπερτουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως μια κατάσταση στην οποία οι επισκέπτες υπερβαίνουν αριθμητικά τους ντόπιους και επηρεάζουν αρνητικά τον τρόπο ζωής τους αυξάνοντας παράλληλα και το κόστος διαβίωσης. Μια άλλη προσέγγιση είναι ο ορισμός του υπερτουρισμού ως «η υπερβολική αύξηση των επισκεπτών που οδηγεί στον συνωστισμό σε περιοχές όπου οι κάτοικοι υφίστανται τις συνέπειες του προσωρινού και εποχιακού τουρισμού και αυτό έχει ως συνέπεια μόνιμες αλλαγές στον τρόπο ζωής τους, με αρνητικό αντίκτυπο» (Milano et al., 2019,).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNTWO 2018), ο υπερ- τουρισμός ορίζεται ως το φαινόμενο που έχει αρνητική επιρροή στους ντόπιους και παράλληλα αλλοιώνει και την ταξιδιωτική εμπειρία του επισκέπτη. Σύμφωνα επίσης πάλι με τον UNTWO, ο ρυθμός

ανάπτυξης το 2030 αναμένεται να φθάσει το 1,8 δις και ανακύπτουν δυο βασικά ερωτήματα : είναι ικανές οι τοπικές κοινωνίες να προστατεύσουν την κουλτούρα τους χωρίς να αλλοιωθούν και είναι προετοιμασμένες οι χώρες που αποτελούν τουριστικούς προορισμούς να υποδεχτούν όλες αυτές τις ροές.

Το φαινόμενο του υπέρ- τουρισμού σύμφωνα με την μελέτη του European Parliament Study 2018, εντοπίζεται σε τέσσερεις τύπου προορισμών :

A) Αστικές περιοχές : Ο τουρισμός πόλης ή αλλιώς city break, είναι μια μορφή τουρισμού που στοχεύει στην ανάδειξη της πόλης με κύριο γνώρισμα τις περιηγήσεις των τουριστών ώστε να γνωρίσουν τον χαρακτήρα της πόλης. Το μέγεθος της πόλης είναι ο βασικός παράγοντας στον τρόπο αφομοίωσης των τουριστών. Οι μεγάλες πόλεις Νέα Υόρκη, Λονδίνο, Παρίσι έχουν κατάλληλες υποδομές ενώ αντίθετα οι μικρές πόλεις δεν μπορούν να ανταποκριθούν στις ανάγκες αυτές με αποτέλεσμα να βιώνουν έντονα προβλήματα. Επιπλέον οι κάτοικοι των πόλεων με υψηλές ροές έχουν να αντιμετωπίσουν και την ακρίβεια στο κόστος ζωής (Coccossis, Mexa & Collovini, 2002).

B) Παράκτιες περιοχές και νησιά : είναι οι δημοφιλείς προορισμοί με εποχική κυρίως συγκέντρωση που δέχονται πιέσεις συγκεκριμένη περίοδο του χρόνου. Παρατηρείται ότι εκείνη την περίοδο οι προορισμοί έχουν μεγαλύτερο πληθυσμό από τον εγχώριο. Η τουριστική δραστηριότητα συνήθως καταλαμβάνει τις πιο ωραίες περιοχές με φυσικό κάλλος δημιουργώντας περιβαλλοντική υποβάθμιση (Κοκκώσης& Τσάρτας, 1999). Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι η Σαντορίνη για την χώρα μας και η Μαγιόρκα της Ισπανίας. Δυστυχώς, η υπέρμετρη ανάπτυξη του τουρισμού σε αυτές τις περιοχές υποβαθμίζει το τοπίο και περιορίζει την διαθέσιμη γη.

Γ) Αγροτικές περιοχές : το περιορισμένο εισόδημα των αγροτών συνέβαλλε στο να οδηγήσει πολλούς αγρότες να στραφούν στον τουρισμό. Ο τουρισμός σε αυτές τις περιοχές να μην συμβάλει στην αύξηση των εσόδων αλλά συνήθως συνοδεύεται και από μια μη φιλική προς το περιβάλλον ανάπτυξη που επηρεάζουν το οικοσύστημα. (Κοκκώσης& Τσάρτας, 1999)

Δ) Τοποθεσίες με διάσημα αξιοθέατα και μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς.

Οι περιοχές με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά συνήθως γίνονται θύματα της δημοφιλίας τους. Ιδιαίτερα οι περιοχές που έχουν χαρακτηριστεί ως Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς από την UNESCO αντιμετωπίζουν μεγάλες επιπτώσεις υπέρ- τουρισμού. Συγκεκριμένα η έρευνα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου που αφορά στον υπέρ- τουρισμό το 2018 έδειξε ότι 52 από το σύνολο 60 προορισμών της Ευρώπης που εμφανίζουν προβλήματα υπέρ- τουρισμού είναι κοντά σε μνημεία της UNESCO. Παράδειγμα αποτελούν η Ακρόπολη, το Βατικανό, οι Βερσαλλίες.

2.2 Παρουσίαση φαινομένου

Στην μετά covid εποχή και λίγο πριν δηλαδή το 2019, η τουριστική βιομηχανία παρουσίασε ραγδαία ανάπτυξη και πολλές περιοχές ήρθαν αντιμέτωπες με το φαινόμενο του υπέρ – τουρισμού. Ψάχνοντας άρθρα που αφορούν στο overtourism articles εμφανίζονται 426.000.000 δημοσιεύσεις, κάτι που κάνει σαφές την έντονη εξάπλωση του φαινομένου. Στην ακραία μορφή του το φαινόμενο παρουσιάζεται με έντονη δυσαρέσκεια από την πλευρά των ντόπιων με διαδηλώσεις διαμαρτυρίας βλέπε Βαρκελώνη και Βενετία.

Η Becket (2015) σε ένα άρθρο της που ονομάζεται η «επανάσταση κατά του τουρισμού», παρουσιάζει κάποιους προορισμούς που δέχονται έντονες πιέσεις από τους τουρίστες και προσπαθεί να αναλύσει τις αντιδράσεις τους. Το άρθρο θεωρεί ότι πρέπει να αποτελέσει επιτακτικό μέλημα η αντιμετώπιση του υπέρ – τουρισμού και να ληφθούν μέτρα τόσο σε κρατικό όσο και σε πανευρωπαϊκό ή και παγκόσμιο επίπεδο.

Σύμφωνα με τον Καταλανό ανθρωπολόγο Delago Ruiz Manuel προκειμένου να περιγράψει το πώς αισθάνονται οι κάτοικοι της Βαρκελώνης χρησιμοποίησε τον όρο Τουριστοφοβία(2008), λόγω των συνεχών ροών τουριστών που δέχονται στην περιοχή τους. Κάνει σαφές όμως το γεγονός ότι αυτό δεν προέρχεται από την παρουσία των επισκεπτών αλλά από την αδυναμία των τοπικών αρχών αλλά και των κυβερνήσεων να προστατέψουν την περιοχή εφαρμόζοντας μέτρα βιώσιμης ανάπτυξης. Ο υπέρ- τουρισμός ευθύνεται συνήθως για την ανάπτυξη κακής σχέσης μεταξύ ντόπιων και τουριστών, προκαλώντας έτσι αρνητικές καταστάσεις και συναισθήματα που οδηγούν στην τουριστοφοβία.

Για τον καθορισμό του φαινομένου καθορίστηκαν από την μελέτη του 2018 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου (European Parliament Study), 6 δείκτες οι οποίοι συνδυαστικά φανερώνουν την πιθανότητα εμφάνισης του φαινομένου του υπέρ- τουρισμού σε μια περιοχή . Αυτοί οι δείκτες είναι οι ακόλουθοι :

- Τουριστική ένταση όπου μετριέται ο ετήσιος αριθμός κλινών ανά κάτοικο.
- Τουριστική πυκνότητα όπου μετριέται ο αριθμός κλινών ανα τετραγωνικό χιλιόμετρο.
- Μεγάλη αεροπορική δραστηριότητα.
- Airbnb ένα σχετικά καινούργιο φαινόμενο που έχει κατακλίσει την τουριστική αγορά ιδιαίτερα αυτή των πόλεων και αποτελεί ιδιαίτερο πρόβλημα για τους κατοίκους περιοχών για δυο βασικούς λόγους α) συγκέντρωση τουριστών σε γειτονίες με αποτέλεσμα να εκτοξεύονται τα ενοίκια και β) έλλειψη κανονισμών.
- Κρουαζιέρα. Είναι γεγονός ότι υπάρχουν κρουαζιερόπλοια που μεταφέρουν μεγαλύτερο αριθμό τουριστών σε ένα λιμάνι από τους κατοίκους της περιοχής. Οι επισκέπτες από τα κρουαζιερόπλοια συνήθως περιφέρονται στην πόλη δημιουργώντας συνωστισμό και αφήνοντας πολλά σκουπίδια.
- Απόσταση από μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς.

2.3 : Επιπτώσεις του τουρισμού

Σύμφωνα με τον Κοκκώση και Τσάρτα (1999), η τουριστική ανάπτυξη βασίζεται στην αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων. Υπάρχει λοιπόν μια αμφίδρομη σχέση μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος αφού η ανάπτυξη μιας περιοχής στηρίζεται στην ύπαρξη ιδιαίτερων χαρακτηριστικών και παράλληλα η αλλοίωση τους οδηγεί στην υποβάθμιση του προορισμού. Για να δοθούν λύσεις σε αυτό πρέπει πρώτα να εντοπισθούν και να αναλυθούν τα πιθανά προβλήματα. Οι επιπτώσεις παρατηρούνται σε τρεις βασικούς τομείς : α) στην οικονομία, β) στο περιβάλλον και γ) στην κοινωνία.

Ξεκινώντας από την οικονομία οι επιπτώσεις του τουρισμού συνήθως έχουν θετική χροιά, αφού αυξάνουν το ΑΕΠ και συμβάλουν και στην αύξηση θέσεων εργασίας. Οι θετικές επιπτώσεις συμπεριλαμβάνουν τις συναλλαγματικές ροές, την περιφερειακή ανάπτυξη, τα

φορολογικά έσοδα, τις νέες θέσεις εργασίας. Απο την άλλη πλευρά η συγκέντρωση τουρισμού αυξάνει το κόστος ζωής είτε πρόκειται για δαπάνες διαβίωσης είτε για ακίνητη περιουσία. Επιπλέον, σε ορισμένες αναπτυσσόμενες κυρίως χώρες τα έσοδα από τον τουρισμό καταλήγουν κατά ένα μεγάλο μέρος σε πολυεθνικές.(Fes, 2016).

Όσον αφορά τώρα τις θετικές επιπτώσεις στο περιβάλλον έχουμε τις ακόλουθες (Τσάρτας, 1999):

- Ανάδειξη και προστασία των πολιτιστικών χώρων και παράλληλα πραγματοποιούνται και εργασίες συντήρησης τους.
- Βελτίωση της ποιότητας της ζωής των κατοίκων με τα νέα έργα υποδομής που πραγματοποιούνται.

Οι αρνητικές επιπτώσεις συνίστανται συνήθως στην περιβαλλοντική υποβάθμιση (όπως παραπάνω) δηλαδή στις πιέσεις φυσικών πόρων με αυξημένες απαιτήσεις σε ενέργεια και νερό, στην υποβάθμιση των οικοσυστημάτων, στην φθορά κάποιων αρχαιολογικών μνημείων, στην αλλαγή των χρήσεων της γης, στην μετατροπή παραδοσιακών οικισμών σε τουριστικά καταλύματα.

Οι κοινωνικές επιπτώσεις (Τσάρτας, 1996) συνίστανται στις κάτωθι :

- Αλλαγές στην κοινωνική δομή με εμφάνιση καταστημάτων και υποδομών που αλλοιώνουν την τοπικότητα. Σε πολύ τουριστικές περιοχές ο τουρισμός κυριαρχεί παντού αλλάζοντας συλλήβδην ένα παραδοσιακό τοπίο.
- Αλλαγές στην επαγγελματική κινητικότητα. Η πεποίθηση ότι ο τουρισμός φέρνει υψηλά εισοδήματα συνήθως φέρνει εγκατάλειψη θέσεων που αφορούν στην αλιεία ή σε αγροτικές εργασίες, με αποτέλεσμα μονομερή ανάπτυξη στηριζόμενη μόνο στον τριτογενή τομέα της παροχής υπηρεσιών.
- Αλλαγή στην επικοινωνία ντόπιων και τουριστών.

2.4 : Αίτια ανάπτυξης Υπέρ –τουρισμού

Ο υπερτουρισμός περιγράφει την κατάσταση στην οποία ο αντίκτυπος του τουρισμού, σε ορισμένες χρονικές στιγμές και σε ορισμένες τοποθεσίες, υπερβαίνει τη φυσική, οικολογική, κοινωνική, οικονομική, ψυχολογική και πολιτική ικανότητα διαχείρισης. Η ψυχολογική ικανότητα αναφέρεται στην ικανότητα των ανθρώπων (κατοίκων ή/και άλλων επισκεπτών) να συναισθηματικά να αντιμετωπίσουν τα φαινόμενα συνωστισμού. Η πολιτική ικανότητα συνεπάγεται την ανικανότητα των τοπικών κυβερνήσεων να κατανοήσουν και να διαχειριστούν τις συνέπειες της υπερβολικής ανάπτυξης του τουρισμού, θέτοντας σε κίνδυνο την ποιότητα ζωής των κατοίκων μιας περιοχής. Αυτός ο ορισμός περιλαμβάνει όλες τις μορφές άγχους που προκαλούνται από υψηλή ανάπτυξη και όγκους επισκεπτών. Περιλαμβάνει κοινωνικές (οικοδεσπότες, φιλοξενούμενοι, πολίτες), φυσική (υποδομή, χώρος), οικονομικές (τουριστικές εμπορικές ζώνες) και οικολογικές πτυχές (θόρυβος, ποιότητα αέρα, χρήση νερού, ποιότητα νερού, απόβλητα.).

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL_STU\(2018\)629184_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL_STU(2018)629184_EN.pdf)

Τα αίτια της ανάπτυξης αυτού του φαινομένου βασίζονται σε μια σειρά γεγονότων όπως η αύξηση του πληθυσμού και η αύξηση του ενδιαφέροντος για ταξίδια αλλά και η αλλαγή στον τρόπο οργάνωσης και υλοποίησης ενός ταξιδιού. Ακολουθεί μια προσέγγιση στα αίτια ανάπτυξης του φαινομένου του υπερ –τουρισμού :

2.4.1 Αύξηση της τουριστικής κίνησης παγκοσμίως

Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων των αναπτυσσόμενων χωρών έφερε ως αποτέλεσμα την αύξηση των εισοδημάτων τους και την ανάπτυξη μιας νέας μεσαίας τάξης που ήθελε να ταξιδέψει. Ακριβώς, όπως έγινε και πριν 70 χρόνια μετά την λήξη του Β Παγκοσμίου Πολέμου στην Ευρώπη όπου ξεκίνησε σιγά σιγά η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού. Συγκεκριμένα, η Κίνα συνέβαλλε στην ανάπτυξη του υπέρ –τουρισμού γιατί εάν αναλογισθεί κανείς ότι οι Κινέζοι έκαναν στις αρχές του 21ου αιώνα 10,5 εκατομμύρια ταξίδια υπερατλαντικά, το 2017 ο αριθμός αυτός εκτοξεύτηκε στα 145 εκατομμύρια ήτοι αυξήθηκε 1.380 φορές. (Βασιλειάδου,2018)

Πρέπει , επίσης να ληφθεί υπόψιν ότι μόνο το 7% των Κινέζων διαθέτουν διαβατήριο. Η Ινδία από την άλλη μια χώρα με δυο δις πληθυσμό μόλις τώρα αρχίζει να αναπτύσσεται και να ταξιδεύει (Becker, 2018).

2.4.2 Χρήση διαδικτύου

Σύμφωνα με πολλές σύγχρονες έρευνες και μελέτες οι τεχνολογικές εξελίξεις των τελευταίων χρόνων έχουν συμβάλει καταλυτικά στην ανάπτυξη του τουρισμού. Το ποσοστό των ταξιδιών που οργανώνονται μέσω διαδικτύου έχει αυξηθεί κατά πολύ λόγω της άμεσης πρόσβασης στην πληροφορία που θέλει ο ταξιδιώτης όπως την εξέρευση καταλυμάτων ,αεροπορικών εισιτηρίων. Ο ταξιδιώτης πλέον έχει αυτονομία και μέσω της δικής του πληροφόρησης και επιλογής μπορεί να διαμορφώσει το τουριστικό πακέτο που επιθυμεί.

Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ (2013) το διαδίκτυο αποτελεί επανάσταση στην τουριστική βιομηχανία για δυο βασικούς λόγους α) αποτελεί πηγή πληροφόρησης β) προσφέρει δυνατότητα άμεσης αγοράς του προϊόντος. Συνεχίζοντας εντοπίζει και ακόμη έναν σημαντικό λόγο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το οποίο αποτελεί ισχυρό εργαλείο καθιέρωσης ενός προορισμού. Η ανταλλαγή, προσωπικών στιγμών και πληροφοριών μέσα από τα κανάλια του Facebook, Instagram , TikTok επηρεάζουν και διαμορφώνουν επιθυμίες. Επιπλέον, η αμεσότητα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης φέρνουν τον υποψήφιο επισκέπτη πιο κοντά στον προορισμό. Οι πληροφορίες που ανταλλάσσουν οι τουρίστες στα μέσα αυτά επηρεάζουν κατά 68% τους υποψήφιους καταναλωτές (Nielsen Global Survey, 2013).

Για να κατανοήσουμε την επιρροή ακολουθεί απόσπασμα από τους New York Times (2018) :
«Χωρίς την υπηρεσία μίσθωσης ακινήτων airbnb, τις κριτικές που συλλέγουμε μέσα από το trip advisor και το Google και την πρόσβαση στην πληροφορία μέσω πλατφορμών όπως η booking & expedia το ταξίδι με την οικογένεια μου θα ήταν πιο ακριβό και πολύ λιγότερο αυθεντικό...»

2.4.3 Αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους

Οι αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους έκανα την εμφάνιση τους περίπου στα μέσα της δεκαετίας του 1990, με τις πιο δημοφιλείς από αυτές την Ryan Air & Easy Jet. Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ (2006) οι φθηνές αεροπορικές εταιρείες έχουν τα ακόλουθα χαρακτηριστικά :

Α. δυνατότητα προσέγγισης ή διασύνδεσης νέων προορισμών που δεν υπήρξε παλαιότερα ή και εάν υπήρξε ήταν πολύ ακριβή η πτήση,

Β. Οι εταιρείες αυτές προσεγγίζουν αεροδρόμια δευτερεύοντα (Βλ. Luton) τα οποία απέχουν αρκετά από τις πόλεις , αλλά παράλληλα αναπτύσσουν στα περίξ τους πολλά καταλύματα στα οποία διαμένουν οι ταξιδιώτες για μια νύχτα προκειμένου να βρίσκονται κοντά,

Γ. Το χαμηλότερο κόστος μετακίνησης ενισχύει την συνήθεια της κατοχής εξοχικών κατοικιών σε μια χώρα διαφορετική από τη μόνιμη κατοικία. Αυτό το φαινόμενο εμφανίζεται σε χώρες όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία και η Ιρλανδία, των οποίων πολύ οι πολίτες μόνιμοι κάτοικοι διατηρούν εξοχικές κατοικίες σε χώρες της Μεσογείου, κυρίως την Ισπανία και την Πορτογαλία.

2.4.4 Η ανάπτυξη της κρουαζιέρας

Η κρουαζιέρα ως μορφή ταξιδιού γνωρίζει και πάλι μεγάλη άνθηση τα τελευταία χρόνια και το 2022 ξεπέρασε ακόμη και την προ covid χρονιά 2019. Η ιδιαιτερότητα της είναι ότι μεταφέρει για λίγες ώρες ένα μεγάλο αριθμό επισκεπτών που σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί και να ξεπεράσει τον αριθμό των μόνιμων κατοίκων της περιοχής (European Parliament, 2018).

Οι επιμέρους κυβερνήσεις και η Ευρωπαϊκή Ένωση ψάχνουν τρόπους περιορισμού του φαινομένου με την επιβολή έκτακτων τελών και τον περιορισμό των επιβατών. Ο ΣΕΤΕ τονίζει ότι «νέο μοντέλο τουρισμού που θα στηρίζεται στη βιωσιμότητα κρίνεται άμεσα αναγκαίο». Ένα μεγαλύτερο πρόβλημα που κάνει την κρουαζιέρα να φαίνεται ως η κορυφή του παγόβουνου. Η απουσία επαρκούς οδικού δικτύου, η λειψυδρία ή ακόμα και η ανεπάρκεια των δικτύων αποχέτευσης –όπως συνέβη εφέτος το καλοκαίρι στην πολυδιαφημισμένη Μύκονο–,

είναι προβλήματα που ξεπερνούν τον σχεδιασμό ενός καλοκαιριού και απαιτεί τη διαμόρφωση ενός εθνικού σχεδίου. (Protagon.gr)

2.4.5 Εμφάνιση της οικονομίας του Διαμοιρασμού – Airbnb

Ένας λόγος που αναπτύχθηκε ραγδαία ο τουρισμός των πόλεων – κατά κύριο λόγο- είναι η εμφάνιση καταλυμάτων Airbnb. Η πλατφόρμα μίσθωσης που έκανε την εμφάνιση της πριν μια δεκαετία περίπου δεν κατέχει η ίδια τα ακίνητα αλλά λειτουργούσε ως μεσάζοντας αφού ή ίδια δεν κατέχει τα ακίνητα απλά λειτουργεί ως μεσάζοντας μεταξύ υποψήφιων ενοικιαστών και ιδιοκτητών. Με αυτό τον τρόπο οι ταξιδιώτες βιώνουν τον καθημερινό τρόπο ζωής των κατοίκων της περιοχής που επισκέπτονται ενώ παράλληλα οι ιδιοκτήτες ακινήτων κερδίζουν χρήματα (Bernardi, 2018) .

Η συνεχής όμως αύξηση των κατοικιών airbnb έφερε αύξηση στην τιμή των ακινήτων και ανέβασε πολύ υψηλά τις τιμές των ενοικίων, με αποτέλεσμα σε ορισμένες πόλεις οι κάτοικοι να μην μπορούν πλέον να ανταπεξέλθουν στα τόσο υψηλά ενοίκια και να οδηγούνται σε περιοχές εκτός κέντρου. Η ολλανδική τράπεζα ING δήλωσε ότι σε πολλές ολλανδικές πόλεις πλέον οι ιδιοκτήτες προτιμούν να ενοικιάζουν τα σπίτια τους σε τουρίστες εβδομαδιαίως γιατί θεωρούν ότι είναι πολύ πιο κερδοφόρα από την χρόνια μίσθωση. Ένα άλλο πρόβλημα που δημιουργούν στις γειτονιές είναι η όχληση όλο το 24ωρο όπου οι τουρίστες διασκεδάζουν εκεί που οι ντόπιοι περνούν την καθημερινότητά τους. Τέλος, το κόστος ζωής στις εν λόγω περιοχές ανεβαίνει κατακόρυφα. (Van Der Zee , 2016)

Με αυτόν τον τρόπο το airbnb εισβάλλει στον κοινωνικό ιστό μιας πόλης και καταστρέφει σταδιακά την τοπικότητα του. Στο Άμστερνταμ εν παραδείγματι υπάρχουν 22.000 καταλύματα Airbnb και οι κάτοικοι αναφέρουν τα προβλήματα που παρουσιάζονται όταν διογκώνεται μια τέτοια κατάσταση. Παρόμοια κατάσταση βιώνει και η Βαρκελώνη, όπου στο ιστορικό της κέντρο ένα στα 9 σπίτια μισθώνεται σε τουρίστες ενώ ένα ποσοστό αρκετά υψηλό που αγγίζει το 18% φαίνεται να έχει εγκαταλείψει το κέντρο. (Van Der Zee , 2016)

2.4.6 Μικρής διάρκειας διαμονή τα επονομαζόμενα city breaks

Ο αστικός τουρισμός είναι ένα είδος τουρισμού που έχει ως κύριο χαρακτηριστικό την υποδοχή μεγάλου αριθμού επισκεπτών στα αστικά κέντρα. Οι επισκέπτες χρησιμοποιούν τις εγκαταστάσεις που προσφέρει η κοινότητα ενώ πολλές από αυτές δεν έχουν σχεδιασθεί για μια τέτοια χρήση (Ashworth and Page, 2011). Τα χαρακτηριστικά των τουριστών που επισκέπτονται τις αστικές κοινότητες συνήθως είναι τα κάτωθι :

A) επιλεκτικότητα: οι τουρίστες συνήθως κυκλοφορούν σε ένα συγκεκριμένο κομμάτι της πόλης εκεί που είναι τα πιο δημοφιλή αξιοθέατα και προκαλείται μεγάλη συγκέντρωση στους εν λόγω χώρους,

B) ταχύτητα : οι επισκέπτες συνήθως διαμένουν για μικρό διάστημα οπότε η κατανάλωση τουριστικών προϊόντων είναι γρήγορη,

Γ) επανάληψη : συνήθως οι επισκέπτες των αστικών προορισμών επιστρέφουν στον τόπο επίσκεψης τους για δεύτερη φορά, ιδιαίτερα σε πόλεις όπως Παρίσι, Λονδίνο που λανσάρουν ένα συγκριμένο τρόπο ζωής,

Δ) Ιδιοτροπία : η επιθυμία των εν λόγω επισκεπτών συνδέεται συνήθως με έναν συγκεκριμένο τρόπο ζωής και πολλές φορές οι επιλογές τους έχει να κάνει με την μόδα. Οι πόλεις προορισμοί χρειάζονται διαρκής ανάπλαση και επενδύσεις για να προσφέρουν πάντα το κάτι διαφορετικό στον επισκέπτη. (Ashworth and Page, 2011)

2.4.7 Εποχικότητα

Σύμφωνα με τα στατιστικά των τουριστικών αφίξεων, οι αφίξεις σε έναν προορισμό διακρίνονται από την εποχικότητα και ποτέ δεν διαχέονται καθ' όλη την διάρκεια του έτους. Το φαινόμενο αυτό που χαρακτηρίζεται από διακύμανση προσφοράς και ζήτησης εξαιτίας διαφόρων παραγόντων όπως καιρός, πολιτιστικά δρώμενα , αθλητικές διοργανώσεις ονομάζεται εποχικότητα (Chung, 2009). Η εποχικότητα επηρεάζει σοβαρά τρεις τομείς: το περιβάλλον, την οικονομία και την εργασία. Σε περιοχές όπου ο τουρισμός λειτουργεί με εποχικότητα όπως πχ καλοκαιρινές διακοπές οι επιχειρήσεις δεν προσλαμβάνουν προσωπικό για όλο το χρόνο παρά

μόνο για κάποιους μήνες. Επίσης, πέρα από αυτό η εποχικότητα έχει και μια άλλη αρνητική πτυχή αφού επιφορτίζει το περιβάλλον και τους διαθέσιμους πόρους της περιοχής κατά την περίοδο αιχμής πολύ αρνητικά. (Chung, 2009)

2.5 : Επισκόπηση επιπτώσεων του υπέρ τουρισμού

Παρακάτω θα παρουσιαστούν και θα αναλυθούν οι επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού στην περιοχή που εμφανίζονται λαμβάνοντας υπόψη τους εξής τομείς : φυσικό περιβάλλον, οικονομικό περιβάλλον και κοινωνικό-πολιτισμικό περιβάλλον. Η ένταση τους κυρίως εξαρτάται από τις συνθήκες, τον προορισμό και το είδος των επισκεπτών.

2.5.1 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού

Ο υπέρ τουρισμός προκαλεί έντονες πιέσεις σε περιοχές ιδιαίτερα περιορισμένες όπως στα νησιά. Πιο συγκεκριμένα τα περιβαλλοντικά προβλήματα που δημιουργούνται είναι ηχορύπανση, κυκλοφοριακή συμφόρηση, κατασπατάληση φυσικών πόρων, μεγάλος όγκος απορριμμάτων, υπερεκμετάλλευση της γης, αύξηση υγρών αποβλήτων ,διαταραχή στην πανίδα.

Μελέτη του 2018, που δημοσιεύθηκε στο [Nature Climate Change](#) , αξιολόγησε στοιχεία από 160 χώρες και κατέληξε στο συμπέρασμα ότι μεταξύ του 2009 και του 2013 το περιβαλλοντικό αποτύπωμα του τουρισμού αντιστοιχεί στο 8% των συνολικών εκπομπών αερίων θερμοκηπίου και καθιστά τον τομέα σημαντικότερο ρυπαντή σε σύγκριση με την κατασκευαστική βιομηχανία. Το 2013 ο τομέας παρήγαγε 4,5 δισ. τόνους διοξειδίου του άνθρακα. Η αύξηση στη ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών είναι μεγαλύτερη από την «απο-ανθρακοποίηση» του κλάδου, ενώ οι μεγαλύτερες περιβαλλοντικές επιβαρύνσεις καταγράφονται σε χώρες υψηλού εισοδήματος.

Σε μια άλλη ανάλυσή του το Παγκόσμιο Ταμείο για τη Φύση (γνωστότερο ως WWF) έκανε γνωστό ότι ο θαλάσσιος τουρισμός έχει δημιουργήσει 200 εκατ. θέσεις σε όλο τον κόσμο. Η οργάνωση αναφέρει πάλι σε σχετική της ανάλυση πως μόνο στην περιοχή της Καραϊβικής τα κρουαζιερόπλοια αφήνουν πίσω τους γύρω στους 70.000 τόνους λυμάτων. Παράλληλα η WWF επισημαίνει πως διαφορετικά μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης έχουν διαφορετικό αντίκτυπο στις τοπικές κοινωνίες. Στο μοντέλο του all-inclusive τουρισμού, που τα τελευταία χρόνια έχει

αποκτήσει σημαίνουσα θέση στην Ελλάδα και σε άλλες Μεσογειακές χώρες, μόλις το 20% των εσόδων επιστρέφει στις τοπικές κοινότητες. Αντίθετα, σε μοντέλα οικολογικής (ή οικοκεντρικής) τουριστικής εκμετάλλευσης το αντίστοιχο ποσοστό επιστροφής φτάνει στο [\(https://www.2045.gr/thematologia/perivalon-energia/to-perivallontiko-apotypoma-toy-tourismoy/\)](https://www.2045.gr/thematologia/perivalon-energia/to-perivallontiko-apotypoma-toy-tourismoy/)

Ο Στέφανος Βασδέκης συνιδρυτής της Travel Myth σε συνέντευξη του ανέφερε τα κάτωθι : «Δεν είναι ρεαλιστικό να πιστεύουμε ότι οι αλλαγές είναι εφικτές να πραγματοποιηθούν τόσο άμεσα από την μια χρονιά στην άλλη. Το πιο ρεαλιστικό σενάριο είναι οι υποδομές που απευθύνονται στον μαζικό τουρισμό να αναβαθμισθούν ενεργειακά και να γίνουν πιο φιλικές στο περιβάλλον και παράλληλα να ακολουθηθούν πρακτικές που θα ενθαρρύνουν περισσότερο την σύνδεση των ντόπιων με τους επισκέπτες». Η Δάφνη Τσερβένη οικονομική διευθύντρια της εταιρείας Clio Muse Tours προτείνει ότι για την περίπτωση της Ελλάδας για παράδειγμα ή προώθηση λιγότερο γνωστών τουριστικών προορισμών κρίνεται αναγκαία. Οι εν λόγω εταιρεία έχει ήδη υιοθετήσει πρακτικές βιώσιμου τουρισμού και πραγματοποιεί ξεναγήσεις που συνδυάζουν αξιοθέατα με λιγότερο γνωστές γειτονίες. Τέλος ο Βασίλης Ζησιμόπουλος Διευθυντής και ιδρυτής του Costa Nostrum υποστηρίζει ότι μπορεί να συνυπάρξει η τουριστική ανάπτυξη με την διατήρηση και προστασία του φυσικού περιβάλλοντος με την διαρκή εκπαίδευση όλων των φορέων και των στελεχών του τουριστικού κλάδου.

2.5.2 Οικονομικές επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού

Οι οικονομικές επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού είναι και αυτές πολλές και ίσως υπέρ καλύπτουν τα οικονομικά οφέλη σε ορισμένες περιπτώσεις. Η αυξημένη ζήτηση σε αγαθά και υπηρεσίες πολλές φορές οδηγεί σε διογκωμένο κόστος διαβίωσης για τους γηγενείς κατοίκους με αποτέλεσμα την εγκατάλειψη της περιοχής. Η αυξημένη ζήτηση μπορεί να προκαλέσει επιβάρυνση στο ισοζύγιο πληρωμών, λόγω της αναγκαίας εισαγωγής αγαθών από άλλες περιοχές. Είναι γνωστό ότι όπου υπάρχει προσφορά και ζήτηση η τιμές αγαθών και υπηρεσιών αυξάνονται ως προς το βιοτικό επίπεδο και μάλιστα εκείνων που δεν ασχολούνται άμεσα με τον τουρισμό.

Από την σκοπιά της απασχόλησης και εκεί δημιουργεί μειονεκτήματα. Εκτός από την εποχικότητα της εργασίας , συνήθως σε περιοχές με μεγάλη τουριστική ανάπτυξη εγκαταλείπεται ο πρωτογενής τομέας της οικονομίας εντελώς και υπάρχει πλήρης στροφή μόνο στον τριτογενή τομέα. (Αμαλία Ιωάννα Ξερέα, 2020)

Τέλος, δημιουργεί και μεγάλες περιφερειακές ανισότητες , καθώς στην ίδια χώρα βλέπουμε περιοχές με μεγάλη τουριστική ζήτηση και άλλες με ανύπαρκτη έως και καθόλου. Έτσι δημιουργούνται ανισότητες στην κατανομή του εθνικού εισοδήματος ανάμεσα στις περιφέρειες. Η μονοκαλλιέργεια δηλαδή η μονομερής μη ισορροπημένη ανάπτυξη ενέχει πολλούς κινδύνους και ιδιαίτερα όταν πρόκειται για την οικονομία, γιατί σε περίπτωση κρίσης οι περιοχές ή οι χώρες που στηρίζονται αποκλειστικά σε έναν τομέα και ένα είδος παραγωγής κινδυνεύουν να καταστραφούν ολοσχερώς πολύ περισσότερο. (Λάχα Νίκη, Βαγενά Ερμιόνη, Πετρούτσου Χαραλαμπία, 2015)

2.5.3 Κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού

Η αυξημένη επισκεψιμότητα σε συγκεκριμένες περιοχές έχει αντίκτυπο στην κοινωνία και στην ταυτότητα του τόπου. Η κοινωνική δομή και οι παραγωγικές σχέσεις μεταβάλλονται στην περίπτωση του υπέρ τουρισμού και δημιουργούνται και έντονα φαινόμενα αστικοποίησης. Οι κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα επηρεάζονται και συχνά αλλάζουν ή ατονούν και οι σχέσεις των κατοίκων. Συνήθως οι κάτοικοι απομακρύνονται από τις παραδόσεις με μοναδικό σκοπό το κέρδος και την εμπορευματοποίηση της κουλτούρας τους. Προκειμένου επίσης να καλυφθούν οι αυξημένες ανάγκες για διαμονή και διασκέδαση των επισκεπτών πολλές φορές ολόκληροι παραδοσιακοί οικισμοί καταστρέφονται.

Σε πολλές περιπτώσεις επίσης δεν τηρείται το ωράριο εργασίας και δεν αναγνωρίζονται τα δικαιώματα των εργαζομένων. (Λάχα Νίκη, Βαγενά Ερμιόνη, Πετρούτσου Χαραλαμπία, 2015)

2.5.4 Ο υπέρ τουρισμός και οι κάτοικοι

Στα μέσα της δεκαετίας του 2000, σε χώρες όπως η Ισπανία, η Ιταλία, η Μάλτα και η Γαλλία άρχισαν έντονες διαμαρτυρίες κατά του μαζικού τουρισμού. Τις τελευταίες δύο δεκαετίες, ο «τουρισμός» εμφανίστηκε στην ατζέντα των κοινωνικών κινημάτων δίπλα σε πιο παραδοσιακά

ζητήματα όπως οι συνθήκες των εργαζομένων, ο κοινωνικός αποκλεισμός, η ανισότητα των φύλων και οι σεξουαλικές διακρίσεις (Milano, 2018). Οι ακτιβιστές κατά του τουρισμού ήταν ιδιαίτερα ισχυροί στην Ισπανία. Πολυάριθμες ενώσεις σε όλη την Ευρώπη και κοινωνικά κινήματα εκφράζουν τις ανησυχίες τους σχετικά με τον σταθερά αυξανόμενο αριθμό τουριστών που επισκέπτονται την ευρωπαϊκή ήπειρο (Seraphin et al., 2018). Τέτοιες κοινωνικές αναταραχές οδήγησαν στη δημιουργία οργανισμών όπως η Συνέλευση των Γειτονιών για τον Αειφόρο Τουρισμό (ABTS) στη Βαρκελώνη και το Δίκτυο Πόλεων της Νότιας Ευρώπης κατά του Τουρισμού (SET) (Milano et al., 2018).

Η άνοδος των αντιτουριστικών κινήματων σε πολλούς ευρωπαϊκούς προορισμούς δείχνει ότι όταν η τουριστική ανάπτυξη δεν πραγματοποιείται σωστά μπορεί να προκαλέσει μεγάλη αναστάτωση στον κοινωνικό ιστό. Ενώ οι επισκέπτες αρχικά ήταν ευπρόσδεκτοι από τον μόνιμο πληθυσμό λόγω του εισοδήματος που παράγουν, καθώς αυξάνεται ο αριθμός των επισκεπτών, οι ντόπιοι μπορεί να αισθάνονται ότι η ποιότητα της ζωής τους απειλείται και να γίνονται λιγότερο φιλόξενοι με τους τουρίστες (Croes et al., 2017). Οι ίδιες οι διαμαρτυρίες έχουν προκαλέσει ανησυχίες μεταξύ των ιδιοκτητών τοπικών επιχειρήσεων, οι οποίοι φοβούνται ότι μπορεί να γίνουν στόχοι του αντιτουριστικού αισθήματος των κατοίκων (Philip L. Pearce, 2018), ειδικά εάν απαιτούν την εισαγωγή νέων πολιτικών που θα περιορίζουν τον αριθμό των επισκεπτών και θα βλάπτουν την κερδοφορία και την ανάπτυξη της επιχείρησής τους.

Τα κινήματα κατά των τουριστών που έχουν λάβει χώρα τα τελευταία χρόνια είναι αρκετά. Ένα κοινωνικό κίνημα με το όνομα No Grandi Navi, στις 18 Ιουνίου του 2017 διοργάνωσε ένα λαϊκό δημοψήφισμα στη Βενετία για να απαγορεύσει τη διέλευση μεγάλων κρουαζιερόπλοιων μέσω του καναλιού Giudecca. Το αποτέλεσμα ήταν συντριπτικό το 99% των κατοίκων που ψήφισαν τάχθηκαν υπέρ της απαγόρευσης της διέλευσης των πλοίων. Τον Ιανουάριο του 2017, το κοινωνικό κίνημα Morar em Lisboa από τη Λισαβόνα, σε συνεργασία με περισσότερες από 30 τοπικές ενώσεις, κατήγγειλε με «ανοιχτή επιστολή» την υπερβολική εξάρτηση της οικονομίας της Λισαβόνας από την κερδοσκοπία και τον τουρισμό ακινήτων τύπου AIRBNB. Από τότε που βυθίστηκε το Costa Concordia στα ανοιχτά του νησιού Giglio, η ανησυχία για την εγγύτητα των κρουαζιερόπλοιων έχει αυξηθεί. Σύμφωνα με τον τερματικό σταθμό Venezia Passeggeri S.P.A., η Βενετία δέχθηκε 1.427.812 επιβάτες κρουαζιέρας και 466 κρουαζιερόπλοια το 2017. Στις 18 και 19 Μαΐου 2018, κοινωνικά κινήματα και ενώσεις γειτονιάς από 16

προορισμούς της Νότιας Ευρώπης, Paviile, Pempplía, Pice de Mallorca, Μάλτα, Μάλαγα, Μαδρίτη, Λισαβόνα, Φλωρεντία, Ίμπιζα, Χιρόνα, Σαν Σεμπασιάν, Κανάρια, Camp de Tarragona και Βαρκελώνη) συναντήθηκαν στη Βαρκελώνη για το Φόρουμ «Tourism reflections on Barcelona and Southern Europe», από το οποίο το Network of Southern Οι Ευρωπαϊκές πόλεις κατά του τουρισμού (Δίκτυο SET) γεννήθηκαν. (Research for Tran Committee Over tourism: impact and possible policy responses, 2018)

2.5.5 Οι επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού στους ίδιους τους τουρίστες

Οι επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού δεν υφίσταντο μόνο στους κατοίκους αλλά και στους ίδιους τους τουρίστες που επισκέπτονται περιοχές που πλήττονται από το φαινόμενο του υπέρ τουρισμού. Σύμφωνα με μελέτη που πραγματοποιήθηκε σε 29.000 τουρίστες σε Ευρώπη, Ασία και Αμερική τον Σεπτέμβριο του 2017 από το World Travel Monitor περίπου το 25% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι ο προορισμός που επισκέφθηκε είχε πληγεί από το φαινόμενο του υπέρ τουρισμού και το 9% μάλιστα δήλωσε ότι αυτό επηρέασε κατά πολύ την ποιότητα του ταξιδιού. Σε αυτό το ποσοστό αξίζει να σημειωθεί ότι το 13% ήταν οικογένειες με παιδιά ή άτομα κάτω των 34 ετών. Το μερίδιο ήταν διαφορετικό ανάλογα με την περιοχή προέλευσης των επισκεπτών αλλά ανεξάρτητο από τον προορισμό τους: 15% των Ασιατών, 9% των Βορειοαμερικανών και 8% των Ευρωπαίων δήλωσαν ότι η εμπειρία των διακοπών τους είχε επηρεαστεί αρνητικά από τον υπερβολικό αριθμό επισκεπτών (IPK International, 2018).

Υπάρχουν πολλές εκδοχές για το τι σημαίνει τουριστική εμπειρία. Παρόλα αυτά από την πλευρά του επισκέπτη αυτό συμπεριλαμβάνει σκέψεις, συναισθήματα και συμπεριφορές. Οι εμπειρίες προκύπτουν από εσωτερικά ερεθίσματα, όπως προηγούμενες εμπειρίες και προσδοκίες, και εξωτερικά ερεθίσματα, όπως ο προορισμός που επισκέπτονται οι τουρίστες, τα οποία βιώνονται μέσω των αισθήσεών τους (Bastiaansen et al., 2019). Ο συνωστισμός έχει οριστεί από τους Shelby et al. (1989) ως αρνητικός αριθμός συναντήσεων με άλλους επισκέπτες. Ο όρος συνωστισμός χρησιμοποιείται αναφερόμενος στην τουριστική εμπειρία, ενώ ο όρος πυκνότητα επισκεπτών χρησιμοποιείται για να περιγράψει τον αριθμό των ατόμων που είναι αντικειμενικά παρόντα, υπολογιζόμενο ανά μονάδα φυσικού χώρου.

2.5.6 Υπέρ τουρισμός , πολιτιστική κληρονομία και προστατευόμενες περιοχές

Οι περιοχές με αρχαιολογικό και πολιτιστικό πλούτο , καθώς επίσης και οι προστατευόμενες περιοχές φυσικού κάλλους συνήθως αποτελούν ισχυρό κίνητρο για την επισκεψιμότητα μιας περιοχής αλλά επίσης και εξαιτίας αυτής της ιδιαιτερότητας τα μέτρα που πρέπει να ληφθούν για την αντιμετώπιση τυχόν φαινομένων που σχετίζονται με τον υπέρ τουρισμό κρίνονται απαραίτητα. Για παράδειγμα περιοχές όπως εθνικά πάρκα ή αρχαιολογικοί χώροι απαιτούν μέτρα που αφορούν στην χρονοχωρική διαχείριση των επισκεπτών όχι μόνο για την προστασία της περιοχής και των ενδεχόμενων αρνητικών επιπτώσεων αλλά και για να μεγιστοποιηθεί το θετικό πρόσημο της τουριστικής εμπειρίας (Coccosis & Mexa, 2017)

Υπάρχει τεράστια βιβλιογραφία γύρω από το θέμα των αρνητικών επιπτώσεων σε προστατευόμενες περιοχές συμπεριλαμβανομένων πολλών αρνητικών επιπτώσεων που αφορά στο οικονομικό, κοινωνικό περιβάλλον αλλά και στην διατήρηση της αειφόρου ανάπτυξης της περιοχής. Οι ιδιαίτερες αυτές τοποθεσίες οφείλουν να προστατευτούν γιατί είναι εκείνες που προσελκύουν τους επισκέπτες. Τα ιστορικά κέντρα από την άλλη παίζουν μεγάλο ρόλο στην Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Κουλτούρα και πολλές φορές διατηρούνται από την εκάστοτε νομοθεσία των χωρών και ορισμένα από αυτά από τον κατάλογο των Μνημείων Παγκόσμιας Κληρονομιάς του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών για την εκπαίδευση, την επιστήμη και τον πολιτισμό (UNESCO). Ωστόσο, συχνά έρχονται αντιμέτωπα με το φαινόμενο του υπέρ τουρισμού παρά τα μέτρα που έχουν ληφθεί.. (Balmford and AI, 2015)

Παρόλο που και τα εθνικά πάρκα και τα μεγάλα ιστορικά μνημεία αποτελούν πηγή εσόδου για τις περιοχές μπορεί να προκληθούν ανεπανόρθωτες ζημιές και στα ίδια τα μνημεία αλλά και στην τοπική κοινότητα με την αύξηση του κόστους διαβίωσης αλλά και στους επισκέπτες όπου μειώνεται στην ουσία η ποιότητα της ταξιδιωτικής τους εμπειρίας .Για την αντιμετώπιση των αρνητικών επιπτώσεων του υπέρ τουρισμού, όπως η περιβαλλοντική υποβάθμιση και η διαταραχή των οικοσυστημάτων, έχει συσταθεί ο Ευρωπαϊκός Χάρτης για τον Αειφόρο Τουρισμό σε Προστατευόμενες Περιοχές (ECST). Το ECST είναι ένα πρακτικό εργαλείο διαχείρισης με στόχο τη διατήρηση των προστατευόμενων περιοχών και τη βελτίωση της βιώσιμης ανάπτυξης και των τουριστικών δραστηριοτήτων, λαμβάνοντας παράλληλα υπόψη το περιβάλλον, τις κοινότητες και τις προϋπάρχουσες οικονομικές δραστηριότητες. Το πρόβλημα όμως του ECST είναι ότι θα μπορούσε να θεωρηθεί απλά ως οικολογικό σήμα και όχι ως

προσέγγιση και μεθοδολογία που θα μπορούσε να είναι χρήσιμη για ένα ευρύ φάσμα προστατευόμενων περιοχών. (<https://www.europarc.org/library/europarc-events-and-programmes/european-charter-for-sustainable-tourism/>)

2.6 : Ανησυχίες για τις συνέπειες του υπέρ τουρισμού από τα μέλη του ETC ¹

Για να κατανοηθεί καλύτερα ο υπερτουρισμός και η συνέπειες του στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης από την οπτική των διαχειριστών προορισμών, ήλθαν σε επαφή 26 εθνικοί Οργανισμοί Προορισμού Μάρκετινγκ (DMOs) μέσω της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Ταξιδιών (ETC). Το ETC είχε λάβει επίσημη απόφαση στις 3 Ιουλίου 2018 να συμμετάσχει σε έρευνα μελέτης (89ο Διοικητικό Συμβούλιο, Βρυξέλλες). Ένα ερωτηματολόγιο στάλθηκε στα μέλη του ETC στις αρχές Ιουλίου και ακολούθησαν υπενθυμίσεις που στάλθηκαν τον Αύγουστο και τον Σεπτέμβριο του 2018. (Research for Tran Committee Over tourism: impact and possible policy responses, 2018) .

Αυτό που βγήκε ως βασικό συμπέρασμα ήταν ότι τα προβλήματα που αφορούν στον υπέρ τουρισμό συνήθως είναι εποχικής φύσεως. Παρόλα αυτά στοιχεία από όλες τις χώρες επιβεβαιώνουν το γεγονός ότι εάν συνεχισθεί αυτή η μεγάλη ροή αφίξεων το πρόβλημα του υπέρ τουρισμού θα πάρει ανεξέλεγκτες διαστάσεις. Επίσης, ένα άλλο στοιχείο που προέκυψε από την εν λόγω έρευνα είναι ότι μερικά αξιοθέατα έγιναν πολύ γνωστά σε μικρό χρονικό διάστημα πράγμα που σημαίνει ότι παραγκωνίστηκαν ή δεν λήφθηκαν καθόλου υπόψη οι ανάγκες των κατοίκων. Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι DMO θεώρησαν ότι το κόστος και τα οφέλη του τουρισμού έπαψαν να είναι πλέον σε ισορροπία. Οι διαχειριστές προορισμών τόνισαν ότι οι συγκέντρωση επισκεπτών σε ένα συγκριμένο μέρος είναι αποτέλεσμα εποχής, κάποιου συγκεκριμένου γεγονότος ή κάποιου συγκεκριμένου αξιοθέατου. Η υπέρ συγκέντρωση τουριστών μπορεί να γίνει και τον χειμώνα σε περιοχές όπως Ροβανιέμι Φιλανδία, Σαιντ Μοριτζ Ελβετία είτε καλοκαίρι Ελληνικά Νησιά, Τενερίφη. Την πίεση συνήθως δέχονται τα αξιοθέατα που «επιβάλλεται να δουν οι επισκέπτες» ή κάποια νέα αξιοθέατα ή προορισμοί που γίνονται «μόδα».

¹ Το ETC είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που περιλαμβάνει 32 ευρωπαϊκούς εθνικούς τουριστικούς οργανισμούς ως μέλη (DMOS), ο οποίος στοχεύει στην προώθηση της Ευρώπης ως τουριστικού προορισμού.

Ακολουθούν μερικά από τα προβλήματα που εντοπίστηκαν από τους DMO (Διαχειριστές Τουρισμού) :

- ✓ Κοινωνικά προβλήματα : Αλλαγές και αλλοίωση της τοπικής ταυτότητας, εντάσεις μεταξύ ντόπιων και τουριστών, αντικοινωνική συμπεριφορά τουριστών.
- ✓ Περιβαλλοντικά προβλήματα : Κυκλοφοριακή Συμφόρηση, προβλήματα Στάθμευσης, αύξηση της ζήτησης ηλεκτρικής ενέργειας, αύξηση της ζήτησης νερού, δημιουργία μεγάλου όγκου απορριμμάτων.
- ✓ Ζητήματα που σχετίζονται από υπεράριθμους τουρίστες: Δυσαναλογία τουριστών/κατοίκους της περιοχής, Όρια υποδομών, Επιπτώσεις Airbnb και άλλων πλατφορμών χρονομίσθωσης στην αγορά ή ενοικίαση κατοικιών.
- ✓ Κοινωνικοοικονομικά προβλήματα: Υποδομές που εξυπηρετούν κατά κύριο λόγο και ολόένα και περισσότερο τους τουρίστες, απομάκρυνση κατοίκων από ορισμένες περιοχές λόγω υψηλού κόστους διαβίωσης, οι εργαζόμενοι στον τουρισμό αντιμετωπίζουν λιγότερο ευνοϊκές συνθήκες εργασίας, εισροή ξένου εργατικού δυναμικού ως αποτέλεσμα της εποχικά υψηλής ζήτησης εργασίας.
- ✓ Προβλήματα επισκεπτών: Εμπορευματοποίηση των εμπειριών, μείωση και υποβάθμιση της τουριστικής εμπειρίας .(Research for Tran Committee Over tourism: impact and possible policy responses, 2018).

2.7 : Συνοπτικός πίνακας με τις επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού ανά τομέα

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω ακολουθεί πίνακας με όλες τις επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού ανά τομέα.

Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις

Αύξηση της χρήσης των φυσικών πόρων	Μεγάλα προβλήματα στην μόλυνση του νερού, του εδάφους, του αέρα και της διαχείρισης στερεών αποβλήτων
Η συγκέντρωση των τουριστών σε συγκεκριμένες περιοχές ιδιαίτερα εκεί που	Κυκλοφοριακή συμφόρηση ιδιαίτερα σε ώρες αιχμής

βρίσκονται τα τουριστικά αξιοθέατα	
Η αύξηση των εγκαταστάσεων που απευθύνονται σε τουρίστες	Αλλοίωση της μορφολογίας του τοπίου
Αύξηση επισκεπτών σε εθνικά πάρκα ή αρχαιολογικούς χώρους	Φθορές στα μνημεία και στα στα πάρκα
Μεγάλος αριθμός τουριστών στα αξιοθέατα	Συνωστισμός στα τουριστικά αξιοθέατα και αύξηση απορριμμάτων στους γύρω χώρους

Οικονομικές επιπτώσεις

Σχεδόν αποκλειστική εξάρτηση της οικονομίας του εκάστοτε προορισμού από τον τουρισμό	Οικονομική εξάρτηση και ανάπτυξη μόνο του τριτογενή τομέα εις βάρος του δευτερογενή και πρωτογενή. Επαγγέλματα με μεγάλη εποχικότητα
Η αυξανόμενη (μερικές φορές και εντελώς μη αναμενόμενη και ξαφνική) ζήτηση και χρήση υποδομών, εγκαταστάσεων και εμπορικών δραστηριοτήτων που απευθύνονται μόνο στον τουρισμό	Μειώνεται η ποιότητα και αυξάνεται πολλές φορές και το κόστος κατασκευής για τους κατοίκους
Αύξηση της ζήτησης για ορισμένα συγκεκριμένα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες και συντελεστές παραγωγής (μεσάζοντες, γη, κεφάλαιο, εργασία, ακίνητα προκαλούν μεγάλη αύξηση των τιμών	Πληθωρισμός τιμών και μείωση της διαθεσιμότητας ορισμένων αγαθών, υπηρεσιών και συντελεστών παραγωγής που απευθύνονται στους κατοίκους και σε άλλους τομείς και λειτουργίες (βιομηχανία, γεωργία, στέγαση κ.λπ.).
Αύξηση του πλήθους επισκεπτών σε πολλά σημεία ιδιαίτερα στα πιο τουριστικά	Μείωση της ποιότητας, της προσβασιμότητας και αύξηση του κόστους συντήρησης για υποδομές, εγκαταστάσεις και εμπορικές δραστηριότητες
Αλλοίωση του τοπίου	Αλλοίωση εν γένει του προορισμού και της εικόνας του

Κοινωνικό οικονομικές επιπτώσεις

Αύξηση του αριθμού των επισκεπτών έναντι των κατοίκων	Περιοριοποίηση των ίδιων των κατοίκων λόγω της αντιστοιχίας μεγάλου αριθμού επισκεπτών ανά κάτοικο
Αύξηση της επισκεψιμότητας σε μνημεία, δραστηριότητες και σε εκδηλώσεις από τουρίστες	Εμπορευματοποίηση της τοπικής κουλτούρας
Αλλαγή στην οικογενειακή δομή, στην συμπεριφορά του ντόπιου πληθυσμού και στις αξίες	Αποδυνάμωση πολιτιστικών παραδόσεων, αξιών και ηθικών προτύπων που οδηγεί σε απώλεια κοινοτικού πνεύματος και υπερηφάνειας και εν τέλει απώλεια πολιτιστικής ταυτότητας
Μερικές περιοχές προσελκύουν τους λεγόμενους κακούς «τουρίστες»	Αύξηση της εγκληματικότητας σε εκείνες τις περιοχές, ανεπιθύμητες συμπεριφορές, αύξηση του τζόγου
Αύξηση των κινημάτων διαμαρτυρίας	Λόγω του υπερβολικού όγκου τουριστών αυξάνονται οι κινήσεις διαμαρτυρίας των κατοίκων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : Η ΡΟΔΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΗ ΜΕ ΤΟΝ ΥΠΕΡ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

3.1 :Γενικά χαρακτηριστικά του νησιού της Ρόδου

Η Ρόδος αποτελεί το μεγαλύτερο νησί των Δωδεκανήσων και ανήκει διοικητικά στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου. Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου έχει ήπιο κλίμα μεσογειακό με την θερμοκρασία να κυμαίνεται από 11 έως 28 βαθμούς. Η Ρόδος ως το μεγαλύτερο νησί και πρωτεύουσα διαθέτει πληθώρα υποδομών και εγκαταστάσεων, καθώς έχει μεγάλη παράδοση στον τουρισμό που ξεκινάει ήδη από το 1920! Τα στοιχεία που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν του νησιού είναι οι φυσικοί του πόροι σε συνδυασμό με το κλίμα. Το κυρίαρχο λοιπόν εξαγωγίμο τουριστικό προϊόν συνίσταται στον ήλιο και θάλασσα. Πολλές παραλίες του νησιού έχουν βραβευτεί και διακριθεί με γαλάζια σημαία. Το πλούσιο οικοσύστημα συνδυάζεται με την πυκνή βλάστηση σε μεγάλη έκταση ιδιαίτερα στην Νότια πλευρά και στην ενδοχώρα. Τέλος οι πολιτιστικοί πόροι που διαθέτει όπως η Παλιά Πόλη που έχει χαρακτηριστεί ως μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς και η αρτιότερα σωσμένη ανα τον κόσμο μεσαιωνική πόλη, καθώς και τα αρχαία μνημεία που διαθέτει Κάμιρος, Λίνδος, Αρχαίο Στάδιο του Διαγόρα, οι χοροί, τα ήθη και τα πάμπολα έθιμα συνθέτουν την ολοκληρωμένη τουριστική εικόνα του νησιού. (Ματένια Κουρουπάκη, 2016)

Η Ρόδος διαθέτει διεθνή αερολιμένα με αφίξεις από 149 κράτη και πλήθος αεροπορικών εταιρειών. Το αεροδρόμιο «Διαγόρας» παρόλο που εκσυγχρονίστηκε τα τελευταία χρόνια αφού πέρασε και στην Fraport χρειάζεται περαιτέρω αναβάθμιση λόγω του μεγάλου όγκου επισκεπτών που δέχεται ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες. Το λιμάνι του Μανδρακίου διαθέτει 120 θέσεις ελλιμενισμού ενώ εξυπηρετεί και μεγάλα σκάφη. Η νέα Μαρίνα διαθέτει 382 θέσεις με δυνατότητα επέκτασης σε 563. Παράλληλα υπάρχει και το λιμανάκι της Καμίρου, ο όρμος του Φαληρακίου και της Λίνδου όπου μπορούν να αγκυροβολήσουν σκάφη προκειμένου να προφυλαχθούν από τους ανέμους. (ΙΝΣΕΤΕ, 2018)

Στον τομέα τώρα της εστίασης διαθέτει 1.050 καταγεγραμμένα εστιατόρια με ποικιλία από διάφορες κουζίνες. Κυριότερα βέβαια παραδοσιακές ή ψαροταβέρνες. Διαθέτει πολλά τοπικά πιάτα όπως τα πιταρούδια, το σουπίοριζο, τα μελεκούνια και καθώς επίσης και παράγει ντόπιο κρασί. Στον τομέα της νυχτερινής ζωής διαθέτει 80 νυχτερινά κλαμπ και μπαρ με τα

περισσότερα να βρίσκονται στην Παλιά Πόλη ή και στα Ανατολικά του νησιού. Εμπορικά καταστήματα διαθέτει πληθώρα και με γνωστές αλυσίδες όπως Zara & HM αλλά και μικρότερα καταστήματα ένδυσης και υπόδησης, καθώς και αγοράς τοπικών παραδοσιακών προϊόντων. Επίσης, διαθέτει τράπεζες, ΕΛΤΑ, νοσοκομείο και δικαστικό μέγαρο. (ΙΝΣΕΤΕ, 2022)

Η Ρόδος διαθέτει το μεγαλύτερο αριθμό δωματίων σε όλη την Δωδεκάνησο με την Κω και την Κάρπαθο να ακολουθούν. Τα περισσότερα ξενοδοχεία βρίσκονται στη νοτιοανατολική πλευρά και κυρίως στο Φαληράκι και στην Λίνδο. Το 2018 καταγράφηκαν 528 ξενοδοχεία με το 31% να ανήκει σε κατηγορία από 4 αστέρια και πάνω.

Από το 2010 έως και το 2019 ο αριθμός αφίξεων αυξήθηκε κατά 40% και η αύξηση οφείλεται αποκλειστικά και μόνο σε αλλοδαπούς τουρίστες. Οι ημεδαποί τουρίστες μάλιστα παρουσίασαν μείωση πιθανόν και λόγω της οικονομικής κρίσης. Αύξηση επίσης παρατηρήθηκε και στους επισκέπτες κρουαζιέρας αλλά σε μικρότερο ποσοστό. Το αεροδρόμιο της Ρόδου είναι το 4^ο σε κίνηση σε όλη την Ελλάδα και δέχεται τις περισσότερες διεθνείς αφίξεις. Η μεγαλύτερη αγορά σε αφίξεις είναι το Ηνωμένο βασίλειο και ακολουθούν Γερμανία και Ισραήλ ιδιαίτερα και λόγω της ύπαρξης του καζίνου (ΙΝΣΕΤΕ, 2022).

Ένα ακόμη αξιόλογο στοιχείο που αντλήθηκε την δεκαετία που διανύθηκε για το νησί ήταν ότι η επισκεψιμότητα στους αρχαιολογικούς χώρους μειώθηκε σε σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 30% την περίοδο 2014-2019 ενώ στα μουσεία παρέμεινε στα ίδια περίπου επίπεδα. Αυτό το γεγονός αποδεικνύει έμπρακτα την στροφή του τουριστικού προϊόντος στο Ήλιος και Θάλασσα ή στον τουρισμό των τριών S (sun, sea and sand).

3.2 : Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού στο νησί

Καθώς, η τουριστική ανάπτυξη στηρίζεται κυρίως στην αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων δημιουργεί πιέσεις όταν αγγίζει ή ξεπερνάει το όριο της φέρουσας ικανότητας του εκάστοτε προορισμού. Στις πιέσεις αυτές περιλαμβάνονται η μόλυνση των υδάτων, η ηχορύπανση, η διατάραξη της χλωρίδας και της πανίδας, οι καταστροφές των αρχαιολογικών χώρων, η ατμοσφαιρική ρύπανση. Ο σωστός σχεδιασμός αποτελεί σωτήρια λέμβο για την διατήρηση τόσο του φυσικού όσο και του πολιτιστικού περιβάλλοντος.

Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις είναι δυο κατηγοριών: οι μόνιμες οι οποίες προέρχονται κυρίως από την δημιουργία οικοδομών και οικισμών και οι εποχιακές που προέρχονται από την λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων και αφορούν στην κατανάλωση νερού και ενέργειας, καθώς και στην παραγωγή αποβλήτων.

Το πιο σοβαρό πρόβλημα που αντιμετωπίζουν τα ελληνικά νησιά ιδιαίτερα κατά την θερινή περίοδο είναι η έλλειψη πόσιμου νερού. Η υπεράντληση υδάτων προκειμένου να καλυφθούν οι αυξημένες ανάγκες των επισκεπτών για νερό, πισίνες, γήπεδα πολλές φορές υπερβαίνει τις δυνατότητες φυσικής αναπλήρωσης των αποθεμάτων. Αναφορικά με το νερό στην Ρόδο η επάρκεια του μέχρι στιγμής και η ποιότητα του κρίνονται επαρκείς. Όμως, η Νότια πλευρά της ιδιαίτερα από την περιοχή Κιοιτάρι και κάτω γνωρίζει ανάπτυξη με πολύ γοργούς ρυθμούς και δεδομένης και της νέας πρωτοβουλίας για την συνολική αναβίωση της περιοχής του Γκόλφ στα Αφάντου θα χρειασθεί να παρθούν άμεσα μέτρα ορθολογικής διαχείρισης.

Όσο αφορά την διαχείριση υγρών απόβλητων η εκτίμηση είναι ότι το 40% της ποσότητας παράγεται από τους μόνιμους κατοίκους ενώ το 60% από τους τουρίστες. Στην Ρόδο η εγκατάσταση επεξεργασίας λυμάτων δυναμικότητας 120.000 ισοδύναμων κατοίκων, εξυπηρετεί την πόλη της Ρόδο, την Ιαλυσό και την Καλλιθέα. Η γραμμή επεξεργασίας των λυμάτων είναι δευτεροβάθμια ενώ η διάθεση της επεξεργασμένης εκροής έχει ως αποδέκτη το Αιγαίο πέλαγος. Τα επεξεργασμένα λύματα δυστυχώς δεν χρησιμοποιούνται για άρδευση ή βιομηχανικούς σκοπούς. Οι ξενοδοχειακές μονάδες που είναι πάνω από 4 αστέρια επιδοτήθηκαν από αναπτυξιακούς νόμους και διαθέτουν βιολογικούς καθαρισμούς δεδομένου του γεγονότος ότι υπήρξε προϋπόθεση για την επιδότηση. (Ματένια Κουρουπάκη, 2016)

Η ποιότητα του νερού παραμένει αρκετά υψηλή δεδομένου του γεγονότος ότι φέτος σε επίπεδο δήμων προηγείται η Ρόδος με 55 γαλάζιες σημαίες και έπονται οι δήμοι Κασσάνδρας και Αγίου Νικολάου με 32 και 25 σημαίες αντίστοιχα. (<https://www.rodiaki.gr/article/476645/55-galazies-shmaies-phre-fetos-h-rodos>). Όμως η προβλεπόμενη αύξηση του τουρισμού μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες στο θαλάσσιο περιβάλλον του νησιού, καθώς η αύξηση των πλοίων και των τουριστών μπορεί να επιδεινώσουν πολύ το πρόβλημα της θαλάσσιας ρύπανσης.

Άλλο ένα μεγάλο πρόβλημα αποτελεί η διαχείριση απορριμμάτων και στερεών αποβλήτων ιδιαίτερα στις περιοχές που υπάρχει μεγάλη συγκέντρωση τουριστών, καθώς δεν ακολουθεί τα σύγχρονα πρότυπα και δημιουργείται έτσι ορατός κίνδυνος υποβάθμισης του περιβάλλοντος. (<http://www.apdaigaiou.gov.gr>)

Όσο αφορά τώρα την βιοποικιλότητα σύμφωνα με το δίκτυο Natura 2000 υπάρχουν 5 περιοχές στο νησί που έχουν χαρακτηριστεί ως προστατευόμενες. Αναλυτικότερα στην περιοχή 1 όπου καλύπτεται από maquis (σπάνιο είδος Μεσογειακού λουλουδιού) και φρύγανα. Στην περιοχή 2 που βρίσκονται πλήθη προστατευόμενων φυτών, το δάσος των κυπαρισσιών στην Εμπωνα που θεωρείται ως φυσικό μνημείο, εντοπίζονται οικότοποι μεγάλης σημασίας καθώς και μια τεχνητή λίμνη η οποία αποτελεί το τελευταίο καταφύγιο για τα ενδημικά ψάρια των εσωτερικών υδάτων του νησιού. Η περιοχή 3 σημαντική περιοχή για την αναπαραγωγή αρπακτικών και θαλάσσιων πτηνών καθώς και η περιοχή 4. Η περιοχή 5 είναι αυτή με την μεγαλύτερη οικολογική αξία καθώς έχει τα περισσότερα ενδημικά και προστατευόμενα είδη.

Σύμφωνα με την βάση δεδομένων για την Ελληνική Φύση Φύλωτας, οι περιοχές Natura που απειλούνται οι περιοχές Natura του νησιού και συγκεκριμένα η περιοχή 2 όπου υπάρχει ορατός κίνδυνος πυρκαγιάς λόγω του κωνοφόρου δάσους. Η περιοχή 4 όπου το φαινόμενο του υπερτουρισμού οδήγησε στην εγκατάλειψη παραδοσιακών αγροτικών δραστηριοτήτων, δημιουργώντας παράλληλα και αρνητικές συνέπειες στην βιοποικιλότητα καθώς και στην υποβάθμιση των υγρότοπων λόγω μεγάλων κτηριακών όγκων. Το ίδιο συμβαίνει και στην περιοχή 5 λόγω της αυξημένης τουριστικής δραστηριότητας. (<https://www.naturagraeca.com/ws/131,193,366,1,1,%CE%A1%CF%8C%CE%B4%CE%BF%CF%82>)

3.3 : Υποβάθμιση τοπίου εξαιτίας του υπέρ τουρισμού στην Ρόδο

Η ποιότητα του τοπίου ενέχει κάποια δυσκολία στον προσδιορισμό της, καθώς η σημασία του τοπίου ξεπερνά τα όρια ενός συγκεκριμένου χώρου και συχνά συμβάλει στον προσδιορισμό του περιβάλλοντος, καθώς η βελτίωση από την μια μεριά και η βιωσιμότητα των πόρων από την άλλη δημιουργούν απαίτηση αδύνατον να παραβλεφθεί και στην οποία η συμβολή του τοπίου έχει προστιθέμενη καθοριστική αξία (Παρπαίρης, 2010).

Στην Ρόδο τα ειδικά διατάγματα όρων δόμησης της δεκαετίας 1960-1970 που προέβλεψαν ειδικούς συντελεστές δόμησης ιδιαίτερα υψηλούς με αποτέλεσμα να κατεδαφισθούν πολλά αξιόλογα κτήρια και στην θέση τους να κατασκευαστούν πολυώροφα ξενοδοχεία ιδιαίτερα στην περιοχή της Ιξιάς στο βόρειο μέρος του νησιού. Το σοβαρότερο από όλα ήταν ότι δεν υπήρχε θέσπιση ειδικών όρων δόμησης με αποτέλεσμα την απειλή παραδοσιακών οικισμών και την αλλοίωση του χαρακτήρα τους. Ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό παράγοντα επέκτασης των αστικών περιοχών καθώς περιοχές με φυσικές εκτάσεις μετατρέπονται σε τεχνητές περιοχές. Τα διατάγματα για ανεγέρσεις οικοδομών σε περιοχές εκτός σχεδίου είχαν ως αποτέλεσμα να κατακλυστούν δασικές και παραθαλάσσιες εκτάσεις με κτίσματα και να οδηγήσουν σε σταδιακή υποβάθμιση του τοπίου. (Ματένια Κουρουπάκη, 2016)

Προβλήματα όπως στάθμευσης, κυκλοφοριακής συμφόρησης και ηχορύπανσης παρουσιάζονται στο κέντρο της πόλης . Ο θόρυβος συγκεκριμένα είναι αποτέλεσμα εποχικών περιβαλλοντικών πιέσεων που προέρχονται από τον τουρισμό της θερινής κυρίως περιόδου. Στο κέντρο της πόλης στην περιοχή Ορφανίδου όπου βρίσκονται τα περισσότερα μπαρ και κέντρα διασκέδασης έπειτα από δεκάδες μηνύσεις των κατοίκων το Σώμα Ελεγκτών Δημόσιας Διοίκησης προέβει στον απαιτούμενο έλεγχο.

Τέλος, το δίκτυο των πεζοδρομιών είναι πολύ περιορισμένο με μη επαρκή συντήρηση, ενώ οι κοινόχρηστοι χώροι δεν συντηρούνται επαρκώς οι κοινόχρηστοι χώροι όπως πάρκα και πλατείες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ότι στα θερινά ανάκτορα όπου και στεγάζεται η δημοτική βιβλιοθήκη και υπάρχει μεγάλο πάρκο είναι εμφανώς εγκαταλελειμμένο εδώ και 20 χρόνια, ομοίως και για το πάρκο του Ροδινιού που έχει συντηρηθεί μερικώς. (ΒΕΤΑΠΛΑΝ, 2010)

3.4 : Κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις του υπέρ τουρισμού

Ο τουρισμός είναι τομέας έντασης εργασίας και δημιουργεί πολλές νέες θέσεις. Η τουριστική ανάπτυξη έχει ως χαρακτηριστικό την μερική απασχόληση και γενικότερα πιο ευέλικτες θέσεις εργασίας. Αυτοί κυρίως που απασχολούνται στον τομέα του τουρισμού είναι οι νέοι έως 30 ετών και οι εργαζόμενοι με χαμηλό επίπεδο εξειδίκευσης. Η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα αντανακλάται στα στοιχεία που έχουν αντληθεί από την ΕΛΣΤΑΤ όπου η κυριαρχία του

Τριτογενή τομέα της οικονομίας είναι πολύ εμφανής με ποσοστό που ανέρχεται στο 82% για τον Νομό Δωδεκανήσου, ενώ ακολουθεί ο Δευτερογενής τομέας και αυτός σε συρρίκνωση εάν εξαιρέσουμε μόνο τις βιοτεχνίες που και αυτές συνδέονται με τον τουρισμό και ο πρωτογενής τομέας που καλύπτει πλέον ένα πολύ μικρό ποσοστό της τάξεως του 2,6 % παρά την ζήτηση για γεωργική και κτηνοτροφική παραγωγή που υπάρχει στο νησί (Πάντειο Πανεπιστήμιο , 2017).

Όσο αφορά την δημογραφική εξέλιξη του πληθυσμού στο νησί παρατηρείται μια πολύ μεγάλη αύξηση λόγω των αυξανόμενων τουριστικών ροών. Σύμφωνα με τα στοιχεία απογραφής της ΕΛΣΤΑΤ από το 1951 έως και το 2011 έχουμε τις εξής μεταβολές (ΕΛΣΤΑΤ απογραφή Πληθυσμού 1951-2011):

- 1951 μόνιμος πληθυσμός 58.946 κάτοικοι
- 1961 μόνιμος πληθυσμός 63.954 κάτοικοι
- 1971 μόνιμος πληθυσμός 66.609 κάτοικοι
- 1981 μόνιμος πληθυσμός 87.833 κάτοικοι
- 1991 μόνιμος πληθυσμός 98.181 κάτοικοι
- 2001 μόνιμος πληθυσμός 117.007 κάτοικοι
- 2011 μόνιμος πληθυσμός 115.890 κάτοικοι

Κατά την θερινή περίοδο βέβαια, ο πληθυσμός αυξάνεται κατά πολύ κάτι που δημιουργεί προβλήματα όπως προαναφέραμε στην ύδρευση, στην διαχείριση λυμάτων και απορριμμάτων. Εκτιμάται δε ότι κατά τον μήνα Αύγουστο ο πληθυσμός προσαυξάνεται περίπου στο 72% . Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της βραχυχρόνιας μίσθωσης έναντι της μακροχρόνιας. Το πρόβλημα αυτό γίνεται εντονότερο και με την ανάπτυξη του Airbnb. Στην Μεσαιωνική πόλη της Ρόδου σε μια μικρή έκταση μετρούνται 25 επιχειρήσεις ενοικιαζόμενων δωματίων και 24 μικρά ξενοδοχεία, γεγονός που κάνει δύσκολη την εξεύρεση ενοικιαζόμενων σπιτιών (www.dimokratiki.gr)

Ένα άλλο ενδιαφέρον στοιχείο προέρχεται από την πλατφόρμα ενοικιαζόμενων καταλυμάτων διακοπών την Holidu , που ερεύνησε 20 πόλεις με τους περισσότερους τουρίστες ανά κάτοικο. Δυο ελληνικοί προορισμοί βρίσκονται στην πρώτη δεκάδα μεταξύ αυτών και η Ρόδος. Τις πρώτες θέσεις κατέλαβαν η Βενετία, το Ντουμπρόβνικ και Μπριζ με 36 τουρίστες ανά κάτοικο ενώ η Ρόδος βρίσκεται στην τέταρτη θέση με 21 τουρίστες ανά κάτοικο. Όπως

αναφέρει η Holidu είναι εύκολο κανείς να καταλάβει την μεγάλη ζήτηση που έχει το νησί λόγω των εκπληκτικών παραλιών αλλά και των αρχαίων και μεσαιωνικών μνημείων. Γίνεται σύσταση από την πλατφόρμα για επίσκεψη τους μήνες Μάιο και Οκτώβριο έτσι ώστε να αποφεύγετε ο συνωστισμός και οι υψηλές τιμές. (Βίκη Βαμιεδάκη, Δημοκρατική Ρόδου) .

Επίσης, ένας άλλος σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την οικονομική απόδοση του τουρισμού είναι η εξάρτηση που έχει μια περιοχή από τους λεγόμενους tour operators , αφού η μεγαλύτερη δέσμευση καταδεικνύει μικρότερη βιωσιμότητα των τουριστικών επιχειρήσεων και της τοπικής οικονομίας εν γένει. Σύμφωνα λοιπόν με τα στοιχεία της ΥΠΑ, οι αφίξεις των πτήσεων charter είναι εξαιρετικά υψηλή γεγονός που δηλώνει την απόλυτη σχεδόν εξάρτηση από τους tour operators. Σύμφωνα με την Δωδεκανησιακή Εταιρεία Ανάπτυξης, το 74% των επισκεπτών αγοράζουν πακέτα που περιλαμβάνει πτήση και διαμονή και αυτό μεταφράζεται στο γεγονός ότι πολλά χρήματα διαρρέουν σε μεσάζοντες. Μια άλλη σημαντική παράμετρος είναι η εμφάνιση των ξενοδοχείων all inclusive τα οποία πλέον κατακλύζουν μεγάλο μέρος του νησιού , πράγμα που σημαίνει ότι ο επισκέπτης δεν δαπανά πλέον χρήματα εκτός ξενοδοχείου για την διατροφή ή και διασκέδαση του άρα η ζήτηση των μικρών επιχειρήσεων εκτός ξενοδοχείων μειώνεται αισθητά.

3.5 : Παραδείγματα Υπέρ- Τουρισμού

3.5.1 Βαρκελώνη

Μετά την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 1992 που υπήρξε δραματική αναμόρφωση της πόλης, ο τουρισμός στην Βαρκελώνη αναπτύχθηκε με ταχύτατους ρυθμούς. Το λιμάνι της μόνο έχει καταφέρει να δέχεται 7 κρουαζιερόπλοια σε ημερήσια βάση κάτι που μεταφράζεται σε 30.000 τουρίστες ημερησίως. Επιπλέον, οι αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους αυξάνουν κατά πολύ την ροή τουριστών (Ντούνη, 2015). Το 2019 η πόλη υπέστη πλήγμα εξαιτίας του ρεκόρ μόλυνσης που της προκάλεσαν τα ογκώδη πλοία, καθώς ρυπαίνουν με διοξείδιο του θείου και οξείδιο του αζώτου. Ήταν η μεγαλύτερη μόλυνση πανευρωπαϊκής κλίμακας. Επιπλέον, οι επιβάτες της κρουαζιέρας βγαίνουν στην πόλη μαζικά και επιδεινώνουν την κατάσταση του κυκλοφοριακού χάους της περιοχής προσφέροντας ελάχιστα στην οικονομία

αφού δεν πληρώνουν κατάλυμα. (<https://www.kathimerini.gr/economy/561921118/i-varkeloni-pairnei-metra-gia-ton-ypertoyrismo/>)

Παρά την ανάπλαση της πόλης και την μεγάλη εισροή εσόδων, οι κάτοικοι της Βαρκελώνης φαίνονται δυσαρεστημένοι. Οι κάτοικοι νιώθουν ότι η πόλη δεν τους ανήκει πλέον και ότι όλα λειτουργούν με βάση τον τουρισμό. Ζωντανό παράδειγμα αποτελεί η Las Ramblas και το Park Guell. Επιπλέον, το κέντρο της Βαρκελώνης έχει γεμίσει με airbnb και ενοικιαζόμενα δωμάτια. Υπάρχει διαρκής ρύπανση και όχληση όλο το 24ωρο. Είναι ενδεικτικό το γεγονός ότι μεταξύ 2006 -2013, πάνω από 14.000 άτομα εγκατέλειψαν το κέντρο δηλαδή περίπου το 12% του πληθυσμού. (Mount I, 2015).

Οι ντόπιοι ανησυχούν πολύ για την τουριστικοκεντρική προσέγγιση που έχει αναπτύξει η πόλη και επιζητούν την ισορροπία μεταξύ τουρισμού και τοπικής κοινωνίας έτσι ώστε να μειωθούν οι αρνητικές επιπτώσεις που δημιουργούνται στην ζωή των κατοίκων. Είναι επιτακτική ανάγκη να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα έτσι ώστε να περάσει η πόλη στο στάδιο της Πτώσης αλλά της Αναζωογόνησης (βλ. Battler). Σε μια προσπάθεια περιορισμού των δυσάρεστων επιπτώσεων του υπέρ- τουρισμού, οι δημοτικές αρχές έχουν περιορίσει την ανέγερση νέων ξενοδοχείων και έχουν λάβει μέτρα να μειωθεί ο αριθμός των airbnb. Σε ότι αφορά τα κρουαζιερόπλοια η Βαρκελώνη δεν είναι η μόνη πόλη που δεν τα καλοδέχεται , παρόμοια αντιμετώπιση υπάρχει και στο Λιμάνι της Πάλμα Ντε Μαγιόρκα που το περιόρισαν στα τρία πλοία ανά ημέρα. Από το 2021, επίσης απαγορεύθηκε η είσοδος στο λιμάνι της Βενετίας μεγάλων πλοίων ενώ αντίστοιχοι περιορισμοί έχουν μπει στο λιμάνι του Ντουμπρόβνικ. Επίσης οι κάτοικοι της πόλης μετά την πανδημία, υποστηρίζουν ότι δεν μπορούν να επιστρέψουν στην εποχή με τα 3,1 εκατομμύρια ταξιδιώτες που κατέκλυζαν την Βαρκελώνη τονίζει ο αντιδήμαρχος Τζάνετ Σαντζ, οι κάτοικοι δεν θέλουν να επιστρέψουν στα παλιά. (<https://www.kathimerini.gr/economy/561921118/i-varkeloni-pairnei-metra-gia-ton-ypertoyrismo/>)

3.5.2 Σαντορίνη

Η Σαντορίνη αποτελεί το πρώτο ελληνικό νησί που έχει πληγεί από το φαινόμενο του υπέρ- τουρισμού. Η έκθεση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου (TRAN Committee) κάνει σαφή τον

κίνδυνο αλλοίωσης του χαρακτήρα του νησιού από την ανεξέλεγκτη ροή τουριστών (Μπέλλος, 2019). Τα νούμερα είναι εντυπωσιακά μεγάλα, το 2017 οι διανυκτερεύσεις στο νησί άγγιζαν τα 5,5 εκατομμύρια σημειώνοντας ραγδαία αύξηση μέσα σε μια πενταετία της τάξεως του 65%. Επίσης, οι κρουαζιέρες σημείωσαν ραγδαία αύξηση το 2018 με 474 αφίξεις και περί τους 750.000 επιβάτες. Αυτό έφερε ως αποτέλεσμα ο Δήμαρχος της Σαντορίνης να εφαρμόσει μέτρο υποδοχής ως 8.0000 επισκέπτες ημερησίως από κρουαζιέρες (Smith,2018).

Από την άλλη οι κάτοικοι απειλούνται με εκτόπιση λόγω της υπεραύξησης καταλυμάτων airbnb τα οποία είναι σαφώς πολύ πιο κερδοφόρα. Το φαινόμενο «crowd out» εκφράζει κατά πολύ ο νησί της Σαντορίνης, όπου εκφράζει την αλλοίωση του κοινωνικού ιστού σε έναν τέτοιο δημοφιλή προορισμό όπου οι κάτοικοι μετατοπίζουν την κατοικία τους σε πιο απομακρυσμένες περιοχές προκειμένου για το κέρδος και οι εργαζόμενοι αναγκάζονται να μένουν σε μη ανεκτές συνθήκες (Μπέλλος, 2019).

Παρόλο που τα ετήσια έσοδα του νησιού έχουν εκτιναχθεί στα ύψη, ο κοινωνικός ιστός του νησιού υποφέρει. Οι ειδικοί στον τουρισμό εκπέμπουν SOS όσο αφορά το μέλλον του νησιού. Ο κ. Ανδρεάδης σε σχόλιό του αναφέρει: «Θυμίζω ο ΣΕΤΕ έχει επισημάνει: Άμεση επιβολή τέλους ανά αποβιβαζόμενο επισκέπτη κρουαζιερόπλοιου υπέρ υποδομών. Φρένο σε άναρχη υπέρ- δόμηση. Συμμετρική φορολόγηση σε μισθώσεις Airbnb. Χωρίς σχεδιασμό 10ετίας & crisis management η Σαντορίνη νομοτελειακά θα καταρρεύσει».(<https://www.ethnos.gr/greece/article/55945/sosgiathsantorinhlogoypertoyris moyt hakatarreyseitonhsixorissxediasmo>)

Η εντυπωσιακή επιμήκυνση της σεζόν στο νησί πρόσθεσε περίπου 15.000 επιπλέον μόνιμους κατοίκους. Το μεγαλύτερο πρόβλημα η έλλειψη κατοικιών συνεχώς αυξάνεται με αποτέλεσμα το νησί πολλές φορές να μένει χωρίς καθηγητές και δασκάλους. Η αύξηση αυτή έχει και παράπλευρες απώλειες καθώς επιβαρύνεται το περιβάλλον με επιπλέον κατανάλωση ενέργειας, νερού και την αύξηση των απορριμμάτων.

3.5.3 Άμστερνταμ

Με περισσότερους από 19 εκατομμύρια τουρίστες να την επισκέπτονται το 2018 σε μια πόλη των 850.000 κατοίκων πραγματικά δημιουργήθηκε μια έντονη ανασφάλεια από τις αρχές για το μέλλον της πόλης. Στα πιο πολυσύχναστα μέρη της πόλης τα καταστήματα αλλάζουν χαρακτήρα

και μετατρέπονται σε τουριστικά που πουλούν ξύλινες τουλίπες και κάνναβη με αποτέλεσμα να υπάρχει πρόβλημα ακόμη και για την εύρεση χώρου ιατρείου. Παρόλο που οι επισκέπτες της πόλης αφήνουν 6 δις ευρώ ετησίως και ο τουρισμός μετρά πάνω από 60.000 θέσεις εργασίας έχουν ληφθεί σκληρά μέτρα από τις αρχές. Καταρχήν δεν θα ανοικοδομηθούν νέα ξενοδοχεία στο κέντρο και ορισμένες υπερβολές όπως οι μοτοσυκλετιστές και η κατανάλωση μπίρας θα τεθούν εκτός κέντρου (Μπέλλος, 2019).

3.5.4 Φλωρεντία

Με 14 εκατομμύρια τουρίστες ετησίως, η Φλωρεντία είναι η πιο δημοφιλής τουριστική πόλη της Ιταλίας μετά την Ρώμη και την Βενετία. Φορέας παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς η δημοτικότητα της δεν είναι δύσκολο να εξηγηθεί. Αλλά και εκεί το φαινόμενο αύξησης των καταλυμάτων αίτησε τους κατοίκους μακριά από το κέντρο της πόλης. Άλλωστε σύμφωνα με πανεπιστημιακή μελέτη, ένα στα πέντε ακίνητα του ιστορικού κέντρου δίδεται σε τουρίστες.

Οι αρχές είναι ενάντια στην επιβολή ορίων για το πόσοι επισκέπτες δύναται να εισέλθουν στο κέντρο, αλλά έχουν πάρει άλλα μέτρα. Για παράδειγμα έχουν αυξήσει 10 φορές το κόστος αγοράς εισιτηρίων. Επίσης, ο Δήμος έκανε μια μεγάλη εκστρατεία για τον τουρισμό λέγοντας να προσέχουν την πόλη και να μην αφήνουν σκουπίδια και επιβάλλοντας πρόστιμα σε όσους χάραζαν το όνομα τους στο Πόντε Βέκιο ή ουρούσαν στο δρόμο στοπ ιστορικό κέντρο.

Ενδιαφέρον επίσης, παρουσιάζει το γεγονός ότι η οργή των κατοίκων μαζί με τον Δήμαρχο Φλωρεντίας Dario Nardellato 2017 ανακοίνωσε ότι θα ρίχνει στις επιφάνειες μνημείων νερό, όπως στο τάφο του Μιχαήλ Άγγελου, κάτι που δεν πραγματοποιήθηκε παρά μόνο ελάχιστες φορές αλλά το μήνυμα είχε ήδη περάσει. (<https://www.lifo.gr/now/world/toyristiki-asfyxia-i-eyropi-dihazetai-me-tis-ordes-episkepton-poy-kanoynti-zoi-anypofori>)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΤΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

4.1 : Διαχείριση του τουρισμού επισκεπτών

Ο στρατηγικός σχεδιασμός προκειμένου για την ενίσχυση και την βιωσιμότητα ενός προορισμού είναι μείζονος σημασίας θέμα . Τα στρατηγικά σχέδια σε συνάρτηση με την αειφόρο διαχείριση είναι μέτρα που πρέπει απαραίτητως να λαμβάνονται εγκαίρως. Απαραίτητη κρίνεται επίσης και η εκτίμηση κινδύνων ώστε να εντοπίζονται και να δίνονται λύσεις εγκαίρως. Επίσης, ο προορισμός πρέπει να μετέχει και σε πρωτοβουλίες σχετιζόμενες με την αειφορία και την ανάπτυξη. Τέλος τεχνικές μάρκετινγκ ή και αντίστροφου μάρκετινγκ θα μπορούσαν να φανούν πολύ χρήσιμοι όπως προώθηση νέων περιοχών, εφαρμογή νέων τιμολογιακών πολιτικών κτλ.

Σύμφωνα με τους Weberet Al (2017), οι ακόλουθες ενέργειες έχουν εφαρμοσθεί και έχουν επιτύχει σε προορισμούς με προβλήματα υπέρ τουρισμού :

- ✓ Χρονική κατανομή επισκεπτών έτσι ώστε να αποφεύγετε η εποχικότητα και η υπερσυγκέντρωση ορισμένους μήνες τον χρόνο όπως πχ Αύγουστο στα νησιά. Να παρθούν μέτρα επιμήκυνσης της σεζόν, καθώς και παροχές κινήτρων επισκεψιμότητας εκτός της τουριστικής περιόδου.
- ✓ Καλύτερη χωρική κατανομή των επισκεπτών έτσι ώστε να αποφεύγετε η υπερσυγκέντρωση σε ορισμένα μέρη. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω της διεύρυνσης νέων τουριστικών προϊόντων και περιοχών με λιγότερη δημοφιλία με την σωστή προβολή τους. Πχ στην Αθήνα πραγματοποιήθηκε μια προσπάθεια μέσω του This is Athens να στραφούν οι επισκέπτες σε λιγότερο γνωστές περιοχές όπως Μεταξουργείο και Παγκράτι για να αποσυμφορηθεί το Μοναστηράκι και η Πλάκα.
- ✓ Καθοδήγηση επισκεπτών μέσω ειδικών ιστοσελίδων και έξυπνων εφαρμογών προκειμένου να κατανεμηθούν ορθότερα οι επισκέπτες.

4.2 : Προληπτικά και δραστικά μέτρα

Σύμφωνα με τον Berger(2018) η έρευνα που διεξήγαγε για τον υπέρ τουρισμό κατέληξε στην ανάληψη τριών προληπτικών μέτρων και 3 δραστικών μέτρων αντιστοίχως. Τα προληπτικά μέτρα απευθύνονται σε προορισμούς που βρίσκονται σε πρώιμα στάδια και μπορούν να σχεδιάσουν την πολιτική τους πχ βρίσκονται στο στάδιο της ανάπτυξης ενώ τα δραστικά όταν ο προορισμός αντιμετωπίζει ήδη τα προβλήματα του υπέρ τουρισμού και πρέπει να δώσει λύσεις.

Ξεκινώντας από τα προληπτικά μέτρα προτείνει τα ακόλουθα :

1. Ευθυγράμμιση της στρατηγικής πολιτικής της περιοχής με την τουριστική στρατηγική της περιοχής. Το μέτρο αυτό συνίσταται στην συνεργασία των διοικητικών φορέων με τους φορείς χάραξης πολιτικής. Η προσπάθεια αυτή πρέπει να λάβει υπόψη της πολλά επιμέρους θέματα όπως βιωσιμότητα και ποιότητα ζωής. Η ανάπτυξη υποδομών είναι μείζονος χαρακτήρα καθώς πρέπει να καλύπτουν ανάγκες επισκεπτών και τουριστών ταυτόχρονα.
2. Εφαρμογή μέτρων υποδομής και σε άλλες περιοχές λιγότερο τουριστικές. Αυτή η χωρική κατανομή πρέπει να προβλεφθεί από πριν και οι προσθήκες να ακολουθούν και άλλα πράγματα όπως πχ δημόσια συγκοινωνία.
3. Καλύτερη ποιότητα επισκεπτών, οι οποίοι θα αφήνουν στην περιοχή περισσότερα χρήματα και θα χρησιμοποιούν περισσότερες υπηρεσίες. Για να επιτευχθεί αυτό απαιτείται αντίστοιχη προσφορά προϊόντων και μια ακόλουθη στρατηγική. Η Βιέννη αποτελεί παράδειγμα τέτοιου προορισμού με αναβάθμιση ξενοδοχείων, πολυτελών καταστημάτων και περιοχών στοχεύει πλέον σε υψηλά εισοδήματα.
4. Στόχευση σε διαφορετικά τμήματα και παράλληλη χρονική κατανομή. Οι ταξιδιωτικές εμπειρίες και τα θέλγητρα μπορούν να κατανεμηθούν με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι διαθέσιμα καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου σε διαφορετικές περιοχές του προορισμού έτσι ώστε να αποφεύγετε η υπερβολική συγκέντρωση τουριστών σε ένα σημείο. Εναλλακτικά θέλγητρα μπορεί πχ στην Ρόδο να μην συγκεντρώνονται μόνο στην Παλιά Πόλη και στο Παλάτι αλλά να προτείνουν εναλλακτικές διαδρομές σε χωριά όπως η Ψίνθος.

5. Δραστικά μέτρα συνίστανται στην θέσπιση ορίων όσο αφορά την δυναμικότητα των καταλυμάτων. Την λύση αυτή την έχει θεσπίσει η Βαρκελώνη, η Βενετία και άλλες πόλεις ελέγχοντας ή και απαγορεύοντας την δημιουργία νέων καταλυμάτων.
6. Διαχείριση της βραχυχρόνια μίσθωσης ή αλλιώς οικονομίας διαμερισμού. Είναι γεγονός ότι στην Σαντορίνη εν παραδείγματι οι 3000 κατοικίες που έχουν αναρτηθεί στην πλατφόρμα airbnb δημιουργούν ανατρεπτικό παράγοντα στην εξέρευση κατοικιών για τους εργαζόμενους στο νησί. Παράλληλα αυξάνουν τον ανταγωνισμό και την δυναμικότητα σε κλίνες (Κετσειτζής, 2018). Σε πολλές πόλεις έχουν ληφθεί σοβαρά μέτρα στην Μαγιόρκα απαγορεύεται η ενοικίαση διαμερισμάτων σε τουρίστες ενώ η Βαλένθια επιτρέπει να γίνουν airbnb μόνο οι κατοικίες από τον πρώτο όροφο και κάτω. (Berger, 2018).
7. Έλεγχος στην παράνομη ενοικίαση κατοικιών. Αυτό είναι ένα πρόβλημα που απασχολεί πολλούς προορισμούς. Εκτός από τις συμβατικές μεθόδους, οι τοπικές αρχές μπορούν να χρησιμοποιήσουν και τις νέες τεχνολογίες για να εντοπίσουν τα παράνομα καταλύματα. Η Bismart έχει δημιουργήσει μια τέτοια πλατφόρμα. Το εργαλείο του συγκεντρώνει δεδομένα από πολλές πηγές, πράγμα που σημαίνει ότι ανεξάρτητα από το πού αναφέρεται μια παράνομη ενοικίαση, μπορεί να αναγνωρισθεί και να εντοπισθεί.(<https://blog.bismart.com/en/smart-city-initiatives-for-overtourism>).
8. Περιορισμοί στην πρόσβαση. Σε περιπτώσεις που η κατάσταση είναι εκτός ελέγχου οι αρχές πρέπει να σκεφθούν σοβαρά περιορισμούς στην πρόσβαση ή να βάλει εισιτήρια εισόδου σε ορισμένες περιοχές μεγάλου τουριστικού ενδιαφέροντος. Στην Ρώμη για παράδειγμα έχει μπει εισιτήριο σε ελεύθερους μέχρι πρόσφατα αρχαιολογικούς χώρους. Στην Βενετία δημιουργήθηκαν ζώνες για τους ημερήσιους επισκέπτες (Berger, 2018). Η ευέλικτη τιμολογιακή πολιτική και η κυκλοφοριακή απαγόρευση οχημάτων είναι και αυτές κάποιες λύσεις.

4.3 : Τρία μοντέλα διαχείρισης του υπέρ τουρισμού που προτείνει η EBRD (Ευρωπαϊκή Τράπεζα Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης)

Η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης προκρίνει μελέτη για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα σε συνεργασία με τον ΣΕΤΕ και το Υπουργείο Τουρισμού. Η μελέτη αναπτύχθηκε για την εξεύρεση λύσης στο πρόβλημα του υπέρ τουρισμού που βιώνουν δυο ελληνικά νησιά η Ρόδος και η Σαντορίνη. Το πρόβλημα του υπέρ τουρισμού σε αυτές τις περιοχές έχει φθάσει σε σημείο να αλλοιώνει τον ίδιο τον χαρακτήρα των νησιών.

Τα τρία μοντέλα διαχείρισης που προτείνονται είναι τα εξής : (Μπέλλος, 2018)

- ✚ Ανάλυση της διαχείρισης του προορισμού από μια μόνο αρχή πχ Δήμος
- ✚ Δημιουργία ενός φορέα που θα συντονίζει όλους τους υπόλοιπους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς
- ✚ Μια συλλογική συμφωνία για όλους τους εμπλεκόμενους προκειμένου να τηρηθούν τα συμφωνηθέντα

Για να επιτευχθούν βέβαια τα παραπάνω πρέπει να έχει εκπονηθεί μελέτη για το που βρίσκεται ο προορισμός και που θέλει να φθάσει. Κάθε προορισμός επιβάλλεται να έχει μακροπρόθεσμο πλάνο διαχείρισης που θα ενισχύει τις τοπικές οικονομίες, θα περιορίζει τις αρνητικές επιπτώσεις του υπέρ- τουρισμού και θα προωθεί τα τοπικά προϊόντα. Ένα όραμα για παράδειγμα για το νησί της Ρόδου θα ήταν να υπάρξει τουρισμός καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου και για την Σαντορίνη να αναγνωρισθεί ως ένας προορισμός που διαφυλάττει την κληρονομιά και προωθεί την αειφορία.

4.4 : Δημιουργία Οργανισμών Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Προορισμού

Βασικός σκοπός αυτών των οργανισμών αποτελεί η ορθή και αποτελεσματική διαχείριση του κύκλου ζωής των προορισμών ώστε να μπορέσει να παραμείνει ανταγωνιστικός και να μην οδηγηθεί στην παρακμή. Σύμφωνα με την διεθνή βιβλιογραφία οι επονομαζόμενοι DMO έχουν

ως βασικές τους αρμοδιότητες την εκπρόσωποι των συμφερόντων των διαφορετικών stakeholders, την ανάπτυξη στρατηγικών βιωσιμότητας, την ορθή διαχείριση πόρων, την διαμόρφωση ικανής ηγεσίας και την αξιολόγηση και παρακολούθηση της ποιότητας. (Berger, 2012).

Ο Sainaghi (2006) διαχωρίζει τις δραστηριότητες ενός DMO σε: α) λειτουργικές που αφορούν στην διαχείριση πόρων και στην ανάπτυξη προϊόντων και β) σε υποστηρικτικές που αφορούν στην εσωτερική αγορά, στην έρευνα και στην εκπαίδευση. Συγκεκριμένα όσο αφορά στην ηγεσία πρέπει να δίνει κατευθυντήριες γραμμές στην διαμόρφωση στρατηγικής και παράλληλα να παρέχει υψηλό επίπεδο τεχνογνωσίας. Όσον αφορά τον σχεδιασμό να τον πραγματοποιεί με βάση α) την βιώσιμη ανάπτυξη, β) την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και γ) αναβάθμιση υπηρεσιών μάρκετινγκ. Η υλοποίηση πρέπει να έχει ως βάση την διευκόλυνση των συνεργασιών και την διασφάλιση των απαραίτητων οικονομικών πόρων σε συνάρτηση με την δημιουργία ευκαιριών για τις επιχειρήσεις και τον συντονισμό στην υλοποίηση σχεδίων. Τέλος, πρέπει να γίνεται ορθή αξιολόγηση των αποτελεσμάτων και έγκαιρος εντοπισμός τυχόν αποκλίσεων.

Οι DMOs εκπροσωπούν το συλλογικό συμφέρον ενός προορισμού και προωθούν το κοινό καλό έναντι του ατομικού πρόσκαιρου συμφέροντος (Atorough & Martin, 2012). Ένα από τα κρίσιμα λοιπόν ζητήματα αποτελεί ο εντοπισμός των τοπικών stakeholders. Σύμφωνα με τους (Huxham & Vangen (2000) επινοήθηκε ο όρος «συνεργατικό πλεονέκτημα», προκειμένου να περιγράψουν τα οφέλη που προκύπτουν από αμοιβαίες συνεργασίες ανάμεσα στους stakeholders. Συγκεκριμένα οι σωστές συνεργασίες φέρουν τα κάτωθι αποτελέσματα στους προορισμούς:

- ✓ Διαμορφώνεται η αίσθηση της κοινότητας και της συνευθύνης,
- ✓ Προωθείται η κουλτούρα της συνεργασίας,
- ✓ Προσδίδει προστιθέμενη αξία στους προορισμούς μέσω της συλλογικής απόκτησης γνώσεων και βοηθάει τον προορισμό να προσαρμόζεται στο νέο ανταγωνιστικό περιβάλλον,
- ✓ Επιτρέπει στους μεμονωμένους stakeholders να επωφεληθούν από την συλλογική συγκέντρωση γνώσεων και τεχνογνωσίας,
- ✓ Δίνει την δυνατότητα σε πολλούς να έχουν άμεση πρόσβαση στους πόρους και στην διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Η μορφή τους εξαρτάται από τα μοναδικά χαρακτηριστικά του κάθε προορισμού. Η τοπική διοίκηση βρίσκεται συνήθως στο τιμόνι αυτών των οργανισμών γιατί διαθέτουν τα απαραίτητα διοικητικά και οικονομικά μέσα που απαιτούνται αλλά και έχουν απόλυτη γνώση όσον αφορά τα ιστορικά και πολιτιστικά στοιχεία του προορισμού καθώς και των υποδομών του (March&Wilson, 2008). Οι τοπικές αρχές είναι εκείνες που διαθέτουν την μεγαλύτερη επιρροή στους κατοίκους της περιοχής. Συνήθως οι οργανισμοί αυτοί είναι είτε δημόσιοι είτε κάτω από δημόσια εποπτεία. Εκτός από τους δημόσιους πόρους σημαντική πηγή εσόδων των οργανισμών αυτών είναι η διαφήμιση, καθώς και οι συνδρομές των μελών και τα έσοδα από την προβολή.

4.5 : Στρατηγικές και μέτρα για την μείωση του υπερ τουρισμού στις πόλεις σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ), παρουσίασε μέτρα για την καταπολέμηση του υπέρ τουρισμού στην 7^η Παγκόσμια Διάσκεψη Κορυφής για τον αστικό τουρισμό που πραγματοποιήθηκε στη Σεούλ το 2018. Σημειώνεται, 11 στρατηγικές και 68 μέτρα εντοπίστηκαν στην μελέτη που αναπτύχθηκε μετά την Παγκόσμια Διάσκεψη, για την κατανόηση και διαχείριση του αυξανόμενου αριθμού επισκεπτών στις πόλεις. Ωστόσο, η αποτελεσματικότητα των μέτρων εξαρτάται από την περίπτωση. Δεν υπάρχει ενιαία λύση. Ακόμη και εντός των πόλεων, τα μέτρα διαχείρισης μπορεί να διαφέρουν ανάμεσα σε διαφορετικές γειτονιές.

Ακολουθούν οι 11 στρατηγικές και τα 68 μέτρα που αναπτύχθηκαν:

- Στρατηγική Νούμερο 1 : Προώθηση της διάχυσης των επισκεπτών της πόλης και πέρα από αυτήν. Μέτρα που αφορούν σε αυτή την στρατηγική α) Διοργάνωση περισσότερων εκδηλώσεων σε περίχωρα της πόλης, β) Ανάπτυξη και προώθηση εγκαταστάσεων επισκεπτών σε λιγότερο επισκέψιμα σημεία, γ) Βελτίωση της χωρητικότητας και του χρόνου που αφιερώνεται στα αξιοθέατα, δ) Δημιουργία κοινής ταυτότητας της πόλης και των περιχώρων της, ε) Εφαρμογή κάρτας ταξιδιού για απεριόριστες τοπικές μετακινήσεις, στ) ονοματισμός ολόκληρης της πόλης ως κέντρο της πόλης για να μπορέσει να αυξηθεί η επισκεψιμότητα και σε άλλα σημεία.
- Στρατηγική Νούμερο 2 : Προώθηση της διάχυσης των επισκεπτών βάση χρόνου. Μέτρα που αφορούν σε αυτή την στρατηγική α) Προώθηση εμπειριών σε μήνες εκτός αιχμής,

- β) Προώθηση δυναμικής τιμολόγησης ανάλογα με την περίοδο, γ) δημιουργία εκδηλώσεων σε μήνες εκτός αιχμής δ) ορισμός χρονοθυρίδων σε δημοφιλή αξιοθέατα, δ) χρησιμοποίηση νέων τεχνολογιών που θα ελέγχει την χρονοδιασπορά.
- Στρατηγική Νούμερο 3 : Κίνητρα για νέα προγράμματα επισκεπτών. Μέτρα που αφορούν σε αυτήν την στρατηγική : α) Προώθηση νέων εναλλακτικών διαδρομών στα σημεία εισόδου της πόλης, β) προσφορά συνδυαστικών εκπτώσεων σε νέες διαδρομές και αξιοθέατα, γ) δημιουργία νέων οδηγών πόλης που θα αναδεικνύουν τα λεγόμενα hidden gems, δ) δημιουργία νέων εξειδικευμένων δυναμικών εμπειριών και διαδρομών ε) ανάπτυξη εφαρμογών εικονικής πραγματικότητας σε διάσημες τοποθεσίες.
- Στρατηγική Νούμερο 4 : Επανεξέταση και προσαρμογή ρυθμιστικού πλαισίου. Μέτρα που αφορούν σε αυτή την στρατηγική : α) αναθεώρηση ωραρίου επισκεπτών σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, β) αναθεώρηση στην πρόσβαση μεγάλων γκρουπ ατόμων σε περιοχές με έντονη δημοφιλία, γ) ανάπτυξη νέων χώρων στάθμευσης, δ) αναδιαμόρφωση της κυκλοφορίας σε ορισμένα μέρη που αντιμετωπίζουν έντονο πρόβλημα, ε) δημιουργία ζωνών αποκλειστικά για τουριστικά λεωφορεία, στ) δημιουργία πεζοδρόμων, ζ) αναθεώρηση φορολογικού συστήματος σε ξενοδοχεία και καταλύματα, η) αναθεώρηση και φορολογίας σε καινούργιες πλατφόρμες που αφορούν στον τουρισμό, θ) προσδιορισμός της φέρουσας ικανότητας της περιοχής, ι) αναθεώρηση της νομοθεσίας για την πρόσβαση σε ορισμένες περιοχές της πόλης για δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό.
- Στρατηγική Νούμερο 5 : Αναβάθμιση της κατηγοριοποίησής των τουριστών. Μέτρα που αφορούν σε αυτήν την στρατηγική : α) στόχευση στην προσέλκυση νέων επισκεπτών με λιγότερο αντίκτυπο στην περιοχή σύμφωνα με τις στοχεύσεις, β) στόχευση σε επαναλαμβανόμενους επισκέπτες, γ) αποτροπή ορισμένων κατηγοριών επισκεπτών σε ορισμένα σημεία της πόλης.
- Στρατηγική Νούμερο 6 : Η διασφάλιση ότι οι τοπικές κοινότητες επωφελούνται από τον τουρισμό. Μέτρα που αφορούν σε αυτή την στρατηγική : α) Αύξηση της απασχόλησης στον τουρισμό και δημιουργίας θέσεων εργασίας ανάλογων προσόντων, β) Προώθηση των θετικών επιπτώσεων του τουρισμού, ευαισθητοποίηση και γνώση του κλάδου μεταξύ των τοπικών κοινοτήτων, γ) Εμπλοκή των τοπικών κοινωνιών στην ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων, δ) Διεξαγωγή ανάλυσης του δυναμικού προσφοράς-

ζήτησης, ε) Βελτίωση της ποιότητας των υποδομών και των υπηρεσιών λαμβάνοντας υπόψη τους κατοίκους και τους επισκέπτες, στ) Τόνωση της ανάπτυξης των φτωχών γειτονιών μέσω του τουρισμού.

- Στρατηγική Νούμερο 7 : Δημιουργία εμπειριών πολύς προς όφελος κατοίκων και επισκεπτών : Μέτρα που αφορούν σε αυτή την στρατηγική α) επέκταση του ωραρίου λειτουργίας στα αξιοθέατα, β) προώθηση πολιτιστικών δρώμενων σε νέες περιοχές, γ) προώθηση πρεσβευτών πόλεων, δ) Ανάπτυξη τουριστικών εμπειριών και προϊόντων που προωθούν τη δέσμευση κατοίκων και επισκεπτών, ε) Ανάπτυξη της πόλη ώστε να ταιριάζει περισσότερο με τις ανάγκες και τις επιθυμίες των κατοίκων.
- Στρατηγική Νούμερο 8 : Βελτίωση των υποδομών της πόλης. Μέτρα που αφορούν σε αυτήν την στρατηγική : α) δημιουργία βιώσιμου κυκλοφοριακού σχεδιασμού, β) Βελτίωση αστικών πολιτιστικών υποδομών, γ) Βελτίωση της σήμανσης κατεύθυνσης, δ) δημιουργία ποδηλατοδρόμων, ε) ενίσχυση δημοσίων μέσων μεταφοράς, στ) σε ώρες ιάσιμής να υπάρχουν και δευτερεύουσες διαδρομές κυκλοφορίας, ζ) δημιουργία ειδικών διαδρομών σε ώρες αιχμής.
- Στρατηγική Νούμερο 9 : Επικοινωνία και Διάδραση με τους τοπικούς φορείς. Μέτρα που αφορούν σε αυτήν την στρατηγική : α) δημιουργία ομάδας διαχείρισης που θα συναντιέται και θα συνεδριάζει ανά τακτά διαστήματα, β) δημιουργία τοπικών πλατφορμών για τους κατοίκους, γ) οργάνωση προγραμμάτων επαγγελματικής ανάπτυξης, δ) διεξαγωγή τακτικών ερευνών, ε) επικοινωνία με τους κατοίκους, στ) ενθάρρυνση των κατοίκων ώστε να μοιράζονται περιεχόμενο που αφορά στην περιοχή τους μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Στρατηγική Νούμερο 10 : Επικοινωνία με τους επισκέπτες. Μέτρα που αφορούν σε αυτήν την στρατηγική : α) ευαισθητοποίηση για τον αντίκτυπο του τουρισμού β) παροχή επαρκής πληροφόρησης σχετικά με την περιοχή γ) εκπαίδευση των επισκεπτών για τις τοπικές αξίες.
- Στρατηγική Νούμερο 11: Παρακολούθηση των μέτρων. Μέτρα που αφορούν σε αυτήν την στρατηγική : α) Χρήση μεγάλων δεδομένων και νέων τεχνολογιών για την παρακολούθηση και την αξιολόγηση της τουριστικής απόδοσης και του αντίκτυπου της, β) Δημιουργία σχεδίων έκτακτης ανάγκης για περιόδους αιχμής και καταστάσεις έκτακτης ανάγκης, γ) Παρακολούθηση βασικών δεικτών όπως οι εποχιακές

διακυμάνσεις της ζήτησης, οι αφίξεις και οι δαπάνες, οι επισκέψεις σε αξιοθέατα, κλπ. (<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070>)

4.6 : Τεχνολογικές λύσεις προσαρμοσμένες για την μείωση του υπέρ τουρισμού

Οι τουριστικοί προορισμοί, όπως έχουμε προαναφέρει, που αντιμετωπίζουν προβλήματα υπέρ τουρισμού πρέπει να εφαρμόζουν μέτρα που βελτιώνουν τη διαχείριση των τουριστικών ροών, ελαχιστοποιώντας τις ανεπιθύμητες αρνητικές επιπτώσεις. Η τεχνολογία και η εξέλιξη της βοηθούν προς αυτή την παράμετρο. Παρόλο που οι τεχνολογικές λύσεις που εφαρμόζονται στη διαχείριση του υπερτουρισμού δεν εντάσσονται πάντα σε έργα έξυπνων πόλεων ή/και προορισμών, η χρήση τους έχει σαφείς ομοιότητες με αυτήν τη διαχειριστική προσέγγιση. Ακολουθούν στην συνέχεια διάφορες τεχνολογίες και μέτρα που έχουν ως σκοπό να μετριάσουν το φαινόμενο του υπέρ τουρισμού. (Maria Garcia Fernandez, Sofia Mednoza de Miguel, 2019)

- ✓ Διασπορά επισκεπτών στην πόλη και τα περίχωρά της ώστε να μειώνονται οι ροές στα κεντρικά σημεία. Οι λύσεις που προτείνονται είναι η τοποθέτηση αισθητήρων για ενημέρωση σχετικά με τη συμφόρηση των χώρων και πληροφόρηση για προτάσεις εναλλακτικών επισκέψεων. Προβολή βίντεο εικονικής πραγματικότητας, Εφαρμογές στα κινητά τηλέφωνα για νέους προορισμούς. Οι παραπάνω προτάσεις έχουν εφαρμοσθεί στην πόλη του Ντουμπρόβνικ στο πλαίσιο του προγράμματος Respect the City, οπού υπάρχει ιστοσελίδα που μπορούν οι επισκέπτες να συμβουλευτούν για τον αναμενόμενο όγκο επισκεπτών σε προκαθορισμένους χώρους. Στον ιστότοπο I Amsterdam (επίσημη ιστοσελίδα της πόλης) υπάρχουν επίσης βίντεο εικονικής πραγματικότητας 360°, που δείχνουν όλα τα αξιοθέατα της πόλης και της μητροπολιτικής της περιοχής.
- ✓ Προσωρινή διασπορά επισκεπτών. Τουριστικές κάρτες του προορισμού, οι οποίες μειώνουν τις ουρές στα πιο επισκέψιμα αξιοθέατα και δίνουν την δυνατότητα και την επιλογή για επίσκεψη σε λιγότερο γνωστά αξιοθέατα. Μάρκετινγκ κοινωνικών δικτύων μέσω εκστρατειών influencer.
- ✓ Νέες τουριστικές διαδρομές και αξιοθέατα. Ψηφιακό περιεχόμενο με νέες εναλλακτικές διαδρομές στον επίσημο ιστότοπο του προορισμού και στα κοινωνικά δίκτυα. Εφαρμογές

για κινητά με εναλλακτικά αξιοθέατα. Παράδειγμα καλής πρακτικής αποτελεί το Detourism: Travel Venice Like a Local (Δημοτικό Συμβούλιο της Βενετίας, 2014): Ενημερώνει τους επισκέπτες για διαφορετικά τουριστικά αξιοθέατα εκτός από τα εμβληματικά αξιοθέατα και για την ανάγκη για συμπεριφορά επισκεπτών που να είναι πιο συνειδητή και υπεύθυνη. (European Cities Marketing, 2018)

- ✓ Ένταξη της τοπικής κοινωνίας στην τουριστική ανάπτυξη. Η ένταξη των κατοίκων των τουριστικών περιοχών έτσι ώστε να είναι συμμετοχοί στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω νέων εφαρμογών σε κινητά και tablet, αναβαθμισμένων ιστοσελίδων και κοινωνικών δικτύων. Η εφαρμογή «My Helsinki» εν παραδείγματι, προωθεί τη δυνατότητα αλληλεπίδρασης με τους ντόπιους και ενθαρρύνει τους τουρίστες να συμπεριφέρονται με υπευθυνότητα στην περιοχή που επισκέπτονται, τις τοπικές επιχειρήσεις να κάνουν δράσεις που προωθούν την βιωσιμότητα και να μετριάζουν τις επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας στην κλιματική αλλαγή. (όπως παραπάνω)
- ✓ Βελτίωση των αστικών υποδομών. βελτιωμένη χρήση των αστικών υποδομών. Εδώ υπάρχει μια πλειάδα αλλαγών που μπορούν να πραγματοποιηθούν μέσω χρηματοδότησης των τοπικών αρχών κατά κύριο λόγο. Χρήση αισθητήρων σε καίρια σημεία για παρακολούθηση ατμοσφαιρικής και ακουστικής ρύπανσης. Βελτιστοποίηση της χρήσης του δικτύου δημοσίων συγκοινωνιών μέσω πληροφόρησης σε πραγματικό χρόνο στους χρήστες εντός πλαισίου Σχεδίου Βιώσιμης Αστικής Κινητικότητας. Επιπλέον χώροι στάσης και στάθμευσης. Πληροφοριακό σύστημα για τις συνθήκες κυκλοφορίας σε διάφορα σημεία της πόλης. Πινακίδες (φανάρια συνδεδεμένα με αισθητήρες) που καθοδηγούν την επίσκεψη σε δημόσιους χώρους όπου υπάρχει κίνδυνος συνωστισμού (έχει εφαρμοσθεί σε Φλωρεντία και Μαδρίτη). Δημιουργία ποδηλατοδρόμων. Έξυπνοι χώροι στάθμευσης (κενές θέσεις σε δημόσιους χώρους στάθμευσης στη Βαλένθια διατίθενται σε Quick Dashboard για κατοίκους και τουρίστες). Κατασκευές έξυπνων κτηρίων ή μετατροπή των παλαιότερων σε έξυπνα κτήρια. Συστήματα διαχείρισης νερού. (Maria Garcia Fernadez, Sofia Mednoza de Miguel, 2019)
- ✓ Ρύθμιση τουριστικών δραστηριοτήτων μέσω της χρήσης γεωγραφικών βάσεων δεδομένων. Κάποιες πόλεις το χρησιμοποιούν ήδη προκειμένου για τον εντοπισμό και την ποσοτικοποίηση της προσφοράς καταλυμάτων στην περιοχή. Μια άλλη πολύ καινοτόμα εφαρμογή είναι η παρακολούθηση τοπικών παραδοσιακών δραστηριοτήτων και

επιχειρήσεων προκειμένου για την έγκαιρη πρόληψη της εξαφάνισης τους (Doddes and Butler, 2019)

- ✓ Παρακολούθηση στην εξέλιξη της τουριστικής δραστηριότητας. Παρακολούθηση τουριστικών ροών μέσω εντοπισμού κινητών συσκευών, παρακολούθηση πληροφοριών μη κοινωνικών δικτύων, διανομή πληρωμών που γίνονται με πιστωτικές κάρτες κ.λπ. Ανίχνευση αστικών χώρων και γεγονότων με μεγάλη εισροή ανθρώπων. Συστήματα πληροφοριών και τουριστικής νοημοσύνης (μεγάλα δεδομένα). Μια πολύ καλή πρακτική έχει εφαρμόσει η πόλη του Amsterdam με ολοκληρωμένο και οργανωμένο σύστημα παρακολούθησης της μαζικοποίησης των δημόσιων χώρων που βασίζεται σε αισθητήρες Wi-Fi και έξυπνες κάμερες. Αρχικά εφαρμόστηκε στην Red Light District και σε κεντρικούς εμπορικούς δρόμους της πόλης αλλά σχεδιάζεται να επεκταθεί άμεσα σε ολόκληρη την πόλη. Περιλαμβάνει τον συντονισμό του Τμήματος Τροχαίας και Δημόσιου Χώρου με την αστυνομία, διασφαλίζοντας πάντα την ιδιωτικότητα των περαστικών. (Peeters and Al, 2018)

4.7 : Ευρωπαϊκή Ένωση και απαντήσεις για την αντιμετώπιση του φαινομένου του υπέρ τουρισμού

Οι γενικές αρχές που παρατίθενται παρακάτω προέρχονται από μια έκθεση της Ομάδας Αειφορίας Τουρισμού (2007) που αναφέρεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2007). Αν και είναι σχεδιασμένες εδώ και 15 χρόνια περίπου έχουν εφαρμογή πλήρη στις μέρες μας όσο αφορά τον περιορισμό του φαινομένου του υπέρ τουρισμού . Συγκριμένα ακολουθούν οι 9 γενικές αυτές αρχές :

1. Στρατηγική διαχείριση και μακροπρόθεσμο πλάνο. Η αειφόρος ανάπτυξη απαιτεί μακροπρόθεσμο πλάνο το οποίο θα λαμβάνει υπόψη και τις ανάγκες των μελλοντικών γενεών.
2. Επίτευξη κατάλληλου ρυθμού ανάπτυξης σύμφωνα με τα δεδομένα της εκάστοτε περιοχής. Ο ρυθμός ανάπτυξης πρέπει να συνάδει με τις ανάγκες και τα δεδομένα της περιοχής και να μην ξεφεύγει από τα προσαρμοσμένα όρια

3. Συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων μερών στην λήψη αποφάσεων. Μια σωστή και στα πρότυπα της αειφορίας ανάπτυξη πρέπει να συμπεριλαμβάνει την γνώμη όλων των εμπλεκόμενων τοπικών φορέων.
4. Σχεδιασμός μιας ολιστικής και ολοκληρωμένης προσέγγισης. Οι διάφορες επιπτώσεις του τουρισμού θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τον σχεδιασμό και την ανάπτυξή του. Επιπλέον, ο τουρισμός θα πρέπει να είναι καλά ισορροπημένος και ενσωματωμένος με ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων που επηρεάζουν την κοινωνία και το περιβάλλον.
5. Ανταλλαγή ιδεών και καλών πρακτικών ανάμεσα στα κράτη μέλη
6. Καθορισμός και τήρηση ορίων. Κάτι που έχει συνάρτηση με το γεγονός ότι θα πρέπει να αναγνωρίζεται εκ των προτέρων η φέρουσα ικανότητα επιμέρους τοποθεσιών και ευρύτερων περιοχών, με ετοιμότητα και ικανότητα περιορισμού, όπου και όταν χρειάζεται, του όγκου της τουριστικής ανάπτυξης και του όγκου των τουριστικών ροών.
7. Επιβολή της πολιτικής ο «ρύπων πληρώνει». Οι τιμές πρέπει να αντικατοπτρίζουν το πραγματικό κόστος κατανάλωσης στην κοινωνία.
8. Συνεχή παρακολούθηση των επιπτώσεων και των δεικτών. Η βιωσιμότητα έχει να κάνει με την κατανόηση των επιπτώσεων και την πρόληψη ώστε να μπορούν να γίνουν οι απαραίτητες αλλαγές και βελτιώσεις.
9. Διαχείριση του κινδύνου (αρχή της προφύλαξης). Όπου υπάρχει αβεβαιότητα σχετικά με τα αποτελέσματα, θα πρέπει να γίνεται πλήρης αξιολόγηση και να λαμβάνονται προληπτικά μέτρα για την αποφυγή ζημιών στο περιβάλλον ή την κοινωνία.

4.8: Συνοπτικός πίνακας με τα μέτρα πρόληψης κατά του υπέρ τουρισμού

Αναδιακατανομή των επισκεπτών και σε άλλα μέρη λιγότερο τουριστικά	Προώθηση επισκεπτών και σε άλλες περιοχές λιγότερο τουριστικές
Αλλαγή δρομολογίων βάση χρόνου	Πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο για την κίνηση στους δρόμους ή και στα σημεία επισκεψιμότητας
Νέες δυναμικές διαδρομές για τους επισκέπτες	Διαδρομές περισσότερο «ψαγμένες», με καλύτερη πρόσβαση
Διαφοροποίηση της οικονομίας λιγότερο εξαρτημένη από τον τουρισμό	Μείωση της προώθησης του τουριστικού προϊόντος
Ενθάρρυνση των επιχειρήσεων που αντιμετωπίζουν ενεργά τον υπέρτουρισμό	Αύξηση της συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών
Δημοσιονομικές ρυθμίσεις	Υψηλότερες τιμές (σε συγκεκριμένες ώρες / τόπους / για συγκεκριμένες ομάδες), π.χ. μέσω εισιτηρίων που χρησιμοποιούνται για τον μετριασμό των αρνητικών επιπτώσεων
Ενιαίοι μέτρα και επιβολή νομοθεσίας για τον περιορισμό των αρνητικών επιπτώσεων του υπέρ τουρισμού	Μέτρα για την μείωση καταλυμάτων Airbnb, ή μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων σε πληττόμενες περιοχές
Αύξηση της ικανότητας του προορισμού να αντιμετωπίζει μεγαλύτερο αριθμό ατόμων με την δημιουργία νέων υποδομών	Βελτίωση της διαχείριση της κυκλοφορίας, βελτίωση της ασφαλείας, βελτιώνοντας, καλύτερη διαχείριση απορριμμάτων
Συνέργειες και συνεργασίας μεταξύ πόλεων που αντιμετωπίζουν τα ίδια προβλήματα που αφορούν στον υπέρ τουρισμό	Συναντήσεις για ανταλλαγές καλών πρακτικών και μέσα από ευρωπαϊκά διαπεριφερειακά προγράμματα
Ωφέλεια των κατοίκων από την οικονομία των επισκεπτών	Ενθάρρυνση των εξελίξεων που αφορούν στους κατοίκους, π.χ. διασφαλίζοντας τη διαθεσιμότητα οικονομικά προσιτών κατοικιών, καταστημάτων που τροφοδοτούν τους κατοίκους και βελτιώνοντας τις

	συνθήκες εργασίας στον τουρισμό
Στοχευμένες κινήσεις μάρκετινγκ προορισμού	Προώθηση τουρισμού με υψηλές προδιαγραφές
Εφαρμογή της έννοιας βιώσιμης ανάπτυξης	Εφαρμογή μέτρων όπως η οικολογική πιστοποίηση, οι περιβαλλοντικοί φόροι (που καταβάλλονται από τους τουρίστες ή τους παρόχους καταλυμάτων), τα πράσινα καύσιμα, τα πράσινα κτίρια, ξενοδοχεία που πρόκειται φιλικά στο περιβάλλον
Επικοινωνία με τους επισκέπτες	Καμπάνιες που θα αποτρέπουν κακές συμπεριφορές επισκεπτών και θα απαιτούν το σεβασμό των ντόπιων
Επικοινωνία με τον ντόπιο πληθυσμό και ευαισθητοποίηση	Εμπλοκή του ντόπιου πληθυσμού παντού
Περισσότερη οργάνωση και προγραμματισμός	Εφαρμογή δεικτών παρακολούθησης
Μείωση της εποχικότητας	Καμπάνια και προώθηση νέων εμπειριών σε περιόδους λιγότερο τουριστικούς

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΣΤΟΝ **ΥΠΕΡΤΟΥΡΙΣΜΟ**

5.1: Η στροφή στον βιώσιμο τουρισμό

Καθώς, σύμφωνα με όλες τις στατιστικές ο τουρισμός αυξάνεται ραγδαία τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερο αυξάνεται η ανάγκη για βιώσιμη ανάπτυξη. Το περιβάλλον αποτελεί τον πρωταρχικό παράγοντα του ξεκινήματος του τουρισμού γι αυτό και θέλει ιδιαίτερη και ορθή μεταχείριση (Richards and Hall, 2000) . Σύμφωνα και με τον Butler, το περιβάλλον και ο φυσικός πλούτος αποτελούν το κυρίαρχο πρωταρχικό στοιχείο της τουριστικής ανάπτυξης. Η συνεχής υποβάθμιση του περιβάλλοντος είναι αυτή που μοιραία θα οδηγήσει σε τουριστικό μαρασμό (Κοκκώσης και Τσάρτας, 1999). Η αειφορία είναι αυτή που συνδέει τις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας με τις ανάγκες και επιθυμίες των τουριστών με τρόπο που να προστατεύει παράλληλα και τους φυσικούς πόρους.

Οι τέσσερις μορφές βιωσιμότητας που κρίνονται αναγκαίες προκειμένου να επιτευχθεί η αειφόρος ανάπτυξη ενός προορισμού είναι οι κάτωθι :

- ✓ Η οικολογική βιωσιμότητα που συνίσταται στην εξάλειψη ή περιορισμό των περιβαλλοντικών επιπτώσεων που προέρχονται από την τουριστική δραστηριότητα
- ✓ Η πολιτιστική βιωσιμότητα που συνίσταται στην ικανότητα της κοινωνίας να μην χάνει την τοπικότητα της και την ταυτότητα της από τον επερχόμενο τουρισμό και να διατηρεί εκείνα τα χαρακτηριστικά που την κάνουν να ξεχωρίζει
- ✓ Η κοινωνική βιωσιμότητα όπου το σύνολο των τουριστών ενσωματώνεται χωρίς να επηρεάζεται η λειτουργικότητα του κοινωνικού συνόλου
- ✓ Η οικονομική βιωσιμότητα που συνίσταται στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής και στην αύξηση των θέσεων εργασίας (Mowforth and Munt, 1998)

Η στροφή προς την βιώσιμη ανάπτυξη είναι συνδυασμός πολλών παραγόντων όπως, ότι τα τουριστικά διαθέσιμα προϊόντα δεν είναι πλέον ελκυστικά, η αναγνώριση του πόσο πολύτιμο αγαθό αποτελούν οι φυσικοί πόροι και η αλλαγή όλων των εμπλεκόμενων φορέων. Προκειμένου

για τον ορθό σχεδιασμό ενός πλάνου βιώσιμης ανάπτυξης κρίνεται απαραίτητη η εμπλοκή της τοπικής κοινότητας σε όλα τα στάδια.

5.2: Προγράμματα Διαπεριφερειακής Ευρωπαϊκής συνεργασίας που προωθούν τον βιώσιμο τουρισμό

Το 2011, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNWTO) προέβλεψε ότι οι τουρίστες θα έχουν αυξηθεί πάνω από 1,8 δισεκατομμύρια το 2030, εστιάζοντας κυρίως σε μερικούς δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς. Η ταχεία αύξηση της παγκόσμιας τουριστικής δραστηριότητας έχει τροφοδοτηθεί- όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω- από μια αυξανόμενη μεσαία τάξη, φθηνή αεροπορικές πτήσεις, διαδικτυακές πλατφόρμες ενοικίασης. Ο υπέρ τουρισμός είχε καταστροφικές επιπτώσεις στη φυσική και πολιτιστική κληρονομιά σε πολλά μέρη ανά τον κόσμο. Στην Ευρώπη, οι δυσμενείς επιπτώσεις είναι ιδιαίτερα εμφανείς στα εύθραυστα μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς, μητροπολιτικές περιοχές καθώς και παράκτιες ή ορεινές περιοχές. Μετά το ξέσπασμα της πανδημίας της COVID 19 και το πλήγμα που δέχθηκε για δυο συναπτά έτη η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία, υπήρξε μια επανεξέταση του τουρισμού στο σύνολο και μια στροφή προς τον βιώσιμο τουρισμό. Έγινε εμφανές το γεγονός ότι ο βιώσιμος τουρισμός φέρνει προστιθέμενη αξία στη μακροπρόθεσμη κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη των περιφερειών και πώς τις βοηθά να αντιμετωπιστούν κρίσεις όπως αυτή της πανδημίας. Ο βιώσιμος τουρισμός παρέχει τρόπους διαχείρισης της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω της δημιουργίας βιώσιμων λύσεων και της προώθησης λιγότερο γνωστών προορισμών. Αυτό το είδος τουρισμού έρχεται ως απάντηση στο πρόβλημα του υπερτουρισμού και δίνει λύσεις για μια πιο ανθεκτική τουριστική βιομηχανία μακροπρόθεσμα. (Policy brief on Sustainable Tourism ,Interreg Europe, 2020).

Η διαπεριφερειακή Ευρωπαϊκή συνεργασία έφερε λύσεις που αποδείχθηκαν επιτυχημένες στην υιοθέτηση μοντέλων που αφορούν στον βιώσιμο και υπεύθυνο τουρισμό. Πολύ συχνά οι πρακτικές προέρχονται από συνεργασίες μέσω Ευρωπαϊκών προγραμμάτων . Ακολουθεί η ανάλυση κάποιων επιτυχημένων προγραμμάτων διαπεριφερειακών ευρωπαϊκών συνεργασιών.

5.2.1 The Iron Curtain Trail ("EuroVelo 13")

Πριν από σχεδόν μισό αιώνα η Ευρώπη χωρίστηκε σε Ανατολική και Δυτική από το γνωστό πλέον σε όλους «Σιδηρούν Παραπέτασμα», ένα σύνορο που εκτείνεται από τη Θάλασσα του Μπάρεντς μέχρι τη Μαύρη Θάλασσα. Το μονοπάτι Iron Curtain Trail (ICT) προσκαλεί τους ευρωπαίους πολίτες να ξαναβρούν και να βιώσουν την πρώην διαίρεση της ηπείρου σε μια ποδηλατική πίστα 10.000 χιλιομέτρων (EuroVelo 13) κατά μήκος των πρώην συνόρων, συνδυάζοντας τον ευρωπαϊκό πολιτισμό, την ιστορία και τον βιώσιμο πολιτιστικό και ποδηλατικό τουρισμό ταυτόχρονα.

Η ιστορία του προγράμματος ξεκινάει το 2005, μετά από πρωτοβουλία του μέλους των Πρασίνων, Michael Cramer, πρώην ευρωβουλευτή και πρόεδρο της Επιτροπής Μεταφορών και Τουρισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου. Το 2011, ορίστηκε το μονοπάτι του Σιδηρού Παραπετάσματος ως «EuroVelo 13» και γίνεται επίσημα μέρος του δικτύου EuroVelo, ενός πανευρωπαϊκού έργου που διευθύνεται από την Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ποδηλατών (ECF). Το EuroVelo13 εκτείνεται σε περισσότερα από 10.000 χιλιόμετρα, περνώντας από 20 ευρωπαϊκά κράτη (συμπεριλαμβανομένων 6 χωρών εκτός ΕΕ). Η ιδιαιτερότητα αυτού του μονοπατιού είναι συνδυαστική ποδηλατικός τουρισμός με την αξιοποίηση τόσο της πολιτιστικής όσο και της φυσικής κληρονομιάς κατά μήκος της γραμμής που κάποτε χώριζε την ήπειρο σε δύο διαφορετικά μέρη. Ενώ γιορτάζει την επανένωση της Ευρώπης, αυτό το μονοπάτι ποδηλασίας σκοπεύει επίσης να προωθήσει τα υψηλής αξίας φυσικά τοπία.

Η διασυνοριακή συνεργασία να λάβει διάφορες μορφές. Διαφέρει πάρα πολύ σύμφωνα με τις τοπικές και περιφερειακές ιδιαιτερότητες. Ενώ η ανάπτυξη μιας νέας πολιτιστικής διαδρομής με την υποστήριξη από τους εταίρους του έργου Cult-RinG μπορεί να οδηγήσει σε άλλες περιπτώσεις στην αξιοποίηση άλλων ειδικών στοιχείων μιας κοινής κληρονομιάς ή στην υιοθέτηση εξατομικευμένων μέτρων πολιτικής για τόνωση του βιώσιμου τουρισμού. (<https://www.interregeurope.eu/good-practices/iron-curtain-trail-eurovelo13-reunification-of-europe-cultural-route>)

5.2.2 Διαδρομή Alvar Aalto στην περιοχή Jyväskylä (Φινλανδία)

Με καταγωγή από την περιοχή Jyväskylä, ο Alvar Aalto ήταν αρχιτέκτονας διεθνούς φήμης του 20^{ου} αιώνα και θεωρείται ένας από τους εξέχοντες εκπροσώπους του Μοντερνισμού. Η δημόσια εταιρεία «Visit Jyväskylä» ανέπτυξε από το 2016- προκειμένου να τιμήσει το έργο του- μια ad hoc πολιτιστική διαδρομή που εκτείνεται γύρω από 29 σημαντικές τοποθεσίες. Αυτό το αξιοθέατο έχει γίνει πολύ δημοφιλές και πρόσφατα έγινε ένας από τους πιο αγαπημένους φινλανδικούς προορισμούς για διεθνείς τουρίστες. Αυτή η διαδρομή είναι πλήρως εναρμονισμένη με το όραμα που εκφράζεται στο πλαίσιο του δεύτερου πυλώνα που αφορά στο Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Δράσης του 2018 για τον Πολιτισμό και την Κληρονομία. Θα μπορούσε πράγματι να χρησιμεύσει ως πρότυπο για τοπικούς και περιφερειακούς φορείς χάραξης πολιτικής που ενδιαφέρονται να δημιουργήσουν παρόμοιες θεματικές διαδρομές για την αξιοποίηση της πολιτιστικής τους κληρονομιάς.

Το Alvar Aalto Routes είναι μια διαδρομή που συνδυάζει την πολιτιστική κληρονομιά ,με την φύση . Η ιδέα κάνει ορατή τη σχέση του Alvar Aalto με τη φύση. Ο Visit Jyväskylä ο τοπικός οργανισμός διαχείρισης και μάρκετινγκ προορισμών (DMO), που ιδρύθηκε από κοινού από 9 Δήμους της περιοχής Jyväskylä είναι ο καθύλην υπεύθυνος για το συντονισμό και το μάρκετινγκ της διαδρομής, παράλληλα με τη διατήρηση της συνεργασίας δικτύου. Οι κύριοι ενδιαφερόμενοι είναι η πόλη Jyväskylä και άλλοι δήμοι, τουριστικές εταιρείες και άλλοι τουριστικοί φορείς όπως τα μουσεία, το Ίδρυμα Alvar Aalto, το Visit Finland, άλλοι περιφερειακοί DMOs και η Ομοσπονδία Φινλανδικής Ένωσης Τουριστικών Ξεναγών. (<https://www.interregeurope.eu/good-practices/alvar-aalto-routes-in-jyvaskyla-region-the-capital-city-of-alvar-aaltos-architecture>)

5.2.3 SWARE Riverways. Ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού (Λετονία, Εσθονία)

Το έργο Riverways πραγματοποιήθηκε, προκειμένου να βελτιώσει τις συνθήκες που αφορούν στην αειφόρο ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Σκοπός του υπήρξε η αύξηση της ανταγωνιστικότητας έναντι άλλων μορφών τουρισμού αντιμετωπίζοντας παράλληλα την εποχικότητα και το φαινόμενο του υπέρ- τουρισμού. Οι ενδιαφερόμενοι φορείς (δηλαδή δήμοι, επιχειρηματίες, εμπειρογνώμονες στον τουρισμό) συνεργάστηκαν σε τρεις άξονες: 1)

Ανάπτυξη προϊόντων και βελτίωση της ποιότητας αυτών μέσω ανταλλαγής εμπειριών, αποστολών και εντοπισμού νέων προϊόντων και επιχειρήσεων. 2) Βελτίωση των υποδομών που σχετίζονται με τον θαλάσσιο τουρισμό – αναζωογόνηση ποταμών μέσω καθαρισμού, δημιουργία χώρων ανάπαυσης, πλωτών γεφυρών, και πεζογέφυρών. 3) Στοχευμένη στρατηγική μάρκετινγκ. Εκπονήθηκε εγχειρίδιο για παρόχους υπηρεσιών θαλάσσιου τουρισμού με προτάσεις για παροχή ποιοτικών υπηρεσιών και ίδρυση ανταγωνιστικής εταιρείας, καθώς και ενημερωτικός σχεδιαστής δρομολογίων και ενημερωτικό υλικό για τις δυνατότητες θαλάσσιου τουρισμού σε πολλές γλώσσες.

Χάρη στο έργο αναπτύχθηκαν 15 νέα προϊόντα θαλάσσιου τουρισμού και παράλληλα ωφελήθηκαν περίπου 300 τοπικές επιχειρήσεις. Η ανταλλαγή γνώσεων υπό την αιγίδα του έργου SWARE ήταν ζωτικής σημασίας για την αναγνώριση των ποταμών ως σημαντικό μέρος της φυσικής κληρονομιάς και ως τουριστικός πόρος στη Λετονία. Μαθαίνοντας για την εμπειρία αυτή το Tidal Park στο Ρότερνταμ (Ολλανδία) προχώρησε στην αξιοποίηση του ποταμού Gauja. (<https://www.interregeurope.eu/good-practices/riverways-development-of-water-tourism-as-nature-and-active-tourism-component-in-latvia-and-estonia>)

5.2.4 Περιορισμός του αντίκτυπου της Covid-19 στον τουρισμό στο Teruel (Ισπανία)

Τον Απρίλιο του 2020, η επαρχία του Teruel (Aragón), αναθεώρησε τη στρατηγική της για τον αειφόρο τουρισμό για να μπορέσει να συμμορφωθεί με την νέα πραγματικότητα που επιβλήθηκε μετά το ξέσπασμα του κορωνοϊού. Η Aragon κατάργησε όσες δραστηριότητες δεν θα ήταν συμβατές με τα μέτρα πρόληψης κατά της Covid-19, προσφέροντας έτσι μια αρκετά γρήγορη και αποτελεσματική απάντηση για τον μετριασμό των επιπτώσεων της πανδημίας στον τοπικό τουρισμό. Η αναθεωρημένη στρατηγική περιλάμβανε, μεταξύ άλλων τα κάτωθι :

- ✓ Εμπορία και εξαγωγή βιώσιμων τοπικών προϊόντων
- ✓ Εκπτώσεις 30 € σε 3.000 διανυκτερεύσεις
- ✓ Προώθηση της πολιτιστικής διαδρομής El Cid που δεν είχε πριν μεγάλη απήχηση
- ✓ Δημιουργία αφηγήματος για αύξηση της ελκυστικότητας της επαρχίας ως ασφαλούς προορισμού

- ✓ Μέτρα για «να μπου στο χάρτη» χωριά με λιγότερους από 500 κατοίκους – που συνήθως παραβλέπονται από τουριστικές ροές
- ✓ Συνεργασία με εστιατόρια και τοπικά μέσα ενημέρωσης

Τα πρώτα στατιστικά στοιχεία δείχνουν ότι, παρά την πανδημία, τα μικρά ξενοδοχεία και τα αγροτικά σπίτια σημείωσαν καλές κρατήσεις τους πρώτους μήνες της τουριστικής περιόδου. Η προσέγγιση που υιοθετήθηκε από τους τοπικούς φορείς χάραξης πολιτικής βοήθησε τους κατοίκους και επιχειρηματίες της περιοχής να υιοθετήσουν μια νέα αιφροδική προσέγγιση που έφερε πολύ καλά αποτελέσματα. (<https://www.interregeurope.eu/good-practices/sustainable-strategies-for-avoiding-pandemic-impact-in-tourism>)

5.2.5 LEBONPICNIC - Τοπικά πικνίκ διαθέσιμα για τουρίστες με ποδήλατο (Γαλλία)

Το LEBONPICNIC είναι μια διαδικτυακή πλατφόρμα που συνδέει ποδηλατικούς τουρίστες με τοπικά μαγαζιά τροφίμων που εδρεύουν στο Pays de la Loire. Στόχος του είναι να υποστηρίξει τις τοπικές επιχειρήσεις και τις τοπικές διατροφικές παραδόσεις με βιώσιμο τρόπο, προσφέροντας στους ποδηλάτες οικονομικά και υγιεινά γεύματα από μικρές αλυσίδες εφοδιασμού. Η πρωτοβουλία ξεκίνησε το 2016 με 15 μικρές τοπικές επιχειρήσεις. Το 2018, η πρωτοβουλία κέρδισε το βραβείο Palmes du Tourisme Durable για τις δυνατότητες καινοτομίας και επεκτασιμότητας της και μέχρι το τέλος του 2019, είχε καταφέρει να αυξήσει κατά 60% τον αριθμό των παραγγελθέντων πικνίκ σε σύγκριση με το πρώτο έτος δραστηριότητας.

Στο πλαίσιο της τρέχουσας πανδημίας, ψηφιακές λύσεις που επιτρέπουν στους τουρίστες να προπαραγγείλουν τοπικά γεύματα και μπορούν να τα καταναλώνουν σε εξωτερικούς χώρους, διευκόλυναν την τήρηση των κανόνων Covid-19 ενώ υποστηρίζουν τον αιφροδικό τουρισμό. Επίσης υπήρχε και στενή σύνδεση με μια άλλη πολύ διαδεδομένη μορφή βιώσιμου τουρισμού τον ποδηλατικό τουρισμό.

Οι ποδηλάτες απαιτούν καλές και υγιεινές επιλογές φαγητού που δεν είναι πάντα διαθέσιμες όταν κάνουν ποδήλατο. Με ένα πικνίκ μπορούν να απολαύσουν την ελευθερία

να τρώνε έξω χωρίς να χρειάζεται να ανησυχούν για τις ώρες λειτουργίας του εστιατορίου, το κλείδωμα των ποδηλάτων κ.λπ. Το LEBONPICNIC είναι μια διαδικτυακή αγορά όπου οι πελάτες μπορούν να παραγγείλουν τοπικά πικνίκ μέσω μιας πλατφόρμας, με τα ακόλουθα πλεονεκτήματα:

- Υποστηρίζει τις τοπικές ΜΜΕ και τις διατροφικές παραδόσεις: Τα πικνίκ γίνονται από τοπικούς επιχειρηματίες, συμπεριλαμβανομένων προσωπικών και παραδοσιακών συνταγών, χρησιμοποιώντας φρέσκα, εποχιακά και τοπικά προϊόντα.
- Είναι βιώσιμο: ενσωματώνονται αρχές όπως η περιφερειακή κατανάλωση τροφίμων, οι μικρές αλυσίδες εφοδιασμού, τα τρόφιμα κατά παραγγελία (για να αποφευχθεί η σπατάλη τροφίμων) και η φιλική προς το περιβάλλον συσκευασία.
- Είναι υγιεινό και προσιτό: Η πρωτοβουλία εξασφαλίζει κατανάλωση τροφίμων. Τα πικνίκ κοστίζουν 11-16 ευρώ κατά μέσο όρο.

Η αναπτυσσόμενη πρωτοβουλία έχει ενσωματώσει 34 παρασκευαστές τροφίμων, συμπεριλαμβανομένων εστιατορίων, κρεοπωλείων, αρτοποιείων και καταστημάτων λιχουδιών. Οι πελάτες μπορούν να παραγγείλουν μέχρι τις 6 το απόγευμα και να παραλάβουν το πικνίκ τους στο κατάστημα ή στο εστιατόριο την ημέρα της επιλογής τους, ξεκινώντας από την επόμενη μέρα.

Η πρωτοβουλία λαμβάνει υποστήριξη από πολλούς εταίρους, συμπεριλαμβανομένων των Περιφερειακών Συμβουλίων του Pays de la Loire και της Βρετανίας, των επαγγελματικών και βιοτεχνικών επιμελητηρίων και των τουριστικών γραφείων και ενώσεων. (<https://www.interregeurope.eu/good-practices/lebonpicnic-locally-sourced-picnics-available-for-cycle-tourists-in-france>)

5.3: Σύγκριση μαζικού με βιώσιμου τουρισμού

Ο μαζικός τουρισμός εννοιολογικά δεν χρησιμοποιείται μόνο για να περιγράψει την παρουσία μεγάλου αριθμού επισκεπτών αλλά περιλαμβάνει και όλες τις αρνητικές συνέπειες που προκαλεί αυτή η μαζικότητα. Σύμφωνα με τον Ανδριώτη, οι αρνητικές συνέπειες του

μαζικού τουρισμού- που προκαλεί και το φαινόμενο του υπέρ τουρισμού- συνίστανται κυρίως στο γεγονός ότι εκτός από την μεγάλη συγκέντρωση τουριστών σε ένα συγκεκριμένο μέρος, απαιτεί επενδύσεις μεγάλης κλίμακας χωρίς συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας και χωρίς δομημένο πλάνο αναπτυξιακής διαδικασίας.

Οι αρνητικές επιπτώσεις είναι εμφανείς σε όλους τους τομείς καθώς προκαλούν φθοράς το φυσικό περιβάλλον, υπάρχει άναρχη συγκέντρωση υποδομών, μετατόπιση ντόπιων πληθυσμών και επιπτώσεις στον τρόπο ζωής τους. Όπως αναφέρει και ο Jafari (1974), το χαρακτηριστικό του μαζικού τουρισμού είναι η «γκετοποίηση» των τουριστών, όπου οι τουρίστες δεν έρχονται σε επαφή με την τοπική κοινωνία και δεν υπάρχει σχέση ντόπιου-τουρίστα αλλά αγοραστή – πωλητή.

Από την άλλη πλευρά ο βιώσιμος τουρισμός ή αλλιώς responsible tourism (όπως αναφέρεται τελευταία), ορίζεται ως εκείνη η τουριστική δραστηριότητα που όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς προσπαθούν να εξαλείψουν τις αρνητικές επιπτώσεις και να προσκομίσουν τα μεγαλύτερα οφέλη. Οι αρχές στις οποίες στηρίζεται αυτή η δραστηριότητα είναι τρεις 1) προστασία περιβάλλοντος 2) σεβασμός στην τοπική κοινότητα 3) κατανόηση της κουλτούρας των ντόπιων. (Leslie, 2012)

Είναι γεγονός ότι, ο υπεύθυνος ή βιώσιμος τουρισμός μπορεί και να εφαρμοσθεί στα πλαίσια του μαζικού τουρισμού διότι ακόμη και σε αυτήν την μορφή τουρισμού πρέπει να υπάρχει υπευθυνότητα και σεβασμός στην φύση και στον άνθρωπο. Ο τουρισμός πρέπει να έχει ανθρωποκεντρική χροιά και έχει ως μοναδικό και αποκλειστικό κίνητρο το κέρδος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η τουριστική βιομηχανία είναι μια γοργά αναπτυσσόμενη βιομηχανία με οικονομικό, περιβαλλοντικό και κοινωνικό αντίκτυπο. Η απότομη αύξηση του αριθμού των επισκεπτών και πως θα επιτευχθεί η βιώσιμη ανάπτυξη στις τουριστικές περιοχές αποτελεί πρόκληση για πολλούς προορισμούς. Τα τελευταία χρόνια υπάρχουν πολλές αναφορές στο φαινόμενο αυτό που αποκαλείται υπέρ –τουρισμός. Ο ορισμός που δόθηκε σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού το 2018 και κάποια πανεπιστημιακά ιδρύματα που αναλύουν αυτό το φαινόμενο ως «υπερτουρισμός» μπορεί να οριστεί «η επίδραση του τουρισμού σε έναν προορισμό ή σε κάποια επιμέρους μέρη του προορισμού, τα οποία επηρεάζει υπερβολικά με αρνητικό τρόπο την ποιότητα ζωής των πολιτών ή/και την ποιότητα διακοπών των επισκεπτών». Η Σύμπραξη Υπεύθυνου Τουρισμού από την άλλη πλευρά αναφέρεται στον «υπερτουρισμό» ως, «οι προορισμοί εκείνοι όπου οι οικοδεσπότες και οι επισκέπτες, αισθάνονται ότι λόγω του μεγάλου όγκου επισκεπτών ότι η ποιότητα ζωής στην περιοχή και η ποιότητα της ταξιδιωτικής εμπειρίας έχει επιδεινωθεί δραματικά. Είναι το αντίθετο του Υπεύθυνου Τουρισμού που αφορά τη χρήση του τουρισμού με σκοπό την βιώσιμη ανάπτυξη του προορισμού και την παροχή νέων ανανεωμένων ταξιδιωτικών εμπειριών . Συχνά τόσο οι επισκέπτες όσο και οι επισκέπτες βιώνουν την επιδείνωση ταυτόχρονα».

Ο υπερτουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως συνάρτηση του αριθμού των τουριστών καθώς και της φέρουσας ικανότητας του τουριστικού συστήματος. Μείζονες προκλήσεις προκύπτουν όταν ξεπερνιέται η φέρουσα ικανότητα. Ως εκ τούτου, οι προσεγγίσεις λύσεων μπορούν προληπτικά να στοχεύουν στην αύξηση της φέρουσας ικανότητας και να επηρεάσουν τους μοχλούς της τουριστικής ανάπτυξης καθώς και στην καλύτερη διαχείριση των προκλήσεων.

Η ταχεία αστικοποίηση, η ευκολία στην κινητικότητα , η αυξανόμενη μεσαία τάξη, οι πιο προσιτές επιλογές μεταφοράς και διαμονής, θα συνεχίσουν να τονώνουν την αυξημένη ζήτηση για τουρισμό. Η σωστή τουριστική ανάπτυξη μπορεί να συνάδει με τους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης και συγκεκριμένα του Στόχου 11 με θέμα «Κάντε τις πόλεις και τον

οικισμούς χωρίς αποκλεισμούς, ασφαλείς, ανθεκτικούς και βιώσιμους». Το φαινόμενο του υπερ τουρισμού αποτελεί μια νέα έννοια που αφορά στην διαχείριση της τουριστικής συμμόρφωσης και της τουριστικής ικανότητας. Κατά τον καθορισμό και τον καθορισμό μηχανισμών παρακολούθησης και διαχείρισης της τουριστικής συμμόρφωσης, φέρουσας ικανότητας και «τα όρια αποδεκτή αλλαγή» είναι απαραίτητο να ληφθούν υπόψη ποσοτικοί καθώς και ποιοτικοί δείκτες για να διασφαλιστεί μια ολοκληρωμένη εικόνα του αντίκτυπου του τουρισμού στον προορισμό και τους κατοίκους του. (UWNTO, 2018)

Η εν λόγω έρευνα ξεκίνησε με την αποσαφήνιση των όρων της τουριστικής ανάπτυξης και της φέρουσας ικανότητας. Προχώρησε με την αποσαφήνιση του όρου του υπέρ τουρισμού και ανέλυσε τις αιτίες και τις επιπτώσεις του φαινομένου. Συνοψίζοντας τις αιτίες θα λέγαμε ότι η έννοια - όπως πολλάκις αναφερθήκαμε- είναι μια νέα έννοια που προσχώρησε πρόσφατα στην τουριστική βιβλιογραφία και χρησιμοποιήθηκε για να περιγράψει το γεγονός ότι όπου εμφανίζεται υποβαθμίζει την ζωή των ντόπιων αλλά και την ποιότητα της ταξιδιωτικής εμπειρίας. Οι λόγοι αύξησης του φαινομένου, εκτός από τον προφανή λόγο της αύξησης εν γένει της τουριστικής κίνησης, είναι η αυξημένη χρήση του διαδικτύου, η μεγάλη άνοδος της οικονομίας του διαμοιρασμού, η αύξηση της κρουαζιέρας και των λεγόμενων city break, καθώς και η άνοδος της αστικής τάξης και η εποχικότητα σε ορισμένα μέρη. Οι επιπτώσεις είναι αρκετές και στο περιβάλλον και στη οικονομία αλλά και στην κοινωνία. Ο τουρισμός ενώ αποφέρει μεγάλα εισοδήματα και οικονομική ευμάρεια στις περιοχές που αναπτύσσεται από την άλλη μπορεί να φέρει και σοβαρές επιπτώσεις όταν ξεπεραστεί το όριο της φέρουσας ικανότητας του προορισμού. Οι επιπτώσεις αυτές συνίστανται σε αλλοίωση και καταστροφή του περιβάλλοντος του προορισμού, σε εποχική οικονομική ανάπτυξη εις βάρος του πρωτογενή και δευτερογενή τομέα της οικονομίας με συνέπεια να καταστραφούν πολλοί κλάδοι και να πραγματοποιηθεί μια μονομερής ανάπτυξη, καθώς και κοινωνικά φαινόμενα περιθωριοποίησης του εγχώριου πληθυσμού και σημαντική αύξηση του κόστους διαβίωσης. Τέλος, το φαινόμενο έχει αντίκτυπο και στους ίδιους τους επισκέπτες αφού μειώνει την ευχαρίστηση της ταξιδιωτικής εμπειρίας του προορισμού.

Συνεχίζοντας και για την άμεση κατανόηση του φαινομένου ακολούθησε η ανάλυση του παραδείγματος το υπέρ τουρισμού σε ένα ελληνικό νησί στο νησί της Ρόδου, το οποίο

πλήττεται από το φαινόμενο τους καλοκαιρινούς μήνες. Εκεί η ανάπτυξη του τουρισμού έχει φέρει σημαντικές αλλοιώσεις στο περιβάλλον εξαιτίας της υπεράντλησης υδάτων και της διαχείρισης αποβλήτων με αποτέλεσμα να ελλοχεύει κίνδυνος μόλυνσης και υποβάθμισης του περιβάλλοντος. Στην συνέχεια παρατέθηκαν και κάποια άλλα παραδείγματα Ευρωπαϊκών πόλεων που έρχονται αντιμέτωπα με το φαινόμενο. Ακολουθούν οι προτάσεις για τον περιορισμό του αριθμού των επισκεπτών και κατά συνέπεια της άμβλυνσης του φαινομένου πως πραγματοποιείται η σωστή διαχείριση των τουριστικών ροών, ποια δραστικά μέτρα μπορούν και πρέπει να ληφθούν. Οι προτάσεις διαχείρισης από την EBRD (Ευρωπαϊκή Τράπεζα Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης), που προτείνει πρότερη μελέτη και ανάληψη διαχείρισης από έναν μόνο φορέα συν την εμπλοκή όλων των τοπικών φορέων. Η δημιουργία Οργανισμών Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Προορισμού αποτελεί επίσης μια καλή λύση αντιμετώπιση και πρόληψης του φαινομένου του υπέρ τουρισμού αφού δίνει την δυνατότητα δε πολλούς τοπικούς φορείς να έχουν πρόσβαση στην λήψη αποφάσεων που αφορούν στον προορισμό.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού και η Ευρωπαϊκή Ένωση αναγνωρίζοντας την σπουδαιότητα του προβλήματος πρότειναν στρατηγικές και μέτρα πρόληψης για την μείωση και τον περιορισμό του υπέρ τουρισμού. Ο ΠΟΤ πρότεινε 11 στρατηγικές με 68 μέτρα που αφορούν στην αναβάθμιση υποδομών, στην χρήση έξυπνων νέων τεχνολογιών, στην επικοινωνία με τους επισκέπτες και στην ευαισθητοποίηση του κοινού. Στο ίδιο πλαίσιο κινούνται επίσης και οι προτάσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης με έμφαση στον σχεδιασμό και την πρόληψη.

Τέλος, η στροφή στον βιώσιμο τουρισμό αποτελεί η άμεση και η πιο αξιόπιστη απάντηση και λύση στο πρόβλημα του υπέρ τουρισμού. Η διαπεριφερειακή Ευρωπαϊκή συνεργασία έχει ήδη εφαρμόσει προγράμματα που προωθούν τον βιώσιμο και υπεύθυνο τουρισμό. Η διαδρομή του Alvaro Aalto που συνδυάζει την πολιτιστική κληρονομιά με τον τουρισμό και την φύση είναι ένα παράδειγμα προώθησης του βιώσιμου τουρισμού. Ο βιώσιμος τουρισμός έχει ανθρωποκεντρική χροιά και στηρίζεται στην προστασία του περιβάλλοντος, στον σεβασμό προς τις τοπικές κοινότητες και στην κατανόηση της κουλτούρας των ντόπιων.

Μερικά από τα βασικά συμπεράσματα που προέκυψαν από την εν λόγω έρευνα που πραγματοποιήθηκε για το φαινόμενο του υπέρ τουρισμού είναι τα ακόλουθα :

- Κάθε προορισμός που αντιμετωπίζει το πρόβλημα του υπέρ τουρισμού εξασφαλίζει τα δικά του μέτρα και συχνά έγκειται και στον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζουν το φαινόμενο οι εμπλεκόμενοι φορείς. Αλλά μόνο με την αθρόα συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων φορέων μπορούν να δοθούν ορθές λύσεις.
- Δεν υπάρχει μόνο μια λύση για να κατευνασθεί το φαινόμενο του υπέρ τουρισμού κάθε προορισμός πρέπει να εφαρμόζει εκείνες που είναι πιο κοντά στην δική του περίπτωση.
- Η αξιολόγηση και η παρακολούθηση είναι ζωτικής σημασίας για την κατανόηση της τρέχουσας και μελλοντικής κατάστασης ανάπτυξης και για την αξιολόγηση των σημερινών και πιθανών μελλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού σε έναν προορισμό.
- Δεν είναι μόνο οι φορείς του τουρισμού που πρέπει να μετέχουν στον διάλογο και στην εξεύρεση λύσεων αλλά και άλλοι φορείς πρέπει να λαμβάνουν μέρος για την εξεύρεση σφαιρικών προτάσεων λύσεων.
- Η τουριστική βιομηχανία αποτελεί αναπτυξιακό παράγοντα για μια περιοχή και έχει μεγάλο κοινωνικό αντίκτυπο στην διαμόρφωση του προορισμού.
- Πολλές φορές για να αντιμετωπιστεί το πρόβλημα χρειάζονται καινοτόμες και θραυλές λύσεις παρόλο που μπορεί να έρθουν αντιμέτωπες με μεγάλα συμφέροντα.
- Η συμμετοχή όλων ενδιαφερομένων μερών είναι το κλειδί. Η έλλειψη ευαισθητοποίησης και ενημέρωσης για τον τουρισμό μπορεί να διογκώσει το πρόβλημα. Μόνο η συμμετοχή και η δημιουργία δικτύων για τη διατήρηση του διαλόγου, μπορεί να αυξήσει την ευαισθητοποίηση και να δώσει βιώσιμες λύσεις.
- Όλα έχουν να κάνουν με την ευθύνη. Η τουριστική βιομηχανία πρέπει να επιδεικνύει υψηλό βαθμό ευθύνης όχι μόνο απέναντι στις τουριστικές επιχειρήσεις αλλά και απέναντι στο περιβάλλον, την κοινωνία και τις μελλοντικές γενιές.

Κλείνοντας τίθεται το ερώτημα; «Θα μπορέσει ο κόσμος να χειριστεί δύο δισεκατομμύρια τουρίστες; Ο υπερτουρισμός ως καθρέφτης των επιπτώσεων του εκδημοκρατισμού των παγκόσμιων ταξιδιών»— έχει ακόμα πολλά να εξερευνήσει, από όλες τις πιθανές πλευρές, κοινωνική, πολιτιστική, οικονομική και αναπτυξιακή. (Rafat Ali Ski, 2018)

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

• ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ανδριώτης Κ (2005), Τουριστική Ανάπτυξη και Σχεδιασμός, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα
- Γρούτας και Νικολαΐδης Χ (2000), Τουριστικό Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και Επιχειρήσεων, Πάτρα ΕΑΠ
- ΝΣΕΤΕ (2018), «Εισερχόμενος Τουρισμός στην Ελλάδα - Συνολικά, Εξέλιξη Τουριστικών Δεικτών 2005-2017», Ινστιτούτο ΣΕΤΕ
- Κοκκώσης Χ. και Τσάρτας Π. (1999), Ανάπτυξη και Περιβάλλον Τουρισμού, Πάτρα ΕΑΠ
- Κοκκώσης Χ. και Τσάρτας Π. (2001), Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική
- Κυρατσούλης, Θ. (2015) «Ο Ελληνικός Τουρισμός, το Περιβάλλον και Αειφόρος Ανάπτυξη», Τεχνική Έκθεση, Ινστιτούτο ΣΕΤΕ, Ιανουάριος 2015
- Μαρκάκη, Μ., Πανούση, Σ., Σώκλης, Γ., Χριστίδου, Α. (2013) «Η Εποχικότητα του Τουρισμού στην Ελλάδα», Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων
- Παρπαίρης (2010), Σχεδιασμός και Περιβαλλοντική Διαχείριση στον τουρισμό, Σημειώσεις Διάλεξης του Μαθήματος ΔΜΠΣ
- Σεργάος, Κ. (2013) Εκπαιδευτικό υλικό του μαθήματος 'Προσεγγίσεις του σχεδιασμού στην Ελλάδα'. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών
- Σπιλάνης Ι. και Βαγιάνη Ε. (2002), Βιωματικός Τουρισμός και Φέρουσα Ικανότητα σε ευαίσθητα Νησιωτικά οικοσυστήματα, Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- Τσάρτας Π. (1996), Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι : κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό, Αθήνα , Εξάντας
- Χατζηβέργης, Κ. (2003) «Η έννοια του Κύκλου ζωής ενός τουριστικού προορισμού - Φέρουσα Ικανότητα»

• ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Butler, R. W. (1980), «The concept of a tourist area cycle of evolution» *Canadian Geographer*, Vol. 24, No 1, pp. 5-12
- Butler, R.W. (1991), «Tourism, Environment and Sustainable Development», *Environmental Conservation*, Vol. 18, Issue 3, pp. 201-209
- Butler, R. (1994), «Seasonality in tourism: issues and problems» in Seaton, A. V. (ed.), *Tourism: The state of the Art*. John Wiley & Sons Ltd
- Coccossis, H. (1996), “Tourism and sustainability: perspectives and implications” in Priestley, G. K. Edwards, J. A. and Coccossis, H., *Sustainable tourism? European experiences*, Wallingford: CAB INTERNATIONAL
- Coccossis, H., & Mexa, A. (2017). *The Challenge of Tourism Carrying Capacity assessments: Theory and practice*”. London: Routledge
- Dodds R., & Butler, R. (2019). *The enablers of overtourism*. In R. Dodds & R. Butler (Eds.), *Overtourism: issues, realities and solutions* (pp. 6–21). Boston, MA: De Gruyter Oldenbourg
- European Commission, (2007), *Agenda for a sustainable and competitive European tourism* (COM(2007) 621 final), Brussels
- Foster, D. (1985), *Travel and Tourism Management*, Basingstoke, Hampshire, MacMillan Press
- Goodwin, H. (2011), *Taking Responsibility for Tourism: Responsible Tourism Management*, Oxford: Goodfellow Publishers Limited
- IPK International, (2017), *World Travel Monitor*. Munich
- Leslie, D. (2012), *Responsible Tourism: Concepts, Theory and Practice*, UK: CAB International
- Middleton V. Fyall A., Morgan M. & Ranchhod A., (2009), *Marketing in travel and tourism*, New York: Routledge
- Milano, C. (2017a), *Over-tourism and Tourism-phobia: Global trends and local contexts*, Barcelona
- Pearce, D. G. (1981), *Tourist development*, London: Longman Group Limited

- Pearce, P. L. (2018), Limiting overtourism; the desirable new behaviours of the smart tourist. Paper presented at the The Forum 2018 Global Conference - Tourism Intelligence Exchange @ the Industry-Academia Junction
- Weber, F., Stettler, J., Priskin, J., Rosenberg-Taufer, B., Ponnareddy, S., Fux, S., Camp, M.-A., & Barth, M. (2017), Tourism destinations under pressure., Challenges and innovative solutions. Lucerne, Switzerland.

● ΔΙΚΤΥΟΓΡΑΦΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Βίκυ Βαμινδάκη, Οι ελληνικοί προορισμοί με τους περισσότερους τουρίστες, <https://www.dimokratiki.gr/31-08-2022/oi-ellinikoi-proorismoi-me-toys-perissoteroystoyristes-ana-katoiko-stin-4i-thesi-tis-listas-i-rodos/>, (Ημερομηνία Προσπέλασης 18/9/2022)
- ΙΝΣΕΤΕ, (2015), «Marketing Plan 2015-2020», http://regional-tourism.plans.insete.gr/packages/pkm/pdf/marketing_plan_central_macedonia.pdf [Ημερομηνία προσπέλασης : 26/9/2022]
- Λάχα Νίκη, Βαγενά Ερμιόνη, Πετρούτσου Χαραλαμπία, Τα θετικά και Αρνητικά Στοιχεία του τουρισμού <http://repository.library.teimes.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/3495/%CE%A4%CE%91%20%CE%98%CE%95%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%91%20%CE%9A%CE%91%CE%99%20%CE%91%CE%A1%CE%9D%CE%97%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%91%20%CE%A3%CE%A4%CE%9F%CE%99%CE%A7%CE%95%CE%99%CE%91%20%CE%A4%CE%9F%CE%A5%20%CE%A4%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A5.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Ημερομηνία Προσπέλασης 19/9/2022]
- Νίκος Μουρμούρης, Περιβαλλοντικό Αποτύπωμα και οι Ελληνικές προοπτικές https://www.2045.gr/thematologia/perivalon-energia/to_perivallontiko_apotypoma_toy_tourismoy/ [Ημερομηνία Προσπέλασης 19/9/2022]

- Αμαλία Ιωάννα Ξερέα, Υπερ τουρισμός και τοπικές κοινωνίες : Η περίπτωση της Σαντορίνης

<https://apothesis.eap.gr/bitstream/repo/48735/1/%ce%a5%cf%80%ce%b5%cf%81%cf%84%ce%bf%cf%85%cf%81%ce%b9%cf%83%ce%bc%cf%8c%cf%82%20%ce%ba%ce%b1%ce%b9%20%cf%84%ce%bf%cf%80%ce%b9%ce%ba%ce%ad%cf%82%20%ce%ba%ce%bf%ce%b9%ce%bd%cf%89%ce%bd%ce%af%ce%b5%cf%82.%20%ce%9c%ce%b5%ce%bb%ce%ad%cf%84%ce%b7%20%cf%80%ce%b5%cf%81%ce%af%cf%80%cf%84%cf%89%cf%83%ce%b7%cf%82%20%ce%a3%ce%b1%ce%bd%cf%84%ce%bf%cf%81%ce%af%ce%bd%ce%b7%20%28%ce%94.%ce%95%29.pdf>

[Ημερομηνία Προσπέλασης 17/9/2022]

• ΔΙΚΤΥΟΓΡΑΦΙΑ ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Becker, E. (2015), “The Revolt against tourism”, The New York Times, 21 June, <https://www.nytimes.com/2015/07/19/opinion/sunday/the-revolt-against-tourism.html>
[Ημερομηνία Προσπέλασης: 2/9/2022]
- Becker, E. (2018), “A conversation with a journalist who literally wrote the book on Over tourism”, <https://www.cntraveler.com/story/overtourism-expert-elizabeth-becker-interview>
[Ημερομηνία Προσπέλασης : 13/9/2022]
- Delgado, M. (2008). Turistofobia
https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html [Ημερομηνία Προσπέλασης : 1/9/2022]
- Dredge, D. (2017). “Overtourism” Old wine in new bottles? Retrieved <https://www.linkedin.com/pulse/overtourism-old-wine-new-bottles-dianne-dredge/>
[Ημερομηνία Προσπέλασης : 4/9/2022]
- European Parliament Study, (2018), “Research for TRAN Committee – Overtourism: impact and possible policy responses”,

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL_STU\(2018\)629184_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL_STU(2018)629184_EN.pdf) [Ημερομηνία Προσπέλασης: 30/7/2022]

- European Cities Marketing, (2018), Managing Tourism Growth in Europe. The ECM Toolbox, 30 <https://fr.calameo.com/read/0006740147d7bd41b5afc>
- Fes, N., (2016), Mass tourism affects major travel destinations in Europe, Tourism Review, 3 October 2016, <https://www.tourism-review.com/mass-tourismhit-santorini-venice-and-ibiza-news5139>, [Ημερομηνία Προσπέλασης: 30/8/2022]
- Goldwell, W. (2017), First Venice and Barcelona: Now anti-tourism marches spread across Europe, The Guardian, 10 August, <https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/10/anti-tourism-marches-spread-across-europe-venice-barcelona>, [Ημερομηνία Προσπέλασης: 30/8/2022]
- Hernandez Maria Garcia , Sofia Mendoza de Miguel, Over tourism in urban Destinations: The myth of Smart Solutions, (2019,) https://www.academia.edu/41284009/Overtourism_in_urban_destinations_the_myth_of_smart_solutions?email_work_card=view-paper [Ημερομηνία Προσπέλασης: 3/9/2022]
- Milano, C., Cheer, J. M., & Novelli, M. (2018). Overtourism: a growing global problem. <https://theconversation.com/overtourism-a-growing-global-problem-100029> [Ημερομηνία Προσπέλασης: 12/10/2022]
- SKIFT (2018), “The Genesis of over tourism” <https://skift.com/2018/08/14/the-genesis-of-overtourism-why-we-came-up-with-the-term-and-whats-happened-since/> [Ημερομηνία Προσπέλασης : 13/9/2022]
- Smith, O. (2018), “Europe”s latest victim of Over tourism” <http://www.traveller.com.au/greece-tourism-numbers-europes-latest-victim-of-overtourism-h110v6> [Ημερομηνία Προσπέλασης 3/10/2022]
- Strickland-Munro, J. K., Allison, H. E., & Moore, S. A. (2010). Using resilience concepts to investigate the impacts of protected area tourism on communities. Annals of Tourism Research, 37(2), <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.11.001>
[Ημερομηνία Προσπέλασης: 19/9/2022]

- UNWTO (2018), ‘Overtourism’? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions World Tourism Organization (UNWTO), Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality, NHTV Breda University of Applied Sciences, and NHL Stenden University of Applied Sciences. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284419999>
- UNWTO, (2019), “ International Tourism Results 2018 and Outlook 2019”,
http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barometer_jan19_presentation_en.pdf
[Ημερομηνία Προσπέλαση: 13/10/2022]
- Vanolo, A. (2014), Smartmentality: The Smart City as Disciplinary Strategy, Urban Studies, <https://doi.org/10.1177/0042098013494427> [Ημερομηνία Προσπέλασης: 18/9/2022]
- Van der Zee, R, (2016), “The Airbnb effect : Is it real and what is it going to a city like Amsterdam?”, <https://www.theguardian.com/cities/2016/oct/06/the-airbnbeffect-amsterdam-fairbnb-property-prices-communities> [Ημερομηνία Προσπέλασης: 24/9/2022]
- Yeoman I. (2018): Future driving forces of city tourism in the tourism market. In UNWTO: ‘Overtourism’? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary <https://doi.org/10.18111/9789284420070> [Ημερομηνία Προσπέλασης: 24/9/2022]

- **ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ**

<https://www.rodiki.gr/article/476645/55-galazies-shmaies-phre-fetos-h-rodos>

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

<https://www.naturagraeca.com/ws/131,193,366,1,1,%CE%A1%CF%8C%CE%B4%CE%BF%CF%82>

<https://www.interregeurope.eu/good-practices/riverways-development-of-water-tourism-as-nature-and-active-tourism-component-in-latvia-and-estonia>

<https://www.interregeurope.eu/good-practices/alvar-aalto-routes-in-jyvaskyla-region-the-capital-city-of-alvar-aaltos-architecture>

<https://www.interregeurope.eu/good-practices/lebonpicnic-locally-sourced-picnics-available-for-cycle-tourists-in-france>

https://www.2045.gr/thematologia/perivalon-energia/to_perivallontiko_apotypoma_toy_tourismoy

<https://www.europarc.org/library/europarc-events-and-programmes/european-charter-for-sustainable-tourism/>

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL_STU\(2018\)629184_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/629184/IPOL_STU(2018)629184_EN.pdf)

<https://tourismphilosopher.com>

https://www.2045.gr/thematologia/perivalon-energia/to_perivallontiko_apotypoma_toy_tourismoy/

<https://blog.bismart.com/en/smart-city-initiatives-for-overtourism>

<https://www.lifo.gr/now/world/toyristiki-asfyxia-i-eyropi-dihazetai-me-tis-ordes-episkepton-poy-kanoynti-zoi-anypofori>

<https://m.tvxs.gr/mo/i/268813/f/news/taksidia/ypertoyrismos-ena-ayksanomeno-pagkosmio-problima.html>

<https://www.interregeurope.eu/good-practices/sustainable-strategics-for-avoiding-pandemic-impact-in-tourism>

