

Τ.Ε.Ι ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



Πτυχιακή Εργασία με θέμα:

**« Περιβαλλοντική Διαχείριση και πολιτική στο χώρο των
ξενοδοχειακών επιχειρήσεων»**

Σπουδάστριες: Λοξού Μαρία

Παπανικολάου Όλγα

Εισηγητής: Κος. Γκούβης Δημήτριος

ΠΑΤΡΑ 2009

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο :	Σελ.
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4-18
1. <i>Ιστορική αναδρομή στην απαρχή του τουρισμού.....</i>	4-7
2. <i>Ανάλυση τουριστικού ταξιδιού.....</i>	7-8
3. <i>Περιβάλλον και Τουρισμός.....</i>	8-9
4. <i>Τουριστική ανάπτυξη προορισμών.....</i>	9-13
5. <i>Φέρουσα Ικανότητα.....</i>	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο :	
ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ.....	18-84
1. <i>Επιπτώσεις του τουρισμού και επιδράσεις (γενικά) με βάση το περιβάλλον.....</i>	18-24
2. <i>Ανάλυση των επιπτώσεων του τουρισμού στο περιβάλλον.....</i>	24-25
2.1 <i>Αρνητικές επιπτώσεις μιας τουριστικής επιχείρησης στο περιβάλλον.....</i>	25-28
1. <i>Μορφές τουρισμού με συμβολή στην προστασία του περιβάλλοντος</i>	29-32
2. <i>Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη.....</i>	32-37
3. <i>Περιβαλλοντική πολιτική στις τουριστικές επιχειρήσεις.....</i>	38-41
4. <i>Πολιτικές προστασίας και διατήρησης του περιβάλλοντος.....</i>	41-42
4i. <i>Κανονισμός EMAS.....</i>	42-43
4ii. <i>ISO 14001.....</i>	43-45
4iii. <i>Διαφορές του EMAS και του ISO 14001</i>	45
1. <i>Ένταξη στην περιβαλλοντική διαχείριση.....</i>	46
1.1 <i>Σχεδιασμός.....</i>	46-47
1.2 <i>Προϋποθέσεις.....</i>	47
1.3 <i>Οφέλη.....</i>	48-49
2. <i>Πολιτεία και συμβολή στο περιβάλλον.....</i>	49

2.1 Η συμβολή του ιδιωτικού τομέα.....	49-51
2.2 Η συμβολή του δημοσίου τομέα.....	51-52
3. Χρηματοδοτικά προγράμματα.....	53-58
4. Παράθεση προβλημάτων εφαρμογής περιβαλλοντικής πολιτικής...	57-60
5. Μέτρα πρόληψης επιχειρήσεων για περιβαλλοντική διαχείριση.....	60-63
1. Κίνητρα τουριστών για περιβαλλοντικό τουρισμό.....	63-67
2. <u>Οικολογικά σήματα (Ecolabels)</u>	67-68
2.1 <u>Τι είναι το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα (Ecolabel)</u>	68-69
2.2 <u>Απαιτήσεις του Ευρωπαϊκού Οικολογικού Σήματος</u>	69-70
2.3 <u>Τα οφέλη της απονομής Ecolabel</u>	70-75
1. Μελέτη περίπτωσης.....	76-77
1.1 <u>Πιστοποίηση ISO 14001 & ISO 22000 για το Sofitel Athens Airport</u>	77-80
1.2 <u>Λίστα ξενοδοχείων όπου εφαρμόζουν περιβαλλοντικά συστήματα</u>	80-81
1.3 <u>Σχόλια πελατών σε ξενοδοχεία περιβαλλοντική πολιτική</u> ... 81	
1.4 <u>Δηλώσεις του πρώην Υπουργού Τουρισμού</u>	82-84

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο :

ΕΠΙΛΟΓΟΣ	84
1. Παράθεση συμπερασμάτων.....	84
2. Προτάσεις όπου ωφελούν στην ανάπτυξη της περιβαλλοντικής πολιτικής.....	87-92
3. Προβλέψεις εισερχόμενου τουρισμού από 2006 μέχρι 2015.....	92-97
 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	 98-100
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	101-103

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ:

1. Ιστορική αναδρομή στην απαρχή του τουρισμού :

Η αρχή του τουρισμού οριοθετείται στα πολύ παλιά χρόνια των προγόνων περίπου στα 2300 π.Χ με 1600 π.Χ (πηγή: *Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Ν., Λύτρας Π., 1999: Εισαγωγή στον τουρισμό*). Αυτή η μορφή βέβαια είναι διαφορετική από την μορφή του τουρισμού σήμερα.

Τότε οι μετακινήσεις από τόπο σε τόπο γίνονταν, είτε για διεύρυνση μιας αποικίας, είτε από εξερευνήσεις αγνώστων τόπων, αυτή λοιπόν είναι η πρώτη περίοδος της εξέλιξης του τουρισμού, όπως το έθεσε ο *Lionel Casson* “το ταξίδι στον αρχαίο κόσμο”.

Η δεύτερη περίοδο της εξέλιξης του τουρισμού αρχίζει από το 1840 έως το 1945 είναι ο αιώνας των ανακαλύψεων, όπου είναι και ο πιο σημαντικός. Αυτό γιατί αλλάζει η μορφή του τουρισμού και πλέον το κίνητρο είναι η αναψυχή. Σε αυτή την εξέλιξη συμβάλλουν η διερεύνηση των συνόρων και η χρήση της μηχανής. Ο τουρισμός διεθνοποιείται και προσαρμόζεται σε νέα δεδομένα.

Ο *Thomas Cook* χαρακτηρίζεται ως πρωτοπόρος στην ανάπτυξη και εξέλιξη του οργανωμένου ταξιδιού, διότι είναι ο πρώτος οπού αντιλήφθηκε τις ανάγκες και απαιτήσεις των τότε ταξιδιωτών. Προσφέρει ολοκληρωμένα πακέτα ταξιδιών που περιλαμβάνουν ταξιδιωτικό συνοδό, τους ναύλους, τις ξεναγήσεις και τη διατροφή.

Αρχικά απευθυνόταν σε αριστοκράτες αλλά έπειτα μείωσε τις τιμές ώστε να μπορούν όλο και περισσότεροι να συμμετάσχουν, ως εγγύηση για επιστροφή των εξόδων του είχε τον μεγάλο αριθμό των ταξιδιωτών. Παράδειγμα αποτελεί

η χρήση VOUCHER(=πρόγραμμα παροχής υπηρεσιών) και η χρήση Traveler Checks(ταξιδιωτικές επιταγές, αυστηρά προσωπικές).

Αυτό οπότε πρέπει να αποτελεί το αξιοσημείωτο είναι η εξέλιξη του οργανωμένου ταξιδιού από ταξίδι αναψυχής σε ταξίδι διακοπών, όχι μόνο για λίγους αλλά για πολλούς.

Η τρίτη περίοδος του τουρισμού οροθετείται το 1945 μετά την λήξη του Β' Παγκοσμίου πολέμου, έως σήμερα. Σε αυτή την περίοδο εμφανίζεται και η μαζική μετακίνηση ταξιδιωτών αλλά σε πολύ μεγαλύτερα νούμερα.

Αυτό γιατί έπειτα του πολέμου επικρατεί το αίσθημα της ασφαλείας. Εμφανίζονται τα ταξίδια σε συγγενείς και φίλους, επαγγελματικά ταξίδια, καθώς επικρατεί οικονομική άνοδος και στις κατώτερες τάξεις με αποτέλεσμα ο τουρισμός να διανθίζεται.

Υπάρχει επέκταση του χρόνου για αναψυχή και διακοπές με μεταπολεμικές άδειες έτσι δίνεται η δυνατότητα για μικρές εξορμήσεις αρχικά είτε ως μεμονωμένοι τουρίστες είτε ως μαζικό τουρισμό. Παρατηρείται η εξάπλωση του τουρισμού σε όλο τον κόσμο. 'Οι αφίξεις σε διεθνείς προορισμούς έχουν αυξηθεί κατά 400%' (*Steve Curry Perspectives on Tourism Policy: Chapter 12*). Η δημιουργία μεγάλων αστικών κέντρων είναι γεγονός με αποτέλεσμα να υπάρχει αύξηση της ζήτησης αλλά και πολυμορφία.

Ο τουρισμός παγκοσμιοποιείται από τα μέσα της δεκαετίας του '70. Στην χώρα μας λειτουργούν αρκετές ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες μπορούν και εξυπηρετούν τις μεγάλες μάζες των τουριστών ειδικά τους μήνες του καλοκαιριού.

Ο Ελληνικός νησιώτικος χώρος είναι από τις τοποθεσίες με μεγάλη ζήτηση, ενώ ο συνδυασμός βουνού και θάλασσας πάντα βοηθά στην ανάπτυξη του τουρισμού και παράλληλα της οικονομίας. Πολλοί από τους επιχειρηματίες όπου ασχολούνται στο εξωτερικό με τον τουρισμό είναι Έλληνες. Ο εποχιακός τουρισμός σε συγκεκριμένες τοποθεσίες της Ελλάδας, βοήθησε τον τουρισμό να

εξελιχθεί. Η ένταξη της Ελλάδας στην Ευρώπη και η παγκοσμιοποίηση συντελέσαν στην εξάπλωση του τουρισμού από και προς της Ελλάδας, με συνεχή εξέλιξη και εξάπλωση των τουριστικών προορισμών.

Με το πέρας κάποιων ετών και την δημιουργία των κατάλληλων συνθηκών προκειμένου ο άνθρωπος να ξεπεράσει το επίπεδο των προσπαθειών απλά για να ζήσει ανέπτυξε την επιθυμία να μετακινηθεί σε άλλους τόπους και να τους γνωρίσει.

Η πρώτη εμφάνιση του τουρισμού ήταν μια δραστηριότητα όπου ξεκίνησε στους κύκλους της αριστοκρατίας. Ο 19^{ος} αιώνας αποτελεί τη χρονική περίοδο-σταθμό για την εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου.

Στις πρώτες δεκαετίες του 20^{ου} αιώνα, η μορφολογία των τουριστικών μετακινήσεων μεταβάλλεται. Ο τουρισμός διαχείμασης-αναψυχής των αριστοκρατών και εισοδηματιών, αντικαθίσταται από τον παραθεριστικό τουρισμό, οι τουριστικοί σταθμοί του 19^{ου} αιώνα παραμένουν, αλλά μεταβάλλεται η περίοδος λειτουργίας τους, όπως τα κίνητρα και το προφίλ της πελατείας τους.

Ο Μαζικός Τουρισμός είναι η τέταρτη φάση του μοντέρνου τουρισμού. Ο τουρισμός των μεγάλων μαζών αποτελεί την κυρίαρχη φάση της τουριστικής δραστηριότητας του αστικού πληθυσμού των ανεπτυγμένων χωρών κατά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο.

Εκείνη την περίοδο παρατηρήθηκε μια από τις μεγαλύτερες τεχνολογικές επαναστάσεις, όπου είχε σαν αποτέλεσμα την αύξηση του πλούτου και του επιπλέον εισοδήματος, μαζί με τις αλλαγές στον τρόπο ζωής και συμπεριφοράς της αστικής τάξης επίσης υπήρξε αρκετός διαθέσιμος χρόνος.

Συγκεκριμένα ξεκίνησε στα μέσα της δεκαετίας του 1950 και διαμόρφωσε τα χαρακτηριστικά του κατά το 1960 και 1970.

Παρατηρήθηκε μια μαζική αύξηση στον τρόπο ταξιδιού. Κατά τη διάρκεια και μετά το τέλος του 2^{ου} Παγκόσμιου Πολέμου οπότε έγινε πιο

διαδεδομένος ο τρόπος μετακίνησης με αεροσκάφη, πιο γρήγορα, ασφαλή, άνετα και οικονομικότερα.

Εμφανίζονται και οι κατασκηνώσεις όπου προσέφεραν άνεση, 24ωρη απασχόληση και στην τιμή περιλαμβανόταν διαμονή και διατροφή. Μέσω των διαφημίσεων από την τηλεόραση και τον Τύπο έγιναν γνωστές χώρες με διαφορετικές κουλτούρες, αυτό παρακίνησε πολλούς ταξιδιώτες.

2. Ανάλυση τουριστικού ταξιδιού:

Το τουριστικό ταξίδι χωρίζεται σε εγχώριο δηλαδή εντός της χώρας μόνιμης κατοικίας και σε εξωτερικό δηλαδή εκτός της χώρας. Ταξίδι επίσκεψης θεωρείται κάποιο εκτός ή εντός της χώρα κατοικίας. Τουριστικό ταξίδι θεωρείται αυτό με όριο χρόνου πάνω από 24 ώρες και με την χρήση μέσου μεταφοράς στον προορισμό.

Το τουριστικό ταξίδι περιλαμβάνει την πραγματοποίηση της μετάβασης στον τόπο προορισμού, την παραμονή στον τόπο αυτό και την επιστροφή στον τόπο μόνιμης κατοικίας. Η πραγματοποίηση της μετάβασής στον τόπο αυτό αποτελεί την μεταφορά και την χρήση άλλων μέσων από αυτοκίνητο έως και αεροπλάνο και επίσης συμπεριλαμβάνει και την χρήση καταλύματος κατά την άφιξη. Το σημείο αναχώρησης διαφέρει ανάλογα με την μορφή του μέσου όπου θα χρησιμοποιηθεί για την μεταφορά στον προορισμό.

Η παραμονή στον τόπο προορισμού αποτελεί την διαμονή στον χώρο αυτό, στον οποίο γίνεται η χρήση καταλύματος, το οποίο μπορεί να είναι σπίτι, ενοικιαζόμενο δωμάτιο ξενοδοχείο ακόμη και χρήση σκηνής. Η διαμονή όμως δεν αφορά μόνο την χρήση καταλύματος, αλλά και την διατροφή, την μετακίνηση μέσα στον τόπο, τις αγορές και την διασκέδαση.

Για όλα αυτά πρέπει να επικρατεί η απόλυτη οργάνωση και ο υπολογισμός ανάλογα με τις ημέρες διαμονής και να καλύπτουν απόλυτα τις ανάγκες του ταξιδιώτη.

Η επιστροφή στον χώρο μόνιμής κατοικίας αποτελεί την αναχώρηση από τον τόπο προορισμού, όπου περιλαμβάνει πάλι την χρήση ενός μεταφορικού μέσου για την επιστροφή στην χώρα ή τόπο μόνιμης κατοικίας κατά τον ίδιο τρόπο.

Με αυτή την ανάλυση παρουσιάσαμε τον τρόπο και την διαδικασία που χρειάζονται για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού, αργότερα θα παρουσιάσουμε και τις επιπτώσεις όπου έχουν όλες αυτές οι διαδικασίες στην χώρα προορισμού και στον τόπο διαμονής.

3. Περιβάλλον και Τουρισμός:

Σε αυτή την ενότητα θα διατυπωθεί τι εννοείται από τον όρο περιβάλλον και τουρισμός, με σκοπό να διερευνηθεί ποιο ακριβώς σημείο του περιβάλλοντος επηρεάζεται από την εξάπλωση και εξέλιξη της τουριστικής ανάπτυξης.

Υπάρχουν τρεις κατηγορίες οι οποίες θεωρούνται ως περιβάλλον, αυτές είναι:

- ✦ Το φυσικό περιβάλλον
- ✦ Το κοινωνικό/ πολιτισμικό περιβάλλον και
- ✦ Το οικονομικό περιβάλλον

Το φυσικό περιβάλλον συμπεριλαμβάνει τον αέρα, την γη, το φως, το κλίμα, την χλωρίδα και την πανίδα της περιοχής.

Το κοινωνικό και πολιτισμικό περιβάλλον εμπεριέχει τις αξίες, τις πεποιθήσεις, τις αρχές, την τέχνη, τους νόμους, την ιστορία άρα και τις συμπεριφορές-στάσεις της κοινωνίας.

Στο οικονομικό περιβάλλον τοποθετούνται όλα εκείνα τα στοιχεία όπου είτε αυξάνουν είτε μειώνουν το εισόδημα και τις εισφορές της χώρας προορισμού όπου υπάρχει σχέδιο για την τουριστική ανάπτυξη.

Ένας από τους απλούστερους και πληρέστερους ορισμούς του τουρισμού είναι ο εξής: τουρισμός είναι η μελέτη από τον άνθρωπο που βρίσκεται σε έναν διαφορετικό τόπο μακριά από το συνηθισμένο του φυσικό περιβάλλον, της βιομηχανίας που ανταποκρίνεται στις ανάγκες του αλλά και των επιδράσεων που ασκεί ο ίδιος και η βιομηχανία στο φυσικό, οικονομικό και κοινωνικοπολιτιστικό περιβάλλον του χώρου που τον φιλοξενεί. (*Jafar Jafari. "Encyclopedia of tourism"*).

Ωστόσο, θα μπορούσαμε όμως να προσθέσουμε στον παραπάνω ορισμό ότι είναι παγκόσμιο κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο, η πιο σημαντική οικονομική δραστηριότητα για πολλές περιοχές, κάτι που αφορά το σύνολο σχεδόν των κοινωνιών των ανεπτυγμένων χωρών καθώς ικανοποιεί την ανάγκη για «απόδραση» από την καθημερινότητα, την επιθυμία για επαφή με την φύση, την περιέργεια για άλλους τόπους και πολιτισμούς, την ανάγκη για ξεκούραση, διασκέδαση και αναψυχή.

Αναλύοντας αυτούς τους όρους περιβάλλον και τουρισμός, αντιλαμβανόμαστε ότι υπάρχει αλληλένδετη σχέση μεταξύ αυτών, διότι αν δεν υπάρχει το περιβάλλον με την πολυμορφικότητα του δεν είναι δυνατό να υπάρξει ανάπτυξη του τουρισμού και εξέλιξη. Σαν αποτέλεσμα έχουμε την ανάπτυξη νέων τουριστικών προορισμών και εγκαταστάσεων.

4. Τουριστική ανάπτυξη προορισμών:

Ο τουριστικός προορισμός αρκετές φορές αποτελεί ο ίδιος το έναυσμα στον ταξιδιώτη για τον επισκεφτεί ή ακόμη να τον επιλέξει για την προσωρινή διαμονή του. Το κίνητρο για την επιλογή ενός προορισμού διαφέρει από

άνθρωπο σε άνθρωπο και αυτό συμβαίνει βάση της φυσικής ανάγκης οπού επηρεάζει την επιλογή αυτή.

Σε αυτή την ενότητα σκοπός είναι να παραθέσουμε την τουριστική ανάπτυξη των προορισμών, την εξέλιξη του και τις επιρροές όπου προκύπτουν από αυτή.

Λέγοντας τουριστική ανάπτυξη ενός προορισμού, εννοείται η εξέλιξη και η ανάπτυξη τουριστικών εγκαταστάσεων και μη, με σκοπό την προσέλκυση ταξιδιωτών και επισκεπτών σε μεγάλο βαθμό με απώτερο σκοπό το κέρδος στην οικονομία του τόπου.

Ο όρος της Τουριστικής Ανάπτυξης στηρίζεται κυρίως σε πολιτικές που αφορούν το management αλλά και το marketing με στόχο τον τουρισμό. Οι ειδήμονες του αντικειμένου ασχολούνται κυρίως με την εφεύρεση τακτικών που έχουν στήριγμα στην γενικότερη ανάπτυξη του τουρισμού.(*A.V Seaton and M.M Bennett, (1999) Marketing tourism products: concepts, issues, cases*).

Ένας τουριστικός προορισμός πρέπει να παρέχει όλα αυτά όπου μπορούν να έχουν βάσιμη ζήτηση από τους ταξιδιώτες.

Σημαντικοί παράγοντες για την ανοδική πορεία της τουριστικής βιομηχανίας θεωρούνται:

1. Η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και η αύξηση του ελεύθερου χρόνου που παρέχουν τη δυνατότητα σε πολλούς κατοίκους των ανεπτυγμένων χωρών του Βορρά και πρόσφατα μερικών χωρών της Ασίας και της Λατινικής Αμερικής να ταξιδεύουν σε άλλες χώρες.

2. Η ανάπτυξη και η βελτίωση των μέσων μαζικής μεταφοράς, δημιουργούν ευκαιρίες για ταξίδια σε μακρινούς τόπους με σχετικά φθηνά εισιτήρια.

3. Η μεγάλης διάρκειας παγκόσμια πολιτική σταθερότητα η οποία προσφέρει την αίσθηση της ασφάλειας στους επίδοξους τουρίστες.

4. Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (τηλεόραση, ράδιο κ.λ.π), συμβάλλουν στην αύξηση του ενδιαφέροντος για τη γνωριμία με εξωτικές μακρινές περιοχές του πλανήτη μέσω τουριστικών εκπομπών, ταινιών, ειδήσεων κλπ.

5. Οι καθορισμένες ετήσιες θρησκευτικές και εθνικές γιορτές, ενθαρρύνουν την αύξηση του τοπικού τουρισμού και την ανάπτυξη της τοπικής τουριστικής υποδομής.

6. Οι μεγάλες διαφημιστικές εκστρατείες της τουριστικής βιομηχανίας οι οποίες αυξάνουν την επιθυμία για ταξίδια.

Βασικός λοιπόν θεωρείται, ο στόχος για την καλύτερη φροντίδα του ταξιδιώτη ούτως ώστε να συγκεντρωθούν τα αναγκαία συστατικά για να αντισταθμιστούν κατά κάποιον τρόπο η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, σε σχέση με τις απαιτήσεις- προσδοκίες του πελάτη.

Οι βασικές ανάγκες όπως έχουν αναλυθεί, είναι η διαμονή στον τόπο δηλαδή κάποιο κατάλυμα κάθε τύπου, η διατροφή δηλαδή εστιατόρια εντός του καταλύματος αλλά και εκτός και η ψυχαγωγία δηλαδή χώροι διασκέδασης και κατασκευασμένοι κατάλληλα για την αναψυχή (σινεμά, κλαμπ, εξωτερικές δραστηριότητες).

Οι τουριστικές επιχειρήσεις διακρίνονται σε κατηγορίες ανάλογα με το αντικείμενο δράσης τους:

- Διαφόρων τύπων καταλύματα: π.χ ξενοδοχεία και μοτέλ
- Τουριστικά πρακτορεία: π.χ εσωτερικού και γενικού τουρισμού
- Μεταφορικές επιχειρήσεις: π.χ λεωφορεία, αυτοκίνητα και σκάφη
- Επισιτιστικές μονάδες: π.χ εστιατόρια, μπαρ και καφετέριες
- Τύποι επιχειρήσεων άμεσης και έμμεσης εξυπηρέτησης τουριστών: π.χ φύλαξη αποσκευών, καζίνο και επιχειρήσεις υγείας.

Η ανάπτυξη ξενοδοχείων, εννοικιαζόμενων δωματίων και γενικά κάθε τύπου καταλύματος, είναι συχνό φαινόμενο, αφορά τις Τουριστικές Επιχειρήσεις, πρόκειται για το πάντρεμα του έξυπνου τρόπου σκέψης με την βιομηχανική καινοτομία.

Ένας τόπος χαρακτηρίζεται κατάλληλος όταν εξασφαλίζει τα καλύτερα αποτελέσματα, δηλαδή το κέρδος. Οι τουριστικές επιχειρήσεις εξαρτώνται κατά πολύ από τον τόπο εγκατάστασης τους, διότι ο τόπος είναι το σημαντικότερο τμήμα διανομής του προσφερόμενου προϊόντος τους. Το ξενοδοχείο για παράδειγμα, πουλάει το κλίμα της περιοχής στην οποία βρίσκεται, η καφετέρια πουλάει τη θέα της προς τη θάλασσα κ.α.

Για την επιλογή της περιοχής εγκατάστασης πρέπει να λαμβάνονται υπ' όψη το σύνολο των τουριστικών πόρων, οι οποίοι δίνουν πλούτο στην τουριστική προσφορά, αλλά ταυτόχρονα και ορισμένες βασικές οικονομικές συνθήκες που αφορούν την περιοχή. Οι συνθήκες αυτές πραγματεύονται τις συνθήκες που διακρίνουν την τουριστική αγορά της περιοχής.

Τουριστικές ονομάζονται οι επιχειρήσεις που κυρίως εξυπηρετούν τουρίστες. Οι τουριστικές επιχειρήσεις αποτελούν οικονομικές μονάδες οι οποίες παράγουν και εκμεταλλεύονται τουριστικά προϊόντα. Τα προϊόντα αυτά έχουν ορισμένα χαρακτηριστικά τα οποία τα διαφοροποιούν από προϊόντα άλλων κλάδων.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις διακρίνονται και ανάλογα το μέγεθος σε μεγάλες, μικρές και μεσαίου τύπου.

Υπάρχουν και οι επιχειρήσεις όπου αποτελούν ένα σύνολο επιχειρηματικών δραστηριοτήτων οι οποίες εξυπηρετούν έμμεσα τους τουρίστες στην ουσία τους έχουν το ρόλο του προμηθευτή στις τουριστικές επιχειρήσεις, αυτές ονομάζονται παρατουριστικές επιχειρήσεις.

Κάτι τέτοιο αποτελεί συνώνυμο με την διαρκή εξέλιξη του τρόπου σκέψης και τον απόλυτο συνδυασμό των καινοτομιών που αναπτύσσονται στο χώρο διαρκώς. Αυτό συμβαίνει καθώς πολλοί προορισμοί ακόμη και νέοι

προσπαθούν, να ενταχθούν στον τουριστικό ανταγωνισμό, με σκοπό να έχουν μέρος στα κέρδη της χώρας, αυτό επιτυγχάνεται κυρίως πουλώντας το τουριστικό προϊόν ο κάθε προορισμός, αυτό μπορεί να είναι από κάποιο αξιοθέατο έως και την παροχή νέων υπηρεσιών και ανέσεων από τους άλλους προορισμούς.

Βέβαια η επιδράσεις προς το περιβάλλον μπορεί να είναι και καταστροφικές όταν η μελέτη προς την ανάπτυξη δεν είναι σωστά εφαρμοσμένη και επαρκής.

Η τουριστική ανάπτυξη στα σημερινά χρόνια έχει εξελιχθεί καθώς η ζήτηση και οι ανάγκες των ταξιδιωτών μεταβάλλονται συνεχώς. Γι' αυτό τον λόγο έχουν δημιουργηθεί ουσιώδη θέματα, όπου αφορούν την ανάπτυξη του τουρισμού σε μεγάλο βαθμό.

5. Φέρουσα Ικανότητα:

Κάθε οικοσύστημα έχει διαφορετικό επίπεδο ανθεκτικότητας, όπως είναι γνωστό το περιβάλλον αλλάζει και χωρίς την παρουσία του ανθρώπου και των δραστηριοτήτων του, οπότε για τον σωστότερο καθορισμό των ορίων της φέρουσας ικανότητας πρέπει να ληφθούν υπόψη όλες οι φυσικές διεργασίες.

Η φέρουσα ικανότητα, είναι μια βασική τεχνική στον τομέα του τουρισμού και μέσα από την ανάλυση αυτού του φαινομένου οδηγούμαστε στη χρησιμότητά του στο σχεδιασμό και στη θέσπιση ορίων στην τουριστική ανάπτυξη. Ένα τέτοιο διάλογο που στηρίζεται άμεσα σε επαφές στη σωστή διαχείριση και κατά συνέπεια των τουριστικών πόρων. Στην πράξη όμως πρόκειται για κάποιες δυσκολίες που παρουσιάζονται στον προσδιορισμό της φέρουσας ικανότητας που είναι πολύ πιο δύσκολος από ότι έχουμε υπόψη σε θεωρητικό πάντοτε επίπεδο.

Κάτι τέτοιο γίνεται διότι η έννοια της φέρουσας ικανότητας είναι πολυδιάστατη και μέχρι κάποιο σημείο ασαφής. Κυρίως η δυσκολία βρίσκεται στον προσδιορισμό του μέγιστου αριθμού επισκεπτών και του επιτρεπτού ορίου αλλοίωσης του συγκεκριμένου χώρου με άμεσο αντίκτυπο στην εμπειρία του τουρίστα είτε σε οικονομικό είτε σε κοινωνικό επίπεδο της τοπικής κοινωνίας..

Παράλληλα η σύγχρονη τάση και έρευνα στον τουριστικό τομέα έχει στραφεί κυρίως στο επίπεδο του βιώσιμου τουρισμού. Ωστόσο μια τουριστική περιοχή όπως είναι γνωστό δεν μπορεί να έχει απλά ως στόχο τη μεγιστοποίηση του αριθμού των τουριστών μέχρι το όριο αντοχής της αλλά τη μεγιστοποίηση της ευημερίας που μπορούν οι ντόπιοι να αποκομίσουν από την αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας.

Ειδικότερα η έννοια της φέρουσας ικανότητας δημιουργήθηκε για την προστασία του περιβάλλοντος, αρχικά. Είναι αξιόλογο να ειπωθεί ότι ενώ οι πρώτοι ορισμοί που δόθηκαν είχαν αποκλειστικά σχέση με την περιβαλλοντική διαχείριση.

Βαθμιαία, λοιπόν, η έννοια αυτή γενικεύτηκε και ενσωματώθηκε στον ορισμό αλλά και σε άλλα θέματα που σχετίζονται με κοινωνικοπολιτιστικά και οικονομικά γενικότερα στοιχεία της περιοχής.

Άρα με αυτόν τον τρόπο η φέρουσα ικανότητα έχει δύο ορισμούς: ο ένας αφορά στους τουρίστες και ο άλλος για τους ντόπιους – μόνιμους. Κάτι τέτοιο σημαίνει βέβαια ότι έχουν γίνει κάποιες απόπειρες για τον προσδιορισμό της χωρητικότητας των τουριστικών περιοχών.

Η εφαρμογή της έννοιας αυτής φαντάζει πιο εύκολη σε νέους κυρίως τουριστικούς προορισμούς, διότι το σύστημα δεν έχει φτάσει ή ξεπεράσει τα όριά του με αποτέλεσμα τον κορεσμό.

Η διεύρυνση του ορισμού της φέρουσας ικανότητας του φέρνει εγγύτερα προς τον ορισμό του βιώσιμου τουρισμού. Η βασικότερη διαφορά που εντοπίζεται ανάμεσα των δυο όρων είναι αφενός ότι στο

βιώσιμο περιβάλλον δεν υπάρχει κάποιο όριο στην χρησιμοποίηση των τουριστών ενώ, υπάρχει μια συνεχής προσπάθεια βελτίωσης των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδόσεων.

Στα πλαίσια του βιώσιμου τουρισμού και συγκεκριμένα για τη μέτρηση και τον έλεγχο της δραστηριότητας προτείνεται μια βάση σε μεγέθη μετρήσιμα στη μονάδα του τουρίστα. Η βελτίωση των μεγεθών αυτών οδηγεί τη συγκεκριμένη δραστηριότητα σε βιώσιμο επίπεδο από ότι στην παρούσα συμβατική κατάσταση.

Οι δείκτες που επιλέγονται για την μέτρηση και την έρευνα γενικότερα για το βιώσιμο τουρισμό αποτελούν εργαλείο ανάλυσης και παρακολούθησης διάφορων φαινομένων ενώ έχουν τύχει στο πλαίσιο του προσδιορισμού της αειφορίας. Ειδικότερα στον τομέα του τουρισμού οι δείκτες αυτοί χρησιμοποιούνται για την ανάλυση της δραστηριότητας αλλά και για την παρακολούθηση της εξέλιξης του μεγέθους και των τάσεων που παρουσιάζονται στις αντίστοιχες έρευνες. Όταν πρόκειται για τέτοιες συγκρίσεις συνήθως αναφερόμαστε σε 2 περιοχές για να είναι και πιο συγκεκριμένα τα παραδείγματα.

Ωστόσο, η προσπάθεια για βελτίωση όλων των δεικτών δεν είναι εξασφαλισμένη, ενώ παράλληλα θα πρέπει να ελέγχεται και η κλίμακα της δραστηριότητας. Αν αυτά τα όρια προσεγγίζονται τότε θα πρέπει να ενεργοποιούνται εκείνες οι πολιτικές που θα αντιμετωπίσουν το πρόβλημα.

Με αυτόν τον τρόπο αξιοποιούνται τα «διδάγματα» από τη χρήση της έννοιας της φέρουσας ικανότητας χωρίς όμως να εστιάζεται η προσπάθεια στον υπολογισμό ενός «μαγικού» αριθμού για μια περιοχή που όπως αποδεικνύεται είναι αδύνατη.

Η φέρουσα ικανότητα περιλαμβάνει μια κοινωνική συνιστώσα με φυσικά κι νοητικά στοιχεία, επίσης πρόκειται για μια ικανότητα των φυσικών πόρων να εξυπηρετήσουν τη χρήση για την οποία δημιουργήθηκαν. Η έννοια της φέρουσας ικανότητας έχει τις ρίζες της στην διοίκηση της άγριας φύσης και των τρόπων διαβίωσης και βασίζεται σε έξι αρχές:

- i. Η φέρουσα ικανότητα μπορεί να οριστεί μόνο σε σχέση με τους διοικητικούς στόχους κάθε περιοχής.
- ii. Έχει εφαρμοστεί μια ποικιλία σχεδιαστικών προγραμμάτων, όλα πρέπει να προσδιορίζουν δείκτες και προδιαγραφές καθώς επίσης και να ελέγχουν κατά πόσο υπάρχει ή όχι υπέρβαση των συνθηκών.
- iii. Η διοίκηση βοηθιέται από την καταγραφή των απόψεων και των προτιμήσεων των χρηστών και των μη-χρηστών της κάθε περιοχής αναψυχής ακόμη προτείνει αλλαγές στην υπάρχουσα πολιτική που ακολουθείται.
- iv. Θα πρέπει να υπάρχει ένα ευρύτερο φάσμα στις δραστηριότητες αναψυχής για όλα τα γούστα.
- v. Θα πρέπει να επιλεγούν οι τεχνικές που είναι σύμφωνες με τους στόχους της εκάστοτε περιοχής με βάση τη σημασία της καθεμιάς τους.
- vi. Τέλος, η διοικητική αρχή καθορίζει τα επίπεδα χρήσης μιας περιοχής.

Η τουριστική ανάπτυξη συνοδεύεται από θετικές και αρνητικές επιπτώσεις. Είναι συχνό φαινόμενο, πως η συνεχή ανάπτυξη ξενοδοχειακών επιχειρήσεων μπορεί να επηρεάσει το περιβάλλον κατά κύριο λόγο, καθώς επιβαρύνεται και ο περιβάλλοντας χώρος εκτός της επιχείρησης, επηρεάζεται η οικονομία διότι

το κέρδος σε τέτοιου είδους επενδύσεις δεν είναι πάντα σίγουρο και μπορεί να επέλθει ζημία αντί του κέρδους και τέλος επιπτώσεις υπάρχουν και στην κοινωνία, όπου ίσως να μην μπορεί να ενσωματωθεί στα καινούρια δεδομένα της λειτουργίας του τόπου και να απορρίψει κάθε σχέδιο οργάνωσης του τουρισμού.

Αντίθετα η υλοποίησή της προϋποθέτει τέσσερα βήματα:

- I. Καταρχάς πρέπει να πραγματοποιηθεί ο προσδιορισμός των στόχων της διοίκησης με βάση την αξιολόγηση των πληροφοριών όσον αφορά στις προτιμήσεις των ανθρώπων, τις δυνατότητες των φυσικών πόρων, τους κρατικούς κανονισμούς και φυσικά την υφιστάμενη κατάσταση.
- II. Αξιολόγηση της φυσικής δυνατότητας της περιοχής να αντισταθεί στη χρήση.
- III. Χρήση της αξιολόγησης αυτής ως βάση για τον καθορισμό των περιοχών που θα χρησιμοποιηθούν για τη συγκεκριμένη χρήση.
- IV. Τέλος, καθορισμός της φέρουσας δυναμικότητας με βάση τον υπολογισμό του αριθμού των ανθρώπων που χρησιμοποιούν κάθε περιοχή.

Όταν κάνουμε λόγο για τη φέρουσα δυναμικότητα θα πρέπει κυρίως να αναφερόμαστε σε προκαθορισμένες φυσικές περιοχές, όπως τα πάρκα.

Σε τέτοιες περιπτώσεις καθορίζονται διάφοροι παράγοντες όπως τα σύνορα και οι διοικητικές αρχές που θα εφαρμόσει τις διάφορες πολιτικές στην εκάστοτε περιοχή για τον περιορισμό της κατάχρησης των φυσικών πόρων. (*Βιβλίο Τουριστική Ανάπτυξη- Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές, William C. Gartner, Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις, σελ.168-170*).

Σκοπός του επόμενου κεφαλαίου είναι η επεξήγηση των επιπτώσεων του τουρισμού σε κοινωνία και οικονομία, η ανάλυση των επιπτώσεων στο περιβάλλον και κατά πόσο είναι εφικτό και με ποιες προδιαγραφές μπορεί ο τουρισμός και η ανάπτυξη αυτού, να είναι λιγότερο καταστρεπτικά προς το περιβάλλον.

2^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

1. Επιπτώσεις του τουρισμού και επιδράσεις (γενικά) με βάση το περιβάλλον:

Η συνεχής ανάπτυξη ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, έχει ως αποτέλεσμα την καταπάτηση παρθένων περιοχών και φυσικά την αντίδραση του κοινωνικού και πολιτισμικού τομέα, ο οποίος ίσως δεν είναι σωστά ενημερωμένος για την τουριστική ανάπτυξη.

Ο τουρισμός γενικά σαν φαινόμενο έχει ποικίλες επιπτώσεις σε κάθε περιοχή γενικότερα αλλά και μεμονωμένα σε διάφορους τομείς της εκάστοτε περιοχής. Οι τομείς που έχουν άμεση σχέση με τον τουρισμό και επιδρούν στην κάθε περιοχή ξεχωριστά είναι οι εξής: οικονομικός, κοινωνικός, πολιτιστικός, περιβαλλοντικός και ο πολιτικός τομέας.

Σε κάθε έναν από αυτούς υπάρχουν δύο κατηγορίες επιπτώσεων, οι θετικές που λειτουργούν προς όφελος τόσο της περιοχής αυτής καθαυτής όσο και της πολιτείας γενικότερα ή ακόμα και της χώρας σωστότερα.

Ξεκινώντας λοιπόν θα αναφερθούμε στις επιδράσεις που αφορούν τον οικονομικό τομέα. Αρχικά έχουμε την αύξηση του προσωπικού αλλά και του γενικότερου εισοδήματος της περιοχής που λαμβάνει χώρα αυτή η ανάπτυξη, καθώς επίσης και η άνοδος του γενικού επιπέδου τιμών όσον αφορά στον τουριστικό τομέα. Σε αυτό το σημείο βρισκόμαστε μπροστά στην ανάπτυξη του φαινομένου της ομαλότερης κατανομής του εισοδήματος από τη στιγμή που

υπάρχει μια γενικότερη αλλά και ουσιαστικότερη εμπλοκή φορέων τόσο ιδιωτικών όσο και δημόσιων.

Άμεσο αντίκτυπο αποτελεί η άμεση άνοδος του βαθμού ανταγωνισμού αναφορικά στους προμηθευτές καθώς επίσης και άμεση ανάπτυξη της ποιότητας και του επιπέδου των τουριστικών υπηρεσιών με σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη.

Μέσα σε αυτήν την γενικότερη πολιτική εξέλιξης όσον αφορά στον οικονομικό τομέα συναντάμε μια φορολογική πολιτική που δίνει βάση ιδιαίτερα στην αξία του νομίσματος και σε κάποιες οικονομικές ρυθμίσεις που αφορούν τους τουρίστες.(σημειώσεις από μάθημα Τουριστική Πολιτική, κ. Μπενετάτου,2005)

Αναφορικά στον κοινωνικό τομέα θα μπορούσαμε να αναλύσουμε συγκεκριμένα τις αλλαγές στον πληθυσμό της εκάστοτε περιοχής οι οποίες αυτές αλλαγές στηρίζονται κυρίως στους παρακάτω παράγοντες:

- Ø Την παράταση του ορίου ηλικίας
- Ø Την αύξηση των εργαζομένων γυναικών με άμεση συνέπεια την αύξηση του οικογενειακού εισοδήματος και κατ' επέκταση του γενικότερου εισοδήματος
- Ø Την αύξηση των ανύπαντρων ενηλίκων αναλογικά με τους παντρεμένους
- Ø Την τάση για δημιουργία οικογένειας σε πιο μεγάλη ηλικία
- Ø Τη μεγαλύτερη αύξηση του αριθμού των ζευγαριών χωρίς παιδιά σε σύγκριση με τον γενικότερο αριθμό του πληθυσμού
- Ø Τη χαλάρωση του μεταναστευτικού κύματος λόγω περιορισμού του φαινομένου

Ø Την γενικότερη αύξηση του χρόνου για πληρωμένες διακοπές και την ελαστικότητα του ωραρίου.(*Βιβλίο Τουριστική Ανάπτυξη, Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές, William C. Gartner, Εισαγωγή, σ 14*).

Όσον αφορά στον πολιτιστικό τομέα υπάρχει μια εξέλιξη που στηρίζεται στην τεχνολογική ανάπτυξη της κάθε περιοχής σε σύγκριση πάντοτε με διάφορα επιτεύγματα που εμφανίζονται στο προσκήνιο της επιστημονικής κοινότητας.

Κάτι τέτοιο δημιουργεί την ανάγκη τόσο των ανθρώπων γενικότερα για την εξέλιξη του τεχνολογικού τομέα και την εξυγίανση των υπολογιστών και των προγραμμάτων για τη γενικότερη ανάπτυξη των πληροφοριακών συστημάτων όσο και για την εξέλιξη και διευθέτηση των κρατήσεων και των γενικότερων συστημάτων που ασχολούνται με τη φύση των επαγγελμάτων του τουρισμού.

Με αυτόν τον τρόπο διευκολύνονται οι εταιρίες λόγω αισθητής μείωσης του προσωπικού των γραφείων με βάση την χρήση των υπολογιστικών συστημάτων και όλα αυτά συντελούν στην καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών με την ταυτόχρονη εξέλιξη της παροχής υπηρεσιών. (*σημειώσεις από μάθημα Τουριστική Πολιτική κ. Μπενετάτου , 2005 και από Βιβλίο Τουριστική Ανάπτυξη Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές, William C. Gartner, Εισαγωγή, σ 15*).

Σχετικά με τον πολιτικό τομέα θα μπορούσαμε να οριοθετήσουμε την επίδραση στην ανάπτυξη του τομέα του τουρισμού αλλά και της εξέλιξής του με βάση τις παρακάτω αλλαγές:

- ⇒ Οι πολιτικές αλλαγές στην Ανατολική Ευρώπη που επέφεραν ποικίλες αλλαγές και σε κάποιους άλλους τομείς της οικονομίας
- ⇒ Διάφορα οικονομικά και ρυθμιστικά μέτρα εναρμόνισης της Ευρωπαϊκής Ένωσης και απελευθέρωση των διεθνών αερομεταφορών κυρίως
- ⇒ Συνοριακές διατυπώσεις για ταξιδιώτες

- ⇒ Γενικότερη ανάπτυξη μίας πολιτικής οικονομικής ανάπτυξης
- ⇒ Πρωτόγνωρη ανάπτυξη ενός κινήματος για την προστασία του περιβάλλοντος. (*Βιβλίο Τουριστική Ανάπτυξη, Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές, William C. Gartner, Εισαγωγή, σ 14,15*).

Τέλος, αναφερόμενοι στον τομέα που έχει σχέση με το περιβάλλον θα έπρεπε να ασχοληθούμε εκτενέστερα καταρχάς με τις κοινωνικές επιπτώσεις που αφορούν τους φυσικούς πόρους που αποτελούν τα σημαντικά και αξιόλογα αξιοθέατα.

Αναμφίβολα μιλάμε για τα γνωστά σε όλους μας νερό, γη, χλωρίδα και πανίδα τα οποία προσελκύουν τους επισκέπτες σε έναν προορισμό.

Βέβαια εννοείται ότι δεν αρκεί απλά να ορίσουμε ένα χώρο ως φυσικό ή μοναδικό οικοσύστημα για να είναι εξασφαλισμένη και η προστασία του χώρου. Αν και πριν την εμφάνιση του φαινομένου του μαζικού τουρισμού κάτι τέτοιο δεν χρειαζόνταν ιδιαίτερες συνθήκες ή ακόμα και μέτρα που βασίζονται σε πολιτικές ή θεσμούς ούτως ώστε να υπάρξει καλύτερη συμπεριφορά που να έχει σχέση με το περιβάλλον.

Στις μέρες που υπάρχει μια ιδιαίτερη ανάπτυξη σε όλους τους τομείς και στον τουρισμό βέβαια παρουσιάζεται και το ζήτημα που αφορά την προφύλαξη του χώρου από την καταστροφή και γενικότερη φθορά εξαιτίας της επίσκεψης μεγάλου αριθμού τουριστών σε κάποιες συγκεκριμένες συχνότητες.

Η λύση είναι μια: ο περιορισμός της χρήσης των πόρων αυτών.

Κάτι τέτοιο φυσικά δεν μπορεί να γίνει πραγματικότητα και αυτό διότι δεν είναι δυνατόν να στερούνται οι τουρίστες τέτοιου είδους αγαθά, ειδικά αν πρόκειται για φυσικά μνημεία. Οπότε περνάμε σε μια σειρά από ιδέες-προτάσεις που «λύνουν» εν μέρει το ζήτημα, όπως είτε η εκπαίδευση των ανθρώπων αναφορικά στη σχέση του ανθρώπου με τη γη, εξασφαλίζοντας κατά κάποιον τρόπο την σωστότερη χρήση και απόλαυση της φύσης χωρίς

την καταστροφή της, είτε χρήση αυτών των χώρων από την ελίτ της κοινωνίας. (*Βιβλίο Τουριστική Ανάπτυξη, Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές, William C. Gartner, Κοινωνικές Δυνάμεις που συμβάλλουν στην περιβαλλοντική αλλαγή, σελ.136, 137*).

Είναι γνωστό ευρύτερα ότι η βιωσιμότητα των οικοσυστημάτων επηρεάζεται από αναρίθμητους παράγοντες όπως:

- ⇒ Η ένταση της τουριστικής χρήσης και ανάπτυξης στην περιοχή.
- ⇒ Η ανθεκτικότητα του οικοσυστήματος.
- ⇒ Το χρονικό πλαίσιο που έχει θέσει ο εκάστοτε επενδυτής.
- ⇒ Ο μεταμορφωτικός παράγοντας της τουριστικής ανάπτυξης.

Επιγραμματικά οι παραπάνω είναι πιο σημαντικοί παράγοντες αλλά αν θέλαμε να εισχωρήσουμε σε περισσότερα στοιχεία θα έπρεπε να αναφερθούμε διεξοδικότερα σε αυτούς τους τέσσερις παράγοντες.

Οπότε αναφερόμενοι στην ένταση της τουριστικής χρήσης εννοούμε τον αριθμό των τουριστών που επισκέπτονται την εκάστοτε περιοχή, τη διάρκεια της επίσκεψής τους, τις δραστηριότητες που αναπτύσσονται στον συγκεκριμένο χώρο επίσκεψης και φυσικά το επίπεδο της ανάπτυξης που υπάρχει για την καλύτερη κάλυψη των αναγκών των τουριστών.

Ωστόσο οι έρευνες που συγκρίνουν τα περιφερειακά τουριστικά στοιχεία θεωρούν και χρησιμοποιούν συνήθως ως κοινό παρονομαστή τον αριθμό των επισκεπτών με βασικό συντελεστή το χρονικό διάστημα της παραμονής τους στο συγκεκριμένο μέρος.

Αν αναφερθούμε στην ανθεκτικότητα του οικοσυστήματος θα έπρεπε να αναλογιστούμε το γεγονός ότι κάθε οικοσύστημα, όπως είναι φυσικό, είναι διαφορετικό. Κάποια οικοσυστήματα μπορούν να αντέξουν μεγάλες πιέσεις χωρίς να φαίνονται τα σημάδια της υποβάθμισης πάνω τους.

Κάτι τέτοιο όμως δεν σημαίνει ότι δεν πρέπει να υπάρχει τουριστική ανάπτυξη σε περιοχές με χαμηλή ανθεκτικότητα, οι περιοχές αυτές βέβαια μπορεί να έχουν πλούσιους φυσικούς πόρους με αντίστοιχη τουριστική ζήτηση με αποτέλεσμα να υπάρξει μια ανάλογη ανάπτυξη. Καθώς επίσης η ανθεκτικότητα έρχεται σε συνάρτηση με τη σπανιότητα και το μεγαλείο.

Στην περίπτωση της σπανιότητας εννοούμε τοποθεσίες που αποτελούν εθνικά πάρκα ή δρυμούς που είναι η προσωποποίηση της φυσικής ομορφιάς και αρμονίας, πχ. Grand Canyon, αντίθετα στην περίπτωση του μεγαλείου εννοούμε μνημεία ή κτίρια όπως πχ. οι καθεδρικοί ναοί γοτθικού ρυθμού που δεν μπορούν να αντιγραφούν ή να αντικατασταθούν που φυσικά η μοναδικότητά τους είναι αυτή που τους εγγυάται και την κυβερνητική προστασία.

Αναφερόμενοι τώρα στη χρονική σκοπιά του επενδυτή πρέπει να λάβουμε υπόψη αφενός τις κοινωνικές επιπτώσεις των περιβαλλοντικών επιπτώσεων και αφετέρου τα βραχυπρόθεσμα κέρδη που κυριαρχούν στη διαδικασία λήψης των αποφάσεων που αφορούν τις επιχειρήσεις των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών θα υπάρχουν και περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Η ανθεκτική ανάπτυξη είναι μια έννοια που σκοπεύει στη μείωση της εξάρτησης από τα βραχυπρόθεσμα οφέλη που προκύπτουν από την προστασία των πόρων που προσελκύουν τους τουρίστες.

Τέλος αν κάνουμε μια προσέγγιση στο μεταμορφωτικό χαρακτήρα της ανάπτυξης πρέπει πρώτα να λάβουμε υπόψη τη φυσική ανάπτυξη. Δηλαδή αρχικά εννοούμε ότι αν κάπου οι τουρίστες προσελκύνονται από τους φυσικούς πόρους βαθμιαία εξωθείται η περιοχή σε ανώτερο επίπεδο ανάπτυξης για την καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών, από τη στιγμή, ειδικότερα, που και ο ίδιος ο αριθμός της προσέλευσης των τουριστών μεγαλώνει.

Ακόμα όμως και να μην υπάρχει το φυσικό στοιχείο προβλέπονται από τους τοπικούς φορείς πραγματοποίηση τεχνητών μνημείων προκειμένου να προσελκύονται οι τουρίστες. Όλα αυτά συντελούν στη μεταμόρφωση η οποία δεν αποτελεί πάντα περιβαλλοντικό κακό. Για να αποφευχθεί κάτι τέτοιο πρέπει να εξασφαλιστεί η παρουσία μηχανισμών ελέγχου της μεταμόρφωσης.

Φυσικά κάθε μεταμόρφωση μπορεί να επηρεάσει το περιβάλλον, οι επιδράσεις εμφανίζονται με την πάροδο του χρόνου, ουσιαστικά όμως συμβαίνουν μέσα σε λίγα λεπτά. Με αυτό τον τρόπο ο μετριασμός των περιβαλλοντικών επιπτώσεων απαιτεί την εστίαση της προσοχής σε συγκεκριμένα γεγονότα που θέτουν σε κίνηση τον μηχανισμό της περιβαλλοντικής αλλαγής. (*Βιβλίο Τουριστική Ανάπτυξη- Αρχές, Ανάπτυξη και Πολιτικές, William C. Gartner, Περιβαλλοντικές επιπτώσεις, σελ.143-168, www.e-ecology.gr*).

2. Ανάλυση των επιπτώσεων του τουρισμού στο περιβάλλον:

Ο τουρισμός δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης και εισόδημα στον τόπο προορισμού, προωθεί τις διαπολιτισμικές σχέσεις και την αμοιβαία κατανόηση. Ανάμεσα στις πολλές θετικές αλλά και αρνητικές επιδράσεις, αξίζει να σημειωθεί ότι ο τουρισμός είναι μια οικονομικά πολύτιμη δραστηριότητα, ένα περιβαλλοντικό ρίσκο και μια κοινωνική πρόκληση.

Στον παρακάτω πίνακα παραθέτουμε τις επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον είτε αρνητικές είτε θετικές:

Πίνακας 1.

	ΑΡΝΗΤΙΚΑ	ΘΕΤΙΚΑ
ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	<ul style="list-style-type: none">• Μείωση ποσότητας περιβαλλοντικών πόρων (π.χ. νερό)• Μόλυνση (Ατμοσφαιρική, εδαφική, κλπ.)• Καταστροφή ή αλλοίωση οικοσυστημάτων	<ul style="list-style-type: none">• Εξοικονόμηση πόρων με σκοπό την καλύτερη προστασία του περιβάλλοντος• Τόνωση οικολογικής συνείδησης• Δημιουργία επαγγελμάτων σχετικών με την προστασία της φύσης

Πηγή: Thomaidis (2003) Ιστοσελίδα UNEP, Τομέας Τεχνολογίας, Βιομηχανίας και Οικονομίας (2003)

2i. Αρνητικές επιπτώσεις μιας τουριστικής επιχείρησης στο περιβάλλον:

Ο τουρισμός και η δημιουργία νέων ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων προκαλεί αρνητικές επιπτώσεις στην φύση, οι οποίες προκαλούνται από τη μεταφορά τουριστών, την κατανάλωση των πόρων και την παραγωγή αποβλήτων, τον λάθος προγραμματισμό και την ανεπαρκή προετοιμασία, καθώς και την επιβλαβή συμπεριφορά στον προορισμό.

Μερικές από τις σημαντικότερες επιπτώσεις είναι:

- Ατμοσφαιρική ρύπανση και αυξημένες εκπομπές λόγω των μετακινήσεων.
- Ρύπανση των υδάτινων πόρων της κακής διαχείρισης των υγρών αποβλήτων.
- Μεγαλύτερη παραγωγή στερεών αποβλήτων
- Ηχορύπανση

- Απώλεια ή υποβάθμιση κρίσιμων βιότοπων, οικοσυστημάτων και άλλων φυσικών περιοχών.
- Αποψίλωση των δασών και έντονη ή μη βιώσιμη χρήση γης.
- Τροποποίηση οικοσυστημάτων από τις τουριστικές δραστηριότητες.
- Εξάντληση αποθεμάτων νερού και ενέργειας.
- Υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας των οικοσυστημάτων.
- Καταστροφή θαλάσσιων οικοσυστημάτων και ρύπανση της θάλασσας.
- Εξάντληση των πόρων και άλλα ζητήματα.

Το μέσο ξενοδοχείο καταναλώνει ένα τεράστιο ποσό προϊόντων και πόρων και οι φιλοξενούμενοι χρησιμοποιούν πολύ περισσότερο νερό και ενέργεια από το μέσο άτομο στην καθημερινή ζωή του. Συνεπώς, η εξάντληση των πόρων και τα απόβλητα είναι σημαντικά ζητήματα. Οι πηγές ενέργειας γίνονται ακριβότερες και συνεχώς μειώνονται, ενώ η έλλειψη πόσιμου νερού απειλεί όλο και περισσότερες περιοχές.

Η καθημερινή απολύμανση συνεπάγεται αύξηση της χρήσης χημικών ουσιών που μολύνουν τον υδροφόρο ορίζοντα και εκθέτουν τους φιλοξενούμενους και το προσωπικό σε τοξικές και άλλες ουσίες, όπως συμβαίνει και με τα στοιχεία που υπάρχουν μέσα στα χρώματα τοίχου και τα καλύμματα πατωμάτων (χαλιά, μοκέτες, κτλ).

Επίσης, ευαίσθητα οικοσυστήματα απειλούνται από το μαζικό τουρισμό και την κακή διαχείριση των επιπτώσεων του. Ακτές, νησιά και βουνά και γενικά τοποθεσίες που χαρακτηρίζονται από περιοχές φυσικού κάλλους παραμένουν ιδιαίτερα ευαίσθητα στην υποβάθμιση λόγω της τουριστικής ανάπτυξης. (*Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges, Advanced Summary, October 2007*)

Οι πιο σχετικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις στις υπηρεσίες τουριστικής διαμονής εξαρτώνται από τους ακόλουθους παράγοντες:

- Διαχείριση νερού
- Χρήση χημικών
- Διαχείριση αποβλήτων / απορριμμάτων
- Χρήση ενέργειας
- Προμήθεια

Στην απαρχή της λειτουργίας μιας ξενοδοχειακής μονάδας αυτοί οι παράγοντες θα πρέπει να ληφθούν υπ' όψη προκειμένου η μονάδα να λειτουργεί με τέτοιο τρόπο υπέρ της προστασίας του περιβάλλοντα χώρου.

Διαχείριση Νερού:

Η υπερκατανάλωση του νερού σε ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις είναι γεγονός, το νερό έχει χρήσεις σε λουτρά, μπάνια, τουαλέτες, κουζίνες, πισίνες κ.α, είναι ένα σημαντικό ζήτημα όπου έχει σημαντικές επιπτώσεις στην πηγή τροφοδοσίας νερού και υπάρχει ο κίνδυνος της λειψυδρίας, αν δεν χρησιμοποιούνται οι πηγές παροχών με σύνεση.

Χρήση Χημικών:

Η διαχείριση των επικίνδυνων υλικών παρουσιάζει συγκεκριμένα προβλήματα, τα περισσότερα χημικά υλικά πρέπει να ελέγχονται ξεχωριστά,

ενώ πολλές φορές περνούν απαρατήρητα και αποθηκεύονται με τα συνηθισμένα υλικά έτσι όμως αυξάνονται τα ποσοστά μολύνσεων.

Διαχείριση αποβλήτων / απορριμμάτων:

Απορρίμματα/ απόβλητα δημιουργούνται από οποιαδήποτε δραστηριότητα του ξενοδοχειακού χώρου και είναι αυτά όπου έχουν τις περισσότερες περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Υπάρχουν εκπομπές αποβλήτων στον αέρα, απόβλητα σε πηγές νερού και επίσης τα στερεά απορρίμματα όπως χαρτιά, αλουμίνια, γυαλιά κ.α

Χρήση ενέργειας:

Οι μορφές ενέργειας ποικίλουν στην λειτουργία ενός ξενοδοχείου και αυτές χρησιμοποιούνται σε διαφορετικές παρεχόμενες υπηρεσίες ως προς την δημιουργία ενός ευχάριστου κλίματος για την διαμονή των επισκεπτών. Μορφές ενέργειας είναι η ηλεκτρική, το φυσικό αέριο, το πετρέλαιο και τα καύσιμα. Η κατάχρηση αυτών των ενεργειών δημιουργεί βαρύτατα ρύποι στο περιβάλλον και οικονομικές ζημίες προς την επιχείρηση.

Προμήθεια:

Το μέγεθος των προμηθειών όπου λαμβάνει ένα ξενοδοχείο εξαρτάται από το μέγεθος της χρήσης των πρώτων υλών όπου χρησιμοποιούν καθημερινά οι εργαζόμενοι στον χώρο αλλά και οι επισκεπτόμενοι το χώρο αυτό. Αν η χρήση γραφικής ύλης, εξοπλισμού γραφείου ή άλλων υλικών είναι αυξημένη, είναι λογικό να υπάρχει και επίπτωση στο περιβάλλον, διότι για να παρασκευαστούν αυτά τα βασικά υλικά είναι απαραίτητη η χρήση πρωτογενών παραγόντων.

1. Μορφές τουρισμού με συμβολή στην προστασία του περιβάλλοντος:

Τα τελευταία χρόνια, και ειδικά στην Ελλάδα, παρατηρείται μια προσπάθεια αναδιαμόρφωσης του τουριστικού τομέα, μέρος της οποίας είναι και η προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο χώρο της υπαίθρου. Η εξέλιξη αυτή δεν είναι μόνο απόρροια της επιτακτικής ανάγκης για οικονομική αναδιάρθρωση του χώρου της υπαίθρου (ιδίως των μειονεκτικών περιοχών) αλλά και απόρροια της αυξημένης ζήτησης για διαφοροποιημένες μορφές αναψυχής από μια μεγάλη μερίδα τουριστών.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν απάντηση στην κρίση του υπαρκτού τουρισμού. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού εισάγουν τη μορφωτική εμπειρία στη θέση της επιδερμικής επαφής με το «ξένο» στοιχείο, λαμβάνουν υπόψη τη «φέρουσα ικανότητα» του επισκέπτη εξατομικεύοντας τις ταξιδιωτικές προτάσεις, αρνούνται τη δημιουργία μηχανισμών περιφρούρησης του τουρίστα μέσω της διαμόρφωσης γυάλινων πύργων. Ο περιβαλλοντικός, αγροτικός, αθλητικός, θρησκευτικός, πολιτιστικός ή τουρισμός με μορφές εθελοντισμού, επιχειρούν την επαναπροσέγγιση και ζεύξη της τουριστικής εμπειρίας με άλλες, παραγωγικές ή πολιτιστικές δραστηριότητες. Ο εναλλακτικός τουρισμός δεν μετατρέπει τον χρόνο αναψυχής σε χρόνο σεμιναρίων, όμως αρνείται την κατάσταση της «υπνοβασίας» στην οποία καταδικάζεται ο συμβατικός τουρίστας (*Εντγκάρ Μορέν*). Ο εναλλακτικός τουρισμός θέλει να κάνει τον καθένα να «αισθάνεται σαν στο σπίτι του», «οικειώνοντας» τον με τις τοπικές αρετές, τα τοπία, τις τροφές, την οδοιπορία, τη δημιουργία μέσα στην κατάσταση της εκμάθησης.

Σε αντιπαράθεση με τον μαζικό τουρισμό, ο εναλλακτικός τουρισμός δεν είναι «μεγάλης κλίμακας» αλλά τουρισμός που απευθύνεται σε μεμονωμένες ομάδες ατόμων με διάφορα ενδιαφέροντα (φύση, πολιτισμό, παράδοση, αθλητισμό, επιστήμη, θρησκεία κλπ).

Συγκεκριμένα υπάρχουν μορφές τουρισμού όπου μπορούν να εξυπηρετούν και την περιβαλλοντική διαχείριση αλλά και την ανάπτυξη του τουρισμού στην επιλεγμένη περιοχή, αυτές είναι:

- **Οικοτουρισμός**

Τουρισμός δηλαδή που συνδυάζει την τοπική οικονομική ανάπτυξη, διαφύλαξη της ποιότητας του περιβάλλοντος και την ανάδειξη των φυσικών πλεονεκτημάτων και της ιστορίας μιας περιοχής. Οι συνδυασμοί όλων ή κάποιων από τα είδη τουρισμού που αναφέραμε πιο πάνω, όπου μπορούν να συμβάλουν καθοριστικά στην ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα μας.

- **Αγροτουρισμός**

Ο αγροτουρισμός είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, με την οποία ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού, με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση.

Επίσης, η δραστηριότητα αυτή φέρνει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση καθώς και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στις οποίες μπορεί να συμμετέχει, να ψυχαγωγηθεί και να νοιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης.

Παράλληλα, κινητοποιεί τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις ενός τόπου, συμβάλλοντας έτσι στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου.

(Δ. Σφακιανάκης: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού)

• Γεωτουρισμός

Ο γεωτουρισμός θεωρείται μια νέα μορφή πολιτιστικό-περιβαλλοντικού τουρισμού, που μπορεί να αναπτυχθεί σε περιοχές που διαθέτουν σημαντικά γεωλογικά μνημεία, τα οποία μπορούν να αποτελέσουν πόλο προσέλκυσης τουριστών ειδικού ενδιαφέροντος.

Κύριος στόχος του είναι η σύνδεση των στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντος με τη γεωλογική κληρονομιά κάθε τόπου, τα πολιτιστικά μνημεία και τις παραδόσεις του.

Μεμονωμένες περιπτώσεις ανάδειξης και αξιοποίησης γεωλογικών μνημείων υπάρχουν σε ολόκληρη την Ευρώπη. Κυριότερο παράδειγμα γεωτουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα αποτελεί το απολιθωμένο δάσος Λέσβου και οι πολλαπλές δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε αυτό, από το μουσείο Φυσικής Ιστορίας της περιοχής (εκπαιδευτικές δραστηριότητες, διοργάνωση εκδηλώσεων και διεθνών συνεδρίων κ.τ.λ.).

Το παράδειγμα αυτό αποδεικνύει τις θετικές επιδράσεις του γεωτουρισμού στην περιφερειακή αναπτυξιακή διαδικασία (αύξηση εισοδημάτων, δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, συγκράτηση του πληθυσμού, προσέλκυση επιστημονικού ενδιαφέροντος).

Πολλές επιχειρήσεις σ' όλη τη χώρα, προσφέρουν τη δυνατότητα να απολαύσουν οι επισκέπτες τα μοναδικά πλεονεκτήματα του επιλεγμένου προορισμού, μέσω ειδικών προγραμμάτων αγροτουρισμού. Οι επιχειρήσεις αυτές κατατάσσονται στις παρακάτω κατηγορίες:

- πρατήρια / εκθετήρια αγροτουριστικών προϊόντων
- αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής
- τουριστικά γραφεία, που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση ή την υλοποίηση προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων οικοτουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος

- αγροκτήματα
- επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων
- εργαστήρια λαϊκής τέχνης.

Αυτές οι μορφές σέβονται ταυτόχρονα την τοπική κοινωνία και τους επισκέπτες της, την πολιτιστική κληρονομιά και το περιβάλλον.

Στόχος τους είναι να προσφέρουν ενδιαφέρουσες και εκπαιδευτικές διακοπές στους τουρίστες που ωφελούν ταυτόχρονα την τοπική κοινωνία και έχουν ως αποτέλεσμα την βιωσιμότητα των τουριστικών περιοχών. (www.e-ecology.gr)

Άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπου συμβαδίζουν με την προστασία του περιβάλλοντος είναι ενδεικτικά:

- § Φυσιολατρικός τουρισμός
- § Ορεινός τουρισμός
- § Πολιτιστικός τουρισμός
- § Αθλητικός τουρισμός
- § Χειμερινός τουρισμός
- § Θαλάσσιος τουρισμός
- § Τουρισμός περιπέτειας κ.α.

2. Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη:

Προκειμένου λοιπόν να προστατευτεί το φυσικό περιβάλλον από αυτή την διατάραξη όπου επήλθε, και από την κατασπατάληση των φυσικών πόρων, γεννήθηκε η ιδέα της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης (sustainable tourism development).

Ο αειφόρος τουρισμός ξεκίνησε την δεκαετία του 1980 από επιστήμονες του τουριστικού προϊόντος και της περιβαλλοντικής προστασίας όπου

αναζητούσαν λύσεις στα προβλήματα όπου δημιούργησε αρχικά ο μαζικός τουρισμός στις περιοχές όπου υπήρχαν τουριστικά θέρετρα εκείνη την εποχή.

Ο μαζικός τουρισμός (mass tourism) αναφέρεται σε ομάδες τουριστών, όπου μέσω ενός τουριστικού γραφείου το οποίο συνεργάζονται tour operators έχουν αγοράσει ένα τουριστικό πακέτο διακοπών για έναν συγκεκριμένο προορισμό.

Σήμερα η έννοια της αειφορίας ενθαρρύνεται από όλους τους διεθνείς φορείς τουριστικής ανάπτυξης. Όμως τι ακριβώς πρεσβεύει αυτή η έννοια; Ο ορισμός σε αυτό τον όρο είναι πολυσύνθετος. Η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη στην πιο καθιερωμένη της έννοια, είναι μια βιομηχανία η οποία προσπαθεί να μειώσει τις επιπτώσεις στο περιβάλλον και στην τοπική κοινωνία, καθώς βοηθάει στην αύξηση του εισοδήματος και των θέσεων εργασίας της χώρας προορισμού.

Ακόμη πιο συγκεκριμένα με τον όρο αειφόρος τουριστική ανάπτυξη εννοούμε την ανάπτυξη μιας παροχής ή επιχείρησης ώστε να μην κατακερματίζονται οι υπάρχουσες πηγές και να παραμένουν διατηρητέες. Ειδικότερα πρόκειται για μια έννοια η οποία έχει στόχο την καλύτερη κάλυψη των ανθρώπινων αναγκών, με βάση την ορθολογική χρήση των φυσικών πηγών χωρίς βέβαια να μπαίνει σε κίνδυνο η φυσική ισορροπία και χωρίς επίσης να υπονομεύεται η μελλοντική κάλυψη των άμεσων ανθρώπινων αναγκών.

Η αειφορία θεωρείται μια προσπάθεια συμβιβασμού των αντιθέσεων μεταξύ οικονομικής ανάπτυξης και περιβάλλοντος και φυσικά αποτελεί μια μετριοπαθή αναπτυξιακή και φιλοπεριβαλλοντική προσέγγιση χωρίς να υπάρχει άμεση ταύτιση με την οικολογική άποψη της οικοανάπτυξης, ενώ υπάρχει μια ουσιαστική αντίθεση με τις πιο ακραίες οικολογικές ή αναπτυξιακές απόψεις.

Είναι μια μορφή του τουρισμού όπου είναι οικολογικά τροποποιημένη αλλά και πολιτισμικά. Αναλυτικότερα η έννοια αυτή επεξεργάζεται την ιδέα ότι οι περιβαλλοντικές πηγές δεν θα πρέπει να καταστρέφονται από τις προσωρινές δραστηριότητες των τουριστών αλλά θα πρέπει να προστατεύονται με τέτοιο

τρόπο ώστε να μπορούν και οι επόμενες γενιές να γνωρίσουν αυτή την περιοχή ως είχε στα προηγούμενα χρόνια και να μείνει όσο το δυνατόν αυτούσια.

Η αιφροική ανάπτυξη είναι και ο σκοπός των περισσότερων επιστημόνων. Μια τέτοιου είδους ανάπτυξη προσπαθεί να αντιμετωπίσει τα προβλήματα όπου παρουσιάζονται κατά την διαμονή των τουριστών στην περιοχή και επίσης να επιλύσει τα θέματα όπου αφορούν την κατασκευή των υποδομών χωρίς να τεθούν σε κίνδυνο οι φυσικοί πόροι.

Στα επόμενα χρόνια οι μελετητές της αιφόρου τουριστικής ανάπτυξης προσπάθησαν να διατυπώσουν τα χαρακτηριστικά εκείνα σημεία και της αρχές αυτής της έννοιας. Σύμφωνα με το βιβλίο του Κου. Δ. Σφακιανάκη: *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού: (Σελ.176)*

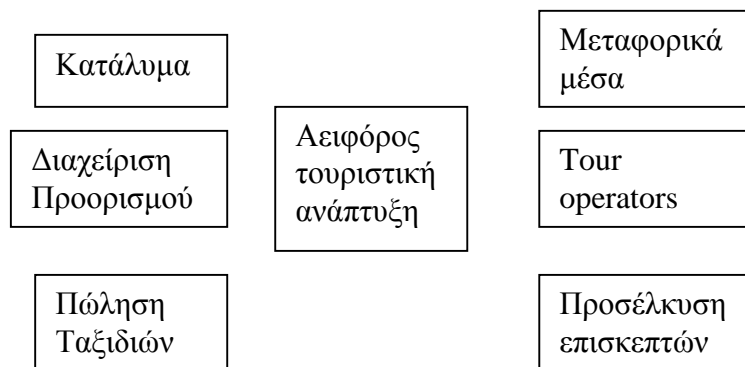
Παρατίθενται τα εξής:

- Ο Αειφόρος Τουρισμός αναφέρεται σε κάθε τουριστική δραστηριότητα.
- Δεν απαιτεί μεγάλες επενδύσεις άρα δεν ζημιώνει αλλά συμπληρώνει τις πρακτικές της τουριστικής ανάπτυξης.
- Δεν αποκλείει την αλλαγή του περιβάλλοντος από τις κατασκευές των υποδομών αλλά φροντίζει ώστε να μην καταστρέφουν οι τουριστικές δραστηριότητες το φυσικό περιβάλλον.
- Δεν δέχεται το δόγμα του μεγάλου μεγέθους άρα ούτε και της μεγάλες δραστηριότητες.
- Κάθε τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να προσαρμόζεται στην ιδιαιτερότητα του χώρου υποδομής ώστε να μην έχει συσσωρευτικές δυσμενείς συνέπειες.
- Πρεσβεύει ότι οι ανάγκες του παρόντος θα πρέπει να αντιμετωπίζονται χωρίς να μειώνουν την ικανότητα των επόμενων γενεών να αντιμετωπίσουν τις δικές τους.

- Προσπαθεί να περιορίσει το τουριστικό κόστος και συγκεκριμένα το οικονομικό, κοινωνικό, και περιβαλλοντικό ώστε να μην υπάρξουν επιπτώσεις.
- Βασική αρχή της αειφόρου ανάπτυξης είναι η χωρητικότητα, δηλαδή το μέγεθος του πληθυσμού του τουριστικού ρεύματος. Συγκεκριμένα να μην ξεπερνά τον αριθμό των ανθρώπων όπου μπορεί ο προορισμός να κατέχει ώστε να μην διαταράσσουν τον χώρο.

Η αειφόρος τουριστική ανάπτυξη σχετίζονται και με άλλους παράγοντες του τουρισμού γενικά ακολουθεί πίνακας με αυτή την συσχέτιση:

Πίνακας 2.



Με βάση τα παραπάνω είναι εξαιρετικά σημαντικό να αναφερθούν και οι 10 αρχές της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης:

- Η χρησιμοποίηση με «μέτρο» των φυσικών πηγών.
- Η μείωση της υπερκατανάλωσης και των λημμάτων.
- Διατήρηση της εναλλαγής της ποικιλομορφίας με σκοπό να παραμείνει η ποικιλότητα της περιοχής.
- Ενσωμάτωση του τουρισμού σαν βασική αξία του Γενικού Σχεδιασμού μιας περιοχής.
- Υποστήριξη των Τοπικών Οικονομιών.
- Εμπλοκή των Τοπικών Κοινοτήτων.

- Συμβουλές προς τους επενδυτές και το κοινό.
- Εκπαίδευση του προσωπικού πριν βγει στην αγορά εργασίας.
- Προώθηση της Τουριστικής Υπευθυνότητας.
- Πραγματοποίηση έρευνας, αποτελεσμάτων και επανεπένδυσης.
(Σημειώσεις κ. Μπενετάτου, μάθημα Τουριστική Οικονομία, 2005, Περιβαλλοντική Τεχνολογία και Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη)

Επομένως, συνοψίζοντας, μπορεί κανείς να υποστηρίξει ότι η συμβολή της τεχνολογίας στην προστασία του περιβάλλοντος πραγματοποιείται με:

- ◆ Ελάττωση της παραγόμενης ρύπανσης ή υποβάθμισης
- ◆ Βελτίωση της υφιστάμενης κατάστασης ρύπανσης ή υποβάθμισης
- ◆ Καλύτερη γνώση του περιβάλλοντος

Οι τεχνολογικές προοπτικές για βελτίωση του περιβάλλοντος στους διάφορους τομείς παρουσιάζουν συνοπτικά την εξής εικόνα:

§ Στον τομέα της παραγωγής ενέργειας, οι τεχνολογικές προοπτικές μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων συνίστανται κυρίως στην υποκατάσταση κλασσικών με ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, στην εξοικονόμηση καταναλισκόμενης ενέργειας και στη μείωση των εκπεμπόμενων ρυπαντικών φορτίων.

§ Στον τομέα της αγροτικής παραγωγής, κύριες προοπτικές είναι η υποκατάσταση των αγροχημικών προϊόντων, η ορθολογική διαχείριση των υδατικών και εδαφικών πόρων, η χρήση τρόπων φιλικότερων προς το περιβάλλον για την αύξηση της αγροτικής παραγωγής και ο περιορισμός της παραγόμενης ρύπανσης.

§ Στον τομέα της διαχείρισης αποβλήτων, η αντιμετώπιση της ρύπανσης από στερεά, υγρά ή αέρια βιομηχανικά και αστικά απόβλητα αναπτύσσεται προς πολλές διαφορετικές τεχνολογικές κατευθύνσεις: την υποκατάσταση των ρυπογόνων προϊόντων, την ανάπτυξη καθαρότερων τεχνολογιών παραγωγής, την κατάλληλη επεξεργασία και διάθεση των αποβλήτων, την ανακύκλωση ή επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων, την παρακολούθηση και μέτρηση των ρυπαντικών φορτίων κ.λπ.

Στόχος είναι ο περιορισμός των τοξικών ουσιών που απειλούν την ανθρώπινη υγεία και τα οικοσυστήματα, η μείωση της ρύπανσης ιδίως στους πιο επιβαρυσμένους τόπους και η αποκατάσταση της λειτουργίας των διαταραγμένων φυσικών κύκλων.

- Η εφαρμογή νέων τεχνικών, όπως η τηλεπισκόπηση και η χρήση δορυφόρων, έχει ήδη προωθήσει σημαντικά τον τομέα των μετρήσεων και της παρακολούθησης του περιβάλλοντος.
- Στον τομέα των μεταφορών, νέες τεχνολογίες, όπως οι καταλυτικοί μετατροπείς, συγκρατούν σημαντικά τις εκπομπές αέριων ρύπων, ενώ ανοίγονται νέες προοπτικές. *(σημειώσεις κ. Μπενετάτου, μάθημα Τουριστική Οικονομία, 2005, Περιβαλλοντική Τεχνολογία και Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη).*

Οι σύγχρονες προκλήσεις επιβάλλουν την συνεχή αναζήτηση και την υιοθέτηση μιας Αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης, που θα θέτει το περιβάλλον και τον άνθρωπο στο κέντρο του ενδιαφέροντος.

Η τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να προσδοκά τόσο στην άνοδο του επιπέδου της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών όσο και στην αρμονική ενσωμάτωση δράσεων που στοχεύουν στην αναβάθμιση του περιβάλλοντος.

3. Περιβαλλοντική πολιτική στις τουριστικές επιχειρήσεις:

Όπως κάθε επιχείρηση σε οποιοδήποτε κλάδο λειτουργίας εφαρμόζει μια πολιτική, θέτοντας τα πλαίσια λειτουργίας της και αποσκοπώντας σε κάποιο μακροπρόθεσμο αποτέλεσμα, έτσι και στον τουρισμό είναι λογικό να εφαρμόζονται διαφορές πολιτικές λειτουργίας.

Στον Πίνακα που ακολουθεί, βλέπουμε ότι μεταξύ 2000-2006 τις αφίξεις, τις διανυκτερεύσεις και την διάρκεια διαμονών των αλλοδαπών επισκεπτών στην Ελλάδα.

Πίνακας 3.

Έτος	Αφίξεις αλλοδαπών στα πάσης φύσεως καταλύματα* (1)		Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών στα πάσης φύσεως καταλύματα* (2)		Μέση Διάρκεια Παραμονής (2) / (1)
2000	8.011.967		47.023.630		5,87
2001	7.208.307	-10,03%	42.494.140	-9,63%	5,90
2002	6.843.179	-5,07%	40.952.769	-3,63%	5,98
2003	6.767.976	-1,10%	40.407.463	-1,33%	5,97
2004	6.461.062	-4,53%	38.796.196	-3,99%	6,00
2005	7.348.706	13,74%	40.734.354	5,00%	5,54
2006	7.748.208	5,44%	43.055.381	5,70%	5,56

Πηγή: ΕΣΥΕ

*περιλαμβάνονται ξενοδοχεία, ομοειδή, βοηθητικά καταλύματα και κάμπινγκ - δεν περιλαμβάνονται ενοικιαζόμενα δωμάτια

Στην ξενοδοχειακές μονάδες και όχι μόνο, μια τέτοια πολιτική είναι και η περιβαλλοντική, και αυτό εκπίπτει από το σύνολο των αριθμών των επισκεπτών όπου βλέπουμε στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 4 : Ποσοστό αφίξεων από 01/11/1999-01/03/2000

ΧΩΡΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΦΙΞΕΩΝ
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	28,95
ΤΟΥΡΚΙΑ	20,54
ΙΣΠΑΝΙΑ	25,84
ΚΥΠΡΟΣ	19,12
ΕΛΛΑΔΑ	10,03

Πηγή : Περιφέρεια Κρήτης .

Η περιβαλλοντική πολιτική είναι η βάση για την ενημέρωση του ενδιαφερόμενου φορέα για τις περιβαλλοντικές προτεραιότητες της ξενοδοχειακής επιχείρησης. Περιγράφει τους συνολικούς σκοπούς και στόχους των δραστηριοτήτων και λειτουργιών με σεβασμό προς το περιβάλλον.

Η περιβαλλοντική πολιτική θεσπίζει γενικούς στόχους και αρχές δράσης, τα οποία έχει προτείνει η ίδια η μονάδα σε σχέση με την περιβαλλοντική προστασία, πρέπει να περιλαμβάνει δυο βασικά στοιχεία, την συμμόρφωση στους κανονισμούς όπου έχουν θεσπιστεί και στην συνεχή βελτίωση αυτών συγκεκριμένα μια περιβαλλοντική πολιτική πρέπει:

- Να δεσμεύεται και να βελτιώνεται σε σχέση με την πρόληψη κατά της ρύπανσης
- Να συμπεριλαμβάνει κανονισμούς και νομοθεσίες προς την προστασία του περιβάλλοντος
- Να τηρεί τις αναλογίες ανάμεσα στην φύση, την φέρουσα ικανότητα και των προϊόντων- υπηρεσιών της ξενοδοχειακής επιχείρησης.
- Επίσης, βασική προϋπόθεση για την σωστή λειτουργία μιας περιβαλλοντικής πολιτικής είναι η υιοθέτηση της από την διοίκηση της ξενοδοχειακής μονάδας, να επιθεωρείται, να αναθεωρείται για να έχει το

καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. (*Ξενοδοχεία/περιβαλλοντική διαχείριση, (Ιαν-Φεβ 2008), Hotel and restaurant, Τεύχος 108, σ. 73-76*).

Η σύγχρονη περιβαλλοντική πολιτική που ασκείται στις περισσότερες χώρες και ιδιαίτερα στην Ευρωπαϊκή Ένωση βασίζεται κατ' αρχήν στα ανθρώπινα δικαιώματα και στη δημοκρατική αρχή της πλειοψηφίας, καθώς και στις ακόλουθες αρχές:

- Επιδίωξη υψηλού επιπέδου προστασίας
- Πρόληψη των βλαβών του περιβάλλοντος
- Χρέωση στον ρυπαίνοντα του κόστους της ρύπανσης (*Ο ρυπαίνων πληρώνει*).

Η αρχή της πρόληψης, έχει συμπληρωθεί τα τελευταία χρόνια με την αρχή της προφύλαξης, η οποία είχε εισαχθεί ως πρόσθετος στόχος στο 5ο ευρωπαϊκό πρόγραμμα δράσης για το περιβάλλον, στη δεκαετία του '90. Σύμφωνα με την πρώτη, επιβάλλονται προστατευτικά μέτρα, όταν αποδεδειγμένα αναμένονται αρνητικές επιπτώσεις. Στις περιπτώσεις που υπάρχει διχογνωμία εφαρμόζονται επανορθωτικά μέτρα, αν και όταν εκδηλωθούν οι επιπτώσεις.

Ένας σημαντικός παράγοντας είναι και η ενημέρωση των πελατών για την περιβαλλοντική πολιτική της ξενοδοχειακής επιχείρησης και των σχετικών προγραμμάτων και υπηρεσιών όπου παρέχονται βάση αυτών. Ο λόγος όπου θα πρέπει να υπάρχει η σχετική ενημέρωση είναι διότι, η ξενοδοχειακή μονάδα λειτουργεί και αναπτύσσεται μέσα στο περιβάλλον και αυτό είναι το κύριο μέσο προσέλκυσης των επισκεπτών.

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες όπου προσφέρονται στους πελάτες μιας επιχείρησης, συνδέονται άμεσα με το περιβάλλον και τις περισσότερες φορές δεν είναι φιλικά προς αυτό.

Έτσι λοιπόν είναι ευθύνη της διοίκησης του ξενοδοχείου να ενημερώνει συνεχώς τους πελάτες και να τους κινητοποιεί για τα περιβαλλοντικά ζητήματα. Ευθύνη της επιχείρησης είναι επίσης και η

δημιουργία μιας φιλικής προς το περιβάλλον εικόνας για την προσελκύσει νέων ενδιαφερόμενων.

Τέλος τα βήματα όπου πρέπει να γίνουν από μέρος της ξενοδοχειακής επιχείρησης για την λειτουργία της περιβαλλοντικής πολιτικής είναι:

- Δέσμευση της διοίκησης για προστασία του περιβάλλοντος
- Συζήτηση μέσα στην επιχείρηση και σχεδιασμός μιας πρότασης λειτουργίας
- Επανεξέταση της πρότασης και συμφωνία των μελών της διοίκησης
- Γνωστοποίηση της πρότασης στο προσωπικό της επιχείρησης και στο ενδιαφερόμενο κοινό για το νέο σχέδιο λειτουργίας.

4. Πολιτικές προστασίας και διατήρησης του περιβάλλοντος:

Η χάραξη μιας περιβαλλοντικής πολιτικής είναι το πρώτο βήμα για την δημιουργία ενός Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (ΣΠΔ). Είναι σημαντικό να έχει ολοκληρωθεί η φάση του προγραμματισμού από μέρος της επιχείρησης προκειμένου να εφαρμοστεί το ανάλογο Σύστημα.

- Το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης είναι οι αποφασισμένες διαδικασίες λειτουργίας της επιχείρησης, όπου εξασφαλίζουν την σωστή λειτουργία της περιβαλλοντικής πολιτικής, με έμφαση στην συμμετοχή των υπαλλήλων στο πρόγραμμα λειτουργίας την ξενοδοχειακής μονάδας και στην διαμόρφωση των διοικητικών τομέων. Δίνει την δυνατότητα στις τουριστικές επιχειρήσεις να εισάγουν διαχειριστικές και τεχνικές πρακτικές προς την υλοποίηση των ποιοτικών και ποσοτικών στόχων, όπου είναι καθορισμένοι από την διοίκηση της ξενοδοχειακής

επιχείρησης. (Baird-Murray J. (May 2007), *Environmental Policy, The Metropole*).

Τα κύρια οφέλη από αυτά τα Συστήματα Διαχείρισης είναι:

- Μείωση της κατανάλωσης των φυσικών πόρων
- Ανάπτυξη των δεξιοτήτων των εργαζομένων
- Βελτίωση των διοικητικών δομών και διαδικασιών
- Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης και αύξηση του ανταγωνισμού
- Προστασία και αναβάθμιση του τοπικού περιβάλλοντος μέσω της αμιγούς συνεργασίας με τους εξωτερικούς παράγοντες (προμηθευτές)

Η συνεχής ανάπτυξη και η εφαρμογή των συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης δείχνει το ενδιαφέρον όπου εκδηλώνουν οι νέες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις για την υιοθέτηση ομοειδών Συστημάτων διαχείρισης, αλλά οι μεμονωμένες πρωτοβουλίες είναι δύσκολο να αποδώσουν αν δεν υπάρχει συντονισμός και σωστός προγραμματισμός.

Υπάρχει σημαντικό έλλειμμα ενημέρωσης σε θέματα περιβαλλοντικής νομοθεσίας και τεχνολογιών προστασίας του περιβάλλοντος, ενώ η εποχιακή λειτουργία ξενοδοχειακών μονάδων δεν συντελεί καθόλου στην περιβαλλοντική διαχείριση.

4 i. Κανονισμός EMAS:

Το EMAS είναι ένα από τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, εκδόθηκε για πρώτη φορά το 1993 από το Συμβούλιο Ευρωπαϊκής Οικονομικής Ένωσης και αφορούσε την εκούσια συμμετοχή επιχειρήσεων του βιομηχανικού

τομέα αλλά σήμερα έχει διευρυνθεί στο πεδίο εφαρμογής του κλάδου των τουριστικών επιχειρήσεων και ειδικότερα στα ξενοδοχεία.

Η συμμετοχή στο EMAS είναι εθελοντική και το Σύστημα έχει ως σκοπό την προώθηση της περιβαλλοντικής διαχείρισης στις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις.

Ο Κανονισμός EMAS παρέχει σημαντικές μειώσεις στις επιπτώσεις όπου προκαλούνται μέσα στην επιχείρηση αλλά και έξω από αυτή.

Συγκεκριμένα:

- Βελτιώσεις στις περιβαλλοντικές επιδόσεις της επιχείρησης
- Καλύτερη διοίκηση
- Οικονομικά οφέλη
- Εξασφάλιση χρηματοδοτήσεων και
- Συμμόρφωση με τη νομοθεσία

Συμφωνά με τις απαιτήσεις του Κανονισμού, η ξενοδοχειακή επιχείρηση όπου επιθυμεί την καταχώρηση της στο μητρώο του *ΥΠΕΧΩΔΕ* και στην επίσημη εφημερίδα της *Ευρωπαϊκής Ένωσης* θα πρέπει: να εφαρμόσει ένα ΣΠΔ βελτιώνοντας συνεχώς τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του, να ενδυναμώσει την συμμετοχή των εργαζομένων σε αυτό, να ενημερώσει το κοινό και τα ενδιαφερόμενα μέλη της επιχείρησης και τέλος να εκθέσει το σύστημα όπου ακολουθεί με συστηματική αντικειμενική αξιολόγηση των επιδόσεων του.

Όλα αυτά τα στοιχεία της επιχείρησης θα πρέπει να ανακοινώνονται δημοσίως είτε σε περιβαλλοντικές εφημερίδες είτε ως επικυρωμένες μελέτες.

4 ii. ISO 14001:

Το 1996, τρία χρόνια μετά την υιοθέτηση του Κανονισμού EMAS, εκδόθηκε το Διεθνές Βιομηχανικό Πρότυπο ISO 14001 για τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης σε κάθε μέγεθος επιχείρησης.

Αυτό το πρότυπο παρέχει πιο αναλυτικές οδηγίες όσο αφορά τις μεμονωμένες πτυχές της περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Όπως και με το EMAS, η εφαρμογή αυτού του προτύπου είναι προαιρετική και ειδικεύεται στην εξέταση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και αν αυτές συμμορφώνονται στα δεδομένα του προτύπου ISO 14001, αν η ελεγχόμενη εταιρεία έχει εξεταστεί επιτυχώς, εκδίδεται το ανάλογο πιστοποιητικό.

Το ISO 14001 δίνει ιδιαίτερο βάρος στα παρακάτω θέματα όπου προκύπτουν:

- Τη λειτουργία της τουριστικής μονάδας βάση περιβαλλοντικών όρων
- Τη επιμόρφωση των στελεχών και των υπαλλήλων (περιβαλλοντική εκπαίδευση)
- Τη ευαισθητοποίηση του προσωπικού ανάλογα τον τομέα ειδικότητας
- Τη σωστή λειτουργία των τεχνικών μονάδων αντιρύπανσης
- Την τήρηση των κριτηρίων της Ε.Ε για την απόκτηση του οικολογικού σήματος
- Την παρακολούθηση των περιβαλλοντικών επιδόσεων και αποδόσεων και τέλος
- Την επικοινωνία με τους αρμόδιους φορείς

Για μια ξενοδοχειακή επιχείρηση είναι αρκετά σημαντικό να υπάρχει μια πιστοποίηση του ISO 14001 για τους παρακάτω λόγους:

Παρέχεται η βεβαίωση στα ενδιαφερόμενα μέρη, συμπεριλαμβανομένων των πελατών, των μετόχων και της τοπικής κοινότητας ότι η επιχείρηση αναγνωρίζει τις υποχρεώσεις της και τις περιβαλλοντικές ευθύνες της και φροντίζει να ελαχιστοποιεί το αντίκτυπο των εργασιών της στο περιβάλλον.

Αυξάνεται η δυνατότητα για ασφαλιστική κάλυψη με μειωμένο κόστος λόγω της κατοχής ενός συστήματος διαχείρισης που περιλαμβάνει την ελαχιστοποίηση και τον προγραμματισμό κινδύνου.

Μεγιστοποιείται η εμπορική προβολή της επιχείρησης και ανταγωνιστικότητας της.

Βελτιώνει τις σχέσεις με τη βιομηχανία και τους περιβαλλοντικούς Οργανισμούς αφού η εφαρμογή του συστήματος διαχείρισης εξασφαλίζει ότι ικανοποιούνται νόμοι και διατάξεις περιβαλλοντικού χαρακτήρα.

Εξασφαλίζονται οι προϋποθέσεις για συμμετοχή σε μεγάλους, διεθνείς διαγωνισμούς

Αποτελεσματική διαχείριση επιχειρησιακών κινδύνων.

Αύξηση της πιθανότητας για παγκόσμια αναγνώριση

4 iii. Διαφορές του EMAS και του ISO 14001:

Στον παρακάτω πίνακα θα παραθέσουμε τις βασικές διαφορές των δυο συστημάτων διαχείρισης όπως αυτά αναλύθηκαν:

Πίνακας 5.

EMAS	ISO 14001
Αναγνωρίζεται μόνο στην Ε.Ε	Παγκόσμια αναγνώριση
Απαιτεί την καταγραφή των περιβαλλοντικών επιπτώσεων	Δεν είναι απαραίτητη η καταγραφή των επιπτώσεων
Επανελέγχος από επιθεωρητές κάθε τρία χρόνια	Ετήσιος έλεγχος συμμόρφωσης στο ΣΠΔ
Δεν απαιτεί περιβαλλοντική δήλωση	Δεν απαιτεί περιβαλλοντική δήλωση
Περιβαλλοντική πολιτική δημοσιεύεται με την δήλωση	Περιβαλλοντική πολιτική είναι ανακοινώσιμη στο κοινό

1. Ένταξη στην περιβαλλοντική διαχείριση:

Για να ενταχθεί μια ξενοδοχειακή μονάδα στα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης όπως αυτά αναλύθηκαν, θα πρέπει να πληρεί κάποιες προϋποθέσεις και μακροχρόνιο σχεδιασμό. Μια ξενοδοχειακή επιχείρηση μπορεί να περιλαμβάνει μία ή περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες. Οποιοδήποτε ή ακόμη και όλα τα ξενοδοχεία μπορούν να αναπτύξουν ή να συμμετάσχουν ένα Περιβαλλοντικό Σύστημα.

Επίσης μια έννοια όπου θα πρέπει να λαμβάνει και να μετρά η επιχείρηση είναι και η φέρουσα δυναμικότητα του χώρου ανάπτυξης, συγκεκριμένα η φέρουσα δυναμικότητα αποτελεί μια έννοια που χρησιμοποιείται για να προσδιορίσει τα σημείο εκείνο που οι αλλαγές στον τομέα της ανάπτυξης ξεκινούν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Πιο συγκεκριμένα η φέρουσα ικανότητα υπονοεί πως υπάρχει κάποιο όριο στη χρήση ή ακόμα και στην ανάπτυξη το οποίο αν ξεπεραστεί θα σημάνει την έναρξη της υποβάθμισης του περιβάλλοντος.

Βέβαια αν η χρήση ή η ανάπτυξη παραμείνει σε ένα επίπεδο χαμηλότερο της φέρουσας ικανότητας τότε θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι το περιβάλλον έχει μείνει ανέπαφο.

1.1 Σχεδιασμός

Ο σχεδιασμός όπου οδηγεί την ένταξη των ξενοδοχείων στην περιβαλλοντική διαχείριση ποικίλει ανάλογα με το επιλεγμένο σύστημα, κυρίως όμως είναι:

- Η ανάπτυξη μίας περιβαλλοντικής πολιτικής δηλαδή η απόφαση από μέρους της επιχείρησης για το Σύστημα όπου θα ακολουθήσει
- Ακολουθεί η περιβαλλοντική ανάλυση όπου είναι η έρευνα των επιπτώσεων της επιχείρησης στο περιβάλλον
- Το περιβαλλοντικό πρόγραμμα όπου θα επιλεγθεί από την επιχείρηση
- Η εσωτερική περιβαλλοντική επιθεώρηση δηλαδή η διαδικασία στην οποία ελέγχονται οι αποδόσεις της επιχείρησης και τέλος
- Η περιβαλλοντική δήλωση όπου απευθύνεται στο ευρύτερο κοινό και δημοσιοποιεί τις κινήσεις της επιχείρησης.

1.2 Προϋποθέσεις:

Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενη ενότητα μια ξενοδοχειακή επιχείρηση κατά την λειτουργία της δημιουργεί επιπτώσεις στο περιβάλλον και το επιβαρύνει με ρύπους κάθε είδους.

Βασική προϋπόθεση για την συμμετοχή σε ένα Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης είναι καταρχήν να αποκτήσει η ίδια η επιχείρηση οικολογική συνείδηση και μια φιλική προς το περιβάλλον λειτουργία, αυτό επιτυγχάνεται με την υιοθέτηση μιας περιβαλλοντικής πολιτικής.

Το ξενοδοχείο θα πρέπει να επιδεικνύει συνεχή συμμόρφωση με το σύνολο της περιβαλλοντικής νομοθεσίας καθώς επίσης και γνώση των συνεπειών για την τουριστική εγκατάσταση. Οι επιδόσεις της επιχείρησης θα πρέπει να βρίσκονται σε συνεχή επανεξέταση και αξιολόγηση με στόχο την βελτίωση τους.

1.3 Οφέλη:

Το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης παρέχει στην επιχείρηση την σωστή λειτουργία με ελάχιστες επιπτώσεις προς το περιβάλλον, μείωση των εξόδων της και την εκδήλωση του ενδιαφέροντος και από το κοινό και από τον ανταγωνισμό.

Η συμμόρφωση με τα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης, όπως αυτά της σειράς ISO14001, EMAS, αποφέρουν στις επιχειρήσεις και οργανισμούς σημαντικά οφέλη τα οποία έχουν καθαρή προστιθέμενη αξία στο ενεργητικό τους.

Η περιβαλλοντική διαχείριση έχει χειροπιαστά οφέλη στις επιχειρήσεις που αφορούν κυρίως σε ουσιαστική και μετρήσιμη μείωση στο λειτουργικό τους κόστος.

Πριν την επένδυση σε χρόνο και χρήμα στην εγκαθίδρυση κάποιου συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης (ΣΠΔ) πρέπει να πειστεί η επιχείρηση για τα οφέλη που θα έχει.

Συγκεκριμένα:

□ Ένα ΣΠΔ θα σας βοηθά στην ανίχνευση πιθανών οφελών: για μείωση των ποσών της ενέργειας, των υλικών και των αποβλήτων, όπως επίσης και ευκαιρίες για μείωση του κόστους.

□ Ένα πιστοποιημένο ΣΠΔ μπορεί να προσφέρει ανταγωνιστική αιχμή. Τα Τμήματα Προμηθειών, ειδικά σε μεγάλες επιχειρήσεις, απαιτούν όλο και περισσότερο για απτές αποδείξεις για την ύπαρξη κάποιου συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης.

□ Ένα συστηματικό ΣΠΔ θα σας βοηθήσει στην αναγνώριση και στην μείωση των κινδύνων που αφορούν στην ασφάλεια και στις πιθανές αντιξοότητες.

□ Η εφαρμογή ενός ΣΠΔ συχνά μπορεί να οδηγήσει σε μια πιο αποτελεσματική παραγωγική διαδικασία. Η καταγραφή των ικανοτήτων, των ευθυνών και των διαφανών διαδικασιών μειώνει τη σύγχυση και τις διαφωνίες και διασφαλίζει ότι η εταιρεία θα λειτουργεί ομαλά.

□ Καθιστώντας την περιβαλλοντική προστασία ως θέμα υψηλής προτεραιότητας στις καθημερινές σας λειτουργίες, μπορεί η επιχείρηση να ενισχύσει την αφοσίωση των υπαλλήλων στην επιχείρηση.

□ Ένα πιστοποιημένο ΣΠΔ επιδεικνύει ότι η εταιρεία λειτουργεί με προνοητικότητα και προγραμματισμό. Αυτή η θετική εικόνα θα συμβάλει στην επιτυχία σε μακροπρόθεσμη βάση. (*Olli Manninen, (April 2008) Target eco-efficiency with foresight, Bleuings. p.50-53*)

2. Πολιτεία και συμβολή στο περιβάλλον

Για να υπάρξει μία σχέση ισορροπίας μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος, που θα εξυπηρετεί και τις αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, θα πρέπει να θεσπισθούν ειδικές πολιτικές και να παρθούν ορισμένα μέτρα, παρακάτω θα αναλύσουμε την συμβολή του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα με σκοπό την περιβαλλοντική διαχείριση.

2.1 Η συμβολή του ιδιωτικού τομέα:

Με σκοπό τον περιορισμό των επιπτώσεων κατά την εγκατάσταση των τουριστικών μονάδων, ο ρόλος της πολιτείας θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικός μέσω της θέσπισης και ελέγχου εφαρμογής εργαλείων όπως οι Μελέτες Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων και οι περιβαλλοντικοί όροι και μέσω της προώθησης οικοδομικών κανονισμών καθώς και των αρχών και κανόνων της Βιοκλιματικής Αρχιτεκτονικής.

Η λογική για τη συμβολή του ιδιωτικού τομέα προς μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να αναζητηθεί στον τρόπο που αυτός λειτουργεί και στην αντιμετώπιση των πιέσεων στο περιβάλλον που προκύπτουν από την δραστηριότητά του.

Στο πλαίσιο αυτό, απόκριση της τουριστικής βιομηχανίας στο αυξανόμενο επίπεδο της περιβαλλοντικής ευαισθησίας και της ζήτησης για υψηλής ποιότητας περιβάλλοντος έχει αποτελέσει η ανάπτυξη πρωτοβουλιών και εργαλείων περιβαλλοντικής διαχείρισης για τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Αρχικά, ο σχεδιασμός και η εφαρμογή τέτοιων εργαλείων αποσκοπούσε στον περιορισμό των επιπτώσεων στο περιβάλλον και στην ανθρώπινη υγεία μέσω της βελτίωσης των περιβαλλοντικών επιδόσεων των επιχειρήσεων, στη μείωση του λειτουργικού τους κόστους καθώς και στην προσέλκυση περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένων επισκεπτών.

Πρόσφατα, η υιοθέτηση τέτοιων εργαλείων και πρακτικών από τον ιδιωτικό τομέα, δίνει τη δυνατότητα διείσδυσης σε νέες και ιδιαίτερα δυναμικές αγορές ευαισθητοποιημένων επισκεπτών υψηλού επιπέδου και κατ' επέκταση υψηλών εισοδηματικών στρωμάτων.

Προς την κατεύθυνση αυτή έχουν ήδη αναπτυχθεί μία σειρά από σχήματα και πρότυπα για την πρακτική ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής διάστασης κατά τη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων σε διεθνές και περιφερειακό επίπεδο.

Τα σχήματα αυτά είναι δυνατό να διακριθούν σε δύο κύριες κατηγορίες:

- σ' εκείνα που επιδιώκουν συνεχή βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων και συνδέονται κυρίως με τις διαδικασίες διοίκησης και τις

οργανωτικές δομές μίας τουριστικής επιχείρησης (συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης),

- και σ' εκείνα που αποβλέπουν στην εφαρμογή βέλτιστων τεχνικών λύσεων και προσαρμογών στους τομείς της πρόληψης και αντιμετώπισης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων (οικολογικά σήματα και σφραγίδες περιβαλλοντικής ποιότητας).

Αξίζει να αναφερθεί ότι μία ολοκληρωμένη προσέγγιση στην περιβαλλοντική διαχείριση μίας τουριστικής επιχείρησης εμπεριέχει την αξιοποίηση και των δύο παραπάνω συμπληρωματικών εργαλείων, τα οποία αποτελούν απόρροια αποσπασματικών και άτυπων πρωτοβουλιών για την προστασία του περιβάλλοντος και τη βελτίωση της περιβαλλοντικής επίδοσης των τουριστικών επιχειρήσεων (π.χ. τεχνικά εγχειρίδια και οδηγοί πρακτικής) που είχαν αναπτυχθεί ήδη από τις δεκαετίες του 1970 και 1980.

2.2 Η συμβολή του δημοσίου τομέα:

Οι ισορροπημένες σχέσεις τουριστικής ανάπτυξης και περιβάλλοντος πέρα από τις παραπάνω διακηρύξεις και τις άτυπες συμφωνίες, που δεσμεύουν και την Ελλάδα, εξασφαλίζονται και από ένα ευρύ νομικό πλαίσιο κανόνων, που ρυθμίζουν σε εθνικό επίπεδο τα θέματα του περιβάλλοντος σε όλες τις εκφάνσεις με επικέντρωση στο ιδιαίτερο κρίσιμο θέμα της προστασίας του.

Παρακάτω αναφέρουμε βασικές νομοθεσίες όπου έχουν θεσπιστεί για την σχέση του τουρισμού με το περιβάλλον.

Ο θεμελιώδης νόμος στο Σύνταγμα με άρθρο 24 αναφέρει ότι η προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος αποτελεί υποχρέωση του κράτους, το οποίο πρέπει να παίρνει τα αναγκαία προληπτικά και κατασταλτικά μέτρα.

Ειδική μνεία γίνεται για την προστασία των δασών, για τα μνημεία, τις παραδοσιακές περιοχές, τα θέματα της χωροταξίας και της πολεοδομίας. Για την εφαρμογή της συνταγματικής αυτής επιταγής έχουν εκδοθεί ειδικοί νόμοι, όπως ο νόμος για την προστασία του περιβάλλοντος. (Ν1650/86), ο νόμος για την προστασία των δασών και δασικών εκτάσεων (Ν998/79), ο οικιστικός νόμος (Ν1337/83) περί αιγιαλού και παραλίας (Ν1540/30) και ο αρχαιολογικός νόμος (Ν5351/32 και Ν1469/50), που βρίσκονται στο στάδιο της αναθεώρησης με νομοσχέδια που κατατέθηκαν στη Βουλή, ο νόμος για την προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος (Π.Δ. 55/98), ο νόμος για τον χωροταξικό σχεδιασμό και την αειφόρο ανάπτυξη (Ν.2742/99) και άλλοι.

Όλο το νομικό αυτό πλέγμα καλύπτει και τον τουρισμό στον βαθμό που οι τουριστικές δραστηριότητες σχετίζονται με το περιβάλλον. Πρέπει όμως να σημειωθεί ότι υπάρχουν και ειδικές ρυθμίσεις που αναφέρονται αποκλειστικά στις τουριστικές δραστηριότητες, όπως οι εγκρίσεις περιβαλλοντικών όρων για την ίδρυση τουριστικών εγκαταστάσεων, οι εγκρίσεις χωροθέτησης των τουριστικών δραστηριοτήτων οι άδειες λειτουργίας καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος τα συστήματα βιολογικού καθαρισμού και διάθεσης στέρεων αποβλήτων των ξενοδοχείων και όροι πυρασφάλειας των τουριστικών εγκαταστάσεων.

Εκείνο που διαπιστώνει κανείς είναι ότι ενώ το υφιστάμενο νομικό καθεστώς παρέχει την δυνατότητα ρύθμισης των σχέσεων τουρισμού και περιβάλλοντος προς την κατεύθυνση μιας βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, η κατάσταση είναι εκτός ελέγχου γιατί σε μεγάλο βαθμό δεν εφαρμόζονται οι νόμοι τόσο σε επίπεδο πρόληψης όσο και σε επίπεδο καταστολής.

3. Χρηματοδοτικά προγράμματα:

Η Τουριστική Ανάπτυξη, που αποβλέπει στην άνοδο του επιπέδου εξυπηρέτησης και γενικότερα της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών και της ποιότητας ζωής των επισκεπτών, σίγουρα μπορεί να βρει τους τρόπους και τα μέσα να πραγματοποιηθεί, χωρίς να μας στερήσει ή υποβαθμίσει τα αναντικατάστατα αγαθά του περιβάλλοντος.

Μια τέτοια αντίληψη εντάσσει την τουριστική ανάπτυξη σε ένα περιβαλλοντικό σχεδιασμό, που στοχεύει όχι μόνο στην προστασία από την ρύπανση, αλλά και στην ορθολογική χρήση και διαχείριση των φυσικών πόρων καθώς και στην αξιοποίηση των ήπιων ανανεώσιμων και ανακυκλώσιμων πηγών ενέργειας. *(Εισήγηση για την περιβαλλοντική διαχείριση στα ξενοδοχεία, Μαν. Βουτηράκης, Οκτώβριος 2004).*

Ειδικότερα πρόκειται για κάποιες προτάσεις χρηματοδότησης που αφορούν στην ανάπτυξη του επιχειρησιακού προγράμματος που στηρίζεται στο Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης, ΕΠΑΝ. Οι πληροφορίες αυτές περικλείονται σε ένα φυλλάδιο μέσω του οποίου ο καθένας από εμάς έχει τη δυνατότητα να έρθει σε επαφή με το υλικό του πλαισίου αυτού και να το αναλύσει σύμφωνα με την κρίση του.

Το φυλλάδιο αυτό έχει σκοπό να ενημερώσει τις Ελληνικές Επιχειρήσεις για τις δυνατότητες χρηματοδότησής τους από το **Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ» (ΕΠΑΝ)** του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης.

Περιλαμβάνει τις δράσεις που μπορούν, υπό ορισμένες προϋποθέσεις, να ενισχυθούν από το ΕΠΑΝ, ταξινομημένες σε πέντε κατηγορίες:

- 1.** Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων διαφόρων τομέων δραστηριότητας και ανεξαρτήτως αριθμού απασχολουμένων.

2. Χρηματοδότηση υφιστάμενων Επιχειρήσεων που απασχολούν έως 250 άτομα.

3. Χρηματοδότηση υφιστάμενων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων που απασχολούν έως 50 άτομα.

4. Χρηματοδότηση Τουριστικών Επιχειρήσεων.

5. Χρηματοδότηση επιχειρηματικής δραστηριότητας επιλεγμένων ομάδων πληθυσμού.

Συνήθως τέτοιου είδους κινήσεις από την πλευρά της κυβερνητικής πρωτοβουλίας γίνονται αποκλειστικά μέσω προκηρύξεων, διαγωνισμών και αξιολογήσεων των εκάστοτε προτάσεων από επιτροπές.

Χρηματοδοτούνται επενδύσεις και δράσεις για :

1. Παρεμβάσεις εξοικονόμησης ενέργειας.
2. Συστήματα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.
3. Συστήματα συμπαραγωγής ενέργειας.
4. Υλοποίηση Περιβαλλοντικών Σχεδίων που θα οδηγούν στην πιστοποίηση είτε προϊόντων με το Οικολογικό Σήμα (Ecolabel), είτε Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης κατά τον Κανονισμό 1836/93 (EMAS), όπως ισχύει.
5. Εισαγωγή και προσαρμογή περιβαλλοντικά φιλικής τεχνολογίας στην παραγωγική διαδικασία για τη βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων της επιχείρησης κατά την Οδηγία 96/61 – IPPC (υιοθέτηση Βέλτιστων Διαθέσιμων Τεχνικών).
6. Ενίσχυση Περιβαλλοντικών Συνεργασιών.
7. Δημιουργία νέων ή/και επέκταση - ενίσχυση εργαστηρίων παροχής υπηρεσιών ποιότητας (δοκιμές ελέγχου και διακρίβωσης).

8. Ίδρυση νέων ή/και επέκταση υφιστάμενων επιχειρήσεων για την αποσυναρμολόγηση / αξιοποίηση στερεών υλικών και αποβλήτων ή υγρών ουσιών.
9. Επενδύσεις νέων ή/και υφισταμένων μεταποιητικών επιχειρήσεων μέσω των κινήτρων του Ν.2601/98 (με εστίαση κυρίως στις ΜΜΕ).
10. Συνέχιση ενίσχυσης Ειδικών Επενδύσεων που έχουν ήδη υπαχθεί στον αναπτυξιακό Ν.2601/98 (πρώην άρθρο 23β του Ν. 1892/90).
11. Συνέχιση ενίσχυσης των επιχειρηματικών σχεδίων (business plans) που έχουν ήδη υπαχθεί στους αναπτυξιακούς Ν.2234/94 και Ν.2601/98 (πρώην άρθρο 23α του Ν. 1892/90).
12. Υποστήριξη επιχειρηματικότητας νέων επιστημόνων και επιχειρηματιών σε τομείς νέων τεχνολογιών και νέων επιχειρηματικών προτύπων.
13. Επιδεικτικά έργα συμπαραγωγής, ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (ΑΠΕ) και εξοικονόμησης ενέργειας.
14. Σύσταση φορέων διαχείρισης σε ήδη υπάρχουσες ΒΙΠΕ με συμμετοχή επιχειρήσεων.
15. Προώθηση της δικτύωσης κυρίως ΜΜΕ (clustering) που οδηγούν σε συγκεκριμένο επιχειρηματικό αποτέλεσμα, δηλαδή είτε εκτέλεση κοινού έργου είτε δημιουργία μόνιμων επιχειρηματικών συνεργασιών.
16. Ανάπτυξη συμβουλευτικών δραστηριοτήτων για την υποστήριξη της τεχνολογικής καινοτομίας και της μεταφοράς τεχνολογίας.
17. Δικτύωση οργανισμών παροχής υπηρεσιών μεταφοράς τεχνολογίας και καινοτομίας.

18. Δραστηριότητες για την υιοθέτηση του Ευρωπαϊκού Μοντέλου Επιχειρηματικής Αριστείας.
19. Μεγάλα έργα έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης μέχρι το στάδιο του βιομηχανικού πρωτοτύπου, σε τομείς υψηλής προτεραιότητας για την εθνική και περιφερειακή οικονομία, με την συνεργασία δημοσίων φορέων (μέσω του Π.Δ. 274/2000).
20. Τεχνολογική έρευνα από επιχειρήσεις με ήδη αναπτυγμένη παραγωγική και εμπορική δραστηριότητα.
21. Τεχνολογική έρευνα από επιχειρήσεις που ξεκινούν την παραγωγική και εμπορική τους δραστηριότητα.
22. Έργα για την προώθηση καινοτόμων λύσεων στο πρόβλημα του ενεργειακού εφοδιασμού των νησιών.
23. Κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού σε θέματα ποιότητας, καινοτομίας, περιβάλλοντος και εφοδιαστικής αλυσίδας.
24. Ενέργειες κατάρτισης-μεταφοράς τεχνογνωσίας που σχετίζονται με την εκκίνηση επιχειρηματικής δραστηριότητας.
25. Ενέργειες κατάρτισης και μεταφοράς τεχνογνωσίας που αφορούν στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ μέσω της αναβάθμισης του ανθρώπινου δυναμικού τους.
26. Υποστήριξη της πρόσληψης ερευνητικού δυναμικού σε επιχειρήσεις.
27. Εκπαίδευση / υποστήριξη επιχειρήσεων για την εξοικείωση με το Διαδίκτυο και τις υπηρεσίες του σε συνέργεια με το Πρόγραμμα «Δικτυωθείτε» του Ε.Π. «Κοινωνία της Πληροφορίας» (για επιχειρήσεις έως 10 άτομα). (πηγή: www.acsmi.gr/Entypa/epan_filadio.doc).

4. Παράθεση προβλημάτων εφαρμογής περιβαλλοντικής πολιτικής:

Είναι σαφές πως η εφαρμογή της τουριστικής πολιτικής και επιπλέον η εφαρμογή της τουριστικής διαχείρισης είναι μια δύσκολη προσπάθεια η οποία απαιτεί κόπο και χρόνο από μέρους της ξενοδοχειακής επιχείρησης, αυτό διότι είναι δύσκολο για μια μονάδα να «παραλείψει» τα όσα ήδη ισχύουν στην λειτουργία του τουρισμού, τα οποία αποφέρουν το σίγουρο κέρδος στην επιχείρηση.

Η τουριστική πολιτική είναι ένα εργαλείο για τις επιχειρήσεις που τα εφαρμόζουν αποτελεσματικά, και για την σωστή λειτουργία της πρέπει να υπάρχει δέσμευση της διοίκησης και εμπλοκή με την συμμετοχή του συνόλου του προσωπικού.

Τα κύρια σημεία όπου απασχολούν για ξενοδοχειακή επιχείρηση όπως αυτά έχουν προαναφερθεί συνοπτικά είναι:

1. Ανίχνευση των αναγκών της υποψήφιας πελατείας.
2. Διαμόρφωση κατάλληλου προϊόντος. Δηλαδή δωματίου, εστιατορίων, μπαρ, τηλεφωνείου και άλλων υπηρεσιών, όπως πλυντηρίου, κέντρου διασκέδασης, καταστημάτων κλπ.

3. Έλεγχο της πάγιας περιουσίας του ξενοδοχείου και των κυκλοφορούντων αναλωσίμων χρημάτων.

4. Οικονομικός χειρισμός της επιχείρησης, διαμόρφωση οικονομικής πολιτικής, καταγραφή και καταμέτρηση των δραστηριοτήτων, ενημέρωση των επιχειρηματιών και των κρατικών φορέων.

5. Διοίκηση του προσωπικού το οποίο είναι απαραίτητο για τη λειτουργία του ξενοδοχείου.

Παρακάτω παραθέτουμε τις δυσκολίες και τα προβλήματα που εμφανίζονται κατά την εφαρμογή του σχεδίου και της λειτουργίας της τουριστικής πολιτικής, όταν η επιχείρηση χωλαίνει σε πάγια σημεία.

– *Αντίδραση από μέρους του προσωπικού.*

Είναι κατανοητό διότι η εφαρμογή χρειάζεται ώρες εκπαίδευσης και επίσης αποτελεί την απομάκρυνση εργαζομένων οι οποίοι δεν είναι αποτελεσματικοί ή δεν υπακούν στις εντολές της πολιτικής.

– *Δυσκολία κατανόησης απαιτήσεων/εντολών και ανάλυσης νομοθετικών απαιτήσεων.*

Είναι γενικά ένα από τα προβλήματα η εφαρμογή νέων νόμων σε επιχειρήσεις, αλλά σε αυτή την περίπτωση είναι ακόμη δυσκολότερο καθώς οι περισσότεροι νόμοι αλλά και απαιτήσεις θεσπίζονται κατά την εφαρμογή της περιβαλλοντικής πολιτικής.

– *Προβλήματα από προμηθευτές, λόγω μικρού μεγέθους, μοναδικότητας, μη ευαισθησίας για το περιβάλλον.*

Αυτό αποτελεί πρόβλημα, καθώς η κοινωνία πολλές φορές δεν κατανοεί την σοβαρότητα του θέματος της προστασίας του περιβάλλοντος και ακόμη, προσβάλλονται από την πεποίθηση ότι δεν θα αποφέρει μελλοντικό κέρδος η εφαρμογή της περιβαλλοντικής πολιτικής και έτσι δεν είναι διατεθειμένοι αρμόδιοι φορείς να βοηθήσουν στην ανάπτυξη της.

– *Γραφειοκρατία*

Είναι γεγονός πως η γραφειοκρατία αποτελεί πρόβλημα σε κάθε δημόσιο και μη φορέα, αλλά και σε αυτή την περίπτωση δεν αποτελεί εξαίρεση του κανόνα. Είναι αλήθεια πως η επιχείρηση που θα εφαρμόσει την περιβαλλοντική πολιτική πρέπει να πληρεί όλες τις προϋποθέσεις κάτι το οποίο είναι χρονοβόρο.

- *Μεγάλο κόστος διακρίβωσης του εξοπλισμού αλλά και προμήθειας νέου.*

Είναι λογικό πως μια επιχείρηση χρειάζεται ένα συγκεκριμένο εξοπλισμό για την λειτουργικότητα της περιβαλλοντικής διαχείρισης, σε περίπτωση όπου δεν υπάρχει θα πρέπει να τον αποκτήσει κάτι το οποίο αυξάνει το κόστος.

- *Προβλήματα λόγω του ανθρώπινου παράγοντα π.χ. μη εκπαιδευμένο προσωπικό.*

Όπως έχει ήδη αναφερθεί χρειάζονται ώρες εκπαίδευσης για το προσωπικό όπου υπάρχει αλλά και για το νέο προσωπικό.

- *Αυξάνει το κόστος παραγωγής λόγω αυξημένων και επισταμένων ελέγχων (ποιότητα).*

Τα υλικά τα οποία θα χρησιμοποιηθούν θα πρέπει να είναι φιλικά προς το περιβάλλον τα οποία είναι σπάνια αλλά και με μεγάλο κόστος, επίσης οι συνεχείς έλεγχοι δεν θα πρέπει να είναι αρνητικοί προς την λειτουργία αυτών, άρα θα πρέπει να επιλεγούν τα καλύτερα προϊόντα.

- *Ανάλωση πολλών ανθρωποωρών για την διαχείριση του Συστήματος.*

Για την σωστή λειτουργία και εφαρμογή της περιβαλλοντικής πολιτικής, οι ώρες εργασίας θα πρέπει να αυξηθούν για την εγκυρότητα και αποτελεσματικότητα του Συστήματος, αυτό αποβαίνει στην αύξηση των μισθών.

- *Δεν υπάρχουν πρότυπα και προδιαγραφές για όλα τα προϊόντα και υλικά ή εφαρμόζονται "λανθασμένες" προδιαγραφές.*

Οι προδιαγραφές και τα πρότυπα για την σωστή χρήση και λειτουργία των προϊόντων και των υλικών δεν έχουν θεσπιστεί ακόμη πλήρως καθώς η εφαρμογή μιας περιβαλλοντικής πολιτικής δεν είναι ο κανόνας για πολλές επιχειρήσεις, έτσι αποτελεί πρόβλημα η λανθασμένη χρήση αυτών.

– *Δύσκολη η στατιστική παρακολούθηση και επεξεργασία των δεδομένων που συγκεντρώνει μία επιχείρηση.*

Σε κάθε επιχείρηση είναι δύσκολη η παρακολούθηση των δεδομένων όπου λαμβάνει κατά την λειτουργία της, πόσο μάλλον για μια ξενοδοχειακή μονάδα όπου εφαρμόζει κάτι το διαφορετικό και αυτό αποτελεί πρόβλημα καθώς από αυτά τα δεδομένα η επιχείρηση επιλέγει τα βήματα όπου ακολουθεί. Υπάρχουν λάθος μέθοδοι ελέγχου και έλλειψη μεθοδολογίας ελέγχου των παραγωγικών διεργασιών και ακόμη δυσκολία προσδιορισμού μεθοδολογίας μέτρησης της επίδοσης.

– *Λανθασμένος προγραμματισμός εκ μέρους της επιχείρησης.*

Ο λανθασμένος προγραμματισμός είναι ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα διότι πολλές φορές αποβαίνει μοιραίος.

– *Μη σωστή αναγνώριση των αναγκών των πελατών.*

Αυτό είναι παρακλάδι του λανθασμένου προγραμματισμού, η επιχείρηση οφείλει να γνωρίζει πάντα το πελατολόγιο της και σε ποιους απευθύνεται, δεν είναι όλοι οι πελάτες γαλουχημένοι στην προστασία του περιβάλλοντος υπάρχει έλλειψη περιβαλλοντικής ευαισθησίας και ένας από τους στόχους της επιχείρησης είναι η μετάδοση αυτού.

– *Μη ύπαρξη εταιρειών για διαχείριση αποβλήτων.*

Σε περιοχές όπου γίνεται εγκατάσταση ξενοδοχειακών μονάδων όπου ακολουθούν την περιβαλλοντική πολιτική, θα πρέπει να γίνεται πρώτα έλεγχος αν υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές και οι αντίστοιχες

επιχειρήσεις όπου θα συντελούν στην εφαρμογή και αποτελεσματικότητα του σχεδίου.

5. Μέτρα πρόληψης επιχειρήσεων για περιβαλλοντική διαχείριση:

Αναγνωρίζοντας ότι ο τουρισμός είναι μια από τις μεγαλύτερες και ραγδαία αναπτυσσόμενες βιομηχανίες του πλανήτη μας, σκοπός της επιχείρησης όπου εφαρμόζει ένα Περιβαλλοντικό Σύστημα θα πρέπει να είναι:

α) να διαφωτίσει τους υποψήφιους τουρίστες για τις επιδράσεις που ο τουρισμός προκαλεί στην οικονομία, στην κοινωνία και στο φυσικό περιβάλλον των περιοχών που τον φιλοξενούν και

β) να τους ενημερώσει για εναλλακτικές τουριστικές συμπεριφορές οι οποίες ελαχιστοποιούν τις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού και συμβάλλουν στη βιωσιμότητα των τουριστικών προορισμών.

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις κατά την φάση της εγκατάστασής τους έχουν επιπτώσεις στο έδαφος και στους υδάτινους πόρους ενώ μπορούν να συμβάλουν στην υποβάθμιση των φυσικών οικοτόπων και του τοπίου του τουριστικού προορισμού.

Παράλληλα, κατά τη λειτουργία τους αποτελούν συστήματα που καταναλώνουν σημαντικές ποσότητες ενέργειας και φυσικών πόρων, είναι υπεύθυνες για την παραγωγή στερεών και υγρών αποβλήτων ενώ συνδέονται και με άλλες επιπτώσεις στο περιβάλλον όπως η υποβάθμιση της ποιότητας του αέρα (κατά τη μεταφορά προϊόντων και επισκεπτών στις εγκαταστάσεις τους ή τη χρήση ουσιών επικίνδυνων για το περιβάλλον).

Οι τουριστικές εγκαταστάσεις οφείλουν να συμμορφώνονται προς το θεσμικό πλαίσιο που αναφέρεται στις μελέτες περιβαλλοντικών επιπτώσεων, τις διαδικασίες χωροθέτησης, τις τεχνικές προδιαγραφές, τις διατάξεις σχετικά με

την ύδρευση και την αποχέτευση. Οι διατάξεις αυτές έχουν εφαρμογή πριν ακόμη από τη λειτουργία μιας μονάδας και ελέγχονται από τον Ε.Ο.Τ. και τις άλλες συναρμόδιες υπηρεσίες.

Κατά τη φάση της λειτουργίας, οι περιβαλλοντικοί όροι που πρέπει να τηρούνται σχετίζονται κυρίως με την προστασία από τη ρύπανση της ατμόσφαιρας και των νερών, τη διάθεση των αποβλήτων καθώς και τον έλεγχο του θορύβου. Οι δραστηριότητες των τουριστικών επιχειρήσεων στον τομέα αυτό παρακολουθούνται και ελέγχονται από τις αρμόδιες τοπικές και περιφερειακές αρχές και το Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε.

Σε συνδυασμό με την αρχική περιβαλλοντική επισκόπηση η Ξενοδοχειακή επιχείρηση θα πρέπει να εντοπίσει το σύνολο των περιβαλλοντικών πτυχών της μονάδας, να θέσει κριτήρια αξιολόγησης και να επισημάνει τις σημαντικότερες επιπτώσεις. Μερικά από τα σημαντικά περιβαλλοντικά θέματα που καλείται η ξενοδοχειακή επιχείρηση να διαχειριστεί είναι τα ακόλουθα:

- Αστικά απόβλητα.
- Χρήση απορρυπαντικών-χημικών –Freon(κλιματιστικά).
- Κατανάλωση φυσικών πόρων ενέργειας (ηλεκτρονικής και θερμικής) κατανάλωση νερού.
- Αισθητική ρύπανση.
- Στερεά απόβλητα στους χώρους του ξενοδοχείου και τις ακτές.

Η μελέτη των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του ξενοδοχείου έχει σημασία όταν ο Οργανισμός θέτει σκοπούς που σχετίζονται με αυτές τις επιπτώσεις. Στην περίπτωση αυτή είναι αναγκαία η αξιολόγηση των δυνατοτήτων λήψης μέτρων για την μείωση των επιπτώσεων όπως :

- Χρήση οικολογικών απορρυπαντικών

- Χρήση συσκευασίας γυαλιού αντί πλαστικού σε προμήθειες αγαθών καθώς και η ανακύκλωση άλλων υλικών όπως χαρτιού
- Χρήση υγραερίου για τη λειτουργία μηχανημάτων εστίασης και θέρμανσης
- Εξασφάλιση της λειτουργίας των ευαίσθητων εγκαταστάσεων διατήρησης τροφίμων σε περίπτωση διακοπής ηλεκτρικού ρεύματος
- Εγκατάσταση βιολογικών καθαρισμών για τα ξενοδοχεία με βάση την έγκριση των περιβαλλοντικών όρων
- Ανάκτηση νερού για πότισμα από τα επεξεργασμένα λύματα του βιολογικού καθαρισμού της μονάδας.
- Διάθεση των επεξεργασμένων λυμάτων με βάση τις απαιτήσεις των διατάξεων υγιεινής και περιβάλλοντος.
- Παρακολούθηση και διατήρηση της ποιότητας των νερών κολύμβησης στα απαιτούμενα από την σχετική νομοθεσία όρια.
- Διαχείριση των απορριμμάτων που δημιουργούνται λόγω της λειτουργίας των μονάδων καθώς και αυτών που δημιουργούν οι πελάτες στην περιοχή εγκατάστασης και καθορισμό του χώρου διάθεσης αυτών.
- Διαχωρισμό των δραστηριοτήτων κολύμβησης και άθλησης.

1. Κίνητρα τουριστών για περιβαλλοντικό τουρισμό.

Στις παραπάνω ενότητες αναπτύχθηκαν οι αλλαγές από μέρους τις επιχείρησης, τα Συστήματα όπου συντελούν σε αυτό, οι μορφές του τουρισμού όπου εξυπηρετούν στην περιβαλλοντική διαχείριση και πολλά άλλα θέματα όπου είναι βασικής σημασίας και όλα αυτά με σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος και την μείωση των επιπτώσεων του τουρισμού.

Όμως αυτό όπου δεν έχει αναλυθεί και συνήθως είναι ο αστάθμητος παράγοντας της υπόθεσης, είναι ο ίδιος ο επισκέπτης του προορισμού, διότι παρόλο όπου γίνονται προγραμματισμοί και σχεδιασμοί, αν δεν υπάρχει ζήτηση η επιχείρηση και ο ίδιος ο προορισμός είναι καταδικασμένοι στην υπερλειτουργία είτε την υπολειτουργία.

Έτσι ως αποτέλεσμα θα υπάρχει μια συνεχή αυξομείωση και όχι μια σταθερότητα ούτε στην οικονομία, αλλά ούτε στο περιβάλλον, κάτι το οποίο είναι καταστροφικό και για την επιχείρηση αλλά και για τον τόπο.

Αρκετοί άνθρωποι αναγνωρίζοντας τα προβλήματα που μπορεί να δημιουργήσει το κυρίαρχο μοντέλο του μαζικού τουρισμού οδηγήθηκαν στην αναζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού (οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, πολιτισμικός τουρισμός, ιστορικός τουρισμός), αυτοί οι τουρίστες συχνά ονομάζονται Εναλλακτικοί Τουρίστες.

Η έννοια της βιωσιμότητας των τουριστικών περιοχών υπονοεί ότι οι τουριστικές πηγές (πολιτισμός, αξιοθέατα, φυσικό περιβάλλον) χρησιμοποιούνται από τους κατοίκους και τους επισκέπτες με τέτοιο τρόπο ώστε να εξασφαλίζεται η ύπαρξη και η ομαλή λειτουργία τους για τις μελλοντικές γενιές.

Οι τουρίστες που ακολουθούν αυτές τις μορφές διακοπών συχνά αυτοαποκαλούνται ταξιδιώτες. Η διαφορά μεταξύ τουρίστα και ταξιδιώτη είναι ότι ο πρώτος επισκέπτεται μια περιοχή με σκοπό να ψυχαγωγηθεί από εικόνες και εμπειρίες που δημιουργήθηκαν ειδικά για την τουριστική αγορά, ενώ ο δεύτερος επισκέπτεται μια περιοχή με σκοπό να μάθει και να βιώσει τον πολιτισμό και το περιβάλλον της. (Ευάγγελος Σ. Χρήστου,(1999) Έρευνα τουριστικής αγοράς)

Αυτό είναι το βασικό κίνητρο όπου τους παρακινεί να επισκεφθούν ένα τόπο γιατί είναι άνθρωποι όπου εμβαθύνουν στην περιοχή και διευρύνουν τους ορίζοντές τους. Δεν περιορίζονται μόνο στην διασκέδαση και στην κατασπατάληση των φυσικών πόρων, αλλά για αυτούς διασκέδαση είναι η εξερεύνηση του χώρου όπου θα διαμείνουν και η συμμετοχή τους στην κοινωνία. Αρχή τους είναι ο σεβασμός και η αγάπη στο περιβάλλον.

Ένας ταξιδιώτης λοιπόν όταν ξεκινά να επισκεφθεί ένα ξένο τόπο θα πρέπει να λαμβάνει υπ' όψη του τα παρακάτω, προκειμένου να επιβαρύνει όσο το δυνατό λιγότερο το περιβάλλον:

- **Προετοιμασία**

Προετοιμάζεται για το ταξίδι του μαθαίνοντας την κουλτούρα, τα ήθη και τα έθιμα του τόπου και σεβασμό σε αυτά.

- **Επιλογή κατάλληλου τουριστικού πράκτορα**

Βεβαιώνεται ότι η επιχείρηση του τουριστικού του πράκτορα είναι: α) φιλική προς το περιβάλλον

β) υποστηρίζει προγράμματα και παίρνει πρωτοβουλίες που μειώνουν τα σκουπίδια και την μόλυνση του περιβάλλοντος

γ) χορηγεί πληροφορίες για τα είδη προς εξαφάνιση και για το εμπόριο παράνομων προϊόντων στην περιοχή που θα επισκεφθεί,

δ) συνεργάζεται και προσλαμβάνει τοπικούς ξεναγούς και άλλο προσωπικό,

ε) διοργανώνει τουριστικά προγράμματα τα οποία συνδέονται άμεσα με την τοπική κοινότητα,

στ) έχει την δυνατότητα να προσφέρει χαμηλού προφίλ καταλύματα, τα οποία ανήκουν και διευθύνονται από κατοίκους της περιοχής και δεν

υιοθετούν τον ακριβό καταναλωτισμό που ακολουθούν τα μεγάλα διεθνή ξενοδοχεία.

- **Σεβασμός στις τοπικές συνήθειες, πολιτισμό, και τρόπο ζωής**

Ο ταξιδιώτης πρέπει να συμπεριφέρεται στους ντόπιους με τον ίδιο τρόπο που θα ήθελε να του συμπεριφέρονται οι τουρίστες στο τόπο του.

- **Υπεύθυνη περιβαλλοντική, οικονομική, και κοινωνική συμπεριφορά.**

Γνωρίζει την περιοχή με τα πόδια, με ποδήλατο ή με τα μαζικά μέσα μεταφοράς, αποφεύγει τα τουριστικά λεωφορεία ή τα ιδιωτικά αυτοκίνητα γιατί επιβαρύνουν την κυκλοφορία και συνεισφέρουν στην αύξηση της μόλυνσης του περιβάλλοντος.

- **Συνέχιση της εμπειρίας μετά το τέλος των διακοπών.**

Συμμετέχει σε περιβαλλοντικές ομάδες και υποστηρίζει τα ανθρώπινα δικαιώματα στην χώρα του.

Η αύξηση του αριθμού των τουριστών που υιοθετούν τέτοιου είδους συμπεριφορές και αναζητούν εναλλακτικές μορφές διακοπών μπορεί να συνεισφέρει στη βιωσιμότητα (οικονομική, κοινωνική, περιβαλλοντική) των τουριστικών περιοχών και να αποδυναμώσει το από πολλές απόψεις επίσημο μοντέλο του μαζικού τουρισμού που κυριαρχεί σήμερα στην παγκόσμια τουριστική αγορά.

Τελειώνοντας, είναι απαραίτητο να τονιστεί ότι η περιβαλλοντική τουριστική ανάπτυξη κάθε περιοχής εξαρτάται κυρίως από τους τοπικούς παράγοντες της (πολιτική ηγεσία, τουριστικοί φορείς, μόνιμοι κάτοικοι). Αυτοί ανάλογα με τις αποφάσεις που θα λάβουν και την συνεργασία που θα αναπτύξουν έχουν την δυνατότητα να σχεδιάσουν και να ανοίξουν τον δρόμο για την βιώσιμη ανάπτυξη του τόπου τους.

Ωστόσο, η αύξηση της απαίτησης για εναλλακτικές μορφές διακοπών και η ανάγκη των τουριστικών περιοχών για προσέλκυση επισκεπτών, μπορούν να παρωθήσουν τους τοπικούς παράγοντες σε μεθόδους και τρόπους διαχείρισης των τουριστικών πηγών που ικανοποιεί τις οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες των μόνιμων κατοίκων και των τουριστών και διασφαλίζει την πολιτισμική ακεραιότητα, την προστασία του περιβάλλοντος και της βιοποικιλότητας για τις επόμενες γενιές.

2. Οικολογικά σήματα (Ecolabels):

Με βάση την καλύτερη οργάνωση των προγραμμάτων που αφορούν την προσέλκυση μεγαλύτερης ποσότητας τουριστών οδηγήθηκαν οι διάφορες κυβερνήσεις στη θέσπιση του κοινοτικού συστήματος το οποίο με τη σειρά του απονέμει το οικολογικό σήμα προκειμένου να προστατέψει και να βοηθήσει γενικότερα στη διάσωση του περιβάλλοντος. Κάτι τέτοιο σημαίνει ότι χαρακτηρίζονται με αυτόν τον τρόπο προϊόντα καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους και έχουν λιγότερες επιπτώσεις στο περιβάλλον.

Το Οικολογικό Σήμα ή “ecolabel” είναι ένα σήμα που πιστοποιεί την συνολική περιβαλλοντική υπεροχή ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, στο πλαίσιο μιας συγκεκριμένης κατηγορίας προϊόντων ή υπηρεσιών. Δηλαδή το Οικολογικό Σήμα σημαίνει πρακτικά ότι το συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία είναι προτιμητέο και υπερέχει σε ότι αφορά τις επιδράσεις που προκαλούνται στο περιβάλλον, από την παραγωγή ή την χρήση του. (www.eco-label.com).

Το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα (eco-label) είναι σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το οποίο εφαρμόζεται σε εθελοντική βάση και έχει ως σκοπό την επιβράβευση και την προβολή των καταλυμάτων (ξενοδοχείων) που υιοθετούν πρακτικές και συμβάλουν στη μείωση της ρύπανσης και γενικότερα στην προστασία του περιβάλλοντος.

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί ώστε να μην γίνει σύγχυση του Ευρωπαϊκού Οικολογικού Σήματος με διάφορα άλλα εθνικά ή περιφερειακά οικολογικά σήματα που ισχύουν ανά τον κόσμο. Συγκεκριμένα μόνο στην Ευρώπη εκτιμάται ότι λειτουργούν περίπου 30-40 τέτοιου είδους σχήματα που αφορούν τον τομέα του τουρισμού.

Για την απονομή του Σήματος στα Τουριστικά καταλύματα, έχουν θεσπιστεί ειδικά κριτήρια. Από αυτά πρέπει να πληρούνται τα 37 υποχρεωτικά κριτήρια στο σύνολό τους και από τα προαιρετικά κριτήρια να επιλεγούν αυτά που με το σύστημα βαθμολόγησης θα συγκεντρώνουν κατ' ελάχιστο 16,5 -19,5 βαθμούς (ανάλογα την περίπτωση).

2.1 Τι είναι το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα (Ecolabel):

Το Οικολογικό Σήμα της Ε.Ε., το Λουλούδι, θεσπίστηκε το 1992 και αποτελεί ένα μοναδικό εθελοντικό σύστημα πιστοποίησης με στόχο να βοηθήσει τους Ευρωπαίους καταναλωτές να διακρίνουν τα πιο φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες (δεν αφορά τρόφιμα και ποτά).



European Union **Eco-label**

Απονέμεται από το Συμβούλιο Οικολογικής Σήμανσης της Ε.Ε. (EUEB), στο οποίο συμμετέχουν εκπρόσωποι της βιομηχανίας, περιβαλλοντικών οργανώσεων και οργανώσεων καταναλωτών. Στον τομέα των υπηρεσιών η μόνη κατηγορία που καλύπτεται (Φεβρουάριος 2005) είναι τα τουριστικά καταλύματα, ενώ σύντομα αναμένεται να ενταχθούν και οι υπηρεσίες camping.

Μια βασική προϋπόθεση απονομής Ευρωπαϊκού Οικολογικού Σήματος για κάθε κατηγορία προϊόντος / υπηρεσιών, είναι να θεσπίζονται ορισμένα κριτήρια τα οποία αφορούν συγκεκριμένες επιδόσεις και πρέπει να πληρούνται (κατά περίπτωση). Τα κριτήρια αυτά έχουν ισχύ για τρία χρόνια, ενώ στη συνέχεια αναθεωρούνται.

Όλα αυτά τα σήματα έχουν προσελκύσει καταναλωτές που ενδιαφέρονται να συνεισφέρουν στην **μείωση της επιβάρυνσης του περιβάλλοντος** μέσω των αγοραστικών επιλογών τους.

Από την άλλη πλευρά όμως, το πλήθος τους, και το αβέβαιο κύρος τους, έχουν δημιουργήσει σύγχυση και σκεπτικισμό σε ένα μέρος των καταναλωτών.

2.2 Απαιτήσεις του Ευρωπαϊκού Οικολογικού Σήματος (Eco label):

Πριν από οποιαδήποτε ενέργεια που πρέπει να κάνει το ενδιαφερόμενο κατάλυμα για την απόκτηση του Ευρωπαϊκού Οικολογικού Σήματος είναι να επιβεβαιώσει ότι συμμορφώνεται με όλες τις απαιτήσεις της νομοθεσίας σε θέματα αδειοδοτήσεων. Κατά περίπτωση απαιτούνται έγγραφα τεκμηρίωσης από τον Υπεύθυνο του καταλύματος αλλά και από ανεξάρτητους φορείς (τοπικοί φορείς-αυτοδιοίκηση, προμηθευτές, υπεργολάβοι κλπ).

Επιπρόσθετα, για την απονομή του Σήματος έχουν θεσπιστεί διάφορα κριτήρια τα οποία έχουν ως σκοπό τον περιορισμό των κυριότερων επιπτώσεων

στο περιβάλλον κατά τη διάρκεια και των τριών φάσεων του κύκλου ζωής της υπηρεσίας (αγορά, παροχή υπηρεσίας, απόβλητα).

Ειδικότερα τα κριτήρια στοχεύουν:

- Στην εξοικονόμηση ενέργειας και νερού
- Στον περιορισμό αποβλήτων / απορριμμάτων
- Στη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας
- Στη διαχείριση χημικών ουσιών
- Στην περιβαλλοντική εκπαίδευση και επικοινωνία

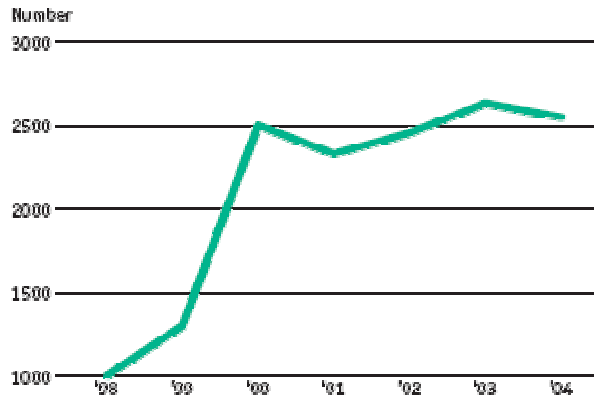
Πηγή: www.eco-label.com

Οι ειδικές απαιτήσεις όσον αφορά την εκτίμηση και την επαλήθευση αναφέρονται σε κάθε κριτήριο.

Σημείωση: Ενώ η χρήση των Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης δεν αποτελεί απαίτηση για την απονομή του Eco-label, ωστόσο η εφαρμογή των ΣΠΔ από ένα ξενοδοχείο διευκολύνει σημαντικά την απόκτηση του Ευρωπαϊκού Οικολογικού Σήματος.

2.3 Τα οφέλη της απονομής Ecolabel:

- Οι τουριστικοί πράκτορες προτιμούν καταλύματα που διαθέτουν το Eco-label. Το Eco-label αποτελεί ένα πρόσθετο "εργαλείο marketing" για τα τουριστικά καταλύματα, το οποίο μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην προσέγγιση επισκεπτών με υψηλή περιβαλλοντική ευαισθησία (π.χ. Δυτ. & Β. Ευρώπη).



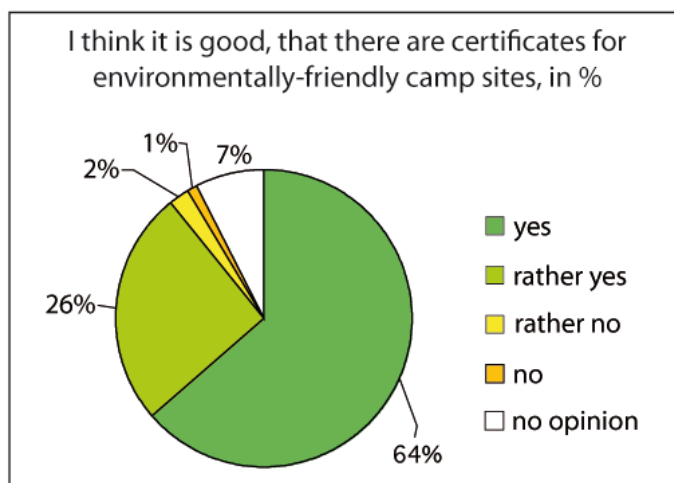
Διάγραμμα 1.

Αριθμός Ecolabel από το 1998 έως το 2004

Πηγή: www2.mst.dk

- Σημειώνεται ότι 24 Διεθνείς Τουριστικοί Πράκτορες έχουν δεσμευτεί έναντι του ΟΗΕ για την προτίμηση καταλυμάτων που λαμβάνουν μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος και μεταξύ αυτών διαθέτουν το eco-label.
- Με την απόκτησή του τα καταλύματα εφαρμόζουν ένα ιδιαίτερα αξιόπιστο "εργαλείο μείωσης κόστους" που μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στην προσπάθεια για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού.
- Οι επισκέπτες προτιμούν καταλύματα που διαθέτουν Eco-label, καθώς αποτελεί αξιόπιστη απόδειξη σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιδόσεις του καταλύματος αλλά και τη συμβολή του στην προστασία του περιβάλλοντος.

Σύμφωνα με έρευνες στη Γερμανία το 42% των τουριστών προτιμούν καταλύματα πιστοποιημένα με οικολογικά σήματα. Σε άλλη μελέτη, για το 50% των ερωτηθέντων οι περιβαλλοντικές επιδόσεις αποτελούν κρίσιμο κριτήριο επιλογής τόπου προορισμού.










Διάγραμμα 2.

Πηγή: www2.mst.dk

- Τα καταλύματα αποκτούν χρήσιμες πληροφορίες και γνώσεις και ενσωματώνουν στη λειτουργία τους τις πλέον σύγχρονες αρχές για την προστασία του περιβάλλοντος και τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει διαθέσιμα πιστοποιημένα οικολογικά σήματα για τον τουρισμό, καταγράφονται οικολογικά σήματα σε διαφορετικούς τύπους καταλυμάτων.

Πίνακας 6.

Τουρισμός							
	EU Eco-Label	Blue Angel	Nordic Swan	AFNOR NF	AENOR MA	DGOA	Stichting milieukeur
Κατασκηνωτικοί χώροι						✓	✓
Πάρκα μπανγκαλόου						✓	✓
Ξενοδοχεία			✓			✓	✓
Ξενώνες νεολαίας			✓			✓	
Αγροτικοί ξενώνες						✓	

Πηγή: www.eco-smes.com

Τέλος, ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι στην Ελλάδα, λειτουργεί ξενοδοχειακή μονάδα της Ε.Ε. στην οποία απονεμήθηκε το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα (το 2004 στην Ρόδο). Αρκετά ακόμα ξενοδοχεία στη χώρα μας, έχουν ενδιαφερθεί και έχουν καταθέσει αιτήσεις, σε κανένα όμως δεν έχει απονεμηθεί το eco-label (στοιχεία Φεβρουαρίου 2005).

Όμως όλα όσα αναφέρθηκαν προηγουμένως, αποτελούν ιδιαίτερα αισιόδοξα μηνύματα λαμβάνοντας υπόψη ότι:

- Υπάρχει έλλειψη της κατάλληλης πληροφόρησης-ευαισθητοποίησης και σχετικών ενεργειών δημοσιότητας του οικολογικού σήματος. Η ανάγκη πληροφόρησης εστιάζεται κυρίως ως προς τα οφέλη που το οικολογικό σήμα μπορεί να προσφέρει στα τουριστικά καταλύματα.
- Το επίπεδο περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης των πολιτών και των επιχειρήσεων είναι ιδιαίτερα χαμηλό στην Ελλάδα.
- Υπάρχει σημαντικό έλλειμμα ενημέρωσης σε θέματα περιβαλλοντικής νομοθεσίας και τεχνολογιών προστασίας του περιβάλλοντος.

Το Οικολογικό Σήμα της ΕΕ θα θεωρηθεί ως μέσο απόδειξης της συμμόρφωσης με τις ανωτέρω προδιαγραφές. Πλην όμως, εξυπακούεται ότι οι αντισυμβαλλόμενες αρχές οφείλουν, επίσης, να αποδέχονται τα προϊόντα που είναι σύμμορφα με τις προκείμενες τεχνικές προδιαγραφές, ακόμη και εάν δεν φέρουν το Οικολογικό Σήμα.

- Δεν χρειάζεται να υπάρχει ειδικότητα σε περιβαλλοντικά θέματα για να αποκτηθεί οικολογική συνείδηση:

Τα κριτήρια του οικολογικού σήματος της ΕΕ συνεκτιμούν τις κύριες περιβαλλοντικές επιπτώσεις ενός προϊόντος καθώς και τις τεχνικά

εφικτές βελτιώσεις. Τα κριτήρια αυτά θεσπίζονται σε ευρωπαϊκό επίπεδο από το Συμβούλιο του Οικολογικού Σήματος της ΕΕ.

Το εν λόγω συμβούλιο εμπλέκει την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τους εθνικούς αρμόδιους για το Οικολογικό Σήμα της ΕΕ φορείς, τη βιομηχανία, τους καταναλωτές, τους φιλοπεριβαλλοντικούς φορείς, τις επαγγελματικές ενώσεις και σωματεία, καθώς και τις ΜΜΕ.

Έτσι εξασφαλίζεται η διαφάνεια των διαδικασιών, μία πανευρωπαϊκή συναίνεση εις ότι αφορά την περιβαλλοντική επιστημονική φερεγγυότητα των κριτηρίων, καθώς και αξιοπιστία εις ότι αφορά την προστασία του περιβάλλοντος και την αποτελεσματικότητα του προϊόντος.

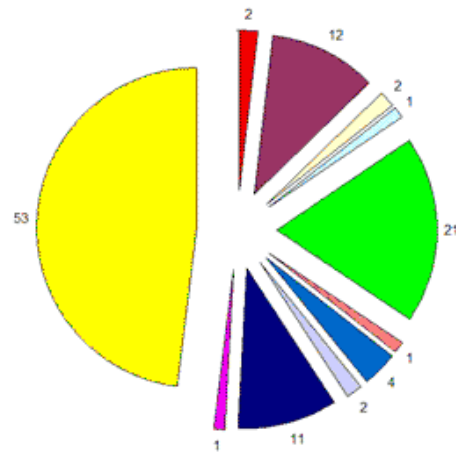
- Πρέπει να ασκείται ένα σύστημα πλήρως συμβατό με τις αρχές της εσωτερικής αγοράς

Το σύστημα Οικολογικού Σήματος της ΕΕ είναι δημόσιο, διαφανές και ισοβαρές. Ισχύει και είναι ίδιο σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς και στις χώρες του ΕΟΧ (Νορβηγία, Ισλανδία και Λιχτενστάιν). Το Οικολογικό Σήμα της ΕΕ μπορεί επίσης να απονεμηθεί σε υπερπόντια προϊόντα, υπό τους ίδιους ακριβώς όρους που ισχύουν για τα προϊόντα της ΕΕ. Ως εκ τούτου, η ισότητα αντιμετώπισης για όλους τους ανταγωνιστές είναι εξασφαλισμένη.

Το διάγραμμα όπου ακολουθεί αποδεικνύει ότι και στην Ελλάδα υπάρχουν τέτοιου είδους προϊόντα όπου μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τον Ελληνικό περιβαλλοντικό τουρισμό.

Προϊόντα με Ecolabel στην Ελληνική Αγορά

- Προϊόντα καθαρισμού γενικής χρήσης
- Στρώματα κρεβατιών
- Φωτοαντιγραφικό Χαρτί
- Πλυντήρια πιάτων
- Χρώματα & βερνίκια εσωτερικού χώρου
- Ηλεκτρικοί Λαμπτήρες
- Λιπαντικά
- Τηλεοπτικοί Δέκτες
- Προϊόντα κλωστοϋφαντουργίας
- Υπηρεσίες τουριστικών καταλυμάτων
- Σκληρές πλάκες – επικάλυψη δαπέδου



Διάγραμμα 3 .

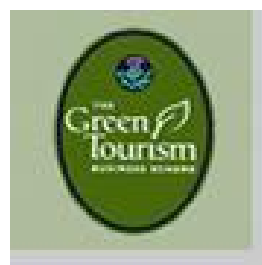
(Οκτώβριος 2005, Πηγή E.E.)

- Γνώση του ελάχιστου αριθμού εταιρειών που είναι ικανές να ανταποκριθούν στις τεχνικές απαιτήσεις.

Στο Πράσινο Κατάστημα, www.eco-label.com μπορείς να βρεις πληροφορίες που επικαιροποιούνται ανά τακτά χρονικά διαστήματα, σχετικές με τον αριθμό των εταιρειών στις οποίες έχει απονεμηθεί το Οικολογικό Σήμα, για κάθε ομάδα προϊόντων, σε κάθε κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης.



Blue Flag



Τα ecolabel είναι σήματα που εξασφαλίζουν πιο πράσινα προϊόντα, τα οποία ανταποκρίνονται σε πρότυπα υψηλών επιδόσεων. Με σκοπό την γνωστοποίηση στους επισκέπτες για τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης και την καλύτερη δυνατή προστασία του περιβάλλοντος.

1. Μελέτη περίπτωσης:

Σε αυτή την ενότητα θα ασχοληθούμε με την έμπρακτη απόδειξη, ότι υπάρχει συμμετοχή και εφαρμογή της περιβαλλοντικής διαχείρισης σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο αλλά πιο συγκεκριμένα στην Ελλάδα.

Τα τελευταία χρόνια, και ειδικά στην Ελλάδα, παρατηρείται μια προσπάθεια αναδιαμόρφωσης του τουριστικού τομέα, μέρος της οποίας είναι και η προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού (οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, κλπ.) στο χώρο της υπαίθρου.

Η εξέλιξη αυτή δεν είναι μόνο απόρροια της επιτακτικής ανάγκης για οικονομική αναδιάρθρωση του χώρου της υπαίθρου (ιδίως των μειονεκτικών περιοχών) αλλά και απόρροια της αυξημένης ζήτησης για διαφοροποιημένες μορφές αναψυχής από μια μεγάλη μερίδα τουριστών.

Αρχικά θα διακρίνουμε μια μερική τυπολογία τουριστικών επιχειρήσεων, οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να διαχωριστούν σε:

•**Αμιγείς:** είναι οι τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες εξυπηρετούν αποκλειστικά τουρίστες. Τέτοιες είναι, για παράδειγμα τα παραθαλάσσια ξενοδοχεία επειδή βρίσκονται εκτός πόλης.

•**Μικτού τύπου:** είναι οι επιχειρήσεις όπου εκτός από τους τουρίστες εξυπηρετούν και άλλες ομάδες πελατών, όπως επαγγελματίες και κατοίκους της περιοχής.

•**Απλής δραστηριότητας:** είναι οι επιχειρήσεις που προσφέρουν ένα είδος τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

•**Σύνθετης δραστηριότητας:** είναι οι επιχειρήσεις που διαθέτουν δύο ή περισσότερους κλάδους προσφοράς τουριστικών προϊόντων. (*J. Christopher Holloway (1998), The business of tourism*)

Ο τουρισμός είναι ένας δυναμικά εξελισσόμενος κλάδος ο οποίος προσφέρει σημαντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες. Έτσι πολλοί επιχειρηματίες αποφασίζουν να εισέλθουν στον κλάδο ή να επεκταθούν σε αυτόν με την εφαρμογή της περιβαλλοντικής πολιτικής.

Με δεδομένο ότι τέτοιες δράσεις υλοποιούνται ή σχεδιάζονται να υλοποιηθούν κατά βάση γύρω από οικοσυστήματα ή κοινωνικά περιβάλλοντα υψηλής ευαισθησίας και με δεδομένο ότι η ζήτηση εκ μέρους των τουριστών αυξάνεται, είναι αυτονόητο ότι η υλοποίησή τους θα πρέπει να βασίζεται στις αρχές της αειφορίας, δηλαδή στη γενική παραδοχή ότι ο τουρισμός θα πρέπει να αναπτύσσεται διαχρονικά με τέτοια ένταση και σε τέτοια κλίμακα που δεν θα υποβαθμίζει τις παρεχόμενες υπηρεσίες του ούτε το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον και ούτε θα παρεμποδίζει την εξέλιξη άλλων δραστηριοτήτων ενώ, παράλληλα, θα συμβάλλει στη δίκαιη κατανομή των οικονομικών ωφελειών στην τοπική κοινωνία.

Γενικός σκοπός της μελέτης είναι η απόδειξη πως υπάρχουν σχέδια ανάπτυξης του φιλικά περιβαλλοντικού τουρισμού και ενεργειών διαχείρισης επισκεπτών στο σύνολο της περιοχής παρέμβασης, κατά χρόνο και χώρο και πάντα με γνώμονα τη φέρουσα ικανότητά της περιοχής, έτσι ώστε αυτή η

ανάπτυξη να συμβάλλει στην ισορροπία μεταξύ του τουρισμού και του περιβάλλοντος.

Σας παρουσιάζουμε την εφαρμογή της περιβαλλοντικής πολιτικής στο ξενοδοχείο *Sofitel* στα Σπάτα.

1.1 Πιστοποίηση ISO 14001 & ISO 22000 για το Sofitel Athens Airport:

Το ξενοδοχείο **Sofitel Athens Airport**, μέλος του γαλλικού ομίλου **ACCOR**, πιστοποιήθηκε κατά EN ISO 14001:2004 και κατά EN ISO 22000:2005 στα τέλη Νοεμβρίου. Το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης ISO 14001 παρέχει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να εφαρμόσει διαδικασίες για τον καθορισμό περιβαλλοντικής πολιτικής και στόχων και να αξιολογήσει την αποτελεσματικότητά τους.

Ήδη, λόγω της θέσης του, το ξενοδοχείο από την αρχή της λειτουργίας του υπόκειται σε περιοδικούς περιβαλλοντικούς ελέγχους από την Υπηρεσία Περιβάλλοντος του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών και υποχρεούται να συμμορφώνεται προς τυχόν υποδείξεις της.



Τα κύρια προγράμματα περιβαλλοντικής διαχείρισης στο ξενοδοχείο αφορούν την εξοικονόμηση ενέργειας, την ευαισθητοποίηση και εκπαίδευση προσωπικού σε θέματα περιβαλλοντικής διαχείρισης και την αύξηση της ανακύκλωσης χαρτιού, στο Σύστημα Διαχείρισης για την Ασφάλεια των

Τροφίμων στους τομείς Παραλαβής, Επεξεργασίας και Διάθεσης Γευμάτων ISO 22000 ενσωματώνεται η δέσμευση της Διοίκησης της εταιρείας για προσεκτική μεταχείριση ενός τόσο σημαντικού και λεπτού θέματος όπως είναι το παραπάνω.

Η πιστοποίηση του συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης (ISO 14001:1996) καθώς και η πιστοποίηση του συστήματος διαχείρισης της ποιότητας (ISO 9001:2000) του Sofitel Athens Airport 5* έγιναν από το φορέα πιστοποίησης D.Q.S. (Ελλάς).

Αντίστοιχα, για την πιστοποίηση του συστήματος διασφάλισης της υγιεινής των τροφίμων (HACCP) των επισιτιστικών τμημάτων του Sofitel Athens Airport 5*, φορέας πιστοποίησης είναι η εταιρία T.U.V. Austria (Ελλάς).

Η παγκόσμια πρωτιά του Sofitel Athens Airport 5*, επιβραβεύτηκε από την επιλογή του ως επίσημο case study στα πλαίσια του χρηματοδοτούμενου, από την Ευρωπαϊκή Ένωση, προγράμματος: ASIAPROECO: NESPEMS (*New European Standard Phased EMS - BS8555*). Το πρόγραμμα έλαβε χώρα το Φεβρουάριο του 2004 στο Ανόι - Βιετνάμ και στην Μπανγκόκ - Ταϊλάνδη και εισηγητής για το Sofitel Athens Airport 5* ήταν ο σύμβουλος συστημάτων κ. Λάμπρος Μπούκλης ο οποίος συνεργάζεται από το 2001 για την υλοποίηση αυτών των θεμάτων με το ξενοδοχείο.



Στα πλαίσια της εκδήλωσης που πραγματοποιήθηκε για την απονομή των πιστοποιητικών διασφάλισης και ποιότητας, ο Αναπληρωτής Γενικός Διευθυντής του ξενοδοχείου Sofitel Athens Airport 5*, κ. Ευριπίδης Τζήκας,

δήλωσε:

«Αισθανόμαστε ευτυχείς που οι προσπάθειες της διεύθυνσης και του προσωπικού του Sofitel Athens Airport ευοδώθηκαν με τον καλύτερο και πιο πιστοποιημένο τρόπο. Στη συνέχεια, δεσμευόμαστε για την πιστή εφαρμογή των κανόνων που ορίζουν οι πιστοποιήσεις μας καθώς και για τη συνεχή προσπάθεια βελτίωσης της ποιότητας των προϊόντων και υπηρεσιών του ξενοδοχείου στο μέλλον».



Η εφαρμογή αυτού του ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης θα συμβάλει στην επίτευξη των ακόμα υψηλότερων στόχων που τέθηκαν από την αλυσίδα, ώστε το Sofitel Athens Airport να στέκεται επάξια ανάμεσα στα κορυφαία ξενοδοχεία 5* της πόλης, αλλά και στον απαιτητικό χώρο στον τομέα παροχής υπηρεσιών του αεροδρομίου.

1.2 Λίστα ξενοδοχείων όπου εφαρμόζουν περιβαλλοντικά συστήματα:

- Clarion Inn
- Courtyard by Marriott
- Four Points by Sheraton
- Hampton Inn
- Hilton
- Holiday Inn
- Hyatt
- Inter-Continental
- Marriott

- Omni Hotel
- Park Inn Intl.
- Presidente
- Sheraton
- Hotel Sofitel κ.α.

Το ξενοδοχειακό κέρδος δεν είναι εύκολη υπόθεση. Απαιτεί άριστη γνώση του επαγγέλματος και δραστήριους επιχειρηματίες. Στην Ελλάδα τα ξενοδοχεία στη συντριπτική τους πλειοψηφία είναι υπερχρεωμένα και πολλά λειτουργούν με ζημίες.

Το φαινόμενο είναι διεθνές. Σύμφωνα με τον *Jim Pearson*, το 81% των βρετανικών ξενοδοχείων είναι στα χέρια δανειστών και η συντριπτική πλειοψηφία των μη χρεωμένων ξενοδοχείων έχουν κατά μέσο όρο 75 δωμάτια.

Με αυτή την εναλλακτική πρόταση και την εφαρμογή της περιβαλλοντικής πολιτικής είναι εφικτό να μειωθούν αυτά τα προβλήματα όπου απαντώνται συχνά στο χώρο.

1.3 Σχόλια πελατών σε ξενοδοχεία με περιβαλλοντική πολιτική:

Σε αυτή την υποενότητα καταγράφουμε κάποια από τα σχόλια τα οποία διατυπώθηκαν από πελάτες των παραπάνω ξενοδοχείων σε σχέση με τις παρεχόμενες υπηρεσίες και τον τρόπο λειτουργίας των ξενοδοχείων.

Ένας από τους πελάτες του Sheraton αμέσως μετά την διαμονή του δήλωσε: « εκτιμώ την προσπάθεια από μέρους της επιχείρησης για την προστασία του περιβάλλοντος».

Ένα ζευγάρι από την Ιταλία μετά την διαμονή τους στο ξενοδοχείο Hyatt στο Chicago ανέφερε πως: « ήταν κάτι το εντελώς διαφορετικό από ότι περιμέναμε και πως παρόλο που ήταν κάτι το απλό σε θέμα εξυπηρέτησης δεν έπαυε να ήταν ένα 5* ξενοδοχείο».

Ένας καθηγητής από την Ουαλία ο οποίος διέμεινε στο Marriott δήλωσε: « ότι σίγουρα θα επιστρέψει και πως θα το προτείνει σε συνεργάτες και φίλους».

1.4 Δηλώσεις του πρώην Υπουργού Τουρισμού:

Σε αυτή την ενότητα παραθέτουμε κάποιες σχετικές ερωτήσεις και απαντήσεις του πρώην Υπουργού Τουρισμού κου. Άρη Σπηλιωτόπουλου οι οποίες δίνουν την τότε τοποθέτηση της κυβέρνησης σε καίρια θέματα όπου αφορούν την περιβαλλοντική πολιτική.

Ερ: Τα τελευταία χρόνια διαπιστώνεται μία παγκόσμια τάση προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Έχετε διαπιστώσει ανάγκη για εκσυγχρονισμό του θεσμικού πλαισίου που τις διέπει, καθώς κατατίθενται ενστάσεις ότι στην Ελλάδα οι επιχειρήσεις δεν δεσμεύονται από τα περιβαλλοντικά κριτήρια σε θέματα όπως η κατανάλωση ενέργειας και η επιβάρυνση εδάφους και υδάτων;

Απ: Η χρήση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού δείχνει το δρόμο προς το αύριο. Αυτό δεν το λέω εγώ, το λένε όλες οι επίσημες έρευνες που καταγράφουν την παγκόσμια τουριστική τάση. Τα τελευταία χρόνια- και φαντάζομαι στο μέλλον ακόμα περισσότερο- όλο και μεγαλύτερος αριθμός τουριστών θα στρέφονται προς νέες μορφές τουρισμού.

Σε αυτές δηλαδή που ικανοποιούν εξειδικευμένες ανάγκες και πολύ συγκεκριμένες πελατειακές απαιτήσεις. Γιατί, όπως και να το κάνουμε, η εποχή του μαζικοποιημένου τουριστικού προϊόντος έχει παρέλθει οριστικά. Τούτο, όσο συντομότερα το συνειδητοποιήσουμε, τόσο πιο αποτελεσματικά θα ασκήσουμε την τουριστική πολιτική για τη χώρα μας.

Να επεκταθούμε σε νέα τουριστικά προϊόντα με ευρύτερη πελατειακή βάση και, ως εκ τούτου, πιο επικερδή από πλευράς εισροής συναλλάγματος. Με άξονα την ποικιλομορφία, τη βιωσιμότητα και την ποιότητα εμπλουτίσαμε το τουριστικού προϊόν με νέους θεματικούς τομείς ή, αλλιώς, εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Με την ανάπτυξη μεγάλων επενδυτικών σχεδίων που στοχεύουν σε παγκόσμιες περιβαλλοντικές πρωτιές. Δεν είναι λίγοι μάλιστα εκείνοι οι ξενοδόχοι που εξετάζουν τρόπους εξοικονόμησης ενέργειας μετατρέποντας το ξενοδοχείο τους σε μονάδα φιλική προς το περιβάλλον. Όλα αυτά μας κάνουν να αισιοδοξούμε.

Ερ: Έχει αρχίσει η απονομή του Ευρωπαϊκού Οικολογικού Σήματος (Ecolabel) σε ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις και αν ναι σε πόσες έχει απονεμηθεί;

Απ: Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προσπαθεί να υποστηρίξει την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων, μέσω της ανάπτυξης και εφαρμογής τεχνικών για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η προώθηση του Ευρωπαϊκού Οικολογικού Σήματος «Ecolabel» για τουριστικά καταλύματα καθώς και του Κοινοτικού Συστήματος Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου (EMAS: Eco-Management & Audit Scheme) σε επιχειρήσεις του κλάδου. Στόχος των μέσων και των εργαλείων αυτών, είναι, μεταξύ άλλων, η χρήση και εξοικονόμηση ενεργειακών και υδάτινων πόρων, οι οικολογικές προμήθειες, όπως π.χ. η χρήση οικολογικών απορρυπαντικών και απολυμαντικών, η διαχείριση απορριμμάτων και η ενημέρωση των επισκεπτών.

Συγκεκριμένο παράδειγμα αποτελεί η πρωτοβουλία Ανώνυμης Συγκριτικής Αξιολόγησης (benchmarking) των περιβαλλοντικών επιδόσεων τουριστικών επιχειρήσεων, η οποία έχει ήδη εφαρμοστεί στη Χαλκιδική, στο πλαίσιο έργου με Ευρωπαϊκή συνχρηματοδότηση.

Άρης Σπηλιωτόπουλος

24 Ιουν. 2008

Πηγή: www.i-reporter.gr

Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε πως τα σχόλια είναι θετικά και πως το έδαφος είναι αρκετά προσοδοφόρο για την υιοθέτηση μίας περιβαλλοντικής πολιτικής, ακόμη οι καινούριες επιχειρήσεις δεν θα πρέπει να φοβούνται να ακολουθήσουν κάτι το διαφορετικό το οποίο με την σωστή εφαρμογή θα αποφέρει μεγάλο κέρδος.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

3^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ

1. Παράθεση συμπερασμάτων:

Στην παρούσα εργασία εξετάσαμε αρχικά το φαινόμενο του τουρισμού και της ανάπτυξης του με το πέρας των χρόνων και ανάλογα στην εξέλιξη της τεχνολογίας και τη συμβολή της στον τουρισμό φτάνοντας στην εποχή μας.

Με την εξέλιξη αυτή όμως γίνεται λόγος ταυτόχρονα για κάποιες έννοιες που διαδραματίζουν εξαιρετικά ζωτικό ρόλο στον τουρισμό όπως για την αιφόρο τουριστική ανάπτυξη, η οποία ακόμα και σαν έννοια έχει άμεση σύνδεση με το γενικότερο πλαίσιο της παρούσας εργασίας.

Η αιφόρος τουριστική ανάπτυξη σχετίζεται με τους τρόπους εκμετάλλευσης ενός προορισμού για να καλυφθούν οι ανθρώπινες ανάγκες χωρίς όμως να κατακερματίζονται οι φυσικοί πόροι και φυσικά αν μην κλονίζεται η φυσική ισορροπία, ανάλογο ζήτημα παρουσιάζεται και στην παρούσα εργασία.

Όπως είναι φυσικό για την πραγμάτωση μιας τέτοιας εργασίας ήρθαμε σε επαφή με έννοιες που είχαμε ξανασυναντήσει κατά τη θητεία μας στη σχολή σε ορισμένες περιπτώσεις βέβαια ανακαλύψαμε κάποιες διαφορετικές προσεγγίσεις σε ορισμένα θέματα-έννοιες με αποτέλεσμα να είναι σαν να ανακαλύπτουμε ξανά την εκάστοτε έννοια.

Με βάση μια τέτοιου είδους διαδικασία εξερευνούμε κάποιες πτυχές οικείων προς εμάς θεμάτων με άλλη διαδικασία και φυσικά με άλλα ζητούμενα. Οπότε πρόκειται για άλλου είδους έρευνα, έτσι οδηγούμαστε σε ιδιαίτερα συμπεράσματα η οποία έχει πλέον ακαδημαϊκό χαρακτήρα και εξυπηρετεί διαφορετικές ανάγκες και όχι μόνο απλά τη γνώση.

Πρόκειται για μια εξαιρετικά δοκιμαϊκή προσέγγιση ενός αντικειμένου που δεν ολοκληρώθηκε μόνο από την πλευρά της έρευνας μέσα από βιβλία ή παραπομπές ή πηγές αλλά και προσωπική επαφή των φοιτητριών, που παίρνουν μέρος στην εργασία, με τον τομέα των ξενοδοχείων και με τον οποιονδήποτε συσχετισμό τους με την φιλοπεριβαλλοντική πολιτική στην ξενοδοχειακή διαχείριση.

Ειδικότερα σε αυτήν την εργασία παρατηρήθηκαν εναλλακτικά και κάποιες εφαρμογές διαφόρων ειδών μάρκετινγκ, επικεντρώνοντας συγκεκριμένα σε επίπεδα στρατηγικής που σχετίζονται με το μάρκετινγκ, όπως για παράδειγμα:

α) το *επιχειρησιακό επίπεδο* που έχει σκοπό να ορίσει τον επιχειρησιακό σκοπό, να αξιολογήσει τα σχέδια των τμημάτων, να καθορίσει τις εξαγορές και την αφαίρεση επιχειρησιακών,

β) το *επίπεδο τμήματος ή στρατηγικής της επιχειρησιακής μονάδος* που δίνει έμφαση στην κατανομή των πόρων σε όλο το εύρος των ευκαιριών που προκύπτουν για την επιχείρηση από διάφορους συνδυασμούς προϊόντων-αγορών που απασχολούν την επιχείρηση, τέτοιες ευκαιρίες προκύπτουν μετά τον ορισμό των ευκαιριών του μάρκετινγκ, την

ανάπτυξη ενός χαρτοφυλακίου προϊόντων και φυσικά την πρόταση μιας επενδυτικής στρατηγικής,

γ) το επίπεδο μονάδας προϊόντος-αγοράς που δίνει έμφαση στη στρατηγική που αναπτύσσεται σε άλλα επίπεδα επιχείρησης, όπως το επίπεδο γραμμής προϊόντος, ομάδας μαρκών ή στο επίπεδο μάρκας.

Αναλογικά στις εφαρμογές των ειδών μάρκετινγκ υπάρχουν και κάποια σειρά επιπτώσεων που προκύπτουν από την έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού σε κάποιες επιχειρήσεις με άμεση συνέπεια:

α) έλλειψη ικανοποιητικών διοικητικών ελέγχων,

β) λανθασμένη σύλληψη στρατηγικής επέκτασης των δραστηριοτήτων,

γ) ανάποδη διαποίκιση- *topsy turvy diversilcation*. Λαμβάνοντας υπ' όψη τα παραπάνω πρέπει να γνωστοποιήσουμε ότι ένας καλός στόχος του μάρκετινγκ θα πρέπει να:

- ο Να είναι ποσοτικοποιημένος
- ο Να είναι μετρήσιμο το αποτέλεσμα
- ο Να είναι φιλόδοξος
- ο Να είναι εφικτός
- ο Να εκφράζεται ως αποτέλεσμα
- ο Να έχει χρονικό πλαίσιο
- ο Να είναι συμβατός με τις προθέσεις που χρησιμοποιούνται κατά τη διάρκεια του στρατηγικού σχεδιασμού.

Τα παραπάνω στοιχεία αναφέρονται για να βοηθηθεί κάποιος που θα έρθει σε επαφή με την εργασία μας ως προς την καλύτερη κατανόηση του γενικού πλαισίου του θέματος, επίσης αν και βρισκόμαστε στο τμήμα του επιλόγου θα θέλαμε να επιστήσουμε την προσοχή του εκάστοτε ενδιαφερόμενου σε κάποια στοιχεία που θεμελιώνουν την έρευνά μας κατά κύριο λόγο.

Βασικός παράγοντας θεωρείται το μάρκετινγκ είτε ως θεσμός είτε ως γενικότερη παράμετρος. Πλέον με βεβαιότητα μπορεί να αναφερθεί ότι το

μάρκετινγκ ακόμα και σε περιπτώσεις όπως οι φιλοπεριβαλλοντικές πολιτικές που αφορά στη διαχείριση των ξενοδοχειακών μονάδων βασικό κριτήριο αποτελεί το μάρκετινγκ ως θεμέλιος λίθος για κάθε τι στον τομέα της ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας.

2. Προτάσεις όπου ωφελούν στην ανάπτυξη της περιβαλλοντικής πολιτικής:

Όταν πρόκειται για την ανάπτυξη της περιβαλλοντικής διαχείρισης θα έπρεπε να αναφερθούμε διεξοδικότερα σε 4 παράγοντες που διαδραματίζουν έναν εξαιρετικά σημαντικό ρόλο και αυτοί είναι οι εξής:

- i. Σύγχρονη περιβαλλοντική διαχείριση:* πρόκειται για μια σύνθετη διαδικασία η οποία σχετίζεται με την ανάπτυξη και την εφαρμογή μιας μακροχρόνιας πολιτικής, από την διοίκηση των ξενοδοχείων και την πολιτεία, που δίνει μετρήσιμες περιβαλλοντικές επιπτώσεις, έτσι ώστε να δίνεται η δυνατότητα βελτίωσης και αντιμετώπισης που περιλαμβάνει: τη φάση σχεδιασμού, τη φάση εφαρμογής, τα χαρακτηριστικά της περιβαλλοντικής διαχείρισης και τους σκοπούς.
- ii. Περιβάλλον:* η παρούσα έννοια δεν ταυτίζεται κυρίως με την έννοια της φύσης αλλά με την έννοια του αβιοτικού και του βιοτικού περιβάλλοντος και το κοινωνικοοικονομικό και πολιτιστικό περιβάλλον με τα οποία συνδέεται άμεσα η περιβαλλοντική διαχείριση των ξενοδοχείων.

iii. Τουρισμός: Πρόκειται για ένα παγκόσμιο κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο, η πιο σημαντική οικονομική δραστηριότητα για πολλές περιοχές, κάτι που αφορά το σύνολο σχεδόν των κοινωνιών των ανεπτυγμένων χωρών καθώς ικανοποιεί ανάγκες όπως η αναψυχή, η ξεκούραση, η διασκέδαση, η επαφή με η φύση και η επαφή με τον κόσμο και τον πολιτισμό του.

iv. Φέρουσα Ικανότητα: αναφέρεται στο μέγιστο αριθμό ανθρώπων που μπορούν να χρησιμοποιήσουν μια περιοχή χωρίς να προκαλέσουν αλλαγές μη αποδεκτές στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον.

Έτσι λοιπόν για να είναι αποτελεσματική η εφαρμογή της περιβαλλοντικής πολιτικής παραθέτουμε τους τρόπους όπου μπορεί αυτό να γίνει.

- Πρέπει να υπάρχει διαρκής υποστήριξη από την Διοίκηση, η ίδια η Διοίκηση να στηρίζει την νέα πολιτική που εφαρμόζει.
- Πρέπει να υπάρχει κάποια στοιχειώδη οργάνωση στην επιχείρηση, μέσω ενός οργανωμένου σχεδίου επιτυγχάνεται το κέρδος.
- Πρέπει να γίνει αποτελεσματική εκπαίδευση των στελεχών της επιχείρησης, καθώς οι νέοι κανόνες για την αποτελεσματικότητα τους χρειάζεται η σωστή εφαρμογή από τους εργαζομένους της.
- Συνεργία/συνεργασία κατά την διαμόρφωση αλλά και εφαρμογή των διαδικασιών του Συστήματος, η κοινή συνεργασία αποσκοπεί στην κοινή λήψη αποφάσεων και στην αποφυγή αντιφάσεων.
- Θα πρέπει να θεσπιστούν ρεαλιστικοί στόχοι και να παρακολουθούνται με τρόπο επαρκή τα αποτελέσματα, η επιχείρηση θα πρέπει να αποσκοπεί σε στόχους αρχικά μικρούς και έπειτα σε μακροχρόνιους για την αποφυγή λαθών.

- Δεν θα πρέπει να εμπλακούν άπειρα στελέχη στην διαδικασία σχεδιασμού/ εφαρμογής του Συστήματος, με την ανταλλαγή πολλών απόψεων, η επιχείρηση ίσως χάσει τον ίδιο το στόχο της.
- Θα πρέπει να διενεργούνται συχνές εσωτερικές επιθεωρήσεις, για την λήψη των αποτελεσμάτων την λειτουργικότητας κάτι τέτοιο είναι απαραίτητο.
- Θα πρέπει, μέχρι την οριστική εφαρμογή του Συστήματος, να υπάρχει συνεχής επανασχεδιασμός των διαδικασιών του, όπου απαιτείται, οι κανόνες όπου εφαρμόζει το Σύστημα δεν αντιστοιχούν σε όλες τις επιχειρήσεις όπου το υιοθετούν, η ίδια η επιχείρηση θα πρέπει να κρίνει ποιους από τους κανόνες πρέπει να αλλάξει.
- Μπορεί να χρησιμοποιηθεί η εμπειρία και γνώση τρίτων, που έχουν ήδη εφαρμόσει Σύστημα, η εμπειρία τρίτων είναι σημαντική καθώς γίνεται αντιληπτή η ορθή λειτουργία του Συστήματος.
- Θα πρέπει να γνωρίζει η επιχείρηση ότι το Σύστημα από μόνο του δεν λύνει όλα τα προβλήματα της επιχείρησης, είτε τα ποιοτικά είτε τα περιβαλλοντικά, θα πρέπει το Σύστημα να ελέγχεται συχνά για την βιωσιμότητα του και να υπάρχει κοινή συνεργασία και συνεργία όλης της κοινότητας.

Αφού εφαρμοστούν όλα αυτά με επιτυχία, τότε είναι σε θέση η επιχείρηση να κρίνει τα οφέλη της από τη λειτουργία του Συστήματος.

Τα κυριότερα οφέλη προς την επιχείρηση είναι τα εξής:

- *Παροχή εμπιστοσύνης στον ιδιοκτήτη της επιχείρησης για την καλή λειτουργία της μέσω της βελτίωσης των εσωτερικών λειτουργιών της*

- *Παροχή εμπιστοσύνης στους πελάτες για την ικανότητα παραγωγής/παροχής σταθερής ποιότητας προϊόντων/υπηρεσιών, έγκαιρα και σύμφωνα με τις επιθυμητές προδιαγραφές*
- *Βοηθά την επιχείρηση να διεισδύσει σε νέες αγορές/μεγαλώνει το μερίδιο της εσωτερικής αγοράς/διαβατήριο για τις εξαγωγές/παροχή αποδείξεων για συμμόρφωση με κοινοτικές οδηγίες που απαιτούν πιστοποίηση συστημάτων ποιότητας*
- *Λιγότερες απώλειες – σταδιακή εξάλειψη του κόστους της «μη ποιότητας», το οποίο αποτελεί στην αύξηση των εσόδων.*
- *Έγκαιρος εντοπισμός όλων των πιθανών πηγών λαθών, αποφυγή των μελλοντικών προβλημάτων.*
- *Εργαλείο Μάρκετινγκ/Προβολής της επιχείρησης, η επιχείρηση στοχεύει σε μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών.*
- *Βελτίωση Διεργασιών/Εργαλείο διαχείρισης για την βελτίωση της ίδιας της επιχείρησης και των παρεχομένων προϊόντων-υπηρεσιών*
- *Αύξηση κέρδους λόγω αποτελεσματικότητας που παρέχει το ίδιο το Σύστημα.*
- *Μείωση ασφαλιστικών/ευθύνη λόγω ελαττωματικών προϊόντων, προσοχή στις λειτουργίες αυτών*
- *Συμμετοχή σε συμβάσεις/διαγωνισμούς όπου απαιτούνται Πιστοποιητικά Συστημάτων Ποιότητας, μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα*
- *Αύξηση και βελτίωση της συνολικής ανταγωνιστικότητας, διότι κάθε νέα επιχείρηση προσκρούει στον ανταγωνισμό της άλλης.*
- *Βέλτιστη χρησιμοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού και των μέσων της επιχείρησης/ανάπτυξη εσωτερικής πειθαρχίας/εναρμόνιση των χρησιμοποιούμενων πρακτικών, της*

τεκμηρίωσης, των εντύπων και καλύτερη ροή πληροφόρησης μέσα στην επιχείρηση

- *Μείωση ή κατάργηση των πολλαπλών επιθεωρήσεων και ελέγχων από πελάτες ή Αρχές, η επιχείρηση αποκτά την εμπιστοσύνη των αρμόδιων αρχών με την σωστή λειτουργία του Συστήματος.*
- *Βάση επίδειξης της δέσμευσης στην περιβαλλοντική επίγνωση, συμμόρφωση, μείωση αποβλήτων και συνεχή βελτίωση, μέσω αυτών η επιχείρηση αποκτά περιβαλλοντική ευαισθησία και την μεταδίδει στην κοινωνία.*

- *Μέσο μείωσης των περιβαλλοντικών ευθυνών/ κινδύνων και βελτίωσης της περιβαλλοντικής επίδοσης*
- *Εργαλείο διαπραγμάτευσης με τις ασφαλιστικές εταιρείες, κάθε ασφαλιστική εταιρεία θα επιθυμούσε την συνεργασία με μια ξενοδοχειακή επιχείρηση όπου εφαρμόζει μια περιβαλλοντική πολιτική.*
- *Πρόσβαση σε κεφάλαια, άρα αύξηση της δανειοληπτικής πολιτικής και εμπιστοσύνης.*
- *Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης στην αγορά, η επιχείρηση κάνοντας αλλαγή στην πολιτική της και εφαρμόζοντας νέους κανόνες γίνεται αντιληπτή προς το κοινό και προς άλλες επιχειρήσεις.*
- *Αποφυγή έκτακτου κόστους – λιγότερα πληρώνει κανείς π.χ. αν συντηρεί σωστά για να αποφύγει διαρροές παρά να πληρώνει τεράστια πρόστιμα σε περιπτώσεις που συμβεί κάτι*
- *Ικανοποίηση νομοθετικών/ κανονιστικών απαιτήσεων, η επιχείρηση υπακούει στους κανόνες όπου εφαρμόζει*

- *Αύξηση αποδοτικότητας της επιχείρησης με μείωση λειτουργικού κόστους σε όλες τις διεργασίες/ εξοικονόμηση ενέργειας, νερού αλλά και υλικών, μείωση δαπανών για διάθεση αποβλήτων, η επιχείρηση επιτυγχάνει τον στόχο της , δηλαδή την μείωση στην ρύπανση του περιβάλλοντος.*
- *Χρήση περιβαλλοντικά αποδεκτών υλικών και παραγωγή περιβαλλοντικά αποδεκτών προϊόντων που διευκολύνει συναλλαγές κυρίως στο εξωτερικό- έναντι άλλων επιχειρήσεων που παράγουν «βρώμικα» προϊόντα, τα νέα υλικά που είναι φιλικά προς το περιβάλλον είναι και εύκολα στην χρήση αλλά και αναγνωρίσιμα στους αρμόδιους φορείς με την λειτουργικότητα τους.*
- *Μείωση ατυχημάτων, υπάρχει μεγαλύτερη ασφάλεια προς το προσωπικό κατά την διάρκεια της εργασίας τους καθώς γίνεται χρήση νέων προϊόντων.*
- *Βελτιωμένο ηθικό προσωπικού- ικανοποίηση αυτών, το προσωπικό σέβεται την επιχείρηση όπου εργάζεται και υπάρχει ευχάριστο κλίμα εργασίας.*
- *Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά, αύξηση του ανταγωνισμού.*
- *Βελτίωση της δημόσιας εικόνας- στις σχέσεις με την κοινωνία και τις αρχές- δημόσια αναγνώριση και αύξηση ανταγωνιστικότητας λόγω επιδόσεων.*

3. Προβλέψεις εισερχόμενου τουρισμού από 2006 μέχρι 2015.

Ένα ξενοδοχείο λειτουργεί με σκοπό το κέρδος. Οι επιμέρους στόχοι, οι οποίοι εξυπηρετούν τον σκοπό της επιχείρησης αποτελούν και σημεία προσανατολισμού της οργάνωσης.

Το tourism forecasting committee παρέχει προβλέψεις για τον εισερχόμενο και εξερχόμενο τουρισμό. Η πιο πρόσφατη πρόβλεψη έγινε τον Οκτώβριο του 2006.

Προβλέψεις Οκτωβρίου 2006

Εισερχόμενες προβλέψεις.

Το tourism forecasting committee (TFC) προέβλεψε ότι οι αφίξεις των επισκεπτών έχουν μειωθεί κατά 0,5 % για το 2006 δηλαδή περίπου 5.5 εκατομμύρια. Έναντι της περιόδου του 2005 όπου οι αφίξεις τους πρώτους εννέα μήνες ήταν 1 % χαμηλότερες.

Αυτό οφείλεται σε :

1. μείωση της ισχύος του δολαρίου έναντι των άλλων νομισμάτων,
 2. υψηλές τιμές του πετρελαίου,
 3. η γρήγορη επέκταση πτήσεων χαμηλότερου κόστους στην Ασία.
- Οι προβλέψεις για το τέλος του 2006 και του 2007 είναι θετικότερες. Η συνεχής επέκταση των μεταφορέων χαμηλότερου κόστους (LCC) στην Ασία και η σχετική γρήγορη ανάπτυξη των ανταγωνιστικών προορισμών στην Ασία, θα συνεχίσουν να ασκούν πίεση στις διεθνείς αφίξεις.
 - Το 2007 οι εισερχόμενες αφίξεις προβλέπεται να αυξηθούν σε έναν μέτριο ρυθμό πάνω από 4 τοις εκατό για να φθάσει τα 5,7 εκατομμύρια επισκέπτες.

- Το Σύνολο Εισερχόμενης Οικονομικής Αξίας (ΤΙΕV) το 2006 ήταν 1.2 % δηλαδή 19 δισεκατομμύρια και το 2007 προβλέπεται να φθάσει το 5 % δηλαδή 20 δισεκατομμύρια.
- Επιπρόσθετα , η αύξηση των εισερχόμενων αφίξεων αναμένεται να υπερβεί το ποσοστό ανάπτυξης του 2007.
- Κατά τη διάρκεια της περιόδου από το 2005 ως το 2015, οι εισερχόμενες αφίξεις προβλέπονται να αυξηθούν σε ένα μέσο ετήσιο ποσοστό μόλις πάνω από 4 % για να φθάσουν τα 8,4 εκατομμύρια. Αυτή η ανάπτυξη θα υποστηρίξει μια αύξηση στο ΤΙΕV περίπου 32 δισεκατομμύρια μέσα στο 2015.

Εσωτερικές προβλέψεις

- Το TFC προέβλεψε ότι οι διανυκτερεύσεις των επισκεπτών θα αυξηθούν περίπου 1,8 % κατά προσέγγιση 281 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις στο 2006, μετά από μια πτώση 7 τοις εκατό από το 2005. Η συμβολή του εσωτερικού τουρισμού στην οικονομία προβλέπεται να αυξηθεί πάνω από 2 % δηλαδή 57 δισεκατομμύρια στο 2006.
- Ο εσωτερικός τουρισμός αντιμετωπίζει εντεταμένη ανταγωνιστική πίεση από άλλα αγαθά και υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων των υπερατλαντικών ταξιδιών.
- Σαν αποτέλεσμα , το TFC προέβλεψε ότι οι διανυκτερεύσεις των επισκεπτών θα αυξηθούν κατά μέσο όρο, φτάνοντας τις 291 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις μέσα στο 2015.Αυτός ο αριθμός θα αντιπροσωπεύσει μια μέση ετήσια αύξηση 0,5 % ετησίως μεταξύ 2005 και 2015.

Εξερχόμενες προβλέψεις

- Το TFC προέβλεψε ότι οι αναχωρήσεις θα αυξηθούν πάνω από 4 % δηλαδή 5 εκατομμύρια ταξιδιώτες στο 2006, ακολουθώντας αύξηση 9 % για το 2005 και 29 % για το 2004.
- Επιπρόσθετα, ο εξερχόμενος τουρισμός προβλέπεται να αυξηθεί σε ένα μεγαλύτερο ποσοστό από αυτό του εσωτερικού τουρισμού, δεδομένης της αυξανόμενης τάσης των κατοίκων να ταξιδεύουν υπερατλαντικά και της επέκτασης των πτήσεων χαμηλού κόστους σε εξωτερικές τουριστικές αγορές.

Παρ'όλες τις γενικότερες δυσκολίες πρόκειται για μια εργασία που προσέφερε απλόχερα γνώσεις σε όλους τους τομείς χωρίς να μένουμε σε μια και μόνη ομάδα συμπερασμάτων, με θέμα αποκλειστικά τις πολιτικές που έχουν σχέση με το περιβάλλον ή κάποιες πολιτικές πάνω σε αυτό το θέμα άλλα και μια άλλη ομάδα συμπερασμάτων με άξονα τη γενικότερη επιχειρηματικότητα.

Ο ελληνικός τουρισμός παρουσίασε ραγδαία ανάπτυξη από τη δεκαετία του '60 έως τη δεκαετία του '80 και αποτέλεσε ξαφνικά τον τομέα απασχόλησης χιλιάδων ατόμων που δεν είχαν την κατάλληλη ειδικευση στον τομέα αυτό και επίσης αποτέλεσε ίσως ένα μεγάλο μέρος στην οικονομία της χώρας..

Η πλειοψηφία των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων και της τουριστικής υποδομής γενικότερα στηρίζεται σε παλιές κατασκευές και νοοτροπίες. Σε αυτό βοήθησε και η κωλυσιεργία του ελληνικού κράτους που ενώ γνωρίζει τη σημασία του τουρισμού παρέβλεψε να κάνει τις απαραίτητες νομοθετικές ρυθμίσεις που ευνοούσαν την δημιουργία υποδομής. Παράδειγμα αποτελεί η

κατάσταση που βρίσκονταν τα κρατικά «Ξενία» και ο λήθαργος που υπήρχε έως το 1980 στον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού.

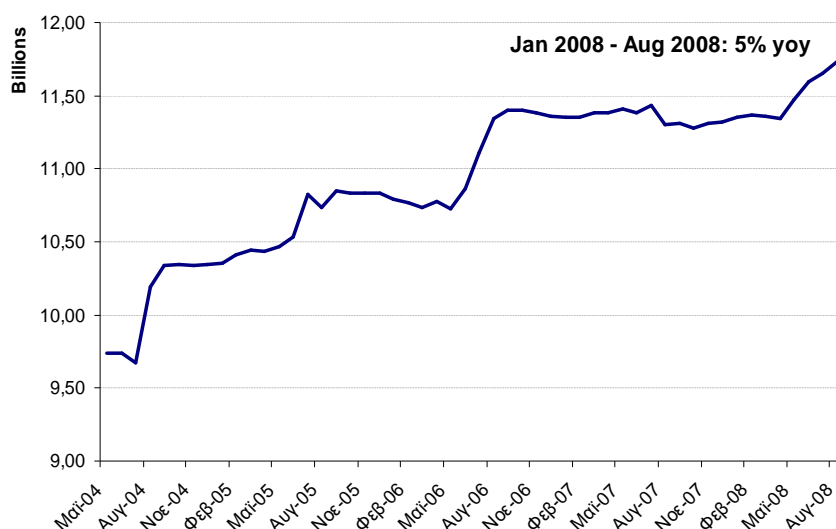
Η λογική του εύκολου κέρδους προκάλεσε το φαινόμενο της παραξενοδοχείας και την υποβάθμιση του τουριστικού πλήθους που επισκέπτεται την χώρα μας. Σαν αποτέλεσμα έχουμε την ανάγκη ριζικής αναδιάρθρωσης του τομέα του Τουρισμού και την δημιουργία ευνοϊκών συνθηκών για επενδύσεις υποδομής όπου παράλληλα θα συμβάλλουν και στη προστασία του περιβάλλοντος..

Οι ευνοϊκές αυτές συνθήκες είναι απαραίτητες, καθώς και το ύψος δημιουργίας ξενοδοχειακών μονάδων πολυτελείας, από αυτές που έχει ανάγκη η χώρα μας, είναι υψηλό μέχρι και υπέρογκο για τον Έλληνα επενδυτή.

Με την ένταξη της Ελλάδας στην Ε. Ε δημιουργήθηκαν οι συνθήκες και ανακαλύφθηκαν πόροι για την Χρηματοδότηση τέτοιων επενδύσεων. Με την σύσταση αναπτυξιακών νόμων από μέρους του ελληνικού κράτους και την «ανακάλυψη» των ευρωπαϊκών ταμείων δημιουργείται το «πλαφόν» πάνω στο οποίο μπορεί να στηριχθεί ο Έλληνας επενδυτής.

Η ενίσχυση της επενδυτικής δραστηριότητας πρέπει να επικεντρωθεί στη δημιουργία έργων υποδομής και σύγχρονων ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, με στόχο την εκπλήρωση της ανάγκης για τουρίστες υψηλού εισοδήματος αλλά να είναι άρτια συνδεδεμένα με την προστασία του περιβάλλοντος.

Ελλάδα: Έσοδα από Τουρισμό



Πηγή: ΤτΕ

Πίνακας:7

Πρέπει να καταλάβουν οι αρμόδιες αρχές και οργανισμοί ότι τα ποσά που δίνονται για ενίσχυση των επενδυτών πρέπει να αποτελέσουν κεφάλαιο για τον ελληνικό τουρισμό και όχι για εύκολα κέρδη και ανεπίστρεπτα δάνεια από ασυνείδητους επιχειρηματίες.

Τέλος, σε αυτή την εργασία αποδείξαμε έμπρακτα και με μέθοδο πως είναι όντως εφικτό να υπάρξει ο λεγόμενος *“πράσινος τουρισμός”* και πως το κέρδος από αυτό είναι μεγαλύτερης σημασίας από το οικονομικό όφελος, είναι ένα κέρδος το οποίο εξασφαλίζει την ζωή του πλανήτη και την εναρμόνιση του ανθρώπινου γένους με το περιβάλλον και τον σεβασμό προς αυτό.

Ευχαριστίες:

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε θερμά τον καθηγητή και καθοδηγητή μας κύριο Δημήτριο Γκούβη, για την αμέριστη βοήθεια του στην εργασία μας, για όλη την ύλη όπου μας προσκόμισε, η οποία συντέλεσε του έργου αυτού και για την καλή συνεργασία και επίσης όλους όσους συνέβαλαν στην ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βιβλία:

- Ζαχαράτος, Γ. (2000). *Package tour. Παραγωγή και διάθεση του τουριστικού ταξιδιού. Αθήνα, Προπομπός*
- Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Ν., Λύτρας Π., 1999: *Εισαγωγή στον τουρισμό. Αθήνα, Interbooks*
- William C. Gartner, *Τουριστική Ανάπτυξη- Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές*
- *Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges, Advanced Summary, October 2007*
- Δ. Σφακιανάκης: *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*

- *Μαν. Βουτηράκης, Εισήγηση για την περιβαλλοντική διαχείριση στα ξενοδοχεία, Οκτώβριος 2004*
- *Steve Curry Perspectives on Tourism Policy: Chapter 12*
- *Σημειώσεις από μάθημα Τουριστική Πολιτική, κ. Μπενετάτου, 2005 Πάτρα*
- *Σημειώσεις κ. Μπενετάτου, μάθημα Τουριστική Οικονομία, 2005, Περιβαλλοντική Τεχνολογία και Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη*
- *B. Ρούπας, Δ. Λαλούμης. (1998), "Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων". Εκδόσεις Α. Σταμούλης*
- *Jafar Jafari. (2005) "Encyclopedia of tourism". Εκδόσεις World reference*
- *J. Christopher Holloway (1998), The business of tourism, εκδόσεις: Longman*
- *G. Shaw and A.M. Williams (2002), Critical Issues in Tourism, εκδόσεις: Blackwell Publishers*
- *Yves Tinarad (1992), Le Tourisme: economie et management, εκδόσεις: Mc Graw-Hill*
- *Στέλιος Βαρβαρέσσος (1998), Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές, εκδόσεις: Προπομπός*
- *A.V Seaton and M.M Bennett, (1999) Marketing tourism products: concepts, issues, cases: Thomson Business Press*
- *Susan Horner and John Swarbrooke (1996), Marketing tourism hospitality and leisure in Europe: Thomson Business Press*
- *Burke Resnick (1991) Marketing and selling the travel product: South-Western publishing CO.*
- *Ευάγγελος Σ. Χρήστου, (1999) Έρευνα τουριστικής αγοράς: Interbooks*
- *Σημειώσεις κ. Μπενετάτου, μάθημα Τουριστική Οικονομία, 2005, Περιβαλλοντική Τεχνολογία και Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη*

Άρθρα:

- *Olli Manninen, (April 2008) Target eco-efficiency with foresight, Bleuings. p.50-53*
- *Άντα Σειμανίδη, (Ιαν-Φεβ 2008) Ήπειρος: Το πείραμα του εναλλακτικού τουρισμού, Hotel and Restaurant, Τεύχος 108, σ.47-51.*
- *Ξενοδοχεία/περιβαλλοντική διαχείριση, (Ιαν-Φεβ 2008), Hotel and restaurant, Τεύχος 108, σ. 73-76.*
- *Ρομπογιαννάκης Γ. (2006) Αναπτυξιακή Κρήτης.*
- *Baird-Murray J. (May 2007), Environmental Policy, The Metropole.*

Portals- sites:

www.e-ecology.gr

www.eco-label.com

www.eco-smes.com

www.acsmi.gr/Entypra/epan_filadio.doc

www.google.com

www2.mst.dk

Thomaidis (2003) Ιστοσελίδα UNEP, Τομέας Τεχνολογίας, Βιομηχανίας και Οικονομίας

Τουριστικοί οδηγοί :

Ελληνικός Τουρισμός

Travel guide

Τουρισμός

Διεθνής τουρισμός

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Πίνακες:

Ανάπτυξη ξενοδοχειακών κλινών στην Ελλάδα

Έτος	2000	% συνόλου	2006	% συνόλου
5*****	36.117	6,1%	64.913	9,4%
4****	149.782	25,2%	176.631	25,5%
3***	145.097	24,4%	163.077	23,5%
2**	209.414	35,3%	231.333	33,4%
1*	53.580	9,0%	57.298	8,3%
Σύνολο	593.990	100,0%	693.252	100,0%

Πηγή : ΕΕΕ

Μερίδιο Αγοράς στον τουρισμό top 5 αγορών

ΧΩΡΑ	2000	2006
Ην. Βασίλειο	22,4%	18,1%
Γερμανία	19,3%	15,7%
Ιταλία	6,7%	8,2%
Ολλανδία	5,3%	5,4%
Γαλλία	4,9%	4,9%
Σύνολο 5 αγορών	58,6%	52,3%

Πηγή: ΕΣΥΕ

Μερίδιο επιλεγμένων μεσογειακών προορισμών στο σύνολο των πελατών της ΤΥΙ ανά χώρα προέλευσης για τη θερινή περίοδο των ετών 2003-2005

Προορισμοί Χώρες Προέλευσης	Ελλάδα			Ισπανία			Τουρκία			Κύπρος			Ιταλία		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Γερμανία	13%	12%	9%	33%	31%	29%	10%	11%	9%	-	-	-	5%	4%	10%
Αυστρία ¹	25%	25%	26%	8%	8%	8%	26%	25%	24%	-	-	-	13%	12%	11%
Ελβετία	17%	16%	13%	16%	12%	10%	6%	8%	9%	5%	5%	4%	-	-	-
Βρετανία ²	14%	13%	13%	57%	56%	50%	-	3%	5%	6%	6%	6%	5%	5%	5%
Ιρλανδία ³	13%	13%	12%	68%	68%	68%	3%	2%	5%	4%	4%	4%	-	-	-
Χώρες Βόρειας Ευρώπης ⁴	32%	30%	26%	26%	20%	19%	7%	12%	14%	11%	10%	11%	8%	-	-
Γαλλία ⁵	7%	5%	6%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7%	-	-
Ολλανδία	11%	10%	12%	23%	20%	17%	10%	11%	14%	-	-	-	-	-	-
Βέλγιο ⁶	11%	10%	10%	32%	29%	27%	10%	11%	13%	-	-	-	-	-	-
Σταθμ- σμένος Μέσος Όρος ⁷	14%	13%	12%	38%	36%	33%	8%	9%	9%	7%	7%	7%	-	-	-

Πηγή: www.Travel Daily News.com

**Επιχειρήσεις που φέρουν το Eco-Label ανά χώρα και κατηγορία προϊόντος
(31 Δεκεμβρίου 2007)**

	AT	B	CY	CZ	DE	D	DK	EE	E	EL	ES	F	FR	H	UI	CE	IE	IT	SE	UK	
Πλυντήρια Πιάτων																					
Προσωπικοί Η/Υ																					
Φορητοί Η/Υ																					
Ψυγεία																					
Ηλεκτρικές Σκούπες																					
Πλυντήρια Ρούχων							1						1								
Λαμπτήρες																					
Τηλεοράσεις										1		3									3
Λιπαντικά											1	1									
Στρώματα					2	2		5													
Υποδήματα										1								5			
Σκληρό Υλικό κάλυψης πατώματος						1				2		1						4	1		
Χαρτί Εκτύπωσης												1						8	1		
Απορρυπαντικά Πληντυριών Πιάτων						2							3					4	2		
Εδαφοβελτιωτικά		1			3	1				1		11						2			
Χαρτομάντιλα													2					9	1	1	
Απορρυπαντικά Πλυντηρίων Ρούχων						1		1					7					9		1	
Υπηρεσίες Κατασκηνώσεων	9					6												6			
Απορρυπαντικά Πιάτων		1				3				1		14						8			
Απορρυπαντικά γεν. χρήσης/ υγιεινής	4	3			7	4				5		16	1					14		2	
Χρώματα και Βερνίκια					4	4			8	10	1	18						9	6	1	
Προϊόντα Υφασμάτων	1	1		2	3	30			2	3	1	3						14	9	1	
Υπηρεσίες Τουριστικών καταλυμάτων	15		1	5		6			4	4	1	9	1					11	68		5
Σύνολο	29	6	1	8	29	61	0	19	28	5	89	2	0	11	160	20	12				

Πηγή: Ατλαντίς Συμβουλευτική

Περίοδος	Ταξιδιωτική Πληρωμή στον Τόπο Προέλευσης	Ταξιδιωτική Πληρωμή στην Ελλάδα	Συνολικό Κόστος Ταξιδιού
2001	771	493	1.264
2002	851	443	1.294
(τρέχουσες τιμές)			
2002	821	428	1.249
(σταθερές τιμές 2001)			
% Μεταβολής 2002-2001	6,48%	-13,18%	-1,19%
2001-2002 (Μέσος Όρος)	813	464	1.277

Προορισμός	Μέση Διαμονή (μέρες)	Ταξιδιωτική Πληρωμή στον Τόπο Προέλευσης	Ταξιδιωτική Πληρωμή στην Ελλάδα	Συνολικό Κόστος Ταξιδιού	Διαφορά από το Σύνολο (%)
Αθήνα	13,3	1.104	654	1.758	38%
Θεσσαλονίκη	9,6	827	538	1.365	7%
Χαλκιδική	12,0	651	374	1.026	-20%
Ρόδος	12,4	765	468	1.233	-3%
Κρήτη	12,7	857	449	1.306	2%
Κυκλάδες	11,4	1.080	480	1.560	22%
Ιόνια Νησιά	12,7	776	535	1.311	3%
Βόρειο Αιγαίο	13,5	754	481	1.235	-3%
Σύνολο	12,3	813	464	1.277	0%

www.traveldailynews.gr