

**ΣΧΟΛΗ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΩΝ**

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΙΟΝΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΟ ΑΓΓΙΓΜΑ ΤΟΥ ΜΙΔΑ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΠΛΗΣΤΙΑ

Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και
τουριστική ανάπτυξη



ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ

Χανς

ΚΟΝΤΙ ΚΟΝΤΕ

T2019058

Κωνσταντίνος

ΠΟΥΛΙΟΣΚΑΣ

T2019002

Κέρκυρα 2023





**ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**



ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΙΤΛΟΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΟΝΟΜΑ: Χανς ΚΟΝΤΙ ΚΟΝΤΕ,

Κωνσταντίνος ΠΟΥΛΙΟΣΚΑΣ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ: T2019058, T2019002

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:

Σοφία Καραάμπελα

Αριθμός λέξεων:

10.354

ΚΕΡΚΥΡΑ 2023

ΑΦΙΕΡΩΣΗ Η/ΚΑΙ ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η ερευνητική ομάδα που απαρτίζεται από δύο φοιτητές του Ιονίου Πανεπιστημίου, του Τμήματος Τουρισμού, αφιερώνει τον χρόνο της και δίνει τις ιδέες και τις γνώσεις της με σκοπό να εξάγουν μια έρευνα στην πτυχιακή εργασία υπό τη θεματική ενότητα «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και τοπική ανάπτυξη» της καθηγήτριας Σ. Καράμπελας, η οποία, σ' όλο το διάστημα της πτυχιακής εργασίας κατεύθυνε την ομάδα όσο πιο αποτελεσματικά γίνεται έτσι ώστε να διεξαχθεί μια σωστή έρευνα. Κατά τη διάρκεια της έρευνας, υπήρξε επικοινωνία και υποστήριξη από τον κο Β. Μαλέσιο (Επίκουρη Καθηγήτη του Τμήματος Αγροτικής Οικονομίας του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών) ο οποίος βοήθησε την ομάδα στον μαθηματικό της τύπο για την διεξαγωγή του Responsibility Score (RS) και έτσι να απαντήσει αποτελεσματικά το ερευνητικό της ερώτημα με μεγαλύτερη σαφήνεια και ακρίβεια. Τέλος, μέσω της πτυχιακής, το Ιόνιο Πανεπιστήμιο και ιδίως το Τμήμα Τουρισμού, έδωσε στην ερευνητική ομάδα, την ευκαιρία να αναδείξει τις ικανότητες της αλλά και όσα έχουν μάθει οι φοιτητές της όλα αυτά τα χρόνια. Οπότε, η ερευνητική ομάδα, οφείλει ένα μεγάλο «ευχαριστώ» στο Ιόνιο Πανεπιστήμιο, στο Τμήμα Τουρισμού, στην κα Σ. Καράμπελα και τέλος στον κο Β. Μαλέσιο.

Με εκτίμηση,

Χανς Κόντι Κόντε

Κωνσταντίνος Πουλιόσκας

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η έρευνα αυτή εξετάζει τη σύνδεση μεταξύ του μύθου του Μίδα και του φαινομένου του μαζικού τουρισμού, με έμφαση στην έννοια της απληστίας. Αναλύονται οι αδυναμίες του μαζικού τουρισμού, η βιωσιμότητα και η ανάπτυξη των προορισμών, υπό το πρίσμα των περιβαλλοντικών, κοινωνικών και τοπικών οικονομικών προκλήσεων.

Σκοπός αυτής της έρευνας είναι να αποδείξει ότι ο μαζικός τουρισμός αποτελεί "την κατάρα του Μίδα" και δεν μπορεί να θεωρηθεί ως βιώσιμος τρόπος ανάπτυξης του τουρισμού. Έπειτα, παρουσιάζονται μέθοδοι και πρακτικές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την εγκατάσταση ενός πιο υπεύθυνου και βιώσιμου τουρισμού, πέρα από το μαζικό μοντέλο.

Η έρευνα βασίζεται κυρίως σε πρωτογενή έρευνα, εστιάζοντας στην ανάλυση της συμπεριφοράς των υπεύθυνων τουριστών. Επιπλέον, χρησιμοποιείται και δευτερογενής έρευνα, αξιοποιώντας υπάρχουσες έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί από επαγγελματίες και ακαδημαϊκούς διδάκτορες στον τομέα.

Συνολικά, αυτή η έρευνα αναδεικνύει τις προκλήσεις που συνδέονται με το μαζικό τουρισμό και την απληστία, επικεντρώνοντας την προσοχή στη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη των προορισμών. Ο στόχος είναι να ενθαρρυνθεί η υιοθέτηση πρακτικών που θα προάγουν έναν υπεύθυνο και βιώσιμο τουρισμό, προσφέροντας μακροπρόθεσμα οφέλη τόσο στους τοπικούς πληθυσμούς όσο και στο περιβάλλον. Η έρευνα συμβάλλει στην παροχή πολύτιμων πληροφοριών και προτάσεων για τη βελτίωση της τουριστικής βιομηχανίας και την ανάπτυξη βιώσιμων πρακτικών στον τομέα του τουρισμού.

Executive summary

This research examines the connection between the myth of Midas and the phenomenon of mass tourism, with an emphasis on the concept of greed. It analyzes the weaknesses in the attention paid to sustainability and destination development, in the light of environmental, social, and local economic challenges.

The purpose of this research is to prove that mass tourism is "the curse of Midas" and cannot be considered a sustainable way to develop tourism. Then, methods and practices that can be used to establish a more responsible and sustainable tourism, beyond the mass model, are presented.

The research is based primarily on primary research, focusing on the analysis of the behavior of tourists. In addition, secondary research is used, taking advantage of existing research that has been conducted by professionals and academic doctoral researchers in the field.

Overall, this research highlights the challenges associated with mass tourism and greed, focusing on sustainability and destination development. The goal is to encourage the adoption of practices that will promote responsible and sustainable tourism, offering long-term benefits to both local populations and the environment. The research contributes to providing valuable information and recommendations for improving the tourism industry and developing sustainable practices in the field of tourism.

Σημείωμα Συγγραφέα (δήλωση αυθεντικότητας)

Οι συγγραφείς βεβαιώνουν ότι το περιεχόμενο του παρόντος έργου είναι αποτέλεσμα ομαδικής εργασίας και ότι έχει γίνει η κατάλληλη αναφορά στην εργασία τρίτων, όπου κάτι τέτοιο ήταν απαραίτητο, σύμφωνα με τους κανόνες της ακαδημαϊκής δεοντολογίας.

Χανς Κόντι Κόντε

T2019058

Handwritten signature of Hans Conti Conti, featuring a large 'C' and 'H' and the name 'Conti' written twice.

Κωνσταντίνος Πουλιόσκας

T2019002

Handwritten signature of Konstantinos Poulioskas, featuring a large 'K' and 'P' and the name 'Poulioskas' written twice.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΑΦΙΕΡΩΣΗ Η/ΚΑΙ ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	3
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
Σημείωμα Συγγραφέα (δήλωση αυθεντικότητας).....	6
Κεφάλαιο 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	8
Κεφάλαιο 2: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ.....	10
2.1 Πλαίσια μελέτης της έρευνας.....	10
2.1.1 Πλαίσιο μελέτης 1	10
2.1.2 Πλαίσιο μελέτης 2	13
2.2 Οι ορισμοί του μαζικού και υπεύθυνου τουρισμού	14
2.2.1 Μαζικός τουρισμός	14
2.2.2 Υπεύθυνος τουρισμός.....	16
2.3 Ανάλυση των επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού.....	20
2.3.1 Αντίκτυπος στο Περιβάλλον.....	20
2.3.2 Κοινωνικοπολιτιστικός αντίκτυπος.....	22
2.3.3 Αντίκτυπος στην Οικονομία του προορισμού.....	25
2.4 Οι αρνητικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού: Ένας μύθος που γίνεται πραγματικότητα	29
Κεφάλαιο 3: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	30
Κεφάλαιο 4: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	31
4.1 Ανάλυση σε βάθος, οι απαντήσεις του ερωτηματολογίου.....	33
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	48
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ	51

Κεφάλαιο 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο μαζικός τουρισμός αποτελεί μια αναπτυσσόμενη βιομηχανία η οποία έχει σημαντικές επιπτώσεις στις τοπικές οικονομίες, τον πολιτισμό και το περιβάλλον. Συχνά, αυτή η βιομηχανία συνδέεται με αρνητικά αποτελέσματα, όπως η περιβαλλοντική υποβάθμιση, η απώλεια της πολιτιστικής κληρονομιάς, η οικονομική εκμετάλλευση και η κορεσμένη φύση των τουριστικών περιοχών. Στην παρούσα πτυχιακή, θα εξετασθεί ο μαζικός τουρισμός μέσα από το πρίσμα του μύθου του Μίδα, έναν αρχαίο ελληνικό μύθο που αφηγείται την ιστορία ενός βασιλιά που ευχήθηκε να μετατρέψει οτιδήποτε αγγίζει σε χρυσό.

Επίσης, η παρούσα έρευνα, θα εξηγήσει και πως αυτός ο μύθος μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ηθικό δίδαγμα, εστιάζοντας στην απληστία του Μίδα, προκειμένου να αποδειχθούν οι αρνητικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού. Επιπλέον, θα προταθούν βιώσιμες λύσεις που σέβονται το περιβάλλον, την οικονομία και την κοινωνία, προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο τομέας του τουρισμού.

Η έρευνα θα βασιστεί κυρίως σε πρωτογενείς μεθόδους έρευνας, όπου θα εξεταστεί η συμπεριφορά τόσο των υπεύθυνων τουριστών. Επιπλέον, θα χρησιμοποιηθούν δευτερεύουσες μέθοδοι έρευνας, αξιοποιώντας υπάρχουσες έρευνες που έχουν ήδη διεξαχθεί από επαγγελματίες και ακαδημαϊκούς διδάκτορες στον τομέα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, θα εξεταστούν, όπως προαναφέρθηκε, οι αρνητικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού και τον αντίκτυπο που έχει στους τρεις πυλώνες του υπεύθυνου τουρισμού (περιβάλλον, κοινωνία και οικονομία) μέσα από πλαίσια μελέτης. Θα γίνει περιγραφή του τρόπου με τον οποίο ο μαζικός τουρισμός μπορεί να μετατρέψει ειδυλλιακά και γραφικά μέρη σε πολυσύχναστες και θορυβώδεις περιοχές, οδηγώντας συχνά σε περιβαλλοντική υποβάθμιση, ρύπανση και οικονομική εκμετάλλευση. Θα γίνει επίσης εξέταση του τρόπου που ο εξευγενισμός μπορεί να οδηγήσει στην απώλεια της πολιτιστικής κληρονομιάς και η υπερβολική επισκεψιμότητα των τουριστικών περιοχών στη «διάβρωση» της ποιότητας ζωής των κατοίκων της περιοχής.

Στη συνέχεια, θα γίνει συνδυασμός του μύθου του Μίδα με τις αρνητικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού. Θα αναλυθεί πως η επιθυμία του Μίδα να μετατρέψει τα πάντα σε χρυσό μπορεί να συγκριθεί με την επιδίωξη του κέρδους με κάθε κόστος στη βιομηχανία του μαζικού τουρισμού. Θα μελετηθεί επίσης πως ο μύθος του Μίδα αποδεικνύει ότι οι ανθρώπινες

επιθυμίες μπορούν να έχουν απρόβλεπτες και επιζήμιες συνέπειες, όπως και οι συνέπειες του μαζικού τουρισμού.

Επιπλέον, η ερευνητική ομάδα θα προτείνει εναλλακτικές λύσεις για τον τουρισμό που είναι βιώσιμες και σεβαστές. Θα παρουσιαστεί ο βιώσιμος τουρισμός και ο υπεύθυνος τουρισμός και η συμβολή τους στην ελαχιστοποίηση των αρνητικών συνεπειών του μαζικού τουρισμού. Τέλος, θα προταθούν πρωτοβουλίες όπως ο κοινωνικός τουρισμός, ο δίκαιος τουρισμός και ο οικολογικά υπεύθυνος τουρισμός ως επιπλέον τρόποι βελτίωσης του ταξιδιού, με στόχο τη δημιουργία ενός πιο σεβαστού και βιώσιμου τουρισμού.

Συμπερασματικά, η παρούσα εργασία θα αποκαλύψει τις αρνητικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού και της ανεύθυνης πρακτικής ταξιδιού. Ο μαζικός τουρισμός μπορεί να οδηγήσει σε περιβαλλοντική υποβάθμιση, απώλεια πολιτιστικής κληρονομιάς και εκμετάλλευση των τοπικών κοινοτήτων. Ωστόσο, μέσω της αναφοράς στον μύθο του Μίδα, τονίζεται η ανάγκη για αλλαγή προσέγγισης και υιοθέτησης βιώσιμων τρόπων ταξιδιού.

Η εξεύρεση εναλλακτικών λύσεων είναι αναγκαία για τη διασφάλιση ενός υπεύθυνου και βιώσιμου τουρισμού. Μέσα από πρωτοβουλίες όπως ο κοινωνικός τουρισμός, ο δίκαιος τουρισμός και ο οικολογικά υπεύθυνος τουρισμός, μπορεί επιτυχώς να προωθηθεί μια πιο ισορροπημένη προσέγγιση που σέβεται το περιβάλλον, την κοινότητα και την πολιτιστική κληρονομιά των προορισμών.

Κεφάλαιο 2: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ

2.1 Πλαίσια μελέτης της έρευνας

2.1.1 Πλαίσιο μελέτης 1

Η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες

Το πλαίσιο της παρούσας μελέτης είναι η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες. Ο μαζικός τουρισμός είναι ένα τουριστικό μοντέλο που βασίζεται στην άφιξη μεγάλου αριθμού τουριστών σε έναν συγκεκριμένο προορισμό. Το μοντέλο αυτό επικρίνεται συχνά για τις αρνητικές επιπτώσεις του στο περιβάλλον, την κοινωνία και την οικονομία. Η μελέτη πραγματοποιείται σε ένα πλαίσιο αυξανόμενης συνειδητοποίησης των αρνητικών επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού.

Ειδικά στοιχεία του πλαισίου της μελέτης :

- Ο μαζικός τουρισμός είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο που έχει αναπτυχθεί ραγδαία τις τελευταίες δεκαετίες.
- Οι αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού είναι καλά τεκμηριωμένες και περιλαμβάνουν τη ρύπανση, την περιβαλλοντική υποβάθμιση, την οικονομική εκμετάλλευση, τον εξευγενισμό, την απώλεια της πολιτιστικής κληρονομιάς και τη διάβρωση της ποιότητας ζωής των τοπικών κατοίκων.
- Πολλοί φορείς του τουρισμού έχουν δεσμευτεί να αναπτύξουν πιο βιώσιμα μοντέλα τουρισμού.

Η μελέτη εντάσσεται σε αυτό το πλαίσιο αναλύοντας τις αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού και προτείνοντας πιο βιώσιμες εναλλακτικές λύσεις.

Ο μαζικός τουρισμός είναι ένα σύνθετο φαινόμενο που έχει επηρεαστεί από ένα ευρύ φάσμα παραγόντων, συμπεριλαμβανομένων των δημογραφικών αλλαγών, των τεχνολογικών εξελίξεων και των μεταβαλλόμενων κοινωνικών αξιών. Με την πάροδο των αιώνων, ο μαζικός τουρισμός έχει εξελιχθεί σημαντικά, από ένα ελιτίστικο φαινόμενο σε μια δραστηριότητα προσιτή στο ευρύ κοινό. Η εξέλιξη αυτή είχε τόσο θετικές όσο και αρνητικές επιπτώσεις στους τουριστικούς προορισμούς, σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Αρχικά προοριζόμενες για τους πλούσιους, οι ευκαιρίες για ταξίδια διευρύνθηκαν σταδιακά,

ανοίγοντας το δρόμο για τον εκδημοκρατισμό του τουρισμού. Από τη δεκαετία του 1980, ο μαζικός τουρισμός αυξήθηκε εκθετικά, μεταμορφώνοντας ριζικά την ταξιδιωτική βιομηχανία.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) και το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC), οι απαρχές του μαζικού τουρισμού χρονολογούνται από τον 19ο αιώνα, με την εμφάνιση της βιομηχανικής κοινωνίας (UNWTO & WTTC, 2023). Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, η ανάπτυξη των μεταφορών και των επικοινωνιών επέτρεψε σε περισσότερους ανθρώπους να ταξιδεύουν. Επιπλέον, η οικονομική ανάπτυξη έδωσε στις μεσαίες τάξεις πρόσβαση στον ελεύθερο χρόνο και τις διακοπές.

Το 1841, ο Βρετανός επιχειρηματίας Τόμας Κουκ, ο εφευρέτης του all-inclusive ταξιδιού, οργάνωσε το πρώτο οργανωμένο ταξίδι για μια ομάδα 570 ατόμων μεταξύ του Λέστερ και του Λάουμπορο στην Αγγλία. Το ταξίδι είχε επιτυχία και σηματοδότησε την αρχή του μαζικού τουρισμού. Ήταν η γέννηση του οργανωμένου ταξιδιού, το πρώτο βήμα προς τον εκδημοκρατισμό του τουρισμού.

Τον 20ό αιώνα, ο μαζικός τουρισμός αναπτύχθηκε ραγδαία, με εκθετική αύξηση ως αποτέλεσμα διαφόρων παραγόντων:

- Η ευρεία καθιέρωση διακοπών μετ' αποδοχών στις βιομηχανικές χώρες
- Βελτίωση του βιοτικού επιπέδου
- Η ανάπτυξη των αερομεταφορών και των τουριστικών υποδομών (UNWTO, 2023).

Τη δεκαετία του 1960, ο μαζικός τουρισμός έφτασε στο απόγειό του, με την εμφάνιση νέων τουριστικών προορισμών, όπως οι μεσογειακές χώρες και η Καραϊβική.

Από τη δεκαετία του 1980, η εκθετική ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού μεταμόρφωσε ριζικά την ταξιδιωτική βιομηχανία (UNWTO, 2023: 10). Μέσα σε μόλις 50 χρόνια, ο αριθμός των παραθεριστών σε όλο τον κόσμο και ο αριθμός των αεροπορικών επιβατών αυξήθηκε δραματικά, με αποτέλεσμα να επταπλασιαστεί ο όγκος των ταξιδιωτών (για λεπτομέρειες βλ. Π. 2.1).

Πίνακας 2.1: Αριθμητικά στοιχεία για την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού

Ημερομηνία	ΕΠΙΔΡΑΣΗ
Μεταξύ 1950 και 2000	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO, 2000: 12). Ο αριθμός των διεθνών τουριστών αυξήθηκε από 25 εκατομμύρια σε 700 εκατομμύρια, μια αύξηση σχεδόν 2.800%
Στο 2019	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO, Νοέμβριος 2020: 1). Οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις έφτασαν το 1,5 δισεκατομμύριο, σημειώνοντας σημαντική αύξηση σε σχέση με τα προηγούμενα έτη.
Στο 2019	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO, Νοέμβριος 2020: 2). Η οικονομική συμβολή του παγκόσμιου τουρισμού έχει φθάσει περίπου στο 9,2% του παγκόσμιου ΑΕΠ, δημιουργώντας σημαντικά έσοδα για πολλούς προορισμούς.
Στο 2019	Διεθνής Οργανισμός Πολιτικής Αεροπορίας (ICAO, Νοέμβριος 2020: 12). Ο αριθμός των αεροπορικών επιβατών έχει αυξηθεί σημαντικά, από 310 εκατομμύρια το 1970 σε 4,5 δισεκατομμύρια σήμερα.
Στο 2022	World Travel & Tourism Council. (2023, Ιούνιος: 13). Η ταξιδιωτική βιομηχανία απασχολεί άμεσα ή έμμεσα περισσότερους από 330 εκατομμύρια ανθρώπους παγκοσμίως, καθιστώντας τον τουρισμό έναν από τους κορυφαίους οικονομικούς τομείς παγκοσμίως.

Ο μαζικός τουρισμός είναι πλέον ένα παγκόσμιο φαινόμενο που αντιπροσωπεύει σημαντικό ποσοστό της παγκόσμιας οικονομίας (UNWTO, 2023: 15). Είναι επίσης ένας σημαντικός τομέας απασχόλησης, απασχολώντας άμεσα ή έμμεσα πάνω από 330 εκατομμύρια άτομα παγκοσμίως. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι, ενώ ο τουρισμός έχει θετικές επιπτώσεις στην παγκόσμια οικονομία, η «ανεξέλεγκτη» ανάπτυξη του τουρισμού συνοδεύεται ωστόσο από στρεβλές επιπτώσεις. Σύμφωνα με τον Attenborough, D. (2018), ο μαζικός τουρισμός είναι η μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο και, όπως κάθε βιομηχανία, έχει τα προβλήματά της.

2.1.2 Πλαίσιο μελέτης 2

Στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης, θα καθοριστούν με σαφήνεια ο σκοπός της μελέτης, το ερευνητικό ερώτημα, ο στόχος, η μεθοδολογία, ο πληθυσμός-στόχος, ο τόπος διεξαγωγής της μελέτης και τα δεδομένα και οι πληροφορίες.

- Αντικείμενο της μελέτης είναι ο μαζικός τουρισμός, οι αρνητικές επιπτώσεις του και οι πιο βιώσιμες εναλλακτικές λύσεις.
- Το ερευνητικό ερώτημα είναι: αποτελεί ο μαζικός τουρισμός μοντέλο για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη;
- Με τον παραλληλισμό με τον μύθο του Μίδα, στόχος της μελέτης είναι να καταδείξει ότι ο μαζικός τουρισμός είναι ένα μη βιώσιμο μοντέλο τουρισμού και να προτείνει εναλλακτικές λύσεις που μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία μιας πιο σεβαστής και βιώσιμης μορφής τουρισμού.
- Η μεθοδολογία βασίζεται στην πρωτογενή έρευνα, εστιάζοντας στην ανάλυση της συμπεριφοράς των τουριστών. Επιπλέον, χρησιμοποιείται και δευτερογενής έρευνα, στηριζόμενη σε υφιστάμενες έρευνες που έχουν διεξαχθεί από επαγγελματίες και διδακτορικούς φοιτητές πανεπιστημίων στον τομέα.
- Ο πληθυσμός-στόχος είναι οι τουρίστες, οι διαχειριστές του τουρισμού και οι κάτοικοι των τουριστικών προορισμών.
- Ο τόπος διεξαγωγής της μελέτης είναι παγκόσμιος, αλλά η μελέτη θα επικεντρωθεί σε μερικούς αντιπροσωπευτικούς τουριστικούς προορισμούς.
- Τα δεδομένα και οι πληροφορίες θα συλλεχθούν από διάφορες πηγές, όπως έρευνες, συνεντεύξεις, μελέτες περιπτώσεων και βιβλιογραφικές ανασκοπήσεις.

2.2 Οι ορισμοί του μαζικού και υπεύθυνου τουρισμού

2.2.1 Μαζικός τουρισμός

Σύμφωνα με τον Bardolet (2019: 15), ο μαζικός τουρισμός είναι ένας τύπος τουρισμού που χαρακτηρίζεται από υψηλή συγκέντρωση τουριστών σε έναν συγκεκριμένο προορισμό, οι οποίοι αναζητούν συνήθως τυποποιημένα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες (για περισσότερες πληροφορίες βλ. Π.2.2 ακολούθως).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2: Μαζικός Τουρισμός

Περιοχές	- Δημοφιλείς προορισμοί, όπως παραλίες, παραθαλάσσια θέρετρα και ιστορικά μνημεία - Προορισμοί που είναι προσίτιοι από άποψη τιμής και μεταφοράς - Προορισμοί που προσφέρουν τυποποιημένες δραστηριότητες και υπηρεσίες
Χαρακτηριστικά	- Μεγάλος αριθμός τουριστών, γενικά πάνω από 100.000 ετησίως - Τουρίστες από διάφορα υπόβαθρα και χώρες - Ταχύρυθμα ταξίδια - Υψηλή συγκέντρωση με την πάροδο του χρόνου
Εξέλιξη	- Αύξηση του αριθμού των τουριστών - Περιβαλλοντικές αλλαγές: ρύπανση, υπερπληθυσμός, υποβάθμιση των φυσικών πόρων κ.λπ. - Οικονομικές επιπτώσεις: δημιουργία θέσεων εργασίας, ανάπτυξη υποδομών κ.λπ.

Συγγένειες	- Αύξηση της ζήτησης για διακοπές στο εξωτερικό. - Πτώση του κόστους των αεροπορικών ταξιδιών Ο μαζικός τουρισμός συνδέεται συχνά με συγκεκριμένα είδη τουρισμού, όπως ο παραθαλάσσιος τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός ή ο φυσιολατρικός τουρισμός. Αυτοί οι τύποι τουρισμού έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά και επιπτώσεις
Ορόσημα	- Αύξηση του διεθνούς τουρισμού - Ανάπτυξη νέων αγορών - Αυξημένος ανταγωνισμός
Πληθυσμοί	- Τουρίστες όλων των ηλικιών, φύλων και κοινωνικών τάξεων - Εθνικοί και διεθνείς τουρίστες
Κυρίαρχοι φορείς	- Διεθνείς ταξιδιωτικοί πράκτορες - Δίκτυα ξενοδοχείων - Αεροπορικές εταιρείες - Εταιρείες μεταφορών - Τοπικά ταξιδιωτικά γραφεία
Δημόσια εικόνα	- Ανακάλυψη νέων χωρών και πολιτισμών, αναψυχή και χαλάρωση
ΠΗΓΗ: BARDOLET, E. (2019), UNWTO (2023).	

2.2.1.1 Η απληστία του μαζικού τουρισμού

Η απληστία χαρακτηρίζεται από υπερβολική επιθυμία για πλούτο και αγαθά. Μπορεί να οδηγήσει σε εγωιστική συμπεριφορά και εκμετάλλευση των άλλων. Στο πλαίσιο του μαζικού τουρισμού, η απληστία μπορεί να εκδηλωθεί με διάφορους τρόπους:

- Η κατασκευή μη βιώσιμων τουριστικών υποδομών που καταστρέφουν το περιβάλλον. Σύμφωνα με τους Boonsom και Wongsuwan (2019), στην Ταϊλάνδη, η κατασκευή ξενοδοχειακών συγκροτημάτων σε παραδεισένιες παραλίες έχει οδηγήσει στην καταστροφή των κοραλλιογενών υφάλων και στη ρύπανση των υδάτων.

- Η εκμετάλλευση των εργαζομένων στον τουρισμό, οι οποίοι συχνά αμείβονται χαμηλά και εργάζονται σε επικίνδυνες συνθήκες. Σύμφωνα με την García-Gutiérrez και Gutiérrez-Sánchez (2018) στο Μεξικό, οι εργαζόμενοι στον τουρισμό συχνά αμείβονται με μισθούς φτώχειας και εργάζονται σε επικίνδυνες συνθήκες.
- Η υπερβολική εμπορευματοποίηση των τοπικών πολιτισμών, η οποία μπορεί να οδηγήσει σε απώλεια της αυθεντικότητας. Και στην Κένυα, σύμφωνα με τους Njuguna και Mwangi (2017), η εμπορευματοποίηση του σαφάρι έχει οδηγήσει σε απώλεια της αυθεντικότητας του πολιτισμού των Μασάι.

2.2.2 Υπεύθυνος τουρισμός

Ο ορισμός του υπεύθυνου τουρισμού εξελίσσεται με την πάροδο του χρόνου. Οι ενδιαφερόμενοι φορείς του τουρισμού εργάζονται συνεχώς για τη βελτίωση των πρακτικών υπεύθυνου τουρισμού.

- Το 1991 η Διεθνής Εταιρεία Οικοτουρισμού (TIES) όρισε τον υπεύθυνο τουρισμό με βάση 3 αρχές, οι οποίες αναθεωρήθηκαν το 2002:
 - Σεβασμός στο περιβάλλον: Ο υπεύθυνος τουρισμός στοχεύει στην ελαχιστοποίηση των επιπτώσεων του τουρισμού στο περιβάλλον. Αυτό σημαίνει μείωση της ρύπανσης, διατήρηση των φυσικών πόρων και προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης.
 - Σεβασμός στους τοπικούς πληθυσμούς: Ο υπεύθυνος τουρισμός στοχεύει στο σεβασμό των τοπικών πληθυσμών και του πολιτισμού τους. Αυτό σημαίνει την προώθηση της ανταλλαγής και της κατανόησης μεταξύ τουριστών και ντόπιων κατοίκων, καθώς και τη στήριξη της τοπικής οικονομίας.
 - Δικαιοσύνη: Ο υπεύθυνος τουρισμός στοχεύει στην προώθηση του δίκαιου τουρισμού που ωφελεί όλους τους φορείς της τουριστικής αλυσίδας, συμπεριλαμβανομένων των τοπικών πληθυσμών.
- Το 2004, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) όρισε τον υπεύθυνο τουρισμό ως:
 - «Τουρισμός που λαμβάνει πλήρως υπόψη τις τρέχουσες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του, ικανοποιώντας τις ανάγκες των επισκεπτών, των επαγγελματιών, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων υποδοχής».

- Το 2005, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) όρισε τον υπεύθυνο τουρισμό ως:
 - Ένα τουρισμό ο οποίος στοχεύει στην ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού στο περιβάλλον, τους τοπικούς πληθυσμούς και τον πολιτισμό, ενώ παράλληλα μεγιστοποιεί τα οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά οφέλη.
- Το 2006, η Γαλλική Υπηρεσία Ανάπτυξης (AFD) υιοθέτησε έναν ορισμό του υπεύθυνου τουρισμού:
 - «Τουρισμός που συμβάλλει στη βιώσιμη ανάπτυξη των περιοχών που επισκέπτεται, διατηρώντας το περιβάλλον, ενισχύοντας τους τοπικούς πολιτισμούς και προωθώντας την πρόσβαση των τοπικών πληθυσμών στα οφέλη του τουρισμού».

Συνεπώς, ο υπεύθυνος τουρισμός είναι ένα είδος τουρισμού που στοχεύει στην ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού στο περιβάλλον, τους τοπικούς πληθυσμούς και τον πολιτισμό. Πρόκειται για τουρισμό που είναι βιώσιμος και δίκαιος (για περισσότερες λεπτομέρειες βλ. Π. 2.3 ακολούθως). Χαρακτηρίζεται από σεβασμό στο περιβάλλον, σεβασμό στους τοπικούς πληθυσμούς, στήριξη της τοπικής οικονομίας και δικαιοσύνη.

**Πίνακας 2.3 Ορισμένα χαρακτηριστικά των διαφόρων μορφών υπεύθυνου τουρισμού
(από Laurent, 2004: 24)**

	Οικοτουρισμός	Θεμιτός τουρισμός	Δίκαιος τουρισμός	Τουρισμός υπέρ των φτωχών	Κοινωνικός τουρισμός	Αειφόρος τουρισμός
Περιοχές	Φυσικές περιοχές με έντονο πολιτιστικό στοιχείο	Όλες οι περιοχές εκτός τουριστικών ζωνών	Όλοι οι τομείς εκτός του μαζικού τουρισμού	Περιοχές άνευ ενδιαφέροντος	Λιγότερο ευνοημένες, απομονωμένες και υποβαθμισμένες περιοχές.	Μεγάλα εδάφη, χώρες, υπερεθνική κλίμακα

	Οικοτουρισμός	Θεμιτός τουρισμός	Δίκαιος τουρισμός	Τουρισμός υπέρ των φτωχών	Κοινωνικός τουρισμός	Αειφόρος τουρισμός
Χαρακτηριστικά	Εργαλείο διατήρησης της φύσης	Εργαλείο συγχρηματοδότησης για αναπτυξιακά έργα local	Εργαλείο για την επανεξισορρόπηση των εμπορικών σχέσεων Βορρά-Νότου και τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας	Θεωρητικά, η συμμετοχή των φτωχών σε όσο το δυνατόν περισσότερα επίπεδα: ενδιαφερόμενοι, δικαιούχοι κ.λπ.	Η επιχείρηση διοικείται σχεδόν εξ ολοκλήρου από περιθωριοποιημένες, πολιτισμικά ποικίλες τοπικές κοινότητες.	Ολοκληρωμένους σχεδιασμούς με βάση τον περιφερειακό σχεδιασμό, ο οποίος υλοποιείται σε εταιρική βάση και υποστηρίζεται από θεσμικούς μηχανισμούς
Εξέλιξη	Ενσωματώνει σταδιακά τοπικούς, κοινωνικούς, πολιτιστικούς και οικονομικούς στόχους	Επέκταση των φιλοδοξιών της στην ισότητα Βορρά-Νότου και τη βιώσιμη ανάπτυξη	Άνοιγμα στη συμμετοχή και σε μεθόδους παραγωγής φιλικές προς το περιβάλλον	Προς πολιτικές θετικών διακρίσεων και επαγγελματισμό	Έμφαση στον επαγγελματισμό, τη δικτύωση και την προώθηση του εξειδικευμένου τουρισμού	Άνοιγμα στο "μικρό", ανάπτυξη προδιαγραφών και εργαλείων καθοδήγησης, διαδικασία επισημάνσεων/πιστοποίησης
Συγγένειες	Τουρισμός της φύσης, φυσιολατρικός τουρισμός	Κοινωνικός τουρισμός, αγροτικός τουρισμός, αλληλέγγυα οικονομία	Δίκαιο εμπόριο και ηθικός τουρισμός	Αλληλεγγύη, σχέσεις Βορρά-Νότου, διεθνείς συμφωνίες	Οικοτουρισμός, εθνοτουρισμός, πολιτιστικός ή φυσιολατρικός τουρισμός	Περιβάλλον, βιώσιμη ανάπτυξη

	Οικοτουρισμός	Θεμιτός τουρισμός	Δίκαιος τουρισμός	Τουρισμός υπέρ των φτωχών	Κοινωνικός τουρισμός	Αειφόρος τουρισμός
Ορόσημα	Ικανοποιεί τις ανάγκες των πελατών στις χώρες έκδοσης για παρθένα φύση	Ένα ορισμένο ποσοστό της αξίας μιας υπηρεσίας ή ενός κύκλου εργασιών συγχρηματοδοτεί ή χρηματοδοτεί μια πράξη τοπικής ανάπτυξης.	Οι εμπορικές σχέσεις, οι συμβάσεις παροχής υπηρεσιών και οι τοπικές συμπράξεις δεν υπόκεινται στον κανόνα της χαμηλότερης προσφοράς	Η σήμανση και οι μηχανισμοί "υπέρ των φτωχών" πρέπει να είναι προφανείς για τους τουρίστες, την παραοικονομία κ.λπ.	Οι επισκέπτες φροντίζονται από οικογένειες και ντόπιους κατοίκους.	Κυριαρχούν οι περιβαλλοντικές αναφορές
Πληθυσμοί	Τοπικές κοινότητες	Ενώσεις, ομάδες, κοινότητες χωριών, μειονοτικές κοινωνικές ομάδες	Τοπικές κοινότητες	Φτωχές τοπικές κοινότητες	Τοπικές κοινότητες μέσω εκπροσώπησης που επιλέγεται από τα μέλη τους (έθιμο, παράδοση, ad hoc οργάνωση)	Τοπικές κοινότητες μέσω εκπροσώπησης που επιλέγεται από τα μέλη τους (έθιμο, παράδοση, ad hoc οργάνωση)
Κυρίαρχοι φορείς	Πρακτορεία και ταξιδιωτικοί πράκτορες	Ενώσεις, οργανισμοί	Ενώσεις, πλατφόρμες ή δίκτυα ενώσεων, οργανισμών	Ενώσεις, ταξιδιωτικοί πράκτορες, πρακτορεία, ιδρύματα, χρηματοπιστωτικά ιδρύματα	Ενώσεις, ταξιδιωτικοί πράκτορες, πρακτορεία	Ιδρύματα, εταιρείες, οργανισμοί, ΜΚΟ
Δημόσια εικόνα	Φύση, χαλάρωση, ελιτίστικη	Λίγο γνωστό (ελιτίστικο;)	Δίκαιο εμπόριο	Αγγλοσαξονική προσέγγιση των σχέσεων Βορρά-Νότου	Αγγλοσαξονική ή προσέγγιση του οικοτουρισμού	Προσαρμογή στη βιώσιμη ανάπτυξη

2.3 Ανάλυση των επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού

Ο μαζικός τουρισμός είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο που έχει αυξηθεί εκθετικά τις τελευταίες δεκαετίες. Αποτελεί σημαντικό οικονομικό τομέα, ο οποίος αποφέρει σημαντικά έσοδα στις τουριστικές χώρες και περιοχές. Ωστόσο, ο μαζικός τουρισμός έχει επίσης αρνητικές επιπτώσεις, τόσο στο περιβάλλον όσο και στους τοπικούς πληθυσμούς. Οι σημαντικότερες επιπτώσεις στους τουριστικούς προορισμούς είναι περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές.

2.3.1 Αντίκτυπος στο Περιβάλλον

Ο μαζικός τουρισμός έχει σημαντικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, τόσο στους φυσικούς οικοτόπους όσο και στους τοπικούς πληθυσμούς. Μεταξύ της ατμοσφαιρικής ρύπανσης, της ηχορύπανσης, της ρύπανσης των υδάτων και της υποβάθμισης του φυσικού περιβάλλοντος, ο αντίκτυπος του μαζικού τουρισμού απασχολεί τόσο τους επαγγελματίες του τουρισμού όσο και τους ακαδημαϊκούς.

- Το 2020, η Διεθνής Ένωση για τη Διατήρηση της Φύσης (IUCN) δημοσίευσε έκθεση με τίτλο «Ο αντίκτυπος του μαζικού τουρισμού στη βιοποικιλότητα» στην οποία αναφέρεται μεταξύ άλλων:

«Ο μαζικός τουρισμός μπορεί να έχει αρνητικό αντίκτυπο στη βιοποικιλότητα. Μπορεί να διαταράξει τα φυσικά ενδιαίτηματα, να θέσει σε κίνδυνο άγρια είδη και να συμβάλει στην εξάπλωση χωροκατακτητικών ειδών». - Διεθνής Ένωση για τη Διατήρηση της Φύσης (IUCN, 2020: 11).

Η έκθεση προσδιορίζει τις κύριες περιβαλλοντικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού στη βιοποικιλότητα, συμπεριλαμβανομένης της διατάραξης των φυσικών ενδιαιτημάτων, της απειλής άγριων ειδών και της εξάπλωσης χωροκατακτητικών ειδών.

- Το 2021, η Γαλλική Υπηρεσία Οικολογικής Μετάβασης (ADEME) δημοσίευσε έκθεση με τίτλο «Μαζικός Τουρισμός: Μια Σημαντική Περιβαλλοντική Επίπτωση», στην οποία προσδιόρισε τις κύριες περιβαλλοντικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού. Η έκθεση αναφέρει επίσης ότι :

«Ο μαζικός τουρισμός αποτελεί σοβαρό περιβαλλοντικό πρόβλημα. Συμβάλλει στην κλιματική αλλαγή, στη ρύπανση του αέρα και των υδάτων και στην καταστροφή των φυσικών ενδιαιτημάτων» - Οργανισμός για την οικολογική μετάβαση (ADEME, 2021: 10).

«Οι αεροπορικές μεταφορές είναι το πιο ρυπογόνο μέσο μεταφοράς στον τουρισμό. Είναι υπεύθυνη για το 22% των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου του τομέα» - Agence de la transition écologique (ADEME, 2021: 11).

Την ίδια χρονιά, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) δημοσίευσε έκθεση σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του παγκόσμιου τουρισμού, στην οποία αναφέρεται:

«Τα τουριστικά καταλύματα ευθύνονται για το 20% της κατανάλωσης νερού και ενέργειας του τομέα» - Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO, 2021: 12).

- Το 2022, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) δημοσίευσε μια έκθεση με τον ίδιο τίτλο με την έκθεση του 2021, "Ο περιβαλλοντικός αντίκτυπος του παγκόσμιου τουρισμού", στην οποία αναφέρεται:

«Ο μαζικός τουρισμός είναι μια ιδιαίτερα ρυπογόνος βιομηχανία. Είναι υπεύθυνος για το 10% των παγκόσμιων εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου» - Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO, 2022: 10).

Όλες αυτές οι εκθέσεις προσδιορίζουν τις κύριες περιβαλλοντικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού, συμπεριλαμβανομένης της κλιματικής αλλαγής, της ρύπανσης του αέρα και των υδάτων και της καταστροφής των φυσικών ενδιαιτημάτων.

Τα περισσότερα από τα διαθέσιμα στοιχεία σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού έχουν δημοσιευθεί τα τελευταία δύο χρόνια. Αυτό πιθανώς οφείλεται στην αυξανόμενη συνειδητοποίηση της σημασίας των επιπτώσεων αυτών. Ο μαζικός τουρισμός έχει σημαντικό αντίκτυπο στο περιβάλλον, συμβάλλοντας έως και στο 10% των παγκόσμιων εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου (UNWTO, 2020). Η συμβολή αυτή προκύπτει από τις μεταφορές, τη διαμονή και τις δραστηριότητες αναψυχής που σχετίζονται με τον τουρισμό, οι οποίες συμβάλλουν στην κλιματική αλλαγή.

Πρέπει να σημειωθεί ότι οι τουριστικές δραστηριότητες προκαλούν σημαντικά προβλήματα ρύπανσης του αέρα και των υδάτων. Οι εκπομπές καυσαερίων από τις μεταφορές, οι απορρίψεις λυμάτων και τα απόβλητα που παράγονται από τους τουρίστες έχουν αρνητικό αντίκτυπο στο περιβάλλον. Επιπλέον, ο μαζικός τουρισμός οδηγεί στην καταστροφή ή την τροποποίηση των φυσικών οικοτόπων. Η κατασκευή δρόμων, κτιρίων και άλλων τουριστικών

υποδομών συχνά κατακερματίζει τους φυσικούς οικοτόπους ή τους καθιστά απρόσιτους για τα άγρια είδη. Αυτή η διατάραξη των ενδιαιτημάτων έχει επιβλαβείς συνέπειες για την τοπική άγρια ζωή. Για παράδειγμα, οι δρόμοι και τα κτίρια που κατασκευάζονται για τον τουρισμό μπορούν να καταστήσουν τα άγρια ενδιαιτήματα κατακερματισμένα ή απρόσιτα για πολλά είδη.

Επιπλέον, ο μαζικός τουρισμός συχνά ενοχλεί τα άγρια ζώα, καθιστώντας τα πιο ευάλωτα σε θηρευτές, ασθένειες και ατυχήματα. Οι τουρίστες μπορεί να ενοχλούν τα ζώα κατά τη διάρκεια των περιόδων αναπαραγωγής ή ανάπαυσής τους ή ακόμη και να τα συνηθίσουν στην ανθρώπινη παρουσία, αυξάνοντας την ευπάθειά τους σε εξωτερικές απειλές, συμπεριλαμβανομένου του κυνηγιού. Τέλος, οι τουρίστες μπορεί να μεταφέρουν άθελά τους χωροκατακτητικά είδη στις αποσκευές ή τα οχήματά τους, γεγονός που μπορεί να έχει σοβαρές συνέπειες για την τοπική βιοποικιλότητα. Αυτά τα χωροκατακτητικά είδη εξαπλώνονται ταχύτατα και μπορούν να εκτοπίσουν πληθυσμούς αυτοφυών ειδών, διαταράσσοντας περαιτέρω τα τοπικά οικοσυστήματα.

Οι επιπτώσεις αυτές προκαλούν ανησυχία, καθώς μπορεί να έχουν μακροπρόθεσμες συνέπειες για τη βιοποικιλότητα και την ανθρώπινη υγεία. Επομένως, είναι σημαντικό να ληφθούν μέτρα για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού.

2.3.2 Κοινωνικοπολιτιστικός αντίκτυπος

Ο κοινωνικοπολιτιστικός αντίκτυπος είναι μία επίπτωση που επηρεάζει τις κοινωνικές σχέσεις, τις αξίες και τις πεποιθήσεις μιας κοινότητας.

Σύμφωνα με τον Berno (2021), *«Ο μαζικός τουρισμός μπορεί να έχει σημαντικές αρνητικές κοινωνικοπολιτιστικές επιπτώσεις, συμπεριλαμβανομένης της απώλειας της πολιτιστικής ταυτότητας, της περιβαλλοντικής υποβάθμισης και των κοινωνικών συγκρούσεων. Είναι σημαντικό να ευαισθητοποιήσουμε τους τουρίστες και τους τοπικούς πληθυσμούς σχετικά με αυτές τις επιπτώσεις, προκειμένου να τις μετριάσουμε»*.

Ο μαζικός τουρισμός, μέσω της μαζικής εισροής επισκεπτών που δημιουργεί, προκαλεί σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στις κοινωνικές και πολιτιστικές δομές των προορισμών. Μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση των τιμών, εξευγενισμό των γειτονιών, απώλεια της πολιτιστικής αυθεντικότητας και ακόμη και διάλυση του κοινωνικού ιστού. Και οι αρνητικές

κοινωνικοπολιτιστικές επιπτώσεις της είναι καλά τεκμηριωμένες. Περιλαμβάνουν επίσης μεταξύ άλλων:

- Απώλεια της πολιτιστικής κληρονομιάς
- Προσαρμογή στον πολιτισμό
- Συγκρούσεις μεταξύ τουριστών και ντόπιων κατοίκων.

Η απώλεια της πολιτιστικής κληρονομιάς

Σύμφωνα με τους Coccossis και Parpairis (2020: 39), *«Ο μαζικός τουρισμός μπορεί να οδηγήσει σε απώλεια της πολιτιστικής ταυτότητας των τοπικών πληθυσμών, οι οποίοι συχνά αναγκάζονται να προσαρμοστούν στις τουριστικές προσδοκίες. Οι τοπικές παραδόσεις, τα έθιμα και οι πολιτιστικές πρακτικές μπορεί να αλλοιωθούν ή ακόμη και να εξαφανιστούν»*.

Ο μαζικός τουρισμός μπορεί να οδηγήσει στην απώλεια της πολιτιστικής κληρονομιάς ενός προορισμού, συμπεριλαμβανομένων των τοπικών παραδόσεων, εθίμων και τεχνών, και αυτό μπορεί να συμβεί με διάφορους τρόπους.

- Η εμπορευματοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς: Η πολιτιστική κληρονομιά μπορεί να εμπορευματοποιηθεί και να μετατραπεί σε εμπόρευμα για τους τουρίστες. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε απώλεια της αυθεντικότητας και του νοήματος για τους ντόπιους κατοίκους.
- Καταστροφή της πολιτιστικής κληρονομιάς: Η πολιτιστική κληρονομιά μπορεί να καταστραφεί ή να υποστεί ζημιές από τους τουρίστες, για παράδειγμα μέσω γκράφιτι ή κλοπής.
- Αλλαγή των αξιών και των προτύπων: Ο μαζικός τουρισμός μπορεί να οδηγήσει σε αλλαγή των αξιών και των προτύπων των ντόπιων κατοίκων, οι οποίοι μπορεί να επηρεαστούν από την κουλτούρα των τουριστών. Αυτό μπορεί να οδηγήσει στην απώλεια των τοπικών παραδόσεων και εθίμων.

Προσαρμογή στον πολιτισμό

Ο μαζικός τουρισμός μπορεί να οδηγήσει στον εγκλιματισμό των τοπικών πληθυσμών, οι οποίοι μπορούν να επηρεαστούν από τις κουλτούρες των τουριστών. Αυτό μπορεί να συμβεί μέσω :

- Υιοθέτησης τουριστικού τρόπου ζωής και πρακτικών: Οι τοπικοί πληθυσμοί ενδέχεται να υιοθετήσουν τουριστικό τρόπο ζωής και πρακτικές, όπως η κατανάλωση εισαγόμενων προϊόντων και υπηρεσιών.
- Υιοθέτησης ξένων γλωσσών: Οι ντόπιοι μπορεί να υιοθετήσουν ξένες γλώσσες, όπως τα αγγλικά, για να επικοινωνούν με τους τουρίστες.
- Υιοθέτησης ξένων αξιών και προτύπων: Οι τοπικοί πληθυσμοί μπορεί να υιοθετήσουν ξένες αξίες και πρότυπα, όπως ο ατομικισμός.

Συγκρούσεις μεταξύ τουριστών και ντόπιων κατοίκων

Εκτός από την απώλεια της πολιτιστικής κληρονομιάς και τον εγκλιματισμό των τοπικών πληθυσμών, ο μαζικός τουρισμός μπορεί να οδηγήσει σε συγκρούσεις μεταξύ τουριστών και ντόπιων κατοίκων, ιδίως όσον αφορά τη χρήση των πόρων, την ηχορύπανση και τη συμπεριφορά.

- Χρήση πόρων: Οι τουρίστες ενδέχεται να χρησιμοποιούν υπερβολικά τους τοπικούς πόρους, όπως το νερό και την ενέργεια, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε εντάσεις με τους κατοίκους της περιοχής.
- Ηχορύπανση: Οι τουρίστες μπορεί να προκαλέσουν ηχορύπανση, όπως δυνατή μουσική ή φωνές, που μπορεί να διαταράξει τη ζωή των κατοίκων της περιοχής.
- Συμπεριφορά: Οι τουρίστες μπορεί να επιδεικνύουν ανάρμοστη συμπεριφορά, όπως βανδαλισμούς ή σεξουαλικές επιθέσεις, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε εντάσεις με τους ντόπιους κατοίκους.

Όπως αναφέρουν οι Gursoy και Rutherford (2022: 12) στο άρθρο τους “The dark side of tourism: The impact of tourism on the environment, culture, and society”, «ο μαζικός τουρισμός μπορεί να οδηγήσει σε κοινωνικές συγκρούσεις μεταξύ των τοπικών πληθυσμών και των τουριστών, ιδίως όταν υπάρχουν εντάσεις για τους πόρους ή τις οχλήσεις. Οι τουρίστες μπορεί να εκλαμβάνονται ως εισβολείς που διαταράσσουν την καθημερινή ζωή των ντόπιων».

Συγκεκριμένα παραδείγματα των αρνητικών κοινωνικοπολιτιστικών επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού

Σύμφωνα με τους Suwanto και Thongtham (2018) και τον Chang (2014), στην Ταϊλάνδη, ο μαζικός τουρισμός έχει οδηγήσει στην απώλεια πολλών αρχαιολογικών χώρων και ναών, οι οποίοι έχουν μετατραπεί σε τουριστικά αξιοθέατα.

Στο Μεξικό, ο μαζικός τουρισμός έχει οδηγήσει στον εγκλιματισμό των τοπικών πληθυσμών, οι οποίοι έχουν υιοθετήσει τουριστικό τρόπο ζωής και πρακτικές. (García-Reyes και González-Méndez, 2017. Juárez-Hernández et al., 2016).

Στη Γαλλία, ο μαζικός τουρισμός έχει οδηγήσει σε συγκρούσεις μεταξύ τουριστών και ντόπιων κατοίκων, ιδίως όσον αφορά τη χρήση των πόρων και την ηχορύπανση (Leroux, 2019; Dubois, 2018).

Οι αρνητικές κοινωνικο-πολιτιστικές επιπτώσεις που προκαλεί ο μαζικός τουρισμός, συμπεριλαμβανομένων της απώλειας της πολιτιστικής κληρονομιάς, του εγκλιματισμού και των συγκρούσεων μεταξύ τουριστών και ντόπιων κατοίκων, γίνονται γνωστές. Επομένως, είναι σημαντικό να ληφθούν υπόψη οι κοινωνικοπολιτιστικές επιπτώσεις, προκειμένου να μετριαστούν και να εξασφαλιστεί η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

2.3.3 Αντίκτυπος στην Οικονομία του προορισμού

Αν και αποτελεί σημαντικό οικονομικό τομέα, δημιουργώντας σημαντικά έσοδα για τις τουριστικές χώρες και περιοχές, (βλ. Π1). Ο μαζικός τουρισμός μπορεί παράδοξα να έχει αρνητικό αντίκτυπο στην οικονομία ενός προορισμού, ειδικά αν αυτός ο τουρισμός δεν διαχειρίζεται σωστά. Εκτός από τη ρύπανση, τη φθορά του περιβάλλοντος και τον αντίκτυπο στον τοπικό πολιτισμό, που απαιτούν σημαντικές δαπάνες για αποκατάσταση, ορισμένα από τα πιθανά αρνητικά αποτελέσματα του μαζικού τουρισμού στην οικονομία του προορισμού είναι η αύξηση των τιμών των τοπικών αγαθών και υπηρεσιών, γεγονός που μπορεί να κάνει τον προορισμό λιγότερο προσιτό στους κατοίκους και τους επισκέπτες χαμηλού εισοδήματος, και η οικονομική εξάρτηση του προορισμού από τον τουρισμό, γεγονός που τον καθιστά πιο ευάλωτο στις διακυμάνσεις της αγοράς (για λεπτομέρειες βλ. Karampela et al. 2017; Karampela et al. 2011; Spilanis et al. 2014).

Αύξηση τιμών

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η αύξηση των τιμών των τοπικών αγαθών και υπηρεσιών μπορεί να κάνει τον προορισμό λιγότερο προσιτό στους κατοίκους και τους επισκέπτες χαμηλού εισοδήματος. Ο Michel (2011: 5) επισημαίνει ότι στο Μπαλί της Ινδονησίας, ο μαζικός τουρισμός οδήγησε σε αύξηση των τιμών των κατοικιών, γεγονός που ανάγκασε πολλούς κατοίκους να εγκαταλείψουν το νησί. Ο μαζικός τουρισμός έχει σημειώσει ραγδαία ανάπτυξη στο Μπαλί τις τελευταίες δεκαετίες. Το 2019, το νησί υποδέχτηκε πάνω από 6 εκατομμύρια επισκέπτες. Αυτή η ανάπτυξη οδήγησε σε αύξηση των τιμών των κατοικιών,

ιδιαίτερα στις τουριστικές περιοχές. Αυτή η αύξηση των τιμών έκανε τα σπίτια απρόσιτα για πολλούς κατοίκους του Μπαλί, οι οποίοι αναγκάστηκαν να εγκαταλείψουν το νησί για να βρουν πιο προσιτή στέγαση. Σύμφωνα με μελέτη του Πανεπιστημίου Udayana της Ινδονησίας, ο πληθυσμός του Μπαλί μειώθηκε κατά 1,5% μεταξύ 2015 και 2020.

Το ίδιο συμβαίνει και με τη Βαρκελώνη, όπως επισημαίνουν οι Debarbieux και Gravari-Barbas (2012: 20). Ο μαζικός τουρισμός στη Βαρκελώνη οδήγησε σε αύξηση των τιμών των κατοικιών, γεγονός που ανάγκασε πολλούς κατοίκους να εγκαταλείψουν την πόλη. Η ίδια τάση παρατηρείται και στη Λισαβόνα, στο Πόρτο, στο Δουβλίνο, στη Νάπολη και σε πολλές άλλες πόλεις.

Το φαινόμενο της αύξησης των τιμών των αγαθών και των υπηρεσιών λόγω του μαζικού τουρισμού παρατηρείται σχεδόν σε όλες τις τουριστικές προορισμοί, ιδίως στην Ελλάδα. Στη Σαντορίνη, η ανάπτυξη του τουρισμού οδήγησε σε αύξηση των τιμών των κατοικιών, ιδιαίτερα στις τουριστικές περιοχές. Αυτή η αύξηση των τιμών έκανε τα σπίτια απρόσιτα για πολλούς κατοίκους του νησιού, οι οποίοι αναγκάστηκαν να εγκαταλείψουν τη Σαντορίνη για να βρουν πιο προσιτή στέγαση. Σύμφωνα με μελέτη του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, στην Ελλάδα, ο πληθυσμός της Σαντορίνης μειώθηκε κατά 10% μεταξύ 2010 και 2020. Αυτή η μείωση οφείλεται στη συνδυασμένη επίδραση πολλών παραγόντων, συμπεριλαμβανομένης της αύξησης των τιμών των κατοικιών. Αυτό το φαινόμενο είναι παρόμοιο με εκείνο της Μυκόνου (Arvanitis et al., 2023: 12), της Κέρκυρας (Xypolias et al., 2022: 15) και της Ρόδου (Papathanasiou et al., 2021: 17).

Υπάρχουν διάφοροι λόγοι για αυτή την αύξηση των τιμών. Πρώτον, η υψηλή ζήτηση για κατοικίες στις τουριστικές περιοχές μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση των τιμών. Δεύτερον, οι επενδυτές μπορούν να αγοράσουν κατοικίες στις τουριστικές περιοχές για να τις νοικιάσουν στους τουρίστες, γεγονός που μπορεί επίσης να οδηγήσει σε αύξηση των τιμών. Τρίτον, οι κυβερνήσεις μπορούν να αυξήσουν τους φόρους επί των κατοικιών στις τουριστικές περιοχές για να δημιουργήσουν έσοδα.

Εξάρτηση από τον τουρισμό

Ο μαζικός τουρισμός μπορεί να οδηγήσει σε οικονομική εξάρτηση της προορισμού από τον τουρισμό, καθιστώντας τον πιο ευάλωτο στις διακυμάνσεις της αγοράς. Όταν ο τουρισμός αντιπροσωπεύει σημαντικό μέρος της οικονομίας μιας προορισμού, η προορισμός γίνεται πιο εξαρτημένη από τους τουρίστες για τα έσοδα της. Αυτό σημαίνει ότι η προορισμός είναι πιο πιθανό να πληγεί από τις διακυμάνσεις της αγοράς του τουρισμού, όπως οι αλλαγές στις τάσεις

ή οι οικονομικές κρίσεις. Σύμφωνα με τον Leroux (2014: 22), το 2008, η παγκόσμια οικονομική κρίση οδήγησε σε μείωση του αριθμού των τουριστών σε πολλές προορισμοί, όπως η Ισπανία, η Ιταλία και η Ελλάδα. Αυτή η μείωση είχε αρνητικό αντίκτυπο στην οικονομία αυτών των χωρών, οι οποίες εξαρτώνται από τον τουρισμό για σημαντικό μέρος των εσόδων τους. Στην Ισπανία, για παράδειγμα, ο αριθμός των διεθνών τουριστών μειώθηκε κατά 12% το 2009. Αυτή η μείωση οδήγησε σε απώλεια 10 δισεκατομμυρίων ευρώ σε έσοδα από τον τουρισμό, γεγονός που είχε αρνητικό αντίκτυπο στην απασχόληση και την οικονομία της χώρας.

Οι Berrada και Benabdellah (2014: 14) τονίζουν ότι το 2011, η αραβική επανάσταση οδήγησε σε μείωση του αριθμού των τουριστών στην Τυνησία και την Αίγυπτο. Αυτή η μείωση είχε αρνητικό αντίκτυπο στην οικονομία αυτών των χωρών, οι οποίες εξαρτώνται από τον τουρισμό για σημαντικό μέρος των εσόδων τους. Στην Τυνησία, για παράδειγμα, ο αριθμός των διεθνών τουριστών μειώθηκε κατά 33% το 2011. Αυτή η μείωση οδήγησε σε απώλεια 2,5 δισεκατομμυρίων τυνησίων δραχμών σε έσοδα από τον τουρισμό, γεγονός που είχε αρνητικό αντίκτυπο στην απασχόληση και την οικονομία της χώρας.

Οι Ceron, et al. (2021: 22) τονίζουν ότι η πανδημία COVID-19 προκάλεσε παγκόσμια διακοπή του τουρισμού. Αυτή η διακοπή είχε αρνητικό αντίκτυπο στην οικονομία πολλών τουριστικών προορισμών, οι οποίοι έχασαν δισεκατομμύρια δολάρια σε έσοδα. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), ο αριθμός των διεθνών τουριστών μειώθηκε κατά 74% το 2020. Αυτή η μείωση οδήγησε σε απώλεια 1,3 τρισεκατομμυρίων δολαρίων σε έσοδα από τον τουρισμό, που αντιπροσωπεύει μείωση 91% σε σχέση με το 2019. Οι τουριστικές προορισμοί που επλήγησαν περισσότερο από την πανδημία ήταν εκείνοι που εξαρτώνταν περισσότερο από τον διεθνή τουρισμό. Αυτοί οι προορισμοί κατέγραψαν σημαντικές απώλειες εσόδων, οι οποίες είχαν αρνητικό αντίκτυπο στην απασχόληση και την οικονομία.

Στην περίπτωση της Ελλάδας, για παράδειγμα, κατά τους Papathanasiou et al. (2023: 11), το 2019 η Ελλάδα υποδέχθηκε περισσότερους από 33 εκατομμύρια διεθνείς τουρίστες, δημιουργώντας έσοδα 18 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Η πανδημία COVID-19 είχε καταστροφικό αντίκτυπο στον ελληνικό τουρισμό, μειώνοντας τον αριθμό των τουριστών κατά 74% το 2020. Αυτή η μείωση είχε σημαντικές αρνητικές κοινωνικοοικονομικές επιπτώσεις για την Ελλάδα. Πράγματι, ο τουρισμός είναι ένας σημαντικός τομέας της ελληνικής οικονομίας, αντιπροσωπεύοντας περίπου το 20% του ΑΕΠ και το 25% της

απασχόλησης. Η απώλεια εσόδων από τον τουρισμό οδήγησε σε αύξηση της ανεργίας και της φτώχειας, και επιβάρυνε τον ελληνικό κοινωνικό ιστό.

Αυτή η οικονομική εξάρτηση μπορεί επίσης να καταστήσει τον προορισμό πιο ευάλωτο στις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού, όπως η ρύπανση και η περιβαλλοντική υποβάθμιση. Για παράδειγμα, όταν ο τουρισμός μειώνεται, ο προορισμός μπορεί να χάσει θέσεις εργασίας και έσοδα. Επιπλέον, ο προορισμός μπορεί να είναι πιο επιρρεπής στη ρύπανση και την περιβαλλοντική υποβάθμιση, καθώς οι κυβερνήσεις μπορεί να είναι λιγότερο πρόθυμες να λάβουν μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος εάν ο τουρισμός είναι μια σημαντική πηγή εσόδων.

Για να περιοριστούν οι αρνητικές επιπτώσεις της οικονομικής εξάρτησης από τον τουρισμό, είναι σημαντικό να διαφοροποιηθεί η οικονομία του προορισμού. Αυτό σημαίνει την ανάπτυξη άλλων οικονομικών τομέων, όπως η γεωργία, η βιομηχανία ή οι υπηρεσίες. Οι αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού είναι πολύ πραγματικές και παρατηρούνται σε κάθε προορισμό. Επομένως, είναι σημαντικό να ληφθούν μέτρα για τη μείωση αυτών των επιπτώσεων και την προώθηση ενός πιο βιώσιμου τουρισμού.

2.4 Οι αρνητικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού: Ένας μύθος που γίνεται πραγματικότητα

Ο μύθος του βασιλιά Μίδα και ο μαζικός τουρισμός: Στην ελληνική μυθολογία, ο βασιλιάς Μίδας ήταν γνωστός για την απληστία του. Μια μέρα, ο θεός Διόνυσος του δίνει τη δύναμη να μετατρέπει σε χρυσό ό,τι αγγίζει. Στην αρχή, ο Μίδας ήταν ενθουσιασμένος με τη νέα του δύναμη. Μετατρέπει τα χρήματά του σε χρυσό, το φαγητό του σε χρυσό, ακόμη και τα ρούχα του σε χρυσό. Ωστόσο, σύντομα συνειδητοποιεί ότι η δύναμή του κρύβει πολλές τρομερές συνέπειες. Δεν μπορεί πια να φάει ή να πει και οι αγαπημένοι του μετατρέπονται σε χρυσό.

Ο μαζικός τουρισμός είναι ένα παρόμοιο φαινόμενο. Συχνά παρουσιάζεται ως πηγή πλούτου και οικονομικής ανάπτυξης. Ωστόσο, έχει επίσης αρνητικές συνέπειες για το περιβάλλον, την κοινωνία και την οικονομία.

Οι ομοιότητες μεταξύ του μύθου του βασιλιά Μίδα και του μαζικού τουρισμού είναι εντυπωσιακές:

- Και οι δύο συνδέονται με τον πλούτο και την οικονομική ανάπτυξη. Ο μαζικός τουρισμός είναι μια προσοδοφόρα βιομηχανία που παράγει έσοδα εκατομμυρίων δολαρίων. Η δύναμη του βασιλιά Μίδα του επέτρεπε να μετατρέπει ό,τι άγγιζε σε χρυσό, γεγονός που του εξασφάλιζε σημαντικό πλούτο.

- Και οι δύο έχουν αρνητικές συνέπειες. Ο μαζικός τουρισμός έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, την κοινωνία και την οικονομία. Η δύναμη του βασιλιά Μίδα έχει επίσης αρνητικές συνέπειες, καθώς τον καθιστά ανίκανο να ζήσει μια φυσιολογική ζωή.

Ωστόσο, ενώ η δύναμη του βασιλιά Μίδα είναι μυθοπλασία, ο μαζικός τουρισμός είναι ένα πραγματικό φαινόμενο. Ο μαζικός τουρισμός υπάρχει και έχει πραγματικό αντίκτυπο στον κόσμο. Είναι ένα πιο σύνθετο φαινόμενο, με θετικές και αρνητικές συνέπειες που ποικίλλουν ανάλογα με το πλαίσιο, απ' ό,τι η δύναμη του βασιλιά Μίδα. Από τη ρύπανση, την καταστροφή των φυσικών ενδιαιτημάτων και την απώλεια της βιοποικιλότητας, τις συγκρούσεις μεταξύ των τοπικών πληθυσμών και των τουριστών, τον εξευγενισμό και την αγροτική έξοδο. Οι αρνητικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού είναι πολυάριθμες και πραγματικές.

Ο μύθος του βασιλιά Μίδα είναι μια ιστορία που προειδοποιεί το κοινό για τους κινδύνους της απληστίας. Ο μαζικός τουρισμός είναι ένα παρόμοιο φαινόμενο, το οποίο μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες για το περιβάλλον, την κοινωνία και την οικονομία. Είναι σημαντικό να υπάρχει επίγνωση αυτών των συνεπειών, ώστε να μπορεί η ανθρωπότητα να λάβει δράση για τον περιορισμό τους.

Κεφάλαιο 3: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Για τη διερεύνηση των ερωτημάτων και του προβληματισμού της παρούσας εργασίας η μέθοδος συλλογής δεδομένων, που έπαιξε ρόλο πρωταγωνιστή στην πτυχιακή εργασία που ανέλαβε η ερευνητική ομάδα, ήταν αυτή της πρωτογενούς έρευνας και συγκεκριμένα της ποσοτικής. Επιπλέον, δεν ελλείπει σημαντικότητας και ο ρόλος του συμπρωταγωνιστή, αυτός της έρευνας με χρήση επιστημονικών πηγών τόσο για την άντληση περισσότερων στοιχείων περί του ερευνητικού ερωτήματος όπου η ομάδα αποφάσισε να απαντήσει, όσο και για τη διευκόλυνση στην παροχή αποτελεσμάτων με μεγαλύτερη ακρίβεια και ποιότητα.

Σε πρώτη φάση, η ομάδα, είχε ήδη στη διάθεσή της στοιχεία από επιστημονικά άρθρα για το πρόβλημα του μαζικού τουρισμού, όπως και στοιχεία για τον καλύτερο και πιο βιώσιμο τρόπο ταξιδιού όπου αναφέρονταν φυσικά στον Υπεύθυνο / Βιώσιμο τουρισμό και στους τρεις πυλώνες βιωσιμότητας (περιβάλλον, οικονομία και κοινωνία). Έχοντας αυτά τα στοιχεία σαν υπόβαθρο, η ομάδα δημιούργησε ένα ερωτηματολόγιο υπό συνεχή έλεγχο και επιτήρηση από τον υπεύθυνο καθηγητή της θεματικής ενότητας της εργασίας, όπου κι έπειτα μοιράστηκε στο κοινό. Το ερωτηματολόγιο είχε κυρίως ως «αγορά στόχο» τους οιωνοί τουρίστες όπου έχουν ταξιδέψει πρόσφατα σε κάποιο προορισμό, με τι μέσο ταξίδεψαν, πόσες διανυκτερεύσεις πραγματοποίησαν, πόσο ωφέλησαν σαν τουρίστες το περιβάλλον, την οικονομία και την κοινωνία του προορισμού που επισκέφθηκαν και κατά πόσο έχουν αντίληψη και γνώση περί των αρνητικών πτυχών του μαζικού τουρισμού και της ύπαρξης ενός πιο βιώσιμου τρόπου ταξιδιού, αυτός του υπεύθυνου τουρισμού. Όταν η ομάδα έλαβε τα αποτελέσματα από περίπου τετρακόσια (400) άτομα, ιδιαίτερα υψηλή απήχηση και ανταπόκριση που είχε το κοινό στο ερωτηματολόγιο όσο και για τα αποτελέσματα που έλαβε, καθώς, όπου πέρα από κάθε άλλο δεν ήταν καθόλου προβλέψιμα, τουναντίον, ήταν απρόβλεπτα και απρόσμενα και αυτό κίνησε περισσότερο το ενδιαφέρον. Η ομάδα χρησιμοποίησε κι εκμεταλλεύτηκε τους δείκτες αποτελεσμάτων που είχε πλέον στη διάθεσή της και τους συνυπολόγισε για να αποτελέσουν για τον κάθε ένα όπου απάντησε τι ποσοστό υπευθυνότητας είχε (δηλαδή ένα ποσοστιαίο αποτέλεσμα για το πόσο υπεύθυνος ήταν σαν τουρίστας).

Σε δεύτερη και τελευταία φάση, συγκεντρώθηκαν όλα τα επιστημονικά άρθρα που είχε στη διάθεσή της η ερευνητική ομάδα και έδωσε έμφαση σε αυτά, καθώς αποτέλεσαν τον ακρογωνιαίο λίθο της επιτυχίας της έρευνας και στην καλύτερη ανάλυση και εξήγηση των απαντήσεων της παραπάνω έρευνας.

Κεφάλαιο 4: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Καθώς η ερευνητική ομάδα ακολουθούσε την πορεία της εξέλιξης των απαντήσεων, παρατηρούσε ολοένα και πιο απρόβλεπτες αλληλεπιδράσεις του κοινού με το ερωτηματολόγιο αλλά ταυτόχρονα και όχι πολύ μακριά από το αναμενόμενο. Όταν κατέληξε το ερωτηματολόγιο, η ερευνητική ομάδα, συγκέντρωσε τις απαντήσεις σε μία βάση δεδομένων και στη συνέχεια ακολούθησε το μακρόχρονο ταξίδι της ανάλυσης, όπου ήταν το κυριότερο κομμάτι της εργασίας και το δυσκολότερο διότι έπρεπε να αναλυθούνε παράλληλα με τους τρεις πυλώνες της αειφορίας και βιωσιμότητας (περιβάλλον, οικονομία και κοινωνία), έτσι, μετέπειτα, ξεκίνησε η ομάδα να ταξινομεί τις απαντήσεις έτσι ώστε να υποστηρίξει σωστά τον μαθηματικό τύπο όπου χρησιμοποίησε για να φέρει εις πέρας το ερευνητικό της ερώτημα.

Σε πρώτη φάση, αναλύθηκαν οι ηλικίες των απαντηθέντων, όχι επειδή είχε άμεση σχέση προς τους τρεις πυλώνες της αειφορίας -όπως προαναφέρθηκε- αλλά για να γίνει μια επαλήθευση της σοβαρότητας και εγκυρότητας των απαντήσεων, έτσι ώστε να ληφθούν υπόψη. Όπου και για αυτόν τον λόγο, εξαιρέθηκαν κάποιες απαντήσεις από το ερωτηματολόγιο, επειδή δεν πληρούσαν τις εν λόγω προϋποθέσεις οπότε καταμετρούνται 399 απαντήσεις.

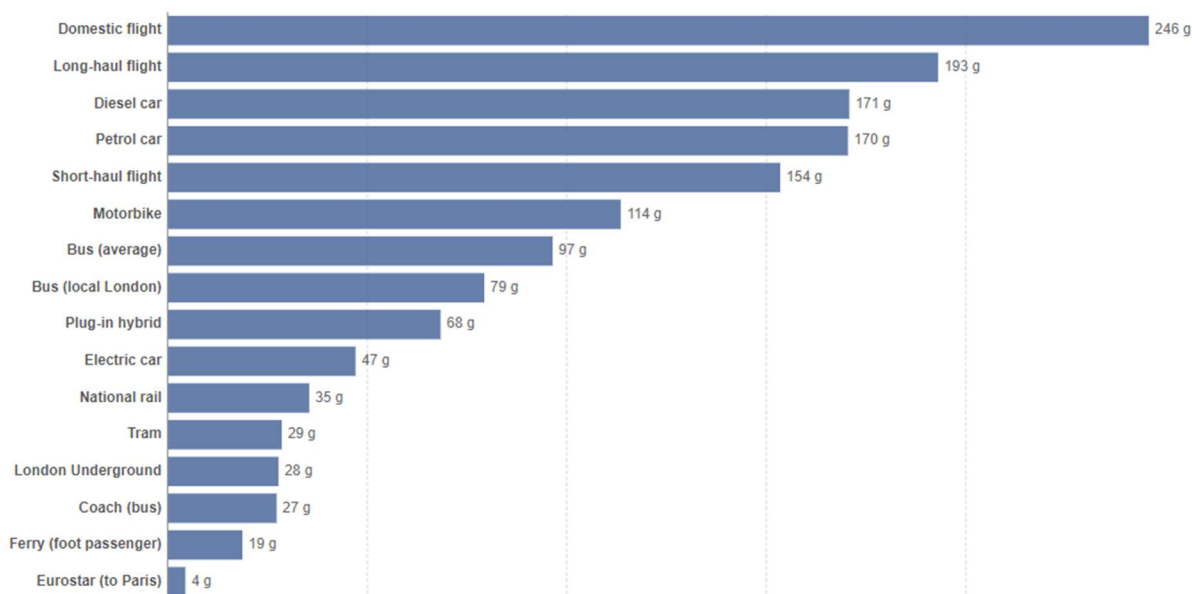
Σε δεύτερη φάση, μετρήθηκαν στο περίπου οι χιλιομετρικές αποστάσεις που διένυσε ο κάθε επισκέπτης (απαντηθέν) από το σημείο αφετηρίας (χώρα/πόλη προέλευσης) μέχρι την χώρα/πόλη προορισμού που επισκέφθηκε. Ο λόγος που οι χιλιομετρικές αποστάσεις μετρήθηκαν στο περίπου είναι επειδή δεν μπορεί κανείς να δώσει ακρίβεια σε κάτι τέτοιο, καθώς δεν μπορεί να γνωρίζει κανείς από ποιο σημείο της χώρας ή της πόλης ξεκίνησε, έτσι, ο αριθμός της χιλιομετρικής είναι μεταβαλλόμενος και για αυτό βγαίνει στο περίπου η συνολική απόσταση (π.χ. από την Ελλάδα μέχρι την Γερμανία, είναι περίπου 1500 με 1800 χιλιόμετρα και απλά για να χρησιμοποιηθεί από τον μαθηματικό τύπο, θα βγει η μέση τιμή των παραπάνω αποστάσεων που είναι 1650 χιλιόμετρα). Ο λόγος που ενδιαφέρει τόσο την ερευνητική ομάδα, όσο και το ερευνητικό ερώτημα αυτή η πληροφορία, είναι επειδή θα παίξουν πρωταρχικό ρόλο στη μέτρηση και τον υπολογισμό της βιωσιμότητας/υπευθυνότητας του ατόμου, καθώς η χιλιομετρική απόσταση συγκαταλέγεται με τις υπόλοιπες απαντήσεις για αυτό το σκοπό -έχοντας υπόψη το αποτύπωμα του άνθρακα (carbon (CO₂) footprint) που καταγράφεται ανά ταξίδι. (βλέπε Εικόνα 4.1).

Carbon footprint of travel per kilometer, 2022

The carbon footprint of travel is measured in grams of carbon dioxide-equivalents per passenger kilometer. This includes the impact of increased warming from aviation emissions at altitude.



[+ Add travel mode](#)



Source: UK Government, Department for Energy Security and Net Zero
Note: Data is based on official conversion factors used in UK reporting. These factors will vary across countries depending on energy mix, transport technologies, and occupancy of public transport.

OurWorldInData.org/transport • CC BY

CHART	TABLE	SOURCES	DOWNLOAD	
-------	-------	---------	----------	--

Related: [Which form of transport has the smallest carbon footprint?](#)

Εικόνα 4.1.

Σε τρίτη φάση, αναλύθηκαν ο αριθμός διανυκτερεύσεων και επισκέψεων του τουρίστα σε αυτό τον προορισμό. Ο λόγος που αναλύονται τα παραπάνω στοιχεία, είναι επειδή θα παίξουν σημαντικό ρόλο στην καταμέτρηση του βαθμού βιωσιμότητας του τουρίστα (καθώς π.χ. αν ταξιδέψω από την Ελλάδα στην Αμερική αεροπορικώς μόνο και μόνο για τρεις διανυκτερεύσεις και το κάνω αυτό κατ' επακολούθησιν σημειώνει έλλειψη υπευθυνότητας και αειφορίας, εφόσον θα προσβάλουμε σ' αυτό το σημείο τον έναν από τους τρεις πυλώνες της αειφορίας, το περιβάλλον (εκπομπές CO₂ > διανυκτερεύσεις. Δηλαδή, οι εκπομπές του CO₂ θα είναι πολλές λόγω της απόστασης του προορισμού κι επομένως η ολιγοήμερη διανυκτέρευση δεν θα δικαιολογήσει αυτή τη σπατάλη).

Πριν τη τέταρτη φάση, παρατηρεί κανείς πως τα στοιχεία που έχουν συλλεχθεί μέχρι τώρα από τις δύο προηγούμενες φάσεις, ολοκληρώνουν την ανάλυση και βοηθάνε στο να καταλήξουν σε ένα αποτέλεσμα για το αν η πλειοψηφία των απαντηθέντων ήταν σχετικά υπεύθυνη/βιώσιμη ως προς τον τρόπο μεταφοράς αλλά και στο περιβάλλον (μεταβλητή: περιβαλλοντικές επιπτώσεις).

Σε τέταρτη φάση, γίνεται η συλλογή των τελευταίων απαντήσεων στις εξής ερωτήσεις: «6. Για ποιο λόγο επιλέξατε να επισκεφθείτε αυτό το τουριστικό προορισμό;», «7. Κατά τη

διάρκεια της διαμονής σας σε αυτόν τον τουριστικό προορισμό. α) Έχετε έρθει σε άμεση επαφή με τον ντόπιο πληθυσμό; , β) Αλληλοεπιδράσατε με τους ντόπιους κατοίκους και την τοπική κοινότητα; , γ) Στηρίζατε την τοπική οικονομία συμμετέχοντας σε τοπικά καταστήματα, εστιατόρια ή αγοράζοντας τοπικά προϊόντα; , δ) Συνεισφέρατε στην τοπική κοινότητα μέσω εθελοντικής εργασίας, δωρεών ή άλλων τρόπων; , ε) Είχατε σεβαστεί τις τοπικές παραδόσεις, έθιμα και πολιτιστική ευαισθησία; , στ) Είχατε κάποια επικοινωνία με τοπικές οργανώσεις ή ΜΚΟ που προωθούν βιώσιμο τουρισμό, αναπτυξιακά έργα ή κοινωνικές πρωτοβουλίες; » και η ποιοτική ανοιχτή ερώτηση «8. Με 3 λέξεις τι σημαίνει τουρισμός για εσάς;». Η ανάλυση των απαντήσεων από τις παραπάνω ερωτήσεις, θα οδηγήσουν στο τελικό αποτέλεσμα και θα ωφελήσουν στο να ολοκληρωθεί το ερευνητικό ερώτημα καθώς, μελετώνται σε αυτή τη φάση, οι οικονομικές (Οικ.Επιπ) και κοινωνικές (Κοιν.Επιπ) επιπτώσεις στον τουρισμό. Οι απαντήσεις από την ερώτηση 6 αφορούν τον λόγο που ο τουρίστας επισκέφθηκε αυτόν το προορισμό όπως για παράδειγμα κάποιες από τις απαντήσεις επιλογής είναι «α) Για τουριστικές δραστηριότητες , β) Για την τιμή της διαμονής γ) Για τα τουριστικά αξιοθέατα δ) Για τις πολιτιστικές / εορταστικές εκδηλώσεις, κ.α.» όπου θα βοηθήσουν στην κατανόηση στο εάν ο λόγος όπου επισκέπτεται κάποιος έναν προορισμό, ωφελεί πραγματικά την οικονομία και τη κοινωνία. Αρχικά θα εμφανίσουμε τις ερωτήσεις σύμφωνα με το είδος των επιπτώσεων που τις αφορούν.

4.1 Ανάλυση σε βάθος, οι απαντήσεις του ερωτηματολογίου.

Παρακάτω, πρώτα θα προβληθούν οι ερωτήσεις που περιλήφθηκαν στο ερωτηματολόγιο, επιπλέον, εξηγείται περαιτέρω τον πυλώνα της βιωσιμότητας που αφορούσε αυτή η ερώτηση και ακόμη παρακάτω, υπόψιν της παύλας (-) βρίσκονται οι απαντήσεις που μπορούσαν να δώσουν / επιλέξουν ο συμμετέχοντες του ερωτηματολογίου.

Για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις (ΕΙ):

Για ποιο λόγο επιλέξατε αυτό το προορισμό;

- Για τα φυσικά αξιοθέατα (κλίμα, παραλίες, τοπία, πάρκα, λίμνες, κ.α.);
- Για πολιτιστικά και τουριστικά αξιοθέατα (μουσεία, τοποθεσίες, ιστορικά μνημεία κ.λπ.);
- Για πολιτιστικές και εορταστικές εκδηλώσεις (φεστιβάλ, παραστάσεις, εκθέσεις κ.λπ.);

- -Για τουριστικές δραστηριότητες ("γκολφ, πεζοπορία, καταδύσεις, χιονοδρομικές δραστηριότητες...");
- -Για τον αγροτουρισμό;

Κατά τη διάρκεια της διαμονής σας σε αυτόν τον τουριστικό προορισμό

- Έχετε έρθει σε άμεση επαφή με τον τοπικό πληθυσμό;
- Αλληλοεπιδράσατε με τους ντόπιους κατοίκους και την τοπική κοινότητα;

Για τις πολιτιστικές/κοινωνικές επιπτώσεις (CI):

Για ποιο λόγο επιλέξατε αυτό το προορισμό;

- Για πολιτιστικές και εορταστικές εκδηλώσεις (φεστιβάλ, παραστάσεις, εκθέσεις κ.λπ.);
- Για πολιτιστικά και τουριστικά αξιοθέατα (μουσεία, τοποθεσίες, ιστορικά μνημεία κ.λπ.);
- Για την πολιτική σταθερότητα της χώρας (Ασφάλεια, προστασία);
- Για τον αγροτουρισμό;
- Για να ανακαλύψετε νέα μέρη;
- Για εκπαίδευση (Πανεπιστήμιο, κ.α.);

Κατά τη διάρκεια της διαμονής σας σε αυτόν τον τουριστικό προορισμό

- Στηρίζατε την τοπική οικονομία συμμετέχοντας σε τοπικά καταστήματα, εστιατόρια ή αγοράζοντας τοπικά προϊόντα;
- Συνεισφέρατε στην τοπική κοινότητα μέσω εθελοντικής εργασίας, δωρεών ή άλλων τρόπων;
- Είχατε σεβαστεί τις τοπικές παραδόσεις, έθιμα και πολιτιστική ευαισθησία;
- Είχατε κάποια επικοινωνία με τοπικές οργανώσεις ή ΜΚΟ που προωθούν βιώσιμο τουρισμό, αναπτυξιακά έργα ή κοινωνικές πρωτοβουλίες;

Για τις οικονομικές επιπτώσεις του προορισμού (eI):

Για ποιο λόγο επιλέξατε αυτό το προορισμό;

- Για την τιμή της διαμονής;
- Για άνεση και διευκόλυνση;
- Επαγγελματικό λόγο;

Κατά τη διάρκεια της διαμονής σας σε αυτόν τον τουριστικό προορισμό

- Στηρίζατε την τοπική οικονομία συμμετέχοντας σε τοπικά καταστήματα, εστιατόρια ή αγοράζοντας τοπικά προϊόντα;
- Συνεισφέρατε στην τοπική κοινότητα μέσω εθελοντικής εργασίας, δωρεών ή άλλων τρόπων;

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ – CASE STUDIES

Εδώ, θα μελετηθούν υποθετικές έως και ρεαλιστικές περιπτώσεις απαντήσεων του ερωτηματολογίου και το πώς ωφελεί τόσο την έρευνα όσο και την ερευνητική ομάδα να αντιληφθεί τον βαθμό υπευθυνότητας των απαντηθέντων.

Υποθέστε λοιπόν, ότι όλες αυτές οι ερωτήσεις που γίνονται για να διαπιστωθεί αν οι λόγοι για τα ταξίδια είναι υπεύθυνοι λαμβάνοντας υπόψη αυτές τις τρεις κατηγορίες, και ότι η απάντηση σε όλες αυτές τις ερωτήσεις/λόγους είναι: «Συμφωνώ απόλυτα».

Εάν ο τουρίστας απαντήσει «Συμφωνώ απόλυτα» σε όλες τις ερωτήσεις που αποσκοπούν στον προσδιορισμό του κατά πόσον οι λόγοι για τους οποίους ταξιδεύει είναι υπεύθυνοι, λαμβάνοντας υπόψη τις τρεις κατηγορίες επιπτώσεων (οικονομικές, περιβαλλοντικές και πολιτιστικές επιπτώσεις στον προορισμό), αυτό θα μπορούσε να ερμηνευθεί ως εξής :

Περιβαλλοντικές επιπτώσεις (EI)

Εκφράζοντας τη συνολική συμφωνία τους σε θέματα που σχετίζονται με το περιβάλλον, οι τουρίστες δηλώνουν ότι προσέχουν τη διατήρηση του οικοσυστήματος του προορισμού, ίσως απολαμβάνοντας τα φυσικά αξιοθέατα και υποστηρίζοντας οικολογικές δραστηριότητες.

Πολιτιστικοί/κοινωνικοί επιπτώσεις (CI)

Η πλήρης συμφωνία τους σε πολιτιστικά και κοινωνικά θέματα υποδηλώνει ότι εκτιμούν τις πολιτιστικές, τουριστικές και κοινωνικές πτυχές του ταξιδιού τους. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει ενδιαφέρον για μουσεία, ιστορικούς χώρους, πολιτιστικές εκδηλώσεις και συμμετοχή σε κοινωνικές δραστηριότητες.

Οικονομικοί επιπτώσεις του προορισμού (eI)

Απαντώντας «Συμφωνώ απόλυτα» σε ερωτήσεις που σχετίζονται με την οικονομία, οι ερωτηθέντες δείχνουν ότι εκτιμούν τις οικονομικές πτυχές του ταξιδιού τους, όπως το κόστος διαμονής, η άνεση, οι επαγγελματικοί λόγοι κ.λπ.

Συνολικά, η απάντηση «συμφωνώ απόλυτα» για όλες τις ερωτήσεις υποδηλώνει ότι ο ερωτώμενος ανησυχεί για τις τρεις κατηγορίες επιπτώσεων και ότι θεωρεί το ταξίδι του υπεύθυνο υπό το πρίσμα αυτών των περιβαλλοντικών, πολιτιστικών και οικονομικών επιπτώσεων.

Ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι οι ερμηνείες αυτές βασίζονται σε γενικές υποθέσεις και ότι η πραγματικότητα μπορεί να είναι πιο σύνθετη ανάλογα με τις λεπτομέρειες του ταξιδιού και τις προσωπικές προτιμήσεις.

οι απαντήσεις εκτιμώνται στη συνέχεια σε μια αριθμητική τιμή 1 στα 5, η οποία δίνει

απαντήσεις	‘‘Διαφωνώ απόλυτα’’	‘‘Διαφωνώ’’	‘‘Ουδέτερη’’	‘‘Συμφωνώ’’	‘‘Συμφωνώ απόλυτα’’
αριθμητική τιμή	1	2	3	4	5

Αυτή η εκτίμηση της αξίας ισχύει επίσης για θέματα που σχετίζονται με τις δραστηριότητες του τουρίστα στον προορισμό.

απαντήσεις	‘Καθόλου’	‘Πολύ λίγο’	‘Λίγο’	‘Πολύ’	‘Πάρα πολύ’
αριθμητική τιμή	1	2	3	4	5

Η ανάλυση των απαντήσεων των τουριστών σε αυτές τις ερωτήσεις παρέχει καλύτερη κατανόηση της συμπεριφοράς τους και του αντίκτυπου στον τουριστικό προορισμό τους. Οι απαντήσεις «**παρά πολύ**» υποδηλώνουν υψηλό επίπεδο δέσμευσης και θετικής συμβολής στις περιβαλλοντικές, πολιτιστικές και οικονομικές πτυχές της τοπικής κοινότητας.

Για παράδειγμα, σύμφωνα με τη μελέτη του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO, 2019) διαπίστωσε ότι οι τουρίστες που αλληλεπιδρούν ενεργά με τους ντόπιους είναι πιο πιθανό να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα στην τοπική κοινότητα. Η μελέτη διαπίστωσε επίσης ότι οι τουρίστες που σέβονται τις πολιτιστικές παραδόσεις είναι πιο πιθανό να αισθάνονται άνετα και να τα πηγαίνουν καλά με τους ντόπιους.

Σύμφωνα με τη μελέτη του Πανεπιστημίου του Κέιμπριτζ (2020), World Economic Forum (2022) και του ΟΗΕ(2022), υπογραμμίζουν τη σημασία του τουρισμού για την οικονομική ανάκαμψη οι τουρίστες που συμμετέχουν σε πρωτοβουλίες βιώσιμης ανάπτυξης έχουν θετικό αντίκτυπο στο περιβάλλον. Η μελέτη διαπίστωσε ότι οι τουρίστες που συμμετέχουν σε δραστηριότητες όπως η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και νερού, η

μείωση των αποβλήτων και η προστασία της άγριας ζωής είναι πιθανότερο να συμβάλουν στη βιωσιμότητα του προορισμού.

Τα αποτελέσματα αυτά υπογραμμίζουν τη σημασία του ρόλου των τουριστών στη δημιουργία μιας αμοιβαία επωφελούς εμπειρίας. Προωθώντας τις αυθεντικές αλληλεπιδράσεις με τους ντόπιους, συμβάλλοντας στην τοπική οικονομία και σεβόμενοι την κουλτούρα, οι τουρίστες μπορούν να συμβάλουν στη διατήρηση του πολιτιστικού και φυσικού πλούτου του προορισμού, βελτιώνοντας παράλληλα την ποιότητα της δικής τους ταξιδιωτικής εμπειρίας.

Στη πέμπτη και τελευταία φάση, η ομάδα αφότου έχει συλλέξει όλα τα στοιχεία από τις προηγούμενες φάσεις, προχωράει στην εκμετάλλευση αυτών των στοιχείων από τον μαθηματικό τύπο που θα βοηθήσει και θα οδηγήσει σε ένα πιο καθαρό και ακριβές αποτέλεσμα. Αυτός ο μαθηματικός τύπος, είναι ο εξής:

$$RS = \left(\frac{1}{D}\right) * \frac{Nv}{Ns} * (1 - EI) * CI * eI$$

Όπου:

RS (Responsibility Score), είναι η βαθμολογία τουριστικής ευθύνης.

D (Distance), είναι η μέση απόσταση που διανύει ο τουρίστας για να φτάσει στον προορισμό του.

Nv (Number of visit), είναι ο αριθμός των επισκέψεων του τουρίστα στον συγκεκριμένο προορισμό.

Ns (Number of stays), είναι ο αριθμός των διανυκτερεύσεων του τουρίστα στον προορισμό.

EI (Environmental Impact), είναι ο περιβαλλοντικός αντίκτυπος του ταξιδιού, που βαθμολογείται από το 1 έως το 5.

CI (Cultural/Social Impact), είναι ο πολιτιστικός αντίκτυπος του ταξιδιού, που βαθμολογείται από το 1 έως το 5.

eI (Economic Impact), είναι ο οικονομικός αντίκτυπος του ταξιδιού, σε κλίμακα από 1 έως 5.

Έτσι, με τον παραπάνω τύπο, βγαίνει ένα αποτέλεσμα-δείκτης όπου θα καθορίσει εάν ο τουρίστας στο ταξίδι που έκανε και ο τουρισμός που έπραξε, ήταν υπεύθυνος / βιώσιμος.

Αφότου πραγματοποιηθεί ο παραπάνω μαθηματικός τύπος και έχουν βγει τα αποτελέσματα, αξιοποιούνται για να αποδείξουν εάν το ποσοστό αυτών που έχουν απαντήσει έχουν πραγματικά καταλάβει / αντιληφθεί τι είναι ο υπεύθυνος τουρισμός, ποιες οι αρνητικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού έμμεσα ή άμεσα από τον τρόπο που ταξιδεύουν και οι ίδιοι. Τα αποτελέσματα από τον μαθηματικό τύπο επιδεικνύονται με αριθμούς στον Πίνακα 4.1 ακολούθως οι οποίοι σηματοδοτούν το ποσοστό υπευθυνότητας με βάση τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου.

Πίνακας 4.1: Παράδειγμα υπολογισμού Responsibility Score

ID	DISTANCE	CO2/G	Ns	Nv	EI	CI	eI
TOURIST 1	1100 Km	212300 g	4,5	2	3,6	6,2	3,4
TOURIST 2	9000 Km	1737000 g	60	2	1,4	1,8	2
TOURIST 3	1650 Km	318450 g	4,5	1	4,2	6	3,6

RS	NORMALIZATION	CO2/T
-0,02214465	0,954	0,021 t
-5,3333E-06	0,994	0,174 t
-0,00930909	0,977	0,032 t

$$RS = \left(\frac{1}{D}\right) * \frac{Nv}{Ns} * (1 - EI) * CI * eI$$

Tourist 1

$$D = 1100 \text{ km}$$

$$N_v = 2$$

$$N_s = 4,5$$

$$EI = 3,6$$

$$CI = 6.2$$

$$eI = 3.4$$

$$RS = (1 / D) * (N_v / N_s) * (1 - EI) * CI * eI$$

$$RS = (1 / 1100) * (2 / 4,5) * (1 - 3,6) * 6.2 * 3.4$$

$$RS = -0,02214465$$

Tourist 2

$$D = 9000 \text{ km}$$

$$N_v = 2$$

$$N_s = 60$$

$$EI = 1.4$$

$$CI = 1.8$$

$$eI = 2$$

$$RS = (1 / D) * (N_v / N_s) * (1 - EI) * CI * eI$$

$$RS = (1 / 9000) * (2 / 60) * (1 - 1.4) * 1.8 * 2$$

$$RS = -5,3333E-06$$

Tourist 3

$$D = 1650 \text{ km}$$

$$N_v = 1$$

$$N_s = 4,5$$

$$EI = 4,2$$

$$CI = 6$$

$$eI = 3.6$$

$$RS = (1 / D) * (N_v / N_s) * (1 - EI) * CI * eI$$

$$RS = (1 / 1650) * (1 / 4,5) * (1 - 4,2) * 6 * 3.6$$

$$RS = -0,00930909$$

Ερμηνεία των αποτελεσμάτων

Τα αποτελέσματα του υπολογισμού της βαθμολογίας υπευθυνότητας για τους τρεις τουρίστες έχουν ως εξής:

Tourist 1	Tourist 2	Tourist 3
RS = -0,02214465	RS = -5,3333E-06	RS = -0,00930909

Ερμηνεία

Ο τουρίστας 1 έχει βαθμολογία υπευθυνότητας -0,02214465, που σημαίνει ότι έχει σχετικά χαμηλό αντίκτυπο στο περιβάλλον, τον πολιτισμό και την οικονομία. Ο τουρίστας 2 έχει πολύ χαμηλή βαθμολογία υπευθυνότητας, που σημαίνει ότι έχει αρνητικό αντίκτυπο στο περιβάλλον, τον πολιτισμό και την οικονομία. Ο τουρίστας 3 έχει πολύ υψηλή βαθμολογία υπευθυνότητας, που σημαίνει ότι έχει θετικό αντίκτυπο στο περιβάλλον, τον πολιτισμό και την οικονομία.

Σχόλια:

Ο **τουρίστας 1** έχει υψηλή βαθμολογία υπευθυνότητας λόγω της μικρής απόστασης του ταξιδιού του, του περιορισμένου αριθμού επισκέψεων και της σχετικά σύντομης διάρκειας της παραμονής του. Έχει επίσης θετικό περιβαλλοντικό αντίκτυπο επιλέγοντας ένα βιώσιμο μέσο μεταφοράς και συμμετέχοντας σε δραστηριότητες φιλικές προς το περιβάλλον. Έχει επίσης θετικό πολιτιστικό αντίκτυπο με τη δέσμευση να μάθει για τον τοπικό πολιτισμό και να συμμετέχει σε πολιτιστικές δραστηριότητες. Έχει επίσης θετικό οικονομικό αντίκτυπο δαπανώντας τα χρήματά τους στην τοπική οικονομία.

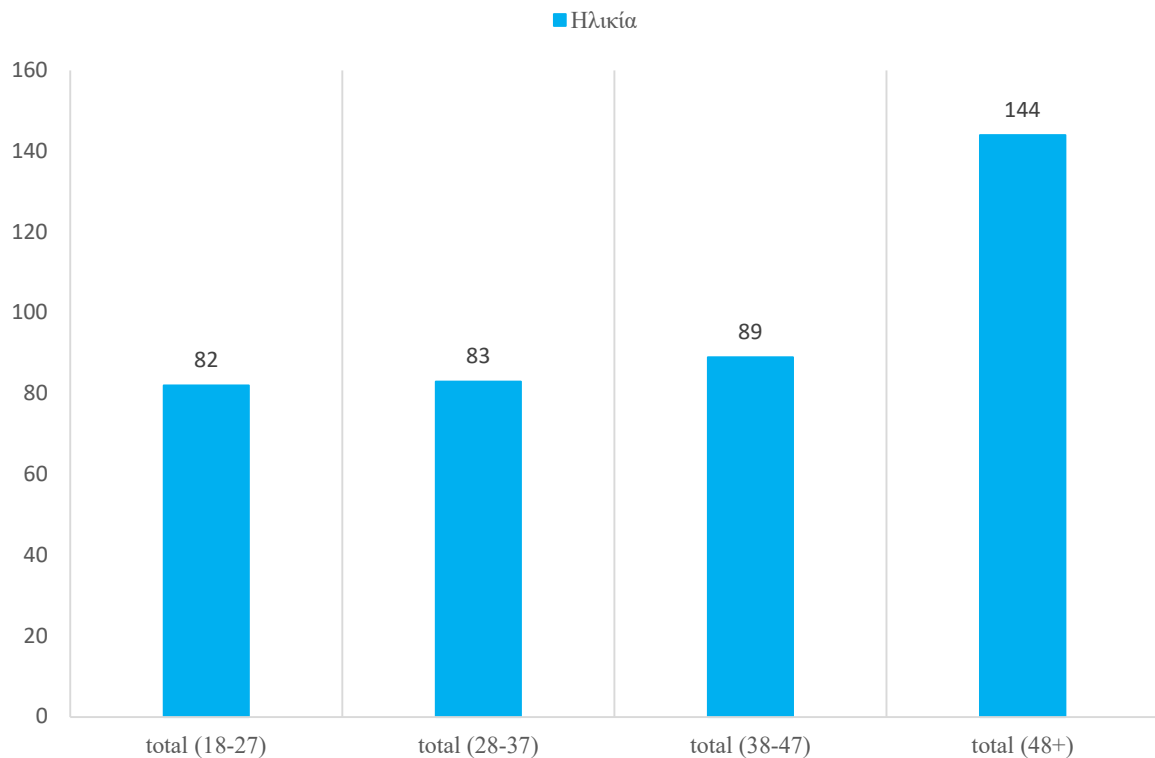
Ο **τουρίστας 2** έχει πολύ χαμηλή βαθμολογία υπευθυνότητας λόγω της μεγάλης απόστασης που διανύει, του μεγάλου αριθμού επισκέψεων και της πολύ μεγάλης διάρκειας της διαμονής του. Έχει επίσης αρνητικό αντίκτυπο στο περιβάλλον επιλέγοντας ένα ρυπογόνο μέσο μεταφοράς και συμμετέχοντας σε δραστηριότητες που είναι επιβλαβείς για το περιβάλλον.

Ο **τουρίστας 3** έχει πολύ υψηλή βαθμολογία υπευθυνότητας λόγω της μικρής απόστασης του ταξιδιού του, του περιορισμένου αριθμού επισκέψεων και της σχετικά μικρής διάρκειας της παραμονής του. Έχει επίσης θετικό περιβαλλοντικό αντίκτυπο επιλέγοντας ένα βιώσιμο μέσο μεταφοράς και συμμετέχοντας σε δραστηριότητες φιλικές προς το περιβάλλον. Έχει επίσης θετικό πολιτιστικό αντίκτυπο με τη δέσμευσή του να μάθει για τον τοπικό πολιτισμό και να συμμετέχει σε πολιτιστικές δραστηριότητες. Τέλος έχει θετικό οικονομικό αντίκτυπο δαπανώντας τα χρήματά τους στην τοπική οικονομία.

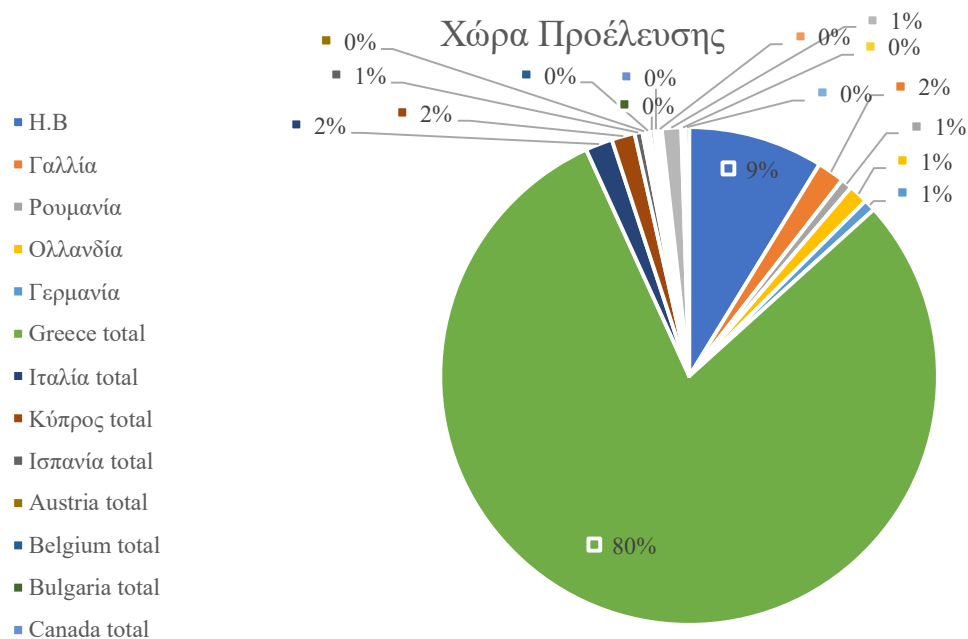
Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι αυτές οι βαθμολογίες βασίζονται στις πληροφορίες που παρέχονται. Είναι πιθανόν οι πραγματικές βαθμολογίες να ήταν διαφορετικές αν υπήρχαν πρόσθετες πληροφορίες, όπως ο τρόπος μεταφοράς που χρησιμοποιήθηκε στον προορισμό, ο τύπος του καταλύματος που επιλέχθηκε και οι δραστηριότητες που απολαμβάνονται.

Συμπερασματικά, τα αποτελέσματα του υπολογισμού της βαθμολογίας υπευθυνότητας δείχνουν ότι οι επιλογές των τουριστών έχουν σημαντικό αντίκτυπο στο περιβάλλον, τον πολιτισμό και την οικονομία των τουριστικών προορισμών. Κάνοντας πιο υπεύθυνες επιλογές, οι τουρίστες μπορούν να συμβάλουν στη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού στους προορισμούς.

Ανάλυση αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίων

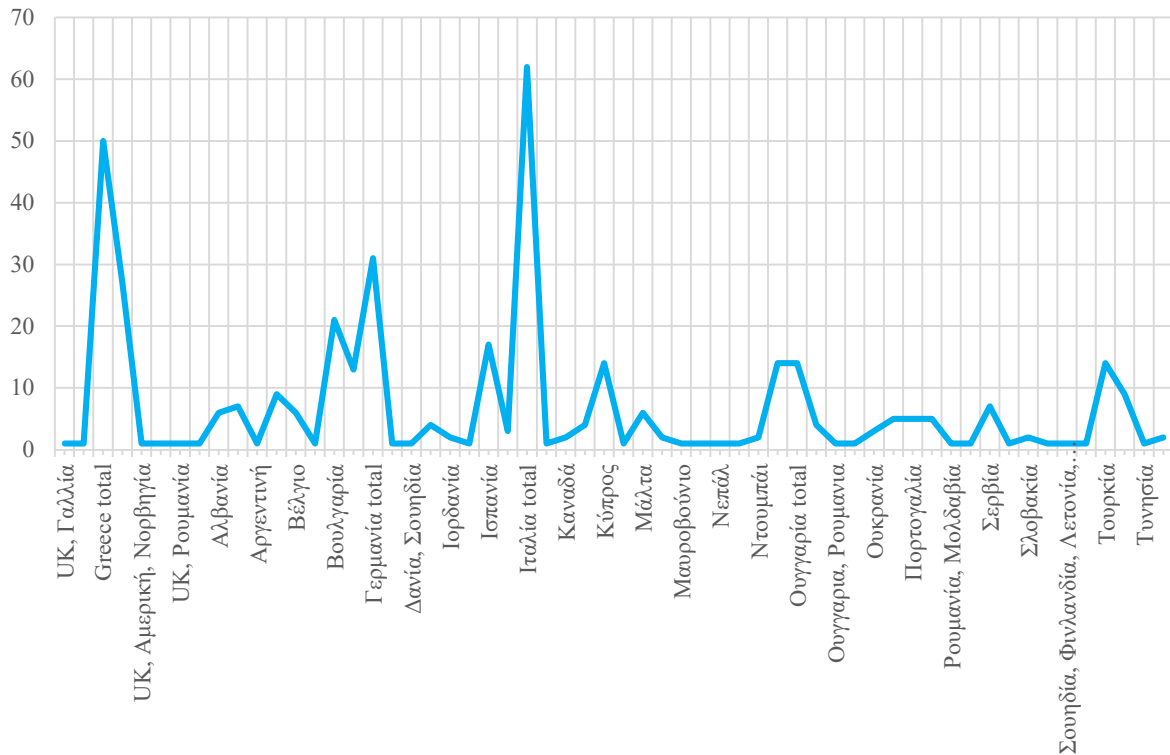


Ηλικία: Σε αυτό το γράφημα, έχουν συλλεχθεί οι απαντήσεις για την ερώτηση της ηλικίας και μπορεί κανείς να παρατηρήσει ότι υπήρξε απήχηση σταθερή από όλες τις ηλικίες αλλά αυτή που υπερτερούσε ήταν ηλικίες 48 και άνω, πράγμα που ήταν απρόσμενο αλλά και πολύ ενδιαφέρον που η ομάδα είχε στη διάθεσή της απαντήσεις από όλες τις ηλικίες αλλά πιο πολύ από έμπειρους σε ηλικία ανθρώπους.

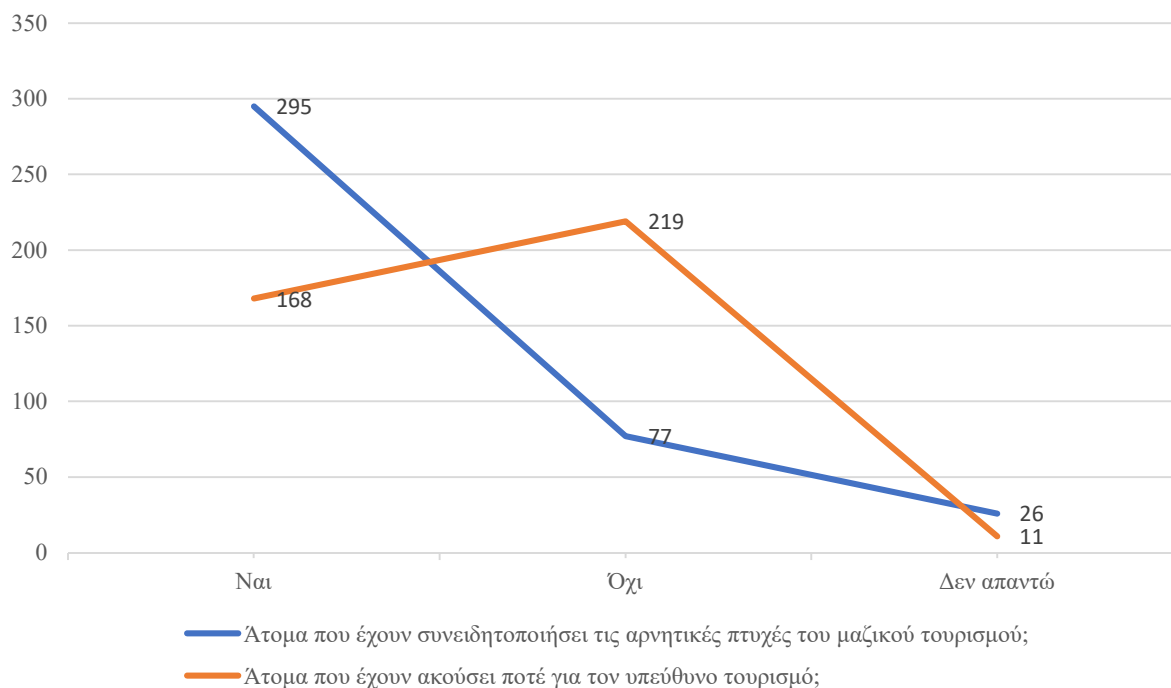


Στο παραπάνω γράφημα «πίτα», παρατηρείται ότι η χώρα από την οποία είχαν σαν αφετηρία ταξιδιού τα άτομα που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο, είναι με αρκετά μεγάλη διαφορά η Ελλάδα (αναμενόμενο, έχοντας υπόψη πως το μεγαλύτερο ποσοστό που μοιράστηκε το ερωτηματολόγιο ήταν Έλληνες) και στη συνέχεια είναι το Ηνωμένο Βασίλειο (H.B) (καθώς το ερωτηματολόγιο προσφέρθηκε μεταφρασμένο και στα αγγλικά) και συνεχίζει με τις υπόλοιπες χώρες οι οποίες είναι μία προς μία σε χαμηλότερο ποσοστό ξεκινώντας από την Γαλλία, Βουλγαρία, Βέλγιο, κλπ.

Χώρα Προορισμού



Σε αυτό το διάγραμμα, αναλύεται η χώρα προορισμού των τουριστών, δηλαδή, η χώρα στην οποία ταξίδεψαν. Παρατηρείται εδώ ότι η χώρα που βρίσκεται στην πρώτη θέση επισκεψιμότητας, είναι η Ιταλία, δεύτερη η Ελλάδα, τρίτη η Γερμανία, τέταρτη η Βουλγαρία και συνεχίζουν οι υπόλοιπες με ομαλές αυξομειώσεις.



Σε αυτό το διάγραμμα, αναλύονται οι απαντήσεις σε δύο ερωτήσεις: την «Έχετε συνειδητοποιήσει τις αρνητικές πτυχές του μαζικού τουρισμού; » και την « Έχετε ακούσει ποτέ για τον υπεύθυνο τουρισμό ». Από τα ποσοστά των απαντήσεων, παρατηρείται ότι σχεδόν όλα τα άτομα που απάντησαν γνωρίζουν για τις αρνητικές πτυχές του μαζικού τουρισμού αλλά συνάμα δεν έχουν ακουστά την Νέμεσις του μαζικού τουρισμού η οποία είναι ο υπεύθυνος τουρισμός. Αυτό άφησε την ερευνητική ομάδα έκπληκτη, καθώς δεν περίμενε ότι τόσο μεγάλο ποσοστό δεν γνώριζε για τον υπεύθυνο τουρισμό. Αυτό χρήζει σημαντικότητας την ενημέρωση του πλήθους προς πιο βιώσιμων και υπεύθυνων τρόπων αποφυγής.



Σε αυτό το γράφημα με οκτάγωνο σχέδιο, ομοίως με το παραπάνω σχέδιο, οι λέξεις-φράσεις όσο μεγαλύτερες είναι, τόσο συχνότερες ήταν αυτές σαν απάντηση σε αυτήν την ερώτηση από τους συμμετέχοντες του ερωτηματολογίου (« Αν έχετε συνειδητοποιήσει τις αρνητικές πτυχές του μαζικού τουρισμού, ποιες πιστεύετε ότι είναι αυτές; »)

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Έχοντας υπόψη όλα τα παραπάνω κεφάλαια και αναλύσεις, συμπεραίνουμε ότι ο μαζικός τουρισμός είναι ένα αρκετά επικίνδυνο «ζιζάνιο στον κήπο του τουρισμού». Στόχος της έρευνας δεν είναι μόνο να βρει τα αρνητικά του μαζικού τουρισμού αλλά και να προτείνει λύσεις ή στην προκειμένη παρομοίωση, να δώσει τα σωστά εργαλεία και το σωστό λίπασμα για να διώξει το «ζιζάνιο» και να θρέψει όλα τα υπόλοιπα «φυτά», ακριβώς όπως διδάσκει και ο μύθος του Μίδα και η απληστία του, που σχετίζεται με την πραγματικότητα, όπου πραγματοποιείται τουρισμός χωρίς να υπάρχει συλλογισμός για το μέλλον, χωρίς να σχεδιάζεται το μέλλον και το επίκεντρο είναι αποκλειστικά στην αύξηση του αριθμού των τουριστών και για πολλά χρόνια χρησιμοποιήθηκε αυτός ο δείκτης για να αξιολογηθεί η επιτυχία των προορισμών, χωρίς να λαμβάνονται υπόψη άλλα κριτήρια.

Παρακάτω θα προταθούν λύσεις και τρόποι προώθησης του βιώσιμου / υπεύθυνου τουρισμού, κάποιες γενικές και κάποιες πιο συγκεκριμένες προτάσεις.

Γενικές προτάσεις για προώθηση του υπεύθυνου τουρισμού:

Ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό οικονομικό παράγοντα για πολλές χώρες και περιοχές. Ωστόσο, ο τουρισμός μπορεί να έχει αρνητικό αντίκτυπο στο περιβάλλον και τις τοπικές κοινότητες. Για να γίνει ο τουρισμός πιο βιώσιμος και υπεύθυνος, είναι απαραίτητο να ληφθούν μέτρα για την ενημέρωση των τουριστών, την προώθηση της βιώσιμης ταξιδιωτικής συμπεριφοράς και τη δημιουργία οικονομικών κινήτρων για βιώσιμες τουριστικές επιχειρήσεις.

- **Ενημέρωση των τουριστών:** Οι τουρίστες πρέπει να γνωρίζουν ότι οι δραστηριότητές τους επηρεάζουν τον προορισμό που επισκέπτονται. Αυτό μπορεί να γίνει μέσω ενημερωτικών φυλλαδίων, ιστοσελίδων και εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Τα φυλλάδια και οι ιστότοποι μπορούν να παρέχουν πληροφορίες σχετικά με το περιβαλλοντικό και κοινωνικό αντίκτυπο του τουρισμού, καθώς και τρόπους για να μειωθεί ο αντίκτυπος αυτός. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα μπορούν να βοηθήσουν τους τουρίστες να κατανοήσουν καλύτερα τους παράγοντες που συμβάλλουν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

- **Προώθηση της βιώσιμης ταξιδιωτικής συμπεριφοράς:** Οι τουρίστες μπορούν να επιλέξουν να ταξιδέψουν με πιο βιώσιμο τρόπο, όπως επιλογή πιο κοντινών προορισμών ή και ακόμα εξερεύνηση της ενδοχώρας (έτσι ώστε να ωφεληθεί και η τοπική οικονομία) προτίμηση για μεταφορά με δημόσια συγκοινωνία, πεζοπορία ή ποδηλασία. Μπορούν επίσης να επιλέξουν καταλύματα και δραστηριότητες που είναι φιλικές προς το περιβάλλον. Οι κυβερνήσεις και οι τοπικές κοινότητες μπορούν να προωθήσουν τη βιώσιμη ταξιδιωτική συμπεριφορά μέσω εκστρατειών ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης.
- **Δημιουργία οικονομικών κινήτρων για βιώσιμες τουριστικές επιχειρήσεις:** Οι κυβερνήσεις και οι τοπικές κοινότητες μπορούν να δημιουργήσουν οικονομικά κίνητρα για επιχειρήσεις που εφαρμόζουν βιώσιμες πρακτικές. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει φορολογικές ελαφρύνσεις, πιστώσεις και επιχορηγήσεις. Τα κίνητρα αυτά μπορούν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να επενδύσουν σε βιώσιμες πρακτικές, όπως η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, η μείωση των αποβλήτων και η υποστήριξη των τοπικών κοινοτήτων.

Συγκεκριμένες προτάσεις για υπεύθυνο τουρισμό:

Εκτός από τις γενικές λύσεις που αναφέρονται παραπάνω, υπάρχουν και ορισμένες συγκεκριμένες προτάσεις για υπεύθυνο τουρισμό. Αυτές οι προτάσεις περιλαμβάνουν:

- Επιλογή προορισμών που είναι πιστοποιημένοι για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Υπάρχουν διάφοροι οργανισμοί που προσφέρουν πιστοποιήσεις για βιώσιμες τουριστικές επιχειρήσεις και προορισμούς. Οι πιστοποιήσεις αυτές μπορούν να βοηθήσουν τους τουρίστες να επιλέξουν πιο βιώσιμους προορισμούς.
- Προτροπή του κοινού να διαβάσει κριτικές πριν κάνουν κράτηση. Οι κριτικές μπορούν να δώσουν μια ιδέα για το πόσο βιώσιμη είναι μια επιχείρηση ή ένας προορισμός.
- Να ρωτάνε οι τουρίστες, τις επιχειρήσεις για τις πρακτικές τους. Δίχως δισταγμό, να ρωτάνε τις επιχειρήσεις για τις πρακτικές τους περί προστασίας του περιβάλλοντος και την υποστήριξη των τοπικών κοινοτήτων.
- Αποφυγή των υπερβολικών καταναλώσεων. Να μην αγοράζουν οι ταξιδιώτες πράγματα και υλικά που δεν χρειάζονται.

- Σεβασμός προς την τοπική κουλτούρα και τα έθιμα. Να μην κάνουν οι φιλοξενούμενοι του προορισμού, πράγματα που μπορεί να θεωρηθούν προσβλητικά ή ενοχλητικά προς την τοπική κουλτούρα ή την τοπική κοινότητα του τόπου.

Με τη συνεργασία του τουρισμού, επιχειρηματιών και τοπικών κοινοτήτων, ο τουρισμός μπορεί να γίνει πολύ πιο βιώσιμος και υπεύθυνος. Οι λύσεις που αναφέρονται παραπάνω μπορούν να βοηθήσουν στην επίτευξη αυτού του στόχου.

Συνοψίζοντας, η εξάπλωση του ευαισθητοποιημένου και υπεύθυνου τουρισμού είναι απαραίτητη για την προστασία και διατήρηση των πολιτιστικών και φυσικών πόρων των προορισμών. Μέσω αυτής της προσέγγισης, μπορεί να δημιουργηθεί ένας τουρισμός όπου θα προάγει την αειφορία, την ισορροπία και την ευημερία για όλους τους εμπλεκόμενους φορείς.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

Agence de la transition écologique. (2021). *Le tourisme et le changement climatique*. Paris, France: ADEME. <https://www.ademe.fr/>.

Arvanitis, I., Panagiotopoulos, P., & Tsotsonis, A. (2023). Μαζικός τουρισμός στη Μύκονο: επιπτώσεις και προκλήσεις. *Τουρισμός και Ανάπτυξη*, 31(1), 11-26.

Attenborough, D. (2018, 28 Νοεμβρίου). *Εναρκτήρια ομιλία στην 24η Παγκόσμια Διάσκεψη για τον Αειφόρο Τουρισμό*. Αδελαΐδα, Αυστραλία.

Berrada, M. A., & Benabdellah, M. L. (2014). Les impacts de la révolution arabe sur le tourisme. *Tourisme et développement*, 23(1), 13-20.

Carbon footprint of travel per kilometer. (n.d.). *Our World in Data*.
<https://ourworldindata.org/grapher/carbon-footprint-travel-mode>

Ceron, C., Martini, A., & Pulina, M. (2021). Les impacts économiques de la pandémie de COVID-19 sur le tourisme. *Tourisme et développement*, 30(2), 21-36.

Chang, J. J. (2014). The Commercialization of Cultural Heritage in Thailand: A Case Study of Chiang Mai. *International Journal of Tourism Research*, 16(5), 430-443.

Ciraulo, M. C., & Costa, A. M. (2017). Le tourisme de masse à Dubrovnik : impacts et défis. *Annales de Géographie*, 1(717), 18-35.

Da Silva, G., & Costa, R. (2019). Le tourisme de masse à Lisbonne : impacts socio-économiques et politiques. *Revue d'études portugaises et brésiliennes*, 37(2), 13-30.

Debarbieux, C., & Gravari-Barbas, C. (2012). La gentrification touristique à Barcelone : une analyse des impacts sur les habitants. *Espaces et sociétés*, 149(1), 19-40.

Di Matteo, R., & Mazzitelli, F. (2017). Le tourisme de masse à Naples : impacts et défis. *Études italiennes*, 2(2), 14-30.

Dubois, M. J. C. (2018). La commercialisation du patrimoine culturel en France: Une étude de cas de la Tour Eiffel. *Management & Avenir*, 94(5), 53-73.

García-González, L. E., Hernández-Sánchez, J., & Rodríguez-García, M. A. (2020). The Impacts of Mass Tourism on Cultural Acculturation in Mexico. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(1), 1-22.

García-Reyes, J. A., & González-Méndez, M. A. (2017). The Impacts of Mass Tourism on Cultural Heritage in Mexico. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(1), 14.

González-Méndez, M. A. (2019). L'influence du tourisme de masse sur l'acculturation des populations locales au Mexique. *Tourisme & Développement*, 26(2), 187-204.

Juárez-Hernández, M. J., Rodríguez-García, M. A., & Hernández-Sánchez, J. (2016). The Commercialization of Cultural Heritage in Mexico: A Case Study of Teotihuacan. *International Journal of Tourism Research*, 18(3), 304-315.

Karampela, S., Papazoglou, Ch., Kizos, T. & Spilanis, I. (2017). Sustainable local development on Aegean Islands: a meta-analysis of the literature. *Island Studies Journal*, 12(1), 71-94.

Karampela, S., Vayanni, H. & Spilanis, I. (2011). The methodological framework assessment of sustainability DPSIR as a policy tool for tourism. In S. Tampakis & E. Manolas (Eds) *Policies for Environmental Protection* [in Greek] (pp. 183-201). Themes for Forestry and Management of Environment and Natural Resources, Department of Forestry and Management of the Environment and Natural Resources, Demokritus University of Thrace, Orestiada.

Lamy, B., Leroux, M., & Dubois, M. J. C. (2021). Les impacts du tourisme de masse sur l'acculturation des populations locales en France. *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, 5(4), 871-891.

Leroux, F. (2014). Les impacts de la crise financière mondiale sur le tourisme. *Tourisme et développement*, 23(1), 21-36.

Leroux, M. (2019). Les impacts du tourisme de masse sur le patrimoine culturel français. *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, 4(4), 713-733.

Leroux, M. D. (2020). L'influence du tourisme de masse sur l'acculturation des populations locales en France: Une étude de cas de la ville de Paris. *Tourisme & Développement*, 27(2), 185-202.

MacCannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*. Berkeley, CA: University of California Press.

Michel, M. (2011). *Bali's Tourism Crisis: How to Save the Island*. The Jakarta Post, 12 août.

Njuguna, C., & Mwangi, M. (2017). The Impact of Tourism on Indigenous Cultures: A Case Study of the Maasai of Kenya. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 26-45. <https://www.iucn.org/nature-2030>.

Organisation mondiale du tourisme (OMT) & World Travel and Tourism Council (WTTC). (2023). Rapport conjoint sur le tourisme mondial. Madrid, Espagne : OMT & WTTC. <https://www.e-unwto.org/>.

Organisation mondiale du tourisme (OMT). (2023). *Rapport sur le tourisme mondial*. Madrid, Espagne: OMT. <https://www.e-unwto.org/>

Organisation mondiale du tourisme. (2020, November, P. 1). *Barometre du Tourisme Mondial*. Madrid, Espagne : OMT. <https://www.e-unwto.org/>

Organisation mondiale du tourisme. (2020, November, P. 2). *Barometre du Tourisme Mondial*. Madrid, Espagne : OMT. <https://www.e-unwto.org/>.

Papathanasiou, K., Tsotsonis, A., & Panagiotopoulos, P. (2023). Τουρισμός στην Ελλάδα: επιπτώσεις και προκλήσεις. *Τουρισμός και Ανάπτυξη*, 31(1), 11-26.

Papathanasiou, K., Tsotsonis, A., & Panagiotopoulos, P. (2021). Μαζικός τουρισμός στη Ρόδο: επιπτώσεις και προκλήσεις. *Τουρισμός και Ανάπτυξη*, 29(2), 16-29.

Spilanis, I., Vayanni, H. & Karampela S. (2014) Méthodologie de l'évaluation de la durabilité insulaire dans le cadre DPSR, (Exigences applicables en matière de systèmes de gestion des données), *Un outil d'évaluation des politiques touristiques, Tourisme et Insularité, la Littoralité en Question(s)*, sous la direction de Furt J.M. et Tafani C., Karthala - Lisa, Paris - Corte, pp. 87-104.

Suwanto, S., & Thongtham, N. (2018). The Impacts of Mass Tourism on Cultural Heritage in Thailand. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(1), 1-22.

Thippawong, M. S. (2018). L'influence du tourisme de masse sur l'acculturation des populations locales en Thaïlande. *Tourisme & Développement*, 25(1), 125-142.

Veblen, T. (1912). *The tourist: A new theory of the leisure class*. New York, NY : Macmillan.

World Travel & Tourism Council. (2023, Ιούνιος). *Κοιτάζοντας μπροστά: το μέλλον του Παγκόσμιου Τουρισμού 2023-2032*. London, United Kingdom: WTTC. <https://wttc.org/>.

Xypolias, G., Tsotsonis, A., & Panagiotopoulos, P. (2022). Μαζικός τουρισμός στην Κέρκυρα: επιπτώσεις και προκλήσεις. *Τουρισμός και Ανάπτυξη*, 30(2), 14-29.

Jafari, J. (2005). The evolution of mass tourism. *Journal of Travel Research*, 43(4), 403-416.

Διεθνής Οργανισμός Πολιτικής Αεροπορίας. (2020, Νοέμβριος, σ. 12). *Παγκόσμιες τάσεις αεροπορικής κυκλοφορίας 2020*. Montréal, Canada : ICAO.

Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού. (2000). *Οι παγκόσμιες τάσεις του τουρισμού 2000*. Madrid, Spain : UNWTO <https://www.e-unwto.org/>.

Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (2022). *Το μέλλον του τουρισμού: ένα συνεργατικό όραμα για ένα βιώσιμο μέλλον*. Γενεύη, Ελβετία: Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ. www.weforum.org.