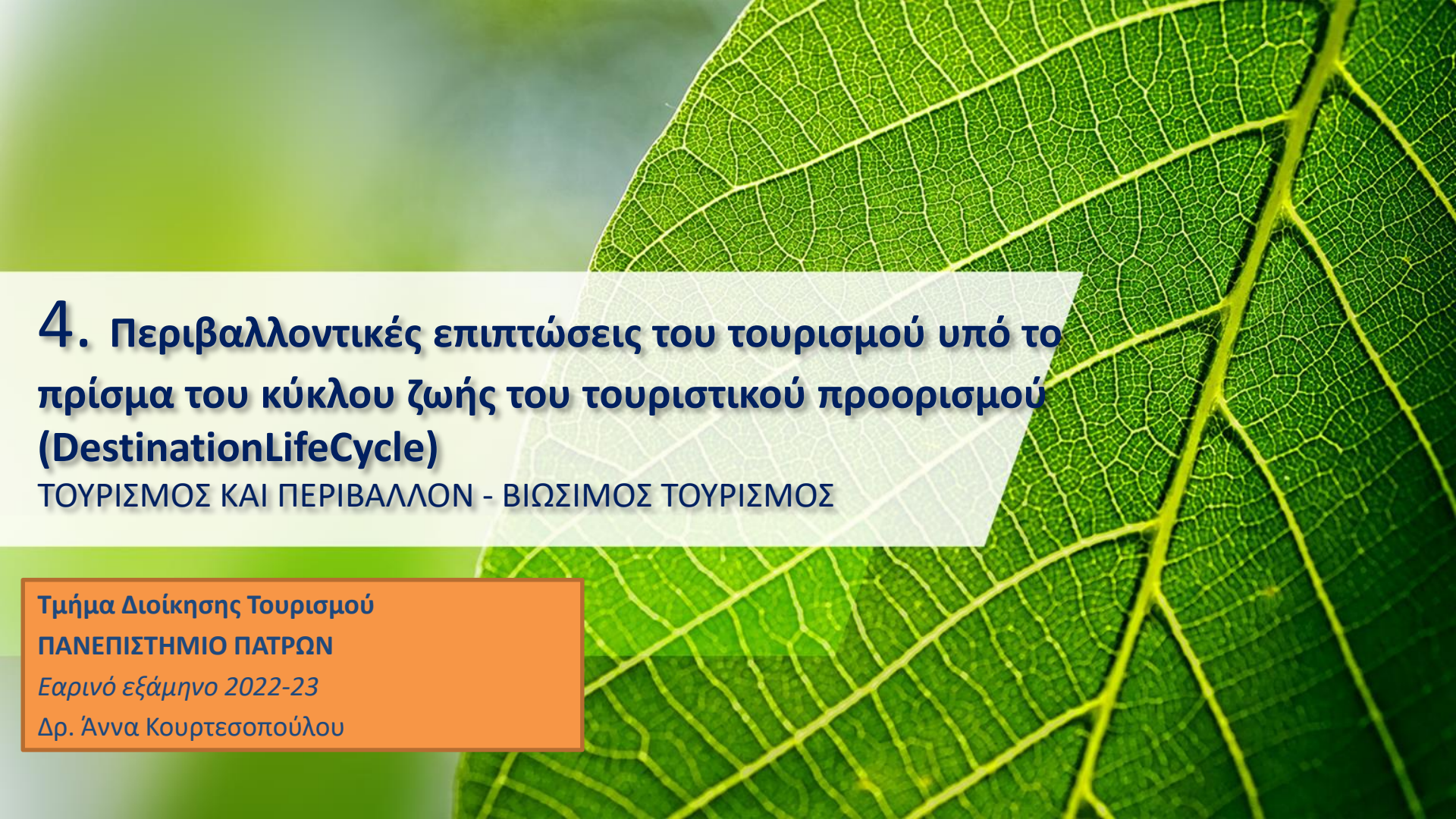




4. Περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού υπό το πρίσμα του κύκλου ζωής του τουριστικού προορισμού (DestinationLifeCycle)

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ - ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ

Εαρινό εξάμηνο 2022-23

Δρ. Άννα Κουρτεσοπούλου



Περιεχόμενο μαθήματος

- Στάδια τουριστικής ανάπτυξης
- Κύκλος ζωής τουριστικού προορισμού
- Καθοριστικοί παράγοντες που διαμορφώνουν το κάθε στάδιο
- Εξέταση περιβαλλοντικών επιδράσεων-πιέσεων κατά τον σχεδιασμό
- Εφαρμοσμένα παραδείγματα

Εισαγωγή

- Ο κύκλος της ζωής ενός τουριστικού προϊόντος (περιοχής) καθορίζεται ως «μια διαχρονική πορεία, η οποία, ξεκινώντας από τη δημιουργία αυτού του προϊόντος καταλήγει είτε στην παρακμή είτε στην ανανέωση»

(Τσάρτας & Σαραντάκου, 2022)



Στάδια τουριστικής ανάπτυξης

Butler (1980)

1. Στάδιο εξερεύνησης/ ανακάλυψης (exploration)

- ✓ τουρίστες που ταξιδεύουν μεμονωμένα
- ✓ έλκονται από τοπικά χαρακτηριστικά επισκέπτονται μία περιοχή
- ✓ Τα τοπικά χαρακτηριστικά αναφέρονται στα φυσικά και στα πολιτιστικά αγαθά που προσφέρει αυτή η περιοχή.
- ✓ Η περιοχή δε διαθέτει ιδιαίτερες τουριστικές υποδομές, με αποτέλεσμα να κρίνεται αναγκαία
- ✓ η επαφή και η συνεργασία των τουριστών με τους ντόπιους

Στάδια τουριστικής ανάπτυξης

Butler (1980)

2. Στάδιο της συμμετοχής (involvement)

- ✓ Ο αριθμός των επισκεπτών έχει αρχίσει να αυξάνεται με αποτέλεσμα
- ✓ την εμπλοκή των ντόπιων στην εξασφάλιση εγκαταστάσεων για τους τουρίστες
- ✓ Πίεση προς την τοπική διοίκηση για τη βελτίωση του συνόλου των εγκαταστάσεων διαμονής και μεταφοράς των τουριστών
- ✓ Οι πόλεις αυξάνουν επίσης και το πεδίο του πολιτιστικού τους προϊόντος, προκειμένου να ανταποκρίνονται συνεχώς στις ανάγκες τόσο των κατοίκων όσο και των ξένων επισκεπτών
- ✓ Τα πολιτιστικά φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις θεωρούνται σημαντικό μέρος του μάρκετινγκ του πολιτιστικού τουρισμού
- ✓ προσφέρουν στους τουρίστες επιπλέον λόγους να επισκεφθούν ένα μέρος πέρα από το κανονικό πολιτιστικό προϊόν που προσφέρεται.
- ✓ Η διαφήμιση παίζει καθοριστικό ρόλο στην προσέλκυση των τουριστών και μπορεί να διαμορφώσει μια καθορισμένη αγορά για τους επισκέπτες

Στάδια τουριστικής ανάπτυξης

Butler (1980)

3. Στάδιο της ανάπτυξης (Development)

- ✓ ο αριθμός των επισκεπτών μερικές φορές ξεπερνά τον αριθμό των ντόπιων
- ✓ Η συμμετοχή και ο έλεγχος των ντόπιων στην ανάπτυξη αρχίζει να μειώνεται
- ✓ Έντονη είναι και η παρουσία εξωτερικών οργανισμών που στοχεύουν στη δημιουργία νέων σύγχρονων εγκαταστάσεων στέγασης
- ✓ Τα φυσικά και πολιτιστικά/ιστορικά χαρακτηριστικά που αποτέλεσαν στο στάδιο της εξερεύνησης την αιτία της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής αποκτούν πλέον βοηθητικές εγκαταστάσεις για την τουριστική βιομηχανία
- ✓ Αυτή η αισθητή αλλαγή στο φυσικό περιβάλλον δεν είναι ευπρόσδεκτη από τον τοπικό πληθυσμό, ο οποίος αρχίζει να κινητοποιείται.
- ✓ Συμπερασματικά, στο στάδιο αυτό κυριαρχεί ο οργανωμένος τουρισμός

Στάδια τουριστικής ανάπτυξης

Butler (1980)

4. Στάδιο της σταθεροποίησης/ ενοποίησης (consolidation)

- ✓ Υπογραμμίζεται πως αν εξακολουθήσουν να αυξάνονται οι συνολικοί αριθμοί των επισκεπτών, οι οποίοι υπερβαίνουν τον αριθμό των μόνιμων κατοίκων, τότε ο ρυθμός αύξησης του αριθμού των επισκεπτών θα μειωθεί
- ✓ Ο τουρισμός συνδέεται με ένα μεγάλο μέρος της οικονομίας της περιοχής.
- ✓ το μάρκετινγκ και η διαφήμιση προσπαθούν να επεκτείνουν την τουριστική περίοδο και η εμφάνιση μεγάλων αλυσίδων και franchises της τουριστικής βιομηχανίας προσπαθούν να διευρύνουν την περιοχή της τουριστικής αγοράς
- ✓ Έντονη δυσaráσκεια και αντίθεση μεταξύ των μόνιμων κατοίκων, ιδιαίτερα εκείνων που δεν εμπλέκονται στην τουριστική βιομηχανία

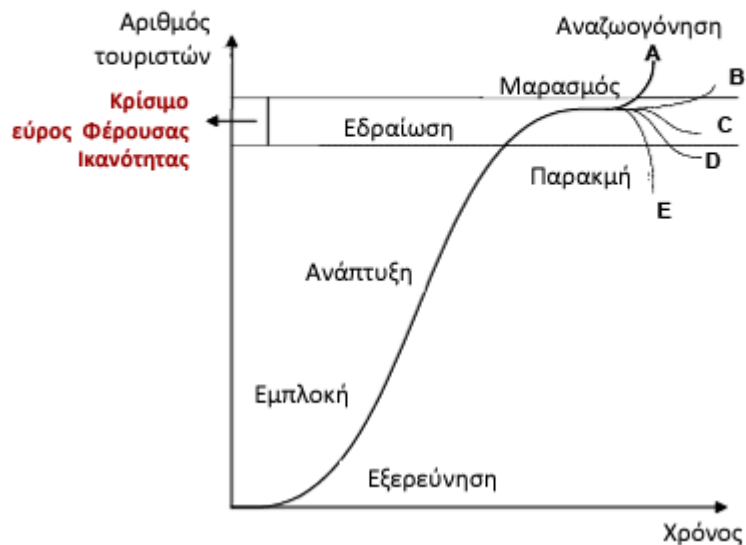
Στάδια τουριστικής ανάπτυξης

Butler (1980)

5. Στάδιο της στασιμότητας (stagnation)

- ✓ παρατηρείται ένα σημαντικό ποσοστό επαναλαμβανόμενων τουριστών.
- ✓ Ενώ οι περισσότεροι στόχοι αύξησης της περιοχής έχουν επιτευχθεί,
- ✓ εμφανίζονται τα πρώτα προβλήματα που αφορούν στον περιβαλλοντικό, στον κοινωνικό και στον οικονομικό τομέα
- ✓ Τα επίπεδα χωρητικότητας επισκεπτών στην περιοχή πιθανώς θα πρέπει να έχουν ξεπεραστεί και θα χρειαστούν έντονες προσπάθειες για να διατηρηθεί το επίπεδο επίσκεψης.
- ✓ Τα φυσικά και πολιτιστικά/ιστορικά αξιοθέατα της περιοχής έχουν αλλοιωθεί με αποτέλεσμα την ανάπτυξη νέων περιοχών που βρίσκονται μακριά από την αρχική περιοχή τουριστικής ανάπτυξης

Κύκλος ζωής τουριστικού προορισμού (Butler, 1980)





Η φάση του μεταμαρασμού

Το τέλος του κύκλου σημαδεύεται από τη φάση του μεταμαρασμού, στην οποία μπορούν να εμφανιστούν δύο πιθανές εξελίξεις: Η Πτώση ή Αναζωογόνηση.

Η πτώση (decline)

μπορεί να εκδηλωθεί σε περίπτωση που η τουριστική αγορά συνεχίσει να συρρικνώνεται και η περιοχή ως τουριστικός προορισμός δεν είναι σε θέση να ανταγωνιστεί τους άλλους τουριστικούς προορισμούς. Τα περισσότερα κτίρια ανακαινίζονται για εναλλακτικές χρήσεις που δεν σχετίζονται με τον τουρισμό (π.χ. εξοχικές κατοικίες) ή παραμένουν άδεια και η τοπική συμμετοχή στην τουριστική ανάπτυξη αυξάνεται, καθώς ο ντόπιος πληθυσμός έχει τη δυνατότητα να αγοράσει επιχειρήσεις σε χαμηλότερες τιμές.

Εναλλακτικά, η τουριστική περιοχή μπορεί να εισέλθει στη φάση της

Αναζωογόνησης (Rejuvenation),

μέσω της ανάπτυξης τεχνητών θέλγητρων και την εκμετάλλευση πρώην αναξιοποίητων τουριστικών πόρων της.

Στάδια τουριστικής ανάπτυξης

Κοκκώσης & Τσάρτας (2019)

1^ο στάδιο τουριστικής ανάπτυξης

Αλλαγές στην κοινωνικοοικονομική δομή	Χαρακτηριστικά τουριστικής ανάπτυξης
• «Ανακάλυψη» της περιοχής από τουρίστες ή επιχειρηματίες. • Σταδιακή στροφή των παραγωγικών δομών προς τις υπηρεσίες. • Πρώτες ενδείξεις αστικοποίησης. • Αντιμετώπιση των τουριστών ως φιλοξενούμενων ή «διαφορετικών».	• Ανάπτυξη υποτυπώδους υποδομής σε ξενοδοχεία και εστιατόρια. • Μικρές τουριστικές επενδύσεις • Λίγοι τουρίστες που αποζητούν ησυχία και καθαρό φυσικό περιβάλλον. • Ανύπαρκτη διαφήμιση στην οργανωμένη τουριστική αγορά.

Στάδια τουριστικής ανάπτυξης

Κοκκώσης & Τσάρτας (2019)

2^ο στάδιο τουριστικής ανάπτυξης

Αλλαγές στην κοινωνικοοικονομική δομή	Χαρακτηριστικά τουριστικής ανάπτυξης
• Ταχύτατες αλλαγές. Στροφή όλων σχεδόν των εργαζομένων στον τουρισμό. • Έντονη επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα (ιδίως νέων και γυναικών) προς τα τουριστικά επαγγέλματα. • Υιοθέτηση σε μεγάλο βαθμό, των κοινωνικών/καταναλωτικών προτύπων των αστικών κέντρων. • Σχέσεις «εμπορικής συναλλαγής» μεταξύ ντόπιων και τουριστών.	• Ανάπτυξη σύνθετης υποδομής (μεγάλα ξενοδοχεία, πρακτορεία, μπαρ). • Σημαντικές επενδύσεις από το κράτος και από ιδιώτες. • Σημαντικές αλλαγές στη χωροταξική οργάνωση προς εξυπηρέτηση τουριστών. • Πρώτες ομάδες τουριστών οργανωμένου τουρισμού. • Διαφήμιση στην οργανωμένη τουριστική αγορά.

Στάδια τουριστικής ανάπτυξης

Κοκκώσης & Τσάρτας (2019)

3^ο στάδιο τουριστικής ανάπτυξης

Αλλαγές στην κοινωνικοοικονομική δομή	Χαρακτηριστικά τουριστικής ανάπτυξης
• Έντονη αστικοποίηση της περιοχής. • Κυριαρχία του τουριστικού τομέα στην παραγωγική δομή. • Αλλαγή των ρυθμών ζωής, των κοινωνικών/καταναλωτικών προτύπων και των αξιών, σε πολύ υψηλό βαθμό. • Σχέσεις απρόσωπες ντόπιων - τουριστών.	• Οργανωμένη υποδομή μαζικού τουρισμού • Μετατροπή της περιοχής σε διεθνή τουριστικό προορισμό. • Ανάπτυξη υπηρεσιών/δραστηριοτήτων προς εξυπηρέτηση τουριστών. • Επικράτηση οργανωμένου τουρισμού. • Διαφήμιση στη διεθνή τουριστική αγορά.

Σημεία προσοχής



Ο κύκλος ζωής μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο ως θεωρητικό υπόβαθρο γιατί:

- Υφίσταται αντικειμενική δυσκολία στον εντοπισμό των διαφορετικών σταδίων αλλά και στην εύρεση των σημείων αλλαγής της καμπύλης
- Υφίσταται ο κίνδυνος οι ιθύνοντες να αντιληφθούν λάθος τα σημεία από τα οποία ορίζονται τα διαφορετικά στάδια
- Υπάρχει ο κίνδυνος να επινοηθούν «προκάτ» αντιμετώπισεις για κάθε στάδιο
- Υπάρχει ο κίνδυνος να δοθούν λάθος ερμηνείες στα διάφορα στάδια

Παράγοντες διαμόρφωσης της τουριστικής ανάπτυξης



Παράγοντες

- ✓ Η **τουριστική ζήτηση**, η οποία επηρεάζει με καθοριστικό τρόπο τη μορφή του τουριστικού προϊόντος.
- ✓ Οι **τουριστικοί πόροι** (*φυσικοί, πολιτιστικοί, υποδομές και υπηρεσίες*).
- ✓ Η **τουριστική προσφορά**, και τα διάφορα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης που έχουν εφαρμοστεί με επιτυχία σε άλλες περιοχές, και τα οποία μπορεί να την επηρεάσουν.
- ✓ Οι **διάφοροι φορείς**, οργανισμοί και κοινωνικο-επαγγελματικές ομάδες που ασχολούνται με την πολιτική, την έρευνα, τον προγραμματισμό και τη διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης ή την παροχή τουριστικών υπηρεσιών.

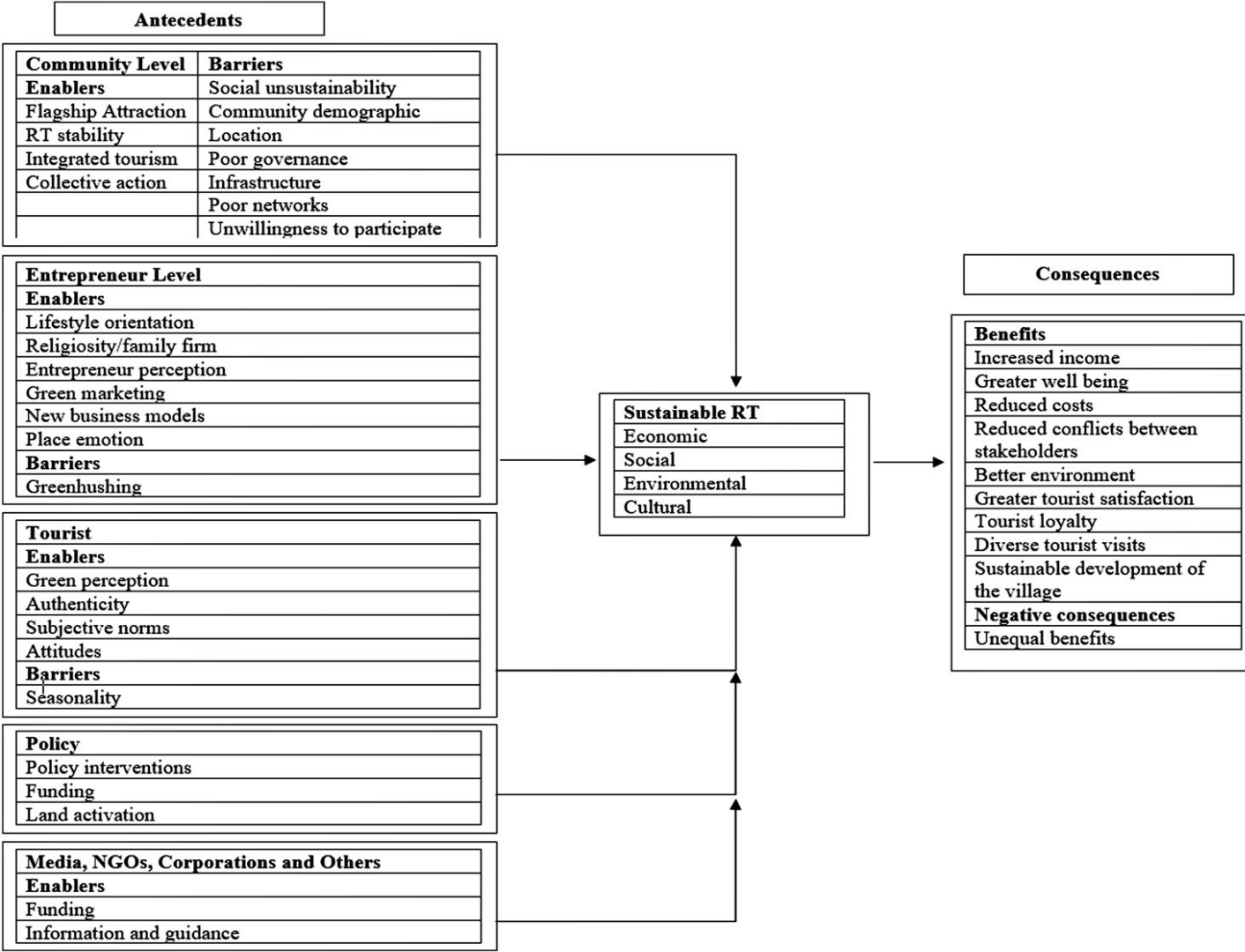
Παράγοντες

- ✓ Οι **μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις** (tour-operators), οι οποίες ενισχύονται ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια από τη διεθνοποίηση του τουρισμού, την αύξηση του αριθμού των οργανωμένων ταξιδιών αλλά και την ευρεία χρήση του internet.
- ✓ Η **τουριστική πολιτική** (διεθνή, εθνική, τοπική), η οποία μπορεί να προέρχεται από διεθνείς οργανισμούς (ΕΕ, WTO, ΟΗΕ κ.λ.π.), από περιφερειακούς εθνικούς φορείς ή ακόμα και από την τοπική αυτοδιοίκηση (ΟΤΑ).

Παράγοντες



- ✓ Ο βαθμός εξέλιξης του τουριστικού προορισμού
- ✓ Η ευκολία πρόσβασης σε αυτόν
- ✓ Οι εκάστοτε κυβερνητικές πολιτικές
- ✓ Οι τάσεις της αγοράς
- ✓ Η ύπαρξη η μη ανταγωνιστικών προορισμών



The RT sustainability ecosystem

Madanaguli, et al.
(2023)

Διαδικασίες & εργαλεία Αειφόρου Τουριστικής Ανάπτυξης

✓ Παράγοντες διαμόρφωσης πολιτικής

πολιτικούς και οικονομικούς παράγοντες, συνδέοντας τους πολιτικούς παράγοντες με τη στήριξη, ένταξη και υλοποίηση των αρχών της αειφόρου ανάπτυξης στις ασκούμενες δημόσιες/κρατικές πολιτικές, και τους οικονομικούς με τις σχετικές επενδύσεις και επιδοτήσεις

Στην υιοθέτηση εθνικών στρατηγικών ανάπτυξης του τουρισμού - σε επίπεδο σχεδιασμού - καθοριστικός είναι ο ρόλος των δημόσιων αρχών (κυβερνητικοί φορείς, εθνικοί οργανισμοί τουρισμού, φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης). Επίσης, τη διαμόρφωση τουριστικής πολιτικής μπορούν να επηρεάσουν σε μεγάλο βαθμό και ισχυροί παράγοντες του ιδιωτικού τομέα (π.χ. tour operators, αλυσίδες μεγάλων ξενοδοχείων) καθώς και μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί

Διαδικασίες & εργαλεία Αειφόρου Τουριστικής Ανάπτυξης

✓ **Εργαλεία διαμόρφωσης πολιτικής**

Τα βασικά εργαλεία για το σχεδιασμό είναι :

- ο έλεγχος των τουριστικών ροών
- ο καθορισμός περιορισμών σχετικά με τη μορφή, την έκταση και την ένταση των τουριστικών δραστηριοτήτων,
- η υιοθέτηση κατάλληλων συστημάτων διαχείρισης της ενέργειας και των αποβλήτων,
- η παρακολούθηση κρίσιμων στοιχείων του περιβάλλοντος και
- η ανάπτυξη μηχανισμών εξισορρόπησης του ανταγωνισμού μεταξύ του τουρισμού και των δραστηριοτήτων που απαιτούν άλλη χρήση της γης

Μέσα ενίσχυσης της εφαρμογής αειφόρων πρακτικών

- ✓ **GREEN GLOBE:** Είναι ένα διεθνές πρόγραμμα περιβαλλοντικής διαχείρισης και ευαισθητοποίησης, το οποίο απευθύνεται σε τουριστικές επιχειρήσεις κάθε είδους και μεγέθους, προκειμένου να τις βοηθήσει στο να αναπτύξουν περιβαλλοντικές στρατηγικές και για την ανάληψη δράσεων προς επίτευξη των αποτελεσμάτων της αειφορίας στην Ατζέντα 21.
 - Ξεκίνησε το 1994 από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού
 - Το 1999 το πρόγραμμα επεκτάθηκε με την εισαγωγή του Green Globe Standard και την έναρξη ανεξάρτητου ελέγχου
 - αποτελεί μια παγκόσμια πιστοποίηση για τον βιώσιμο τουρισμό και αναγνωρίζεται ως ένα από τα υψηλότερα επίπεδα πιστοποίησης αειφορίας. Τα οφέλη για τις πιστοποιημένες επιχειρήσεις είναι η μείωση του κόστους λειτουργίας τους και η προσέλκυση επισκεπτών. Μέλη του είναι ξενοδοχεία, συνεδριακά κέντρα, ταξιδιωτικές εταιρείες και άλλες τουριστικές επιχειρήσεις
 - <https://www.greenglobe.com/>
 - Χρυσό Μέλος στην Ελλάδα είναι η επιχείρηση από το 2011 Club Med Gregolimano (<https://www.clubmed.com.au/r/gregolimano/y>)

Ετικέτες και συστήματα πιστοποίησης έχουν συνταχθεί για τον τουριστικό τομέα

- ✓ το σήμα **Travelife** που αναπτύχθηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Σκοπός του είναι η εισαγωγή της αειφορίας στον τομέα των ταξιδιωτικών πρακτορείων Γερμανίας, Βελγίου, Μ. Βρετανίας και Ολλανδίας.
- ✓ Το σήμα **BIO-Hotels**, προσδιορίζει μια ένωση γερμανικών ξενοδοχείων που στοχεύει στην ανάπτυξη οικολογικής συνείδησης των πελατών τους, μέσα από την υιοθέτηση καθορισμένων προτύπων για τρόφιμα και ποτά.
- ✓ Το **Green key**, είναι διεθνές οικολογικό σήμα με βάση ένα σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης. Διατίθεται παγκοσμίως και απονέμεται σε ξενοδοχεία, ξενώνες νεότητας, συνεδριακά κέντρα, κάμπινγκ και εξοχικές κατοικίες.
- ✓ Το **CRS Reporting in Tourism**, αναπτύχθηκε από το κέντρο Οικολογίας και Ανάπτυξης. Προσφέρει κατευθυντήριες γραμμές για την υποβολή εκθέσεων αειφορίας στον τουριστικό τομέα.

Ετικέτες και συστήματα συνέχεια.....

- ✓ Η **Γαλάζια σημαία (Blue Flag)**, είναι ένα εθελοντικό οικολογικό σήμα που έχει απονεμηθεί σε χιλιάδες παραλίες και μαρίνες σε 50 περίπου, χώρες του κόσμου.
- ✓ Το **Green Spa award**, αναγνωρίζει την περιβαλλοντική απόδοση των θέρετρων σρακαι γεωθερμίας στην Γερμανία.
- ✓ Το **Green Lodge**, είναι πιστοποιητικό που εκδίδεται για ξενώνες και μικρά ξενοδοχεία που αντιστοιχούν στο σήμα αειφορικού τουρισμού ECEAT και τα πρότυπα ποιότητας Eurogites.
- ✓ Το **Eco camping**, αποτελεί σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης ειδικά για τα κάμπινγκ.
- ✓ Το πιστοποιητικό **Pan Parks**, που αναπτύχθηκε από το παγκόσμιο ταμείο για τη φύση, έχει δημιουργήσει τοπικά δίκτυα, μέσα και γύρω από εθνικά πάρκα σε όλη την Ευρώπη.

Οφέλη για επιχειρήσεις υιοθέτησης οικολογικών σημάτων

- ✓ Παρέχουν αξιόπιστη περιβαλλοντική πληροφόρηση στον καταναλωτή ώστε να τον διευκολύνουν κατά την επιλογή τουριστικών αγαθών ή υπηρεσιών.
- ✓ Οδηγούν σε βελτίωση των σχέσεων προμηθευτών και επιχειρήσεων, καθώς η μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των καταλυμάτων προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην επιχείρηση και ενισχύει την εμπιστοσύνη των προμηθευτών.
- ✓ Αποτελούν κίνητρο τεχνολογικής καινοτομίας για την επιχείρηση, μέσω της δέσμευσής της για συνεχή βελτίωση



Αρχείο

[Ευρώπη - Circular Economy in Tourism](#)

Μέσα ενίσχυσης της εφαρμογής αειφόρων πρακτικών

✓ **ECOMOST:** Είναι ένα πρόγραμμα που υλοποίησε η IFTO (Διεθνής Ομοσπονδία των Tour Operators) το 1994, σχετικά με την ανάπτυξη και τις επιπτώσεις του τουρισμού, στη Μαγιόρκα και τη Ρόδο

✓ Ξεκίνησε το 1992

Το μοντέλο της έρευνας επικεντρώθηκε σε 4 στοιχεία:

- Την ευημερία του τοπικού πληθυσμού-σε οικονομικούς και πολιτιστικούς όρους
- Το βαθμό έλξης του τουριστικού προϊόντος
- Την τοπική οικολογία (και την ποιότητα του περιβάλλοντος)
- Την αποτελεσματικότητα του πολιτικού/κανονιστικού πλαισίου

Αποτέλεσμα της έρευνας αυτής ήταν η δημιουργία δεικτών

Π.χ. σε επίπεδο ευημερίας –το κατά κεφαλήν εισόδημα και το ποσοστό ανεργίας (έναντι των εθνικών μέων όρων)

Μέσα ενίσχυσης της εφαρμογής αιεφόρων πρακτικών

✓ **LIFE:** Είναι ένα πρόγραμμα της ΕΕ, που υποστηρίζει οικονομικά, προγράμματα διατήρησης της φύσης και του περιβάλλοντος σε όλη την ΕΕ. Στα πλαίσια της τουριστικής ανάπτυξης επιδιώκει τη βελτίωση της λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων και την ενθάρρυνση δράσεων προς την κατεύθυνση του αιεφόρου τουρισμού (European Commission).

Οφέλη προγράμματος:

- ✓ άμεσα και μετρήσιμα αποτελέσματα στο περιβάλλον κατά την διάρκεια του έργου
- ✓ Βελτίωση ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών
- ✓ Χρήση προϊόντων με πιστοποιήσεις
- ✓ Ασφαλή και περιβαλλοντικά προϊόντα
- ✓ Συνεργασία και συνέργεια με άλλους φορείς
- ✓ Διάδοση πράσινης κουλτούρας μεταξύ όλων των ενδιαφερομένων μερών
- ✓ Βελτίωση συνολικής περιβαλλοντικής επίδοσης

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/IP_18_6162

Ενδεικτικό Πεδίο εφαρμογής **Σκύρος: Πρόγραμμα LIFE & ΑΠΕ**

Επιμέρους στόχος προγράμματος : η επίδειξη των δυνατοτήτων και ευκαιριών που δίνει ο σχεδιασμός συμβατών με τη διατήρηση της φύσης τουριστικών δραστηριοτήτων στο νησί.

Μέσα ενίσχυσης της εφαρμογής αιεφόρων πρακτικών

- ✓ **JOULE/THERMIE:** Είναι ένα πρόγραμμα της ΕΕ, που επιδιώκει την ενθάρρυνση της χρήσης ήπιων μορφών ενέργειας και της αύξησης της ενεργειακής απόδοσης των συστημάτων European Commission (<https://cordis.europa.eu/programme/id/FP4-NNE-THERMIE->
[C](#))
- ✓ **ΕΠΑΝ:** Είναι το πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» που εφαρμόζεται στην Ελλάδα, (2021-2027) (Υπουργείο Ανάπτυξης, <http://21-27.antagonistikotita.gr/>).
- ✓ **ISTOS (Innovation for Sustainable Tourism and Services):**
Είναι ένα πρόγραμμα για τον Αειφόρο Τουρισμό και τις Υπηρεσίες στο Νότιο Αιγαίο, με τίτλο «Καινοτομία στον Τουρισμό», το οποίο εφαρμόστηκε στα πλαίσια του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος (ΠΕΠ) Νότιου Αιγαίου (2001-2006), και αφορούσε μια σειρά δράσεων που βασίζονταν στη στρατηγική προώθησης της αειφόρου ανάπτυξης μέσω της καινοτομίας στην επιχειρηματικότητα, με έμφαση στον τομέα του τουρισμού (Αναπτυξιακή Εταιρία Κυκλάδων).

Περιβαλλοντικές πιέσεις

Σε επίπεδο σχεδιασμού θα πρέπει να διερευνηθούν ποιες είναι οι περιβαλλοντικές πιέσεις από τις δραστηριότητες που συνδέονται άμεσα με τον τουρισμό και πως επιδρούν στην περιοχή, κυρίως σε ότι αφορά στην κατάσταση:

- στο πόσιμο νερό (ποιότητα & ποσότητα),
- στο θαλάσσιο νερό (ποιότητα),
- στο έδαφος
- Στη χερσαία και τη θαλάσσια βιοποικιλότητα
- Στην ατμόσφαιρα
- Στο τοπίο και στην αστική ποιότητα

όπου καταγράφεται ως **μείωση του φυσικού κεφαλαίου** λόγω είτε της υπερβολικής κατανάλωσης είτε της υπερβολικής ρύπανσης

Μελέτες περίπτωσης

1. Paunović, I., Dressler, M., Mamula Nikolić, T., & Popović Pantić, S. (2020). Developing a competitive and sustainable destination of the future: Clusters and predictors of successful national-level destination governance across destination life-cycle. *Sustainability*, 12(10), 4066.

2. Karamustafa, K. U. R. T. U. L. U. Ş., & YILMAZ, M. (2020). Destination Life Cycle: A Conceptual Approach Based on the Turkish Experience. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(4 (Special)), 439-451.



Βιβλιογραφία

- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. (2019). *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*, 2η έκδ. Αθήνα: Κριτική Κονιδιτσιώτης, Σ. (2018). *Το πρότυπο του κύκλου ζωής ενός τουριστικού προϊόντος. Πολιτιστικός τουρισμός και αστική αναβίωση και προώθηση πόλεων*. Καλαμάτα
- Madanaguli, A., Dhir, A., Joseph, R. P., Albishri, N. A., & Srivastava, S. (2023). Environmental sustainability practices and strategies in the rural tourism and hospitality sector: a systematic literature review and suggestions for future research. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1-28.
- Middleton, V. & Hawkins, R. (2004). *Τουριστικό μάρκετινγκ για βιώσιμη ανάπτυξη*. Εκδόσεις Κριτική.
- Σαράτσης, Γ. & Πολύζος, Σ. (2015). Τουριστική χωρητικότητα και κύκλος ζωής των τουριστικών περιοχών: Η περίπτωση του Ν. Μαγνησίας. *Αειχώρος*, 21, 82-106.
- Τσάρτας, Π. & Σαραντάκου, Ε. (2022). *Ελληνική τουριστική ανάπτυξη και πολιτική*. 2^η έκδοση. Εκδόσεις Κριτική