
Πρόλογος

Ο τουρισμός στη σύγχρονη εποχή αποτελεί σημαντική οικονομική δραστηριότητα για το σύνολο των οικονομιών, τόσο των αναπτυγμένων, όσο και των λιγότερο αναπτυγμένων. Ο λόγος είναι ότι συμβάλλει σημαντικά στη δημιουργία εισοδήματος σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, ενώ ταυτόχρονα συμβάλλει στην αύξηση της απασχόλησης, είτε ως κύρια οικονομική δραστηριότητα είτε ως συμπληρωματική άλλων τομέων της οικονομίας. Αποτελεί σημαντική αναπτυξιακή προοπτική για τις περιφερειακές οικονομίες, ιδιαίτερα αυτές του αγροτικού χώρου.

Οι επιπτώσεις του τουρισμού στο κοινωνικό, οικονομικό, φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον του χώρου όπου δραστηριοποιείται καθιστούν επιτακτική την ανάγκη ολοκληρωμένου σχεδιασμού της τουριστικής δραστηριότητας στο πλαίσιο ενός συνολικού αναπτυξιακού σχεδιασμού της περιοχής. Για τους παραπάνω λόγους, ο τουρισμός διαχρονικά αποτέλεσε το προνομιούχο πεδίο εφαρμογής των αρχών της αειφόρου ανάπτυξης, δεδομένου ότι η βιωσιμότητα ή η αειφορία των λεγόμενων «τουριστικών πόρων» αποτελεί βασική προϋπόθεση ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας στο παρόν, αλλά και ιδιαίτερα στο μέλλον.

Αποτελεί, κατά συνέπεια, πρόκληση η εφαρμογή, στον τομέα του τουρισμού, των αρχών της αειφόρου ανάπτυξης, η οποία είναι πολυδιάστατη. Πρώτον, αφορά την πολιτική ή τον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης, η οποία εμφορείται από τις αρχές της αειφορίας και υλοποιείται από τις διάφορες διοικητικές αρχές (κεντρική διοίκηση, περιφερειακή και τοπική αυτοδιοίκηση). Δεύτερον, αφορά τον σχεδιασμό, την προώθηση και την πώληση των εναλλακτικών τουριστικών προϊόντων στην τουριστική αγορά εκ μέρους των τουριστικών επιχειρήσεων, οι οποίες καλούνται να λειτουργούν ενσωματώνοντας πλέον στην επιχειρηματική τους συμπεριφορά τις αρχές της αειφορίας.

Ειδικότερα, οι σύγχρονες τουριστικές επιχειρήσεις, η πλειοψηφία των οποίων είναι μικρομεσαίες, καλούνται να λειτουργήσουν στο συγκεκριμένο περιβάλλον που απαιτεί πλέον ισορροπία ανάμεσα στην οικονομική αποτελεσματικότητα και την περιβαλλοντική προστασία. Τρίτον, αφορά τον ίδιο τον τουρίστα-καταναλωτή, καθώς πλέον στη διαδικασία λήψης της απόφασης αγοράς ενός ταξιδιού ή πακέτου διακοπών υπεισέρχεται όλο και περισσότερο ως κρίσιμος παράγοντας που συνδιαμορφώνει την επιλογή του προορισμού το στοιχείο της περιβαλλοντικής προστασίας-αειφορίας. Τέταρτον, η τοπική κοινωνία σε κάθε προορισμό αρχίζει πλέον να έχει σημαντικό ρόλο αλλά και συμβολή σε θέματα αειφορίας, συμβάλλοντας έτσι με τη σειρά της στην τουριστική εμπειρία.

Στόχος του παρόντος βιβλίου είναι η παρουσίαση των αρχών του αειφόρου τουρισμού, τόσο σε θεωρητικό, όσο και σε πρακτικό επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα, δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην εφαρμογή των αρχών της αειφορίας σε επίπεδο τουριστικού σχεδιασμού και πολιτικής, κυρίως στον τομέα των μικρών, οικογενειακού τύπου, τουριστικών επιχειρήσεων, δεδομένου ότι αυτές αποτελούν και τη συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων.

Δομή του βιβλίου

Στο Κεφάλαιο 1 παρουσιάζεται μια ανάλυση γύρω από το ιστορικό του θέματος της αιφόρου ανάπτυξης, καθώς και του προβληματισμού που συνοδεύει τις αρχές αυτές. Στη συνέχεια, στο Κεφάλαιο 2 γίνεται μια ανασκόπηση των αρχών της αιφόρου ανάπτυξης, καθώς και παρουσίαση των διαφόρων διαφορούμενων προσεγγίσεων αυτής. Επίσης, γίνεται αναφορά στα στοιχεία που συνθέτουν την τουριστική ανάπτυξη.

Το Κεφάλαιο 3 προσεγγίζει τον τουρισμό από την άποψη της οικονομικής δραστηριότητας, εξετάζοντας παράλληλα τις διάφορες επιδράσεις που αυτός έχει στην οικονομία, την κοινωνία και το φυσικό περιβάλλον. Το Κεφάλαιο 4 προσεγγίζει τις ποικίλες διαμορφούμενες σύγχρονες τάσεις του τουρισμού, καθώς και τις αλλαγές που παρουσιάζονται στην τουριστική καταναλωτική συμπεριφορά εν γένει. Στο Κεφάλαιο 5 παρουσιάζεται διεξοδικά η έννοια της αιφόρου τουριστικής ανάπτυξης. Αναλύονται όλες οι βασικές αρχές, προσεγγίσεις και ερμηνείες του αιφόρου τουρισμού, καθώς και όλες οι συνιστώσες του σε σχέση με το στοιχείο της επιχειρηματικότητας στην τουριστική επιχείρηση.

Στο Κεφάλαιο 6 γίνεται μια ενδοσκόπηση της αιφορικής τουριστικής συμπεριφοράς και των παραγόντων που επηρεάζουν την ανάλογη στάση και συμπεριφορά εκ μέρους των επιχειρηματιών του τουρισμού. Στο Κεφάλαιο 7 αναλύεται η μικρομεσαία τουριστική επιχείρηση και όλοι οι παράγοντες που επηρεάζουν τον επιχειρηματία σε αιφορικές συμπεριφορές. Στο Κεφάλαιο 8 παρουσιάζεται σχετική έρευνα πεδίου για τις στάσεις, τις απόψεις και τις συναφείς συμπεριφορές μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων σε σχέση με το θέμα του αιφόρου τουρισμού.

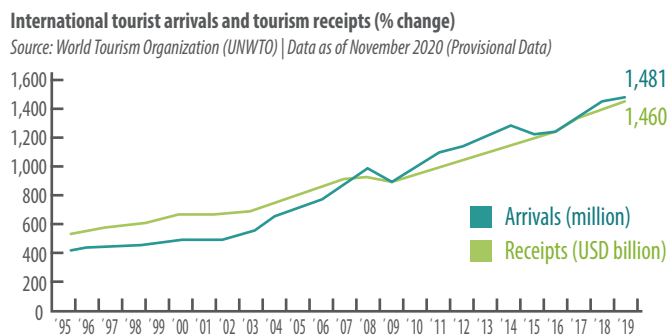
Στο Κεφάλαιο 9 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας πεδίου και η σχετική ταξινόμηση των τουριστικών επιχειρήσεων με βάση τη συμπεριφορά. Στο Κεφάλαιο 10 αναδεικνύεται το θέμα της αιφορικής-περιβαλλοντικής πιστοποίησης και της σπουδαιότητας των σχετικών σημάτων ως εργαλείων βιωσιμότητας των τουριστικών επιχειρήσεων. Τέλος, στο Κεφάλαιο 11 (Επίλογος) αναδεικνύεται η απειλή του υπερτουρισμού για τους τουριστικούς προορισμούς και τα σχετικά εργαλεία διαχείρισης του τουριστικού πλήθους, μέσω της εισαγωγής της αρχής της φέρουσας ικανότητας στους τουριστικούς προορισμούς, ιδιαίτερα αυτών του μαζικού τουρισμού.

Φώτης Ε. Κιλιπίρης, καθηγητής
Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών Μάρκετινγκ και Τουρισμού
Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος
Ιούνιος 2023

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΘΕΜΑ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

1.1 Εισαγωγή

Έρευνες αποδεικνύουν ότι ο τουρισμός αποτελεί μία δυναμική οικονομική δραστηριότητα, η οποία κατά τη δεκαετία 2009–2019, για παράδειγμα, σημείωσε αύξηση πάνω από 50% σε διεθνείς αφίξεις (1.460 εκατομμύρια δολάρια) και αύξηση 44% σε τουριστικές εισπράξεις (1.481 δισεκατομμύρια δολάρια) (Διάγραμμα 1.1). Και ενώ τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες, ο τουρισμός ήταν αντικείμενο περισσότερο κοινωνιολογικής έρευνας, τις τελευταίες δεκαετίες ερευνάται σημαντικά η οικονομική και αναπτυξιακή του διάσταση, στον βαθμό που να χαρακτηρίζεται πλέον ως «βιομηχανία» με πολλές επιπλέον επιπτώσεις τόσο στο κοινωνικό, όσο και στο φυσικό περιβάλλον. Ως «βιομηχανία», προσελκύει το ενδιαφέρον της επιστήμης σε τέτοιο βαθμό που να γίνεται αντικείμενο πλήθους εξειδικευμένων ερευνών.



International tourist arrivals (million) and tourism receipts (USD billion)
Source: World Tourism Organisation (UNWTO) | Data as of November 2020 (Provisional Data)

Διάγραμμα 1.1 Διεθνείς τουριστικές αφίξεις και έσοδα έως το 2019 σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (World Tourism Organization, 2020)

Στην Ελλάδα, η σημασία του τουρισμού και η σχέση του με το φυσικό περιβάλλον αναδεικνύεται ως προτεραιότητα ήδη από τις αρχές της νέας χιλιετίας, τόσο από την πολιτεία, όσο και από τους τουριστικούς φορείς. Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) το 2002 αναφέρει σχετικά:

«Η ανάγκη μιας τουριστικής περιβαλλοντικής πολιτικής είναι επιτακτική, δεδομένου ότι το περιβάλλον, εκτός από την ίδια τη ζωή μας, επηρεάζει αποφασιστικά τη βιωσιμότητα των τουριστικών προορισμών και επιχειρήσεων. Το περιβάλλον αποτελεί το σημαντικότερο πάγιο στοιχείο των τουριστικών προορισμών και των τουριστικών επιχειρήσεων. Το γεγονός αυτό και μόνο πρέπει να κάνει αυτονόητη τη σημασία της πρόληψης—επίλυσης των προβλημάτων που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη. Είναι γνωστό ότι η βραχυπρόθεσμη επιδίωξη του κέρδους έρχεται μερικές φορές σε αντίθεση με την περιβαλλοντική προστασία. Όμως, οι τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να κατανοήσουν ότι απαραίτητη προϋπόθεση μακροχρόνιας επιβίωσης είναι η προστασία του περιβάλλοντος. Αυτό θα αυξάνει την ικανοποίηση των τουριστών και θα εξασφαλίσει την ευημερία των επιχειρήσεων επιτυγχάνοντας έτσι την αειφόρο ανάπτυξη...».

Από τα παραπάνω γίνεται σαφές το αυξημένο ενδιαφέρον σχετικά με τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης και για την ελληνική πραγματικότητα. Ξεκινώντας από το 1992, σε διεθνές επίπεδο, η Σύνοδος των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη στο Ρίο της Βραζιλίας, (United Nations Conference on Environment and Development, UNCED), περισσότερο γνωστή και ως «Earth Summit», έθετε τις βασικές αρχές της αειφόρου ανάπτυξης (sustainable development). Αποτέλεσμα της συνόδου αυτής ήταν η «Ατζέντα 21», ένα παγκόσμιο σχέδιο δράσης για την αειφόρο ανάπτυξη. Αυτό προσυπογράφηκε απ' όλες τις συμμετέχουσες χώρες, μεταξύ των οποίων και από την Ελλάδα. Η πλήρης εφαρμογή της Ατζέντας 21, του Προγράμματος για την Περαιτέρω Εφαρμογή της Ατζέντας 21 και των Δεσμεύσεων για τις αρχές του Ρίο επιβεβαιώθηκαν στην Παγκόσμια Σύνοδο Κορυφής για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (WSSD), που πραγματοποιήθηκε στο Γιοχάνεσμπουργκ της Νότιας Αφρικής από τις 26 Αυγούστου έως τις 4 Σεπτεμβρίου 2002.

Κάποιες, πιο προηγμένες χώρες, υιοθέτησαν με γρηγορότερους ρυθμούς και στην πράξη, πλέον, τις αρχές της Ατζέντα 21.

Στη Μεγάλη Βρετανία, για παράδειγμα, υπήρξε σχετικά νωρίς έντονο ενδιαφέρον για το συγκεκριμένο θέμα. Το ενδιαφέρον ενισχύθηκε και από τη δημοσίευση του πορίσματος της Κυβερνητικής Ομάδας για τον Τουρισμό και το Περιβάλλον με τίτλο «Διατηρώντας την Ισορροπία» (*Maintaining the Balance*), καθώς και από το Διεθνές Συνέδριο για τον Τουρισμό και το Περιβάλλον που ακολούθησε στα τέλη του 1992, με τίτλο «Προκλήσεις και Επιλογές για τη δεκαετία του 90» (*Challenges and Choices for the 90s*). Στη συνέχεια, τον προβληματισμό για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη ενίσχυ-

Βασικές αρχές της Ατζέντα 21 (UNCED, 1992)



Η **Ατζέντα 21** (Agenda 21) είναι ένα ολοκληρωμένο σχέδιο δράσης που πρέπει να αναληφθεί σε παγκόσμιο, εθνικό και τοπικό επίπεδο από οργανισμούς—μέλη των Ηνωμένων Εθνών, κυβερνήσεις και μεγάλες ομάδες σε κάθε τομέα στον οποίο υπάρχουν ανθρώπινες επιπτώσεις στο περιβάλλον. Η **Ατζέντα 21**, η **Διακήρυξη του Ρίο για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη** και η **Δήλωση Αρχών για την Αειφόρο Διαχείριση των Δασών** εγκρίθηκαν από περισσότερες από 178 κυβερνήσεις στη Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη (UNCED), που πραγματοποιήθηκε στο Ρίο ντε Τζανέιρο, στη Βραζιλία, από τις 3 έως τις 14 Ιουνίου 1992. Οι βασικές αρχές που τέθηκαν ως βασικές προτεραιότητες ήταν:

- μείωση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης,
- σχεδιασμός και οργάνωση αστικών περιοχών,
- μείωση της αποψίλωσης των δασών και καταπολέμηση της απερχόμενης και της ξηρασίας,
- βελτίωση και εισαγωγή των αρχών της αειφόρου ανάπτυξης στις αγροτικές περιοχές με προώθηση της οικολογικής και μη εντατικής γεωργίας,
- διατήρηση της βιοποικιλότητας,
- μείωση της ρύπανσης των ωκεανών και των θαλασσών,
- προστασία ακτών και παραλιών,
- βελτίωση της ποιότητας της παροχής πόρων γλυκού νερού,
- ορθολογική διαχείριση των τοξικών χημικών και μείωση της ρύπανσής τους,
- βελτίωση στη διαχείριση επικίνδυνων και ραδιενεργών αποβλήτων,
- εισαγωγή καλύτερων συστημάτων διαχείρισης αστικών στερεών αποβλήτων.

Στη συνέχεια, τον Δεκέμβριο του 1992, δημιουργήθηκε η **Επιτροπή για την Αειφόρο Ανάπτυξη** (Commission on Sustainable Development, CSD) για να διασφαλίσει την αποτελεσματική παρακολούθηση και υποβολή εκθέσεων σχετικά με την εφαρμογή των συμφωνιών σε τοπικό, εθνικό, περιφερειακό και διεθνές επίπεδο. Η μετέπειτα ειδική σύνοδος των Ηνωμένων Εθνών του 1997 με τίτλο «Συνάντηση Κορυφής για τη Γη» (Earth Summit) προέβη σε αξιολόγηση της όλης πορείας.

σαν εκδόσεις όπως «Το πράσινο φως: Οδηγός για τον αειφόρο τουρισμό» (*The Green Light: A Guide to Sustainable Tourism*), καθώς και η κυβερνητική έκδοση «Οδηγίες πολιτικής σχεδιασμού για τον τουρισμό» (*Planning Policy Guidance Notes: Tourism*). Και οι δύο εκδόσεις σκόπευαν να θέσουν ένα πλαίσιο δράσης για την τουριστική βιομηχανία. Ο αειφόρος τουρισμός, παράλληλα με την αειφόρο ανάπτυξη, εξελίχθηκαν σε όρους-κλειδιά, που άρχισαν να διαχέουν οποιαδήποτε σύγχρονη προσέγγιση τουριστικής ανάπτυξης στη Μεγάλη Βρετανία. Παρ' όλα αυτά, και ενώ η δραστηριότητα μοιάζει πλούσια σε επίπεδο ιδεολογικής προσέγγισης και αντιπαράθεσης απόψεων, παρέμεινε

ζητούμενο η πρακτική εφαρμογή και υλοποίηση των συγκεκριμένων αρχών. Έτσι, ενώ οι επιχειρήσεις «καλούνται» να υιοθετήσουν τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης, ποτέ δεν τίθεται το θέμα του πώς μπορούν πραγματικά οι ίδιες να υποκινηθούν προς την κατεύθυνση αυτή. Επίσης, προκύπτει το ερώτημα πόσοι πόροι κρίνονται απαραίτητοι για την υλοποίηση της συγκεκριμένης δράσης.



Εικόνα 1.1 Νότιο Πήλιο. Περιοχή του δικτύου Natura 2000

Στη σύγχρονη εποχή, σε ολόκληρη την Ευρώπη, η αρχή της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης έχει ήδη αναδειχθεί σε πρωτεύον θέμα. Μερικά από τα επιμέρους θέματα που τίθενται έχουν αποτελέσει για μεγάλο χρονικό διάστημα αντικείμενο προβληματισμού και μελέτης, στο πλαίσιο των επιπτώσεων του μαζικού μοντέλου ανάπτυξης (*mass tourism*) της παγκόσμιας τουριστικής δραστηριότητας, τόσο από άποψη οικονομική, όσο και από άποψη πολιτισμική και περιβαλλοντική. Είναι γεγονός ότι στις τουριστικές περιοχές, ειδικά σε αυτές που αποτελούν υποδοχείς μαζικού τουρισμού, οι λεγόμενοι «τουριστικοί πόροι» (*tourism resources*), όπως αυτοί του φυσικού περιβάλλοντος (*natural-made environment*), λ.χ. το νερό, ο αέρας, οι ακτές κλπ., αλλά και του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος (*human-made environment*), όπως μνημεία, αρχαιολογικοί χώροι, κάστρα κλπ., δέχονται ολοένα και μεγαλύτερη πίεση από τον τουρίστα-επισκέπτη στον τουριστικό προορισμό. Είναι γεγονός, και καθίσταται πλέον ξεκάθαρο και στην Ελλάδα, ότι ο τουρισμός, για να είναι περιβαλλοντικά και κοινωνικά συμβατός, χρειάζεται να διασφαλίσει τη συχνά αναφερόμενη με τον όρο «ποιοτική» στρατηγική ανάπτυξης. Η αναγκαιότητα αυτή επιβεβαιώνεται και από έναν σημαντικό αριθμό δραστηριοτήτων που συντελούν στην περαιτέρω διάχυση της ενημέρωσης σχετικά με το θέμα, όπως ημερίδες, συνέδρια κλπ. Φορείς της κεντρικής, περιφερειακής και τοπικής αυτοδιοίκησης ολοένα και περισσότερο αναγνωρίζουν την αναγκαιότητα προστασίας του περιβάλλοντος και έχουν αναλάβει πρωτοβουλίες, δημιουργώντας —μέσω ευρωπαϊκών χρηματοδοτήσεων— φορείς προστασίας του περιβάλλοντος, όπως για παράδειγμα, το Δίκτυο Προστατευόμενων Περιοχών «ΦΥΣΗ 2000» (*NATURA 2000*).

Το δίκτυο «ΦΥΣΗ-NATURA 2000»

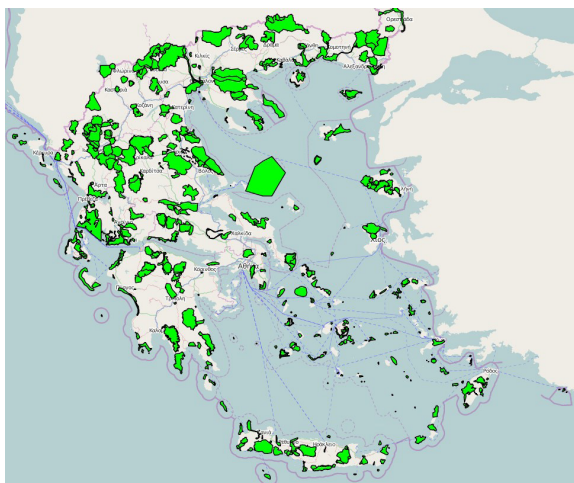
Το δίκτυο «ΦΥΣΗ-NATURA 2000» αποτελεί ευρωπαϊκό οικολογικό δίκτυο περιοχών που φιλοξενούν φυσικούς τύπους οικοτόπων και είδη χλωρίδας και πανίδας, σημαντικά σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Σκοπός του είναι να διασφαλίσει τη μακροπρόθεσμη διατήρηση των πολυτιμότερων και απειλούμενων ειδών και οικοτόπων στην Ευρώπη. Αποτελεί εργαλείο για την εφαρμογή της πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την προστασία της φύσης και της βιοποικιλότητας, που εδραιώθηκε τον Μάιο του 1992 με την υιοθέτηση της Οδηγίας για τους Οικοτόπους, η οποία αποτελεί συμπλήρωμα της Οδηγίας για τα Πουλιά (79/409/EEC). Συγκεκριμένα, το δίκτυο αποτελείται από δύο τύπους περιοχών:



- τις **Ζώνες Ειδικής Προστασίας (ΖΕΠ)** για τα πουλιά, όπως ορίζονται στην οδηγία 79/409/EU,
- τις **Ειδικές Ζώνες Διατήρησης (ΕΖΔ)**, όπως ορίζονται στην οδηγία, αφότου χαρακτηριστούν σε **προτεινόμενους Τόπους Κοινοτικής Σημασίας (πΤΚΣ)** και **Τόπους Κοινοτικής Σημασίας (ΤΚΣ)**.

Ολόκληρο το δίκτυο ΦΥΣΗ-NATURA 2000 στην Ελλάδα καλύπτει το 28% της εθνικής επικράτειας και το 22% των χωρικών υδάτων.

Μέσω του συστήματος «Natura 2000 Map Viewer», που λειτουργεί και ενημερώνεται με ευθύνη του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Περιβάλλοντος, καταχωρείται η πλέον πρόσφατη πληροφορία για το Δίκτυο «Natura 2000» των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.



Εικόνα 1.2 Το Δίκτυο «NATURA 2000» και χάρτης με τις περιοχές της Ελλάδος. Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας (2022)

1.2 Σκέψεις γύρω από το ζήτημα της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης

Παρ' όλη την πρόοδο που αναμφίβολα έχει επιτευχθεί σχετικά με την κατανόηση και τη διάχυση των αρχών της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης, υπάρχει ακόμη δρόμος για την εφαρμογή αυτών των αρχών σε επίπεδο τουριστικής επιχείρησης, ιδιαίτερα στην Ελλάδα. Ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες είναι πρωτοπόρες, τόσο στον τομέα της ενημέρωσης, όσο και στον τομέα εφαρμογής των αρχών από την τουριστική βιομηχανία. Μία από τις χώρες αυτές είναι η Μεγάλη Βρετανία, η οποία τις τελευταίες δεκαετίες έχει διανύσει μεγάλη διαδρομή όσον αφορά την ενημέρωση, αλλά και την εφαρμογή των αρχών αυτών. Η προσπάθεια ανέδειξε την ανάγκη να ενθαρρυνθούν ιδιαίτερα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις προκειμένου να αναθεωρήσουν τη δραστηριότητά τους σε σχέση με το φυσικό περιβάλλον, αλλά και να υποδείξουν τρόπους βελτίωσης σχετικά με την καθημερινή τους λειτουργία. Η στρατηγική που ακολουθήθηκε αναγνώρισε την ιδιαίτερη ανάγκη ενημέρωσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σχετικά με τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης, με δράσεις που εστίασαν τόσο στην πληροφόρηση όσο και την πρακτική εφαρμογή. Η δεύτερη δράση εστίασε στην υποκίνηση, μέσω συγκεκριμένων επιχειρηματικών ωφελειών–κινήτρων, αυτών που την προσεγγίζουν.

Αλλά και στην Ελλάδα, αυτή η —έστω και όψιμη— ευαισθητοποίηση του τουρισμού απέναντι στις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης υποβοηθήθηκε σημαντικά από την ανάπτυξη του λεγόμενου «εναλλακτικού τουρισμού», που υπήρξε αποτέλεσμα τόσο των αρνητικών συνεπειών του μαζικού τουρισμού, όσο και της διαφοροποίησης των καταναλωτικών συνηθειών του σύγχρονου τουρίστα. Μιας σαφούς, δηλαδή, στροφής της προτίμησης των τουριστών σε προορισμούς λιγότερο μαζικούς και περισσότερο απομονωμένους, κοντά στη φύση και τις μικρές τοπικές κοινωνίες και με ενδιαφέρον από τον τουρίστα–επισκέπτη για τον τοπικό πολιτισμό, τα τοπικά προϊόντα και την τοπική κοινωνία γενικότερα. Από τα μέχρι τώρα εκτεθέντα, σε επίπεδο μακροοικονομικό, φαίνεται να υπάρχει διάχυση των αρχών του αειφόρου τουρισμού, ωστόσο σε επίπεδο μικροοικονομικό, σε επίπεδο δηλαδή λειτουργίας της τουριστικής επιχείρησης, υφίσταται προβληματισμός σε σχέση με το κατά πόσο μπορεί η τουριστική επιχείρηση, και κάτω από ποιες προϋποθέσεις, να προβεί σε εφαρμογή των αρχών του αειφορικού τουρισμού. Είναι γεγονός ότι, μεμονωμένα, σε επίπεδο μεγάλων τουριστικών επιχειρήσεων, υπήρξε υλοποίηση κάποιων βασικών αρχών αειφόρου τουρισμού, ειδικά προς την κατεύθυνση της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος, όπως για παράδειγμα μέσω της εφαρμογής των γνωστών «Πιστοποιητικών Περιβαλλοντικής Διαχείρισης» της σειράς ISO 14000 (Πίνακας 1.1).

Το **Σύστημα Διαχείρισης Περιβάλλοντος κατά ISO 14001** είναι ένα διεθνές πρότυπο για την εφαρμογή ενός **Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης**, που μπορεί να εφαρμοστεί σε κάθε οργανισμό, ανεξάρτητα από το μέγεθος, τον τύπο και το αντι-

κείμενό του. Συμβάλλει ώστε οι διάφορες δραστηριότητες του οργανισμού να γίνουν περισσότερο ανταγωνιστικές, καινοτόμες και, κυρίως, περιβαλλοντικά συμβατές, αναδεικνύοντας την εταιρική-κοινωνική υπευθυνότητα της επιχείρησης.

Πίνακας 1.1 Σύστημα Διαχείρισης Περιβάλλοντος κατά ISO 14001 (GCERT, 2022)



Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η πλειοψηφία των ελληνικών (και όχι μόνο) ξενοδοχειακών τουριστικών επιχειρήσεων είναι μικρομεσαίες, έως οικογενειακές. Η συντριπτική πλειοψηφία, για παράδειγμα, των ξενοδοχείων (πάνω από τα 3/4) αποτελούν μονάδες δυναμικότητας με μέσο όρο περίπου 30 δωματίων. Το υπόλοιπο αφορά ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με μέσο όρο πάνω από τα 90 δωμάτια, με ένα πολύ μικρό ποσοστό να ξεπερνά τα 100 δωμάτια και να αποτελούν τα λεγόμενα μεγάλα ξενοδοχεία (Πίνακας 1.2).

Σε επίπεδο Ελλάδας (2020), προκύπτει ότι 7.693 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (έως 3 αστέρια), από το σύνολο των 10.052, είναι μικρής έως μεσαίας δυναμικότητας (76,5%), με μέσο όρο περίπου 30 δωμάτια ανά ξενοδοχειακή επιχείρηση.

Το υπόλοιπο περίπου 25% (2.359) αφορά ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων, με μέσο όρο πάνω από 90 δωμάτια.