



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ**  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΔΙΑΤΡΙΒΗ**

για την απόκτηση διδακτορικού διπλώματος του  
Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων

**Κωνσταντίνος Τσιλιμπώκος**

**Βιώσιμες Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις και  
Αειφορική Τουριστική Ανάπτυξη.**

Συμβουλευτική Επιτροπή:

Επταμελής Επιτροπή:

**Τσάρτας Πάρις,**  
Μέλος ΔΕΠ – Καθηγητής,  
Τμήμα Διοίκησης  
Επιχειρήσεων –  
Πανεπιστήμιο Αιγαίου  
**Σπιλάνης Ιωάννης,**  
Μέλος ΔΕΠ – Αναπληρωτής  
Καθηγητής, Τμήμα  
Περιβάλλοντος –  
Πανεπιστήμιο Αιγαίου  
**Παπαθεοδώρου Ανδρέας,**  
Μέλος ΔΕΠ – Καθηγητής,  
Τμήμα Διοίκησης  
Επιχειρήσεων –  
Πανεπιστήμιο Αιγαίου

**Ιακωβίδου Όλγα,**  
Μέλος ΔΕΠ – Καθηγήτρια, Τμήμα  
Αγροτικής Οικονομίας –  
Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο  
Θεσσαλονίκης  
**Λαγός Δημήτριος,**  
Μέλος ΔΕΠ – Καθηγητής, Τμήμα  
Διοίκησης Επιχειρήσεων –  
Πανεπιστήμιο Αιγαίου  
**Παπαθεοδώρου Ανδρέας,**  
Μέλος ΔΕΠ – Καθηγητής, Τμήμα  
Διοίκησης Επιχειρήσεων –  
Πανεπιστήμιο Αιγαίου  
**Σαρρή Αικατερίνη,**  
Μέλος ΔΕΠ – Καθηγήτρια, Τμήμα  
Βαλκανικών Σλαβικών και  
Ανατολικών Σπουδών –  
Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

**Τσάρτας Πάρις,**  
Μέλος ΔΕΠ – Καθηγητής, Τμήμα  
Διοίκησης Επιχειρήσεων –  
Πανεπιστήμιο Αιγαίου  
**Σπιλάνης Ιωάννης**  
Μέλος ΔΕΠ – Αναπληρωτής  
Καθηγητής, Τμήμα Περιβάλλοντος –  
Πανεπιστήμιο Αιγαίου  
**Σταυρινούδης Θεόδωρος,**  
Μέλος ΔΕΠ – Επίκουρος  
Καθηγητής, Τμήμα Διοίκησης  
Επιχειρήσεων – Πανεπιστήμιο  
Αιγαίου

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα διδακτορική διατριβή είναι αποτέλεσμα μιας διαδρομής μακράς και επίπονης, η οποία δεν θα μπορούσε να ολοκληρωθεί επιτυχώς αν δεν υπήρχε η συμβολή σημαντικών ανθρώπων τους οποίους και επιθυμώ να ευχαριστήσω.

Αρχικά θα ήθελα να εκφράσω τη βαθιά μου εκτίμηση και ευγνωμοσύνη στον επιβλέποντα κατά το μεγαλύτερο χρονικό διάστημα της παρούσας διατριβής Αναπληρωτή Καθηγητή κ. Γιάννη Σπιλάνη για την πολύτιμη επιστημονική καθοδήγησή του, την επιμονή και υπομονή του, καθώς και την εμπιστοσύνη που έδειξε όλο το χρονικό διάστημα εκπόνησης της διατριβής αυτής. Ταυτόχρονα θέλω να ευχαριστήσω θερμά τον Καθηγητή κ. Πάρι Τσάρτα που ανέλαβε τα τελευταία χρόνια την επίβλεψη της παρούσας διατριβής για τη διαρκή καθοδήγηση και πολύπλευρη στήριξή του, όχι μόνο σε ακαδημαϊκό επίπεδο, αλλά και σε προσωπικό όλα τα χρόνια φοίτησης μου στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

Θερμές ευχαριστίες οφείλω και στο τρίτο μέλος της συμβουλευτικής μου επιτροπής Καθηγητή κ. Ανδρέα Παπαθεοδώρου και στον Καθηγητή κ. Δημήτρη Λαγό τα σχόλια και οι επισημάνσεις των οποίων υπήρξαν καθοριστικά για τη βελτίωσή του τελικού κειμένου της παρούσας διατριβής..

Επιπλέον θα ήθελα να ευχαριστήσω τα υπόλοιπα μέλη της εξεταστικής επιτροπής, Καθηγήτρια κα Ιακωβίδου Όλγα, Καθηγήτρια κα Αικατερίνη Σαρρή και κ. Θεόδωρο Σταυρινούδη Επικ. Καθηγητή για το χρόνο που αφιέρωσαν στη προσπάθειά μου.

Ακόμη θα ήθελα να εκφράσω τις ειλικρινείς και θερμές μου ευχαριστίες σε όλους τους φίλους μου που μου συμπαραστάθηκαν και με βοήθησαν όλα αυτά τα χρόνια. Ιδιαίτερα θέλω να ευχαριστήσω τους Νίκο Τριχά, Άννα Κυριακάκη και Σμαρώ Ζαγκότση με τους οποίους μας συνδέουν πολλά χρόνια κοινής πορείας στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

Τέλος θέλω να ευχαριστήσω τους γονείς μου Παύλο και Πόπη, καθώς και τα αδέρφια μου Αλέξανδρο και Μαγιούλα για την ηθική και όχι μόνο, στήριξη που μου προσέφεραν όλα τα χρόνια εκπόνησης της παρούσας διατριβής.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	<u>ΣΕΛ.</u>
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	10
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ	12
ΠΡΩΤΟΤΥΠΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ	14
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup></b> <b>ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ</b> <b>ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b>	
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	15
1.2 ΟΙ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΠΟΥ ΟΔΗΓΗΣΑΝ ΣΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	16
1.3 Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΙΑΣ	18
1.4 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	23
1.5 ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣ ΜΙΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	29
1.6 ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΛΟΙΠΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ	33
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup></b> <b>Η ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ Η ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ</b>	
2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	38
2.2 ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ	38
2.3 ΤΑ ΑΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΤΙΚΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	39
2.4 ΟΙ ΑΝΩΝΥΜΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	40
2.5 ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	42
2.6 Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	43
2.7 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	46
2.8 Η ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ «ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ» ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	51
2.9 Η ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	53
2.10 Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	58
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup></b> <b>ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ</b> <b>ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ</b>	
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	62
3.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΗ	62
3.3 ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ	63
3.4 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	65
3.4.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΔΕΙΚΤΩΝ	
3.4.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ	
3.4.3 ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ	
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup></b> <b>ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ</b>	
4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	73
4.2 Ο ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΣ ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ	73

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ	
4.3 Η ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	74
4.4 Η ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	77
4.5 ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	78
4.6 Ο ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	81
4.7 Ο ΤΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ	82
4.8 Η ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	82
4.9 ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ - ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	83
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup></b>	
<b>Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΛΕΣΒΟΥ</b>	
5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	85
5.2 ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΝΗΣΙΩΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ	85
5.3 Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΛΕΣΒΟΥ	88
5.4 Η ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΛΕΣΒΟΥ	89
5.4.1 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΚΑΙ ΚΛΙΝΕΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	
5.4.2 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΑΝΑ ΜΕΓΕΘΟΣ	
5.4.3 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΑΝΑ ΤΥΠΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ	
5.4.4 ΜΕΣΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ	
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup></b>	
<b>ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ</b>	
6.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	94
6.2 ΤΙΜΕΣ, ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ, ΠΟΣΟΣΤΑ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ ΣΕ ΠΕΛΑΤΕΣ, ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΑΓΑΘΩΝ	94
6.2.1 ΤΙΜΕΣ ΠΟΡΤΑΣ	
6.2.2 ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΟΣΟΣΤΑ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ ΣΕ ΠΕΛΑΤΕΣ	
6.2.3 ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΑΓΑΘΩΝ	
6.3 ΜΕΣΑ ΗΜΕΡΗΣΙΑ ΕΣΟΔΑ ΑΝΑ ΚΛΙΝΗ, ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΡΓΑΤΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ.	106
6.3.1 ΜΕΣΑ ΗΜΕΡΗΣΙΑ ΕΣΟΔΑ ΑΝΑ ΚΛΙΝΗ	
6.3.2 ΕΡΓΑΤΙΚΑ ΕΞΟΔΑ ΩΣ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΕΣΟΔΩΝ	
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7<sup>ο</sup></b>	
<b>ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ</b>	
7.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	114
7.2 ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ, ΣΚΟΠΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	114
7.2.1 ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ	
7.2.2 ΣΚΟΠΟΣ ΤΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ	
7.2.3 ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	
7.3 ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	118
7.3.1 ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ	
7.3.2 ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ	
7.4 ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΕΙΣ ΝΕΡΟΥ, ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ, ΑΛΛΑ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	128
7.4.1 ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΝΕΡΟΥ	
7.4.2 ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ	
7.4.3 ΑΛΛΑ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8<sup>ο</sup></b>	
<b>ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ</b>	
8.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	131

8.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	131
8.2.1 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΑΝΑ ΦΥΛΟ	
8.2.2 ΒΑΘΜΟΣ ΕΝΤΟΠΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ	
8.2.3 ΤΥΠΟΣ ΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	
8.2.4 ΕΝΤΑΣΗ ΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	
8.3 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ	137
8.3.1 ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	
8.3.2 ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΚΑΤΩΤΕΡΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	
8.4 ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	140
8.5 ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΕΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	143
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9<sup>ο</sup></b> <b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</b>	
9.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	145
9.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ	145
9.3 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	147
9.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΗΜΕΡΙΑ	148
9.5 ΟΙ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΤΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	150
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>	
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</b>	

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα διατριβή με γενικό τίτλο «Βιώσιμες Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις και Αειφορική Τουριστική Ανάπτυξη», εκπονήθηκε στα πλαίσια του ΔΠΜΣ «Σχεδιασμός, Διοίκηση και Πολιτική του Τουρισμού».

Αντικειμενικός σκοπός της διατριβής είναι να διερευνήσουμε τον τρόπο με τον οποίο διαφορετικοί τύποι τουριστικής ανάπτυξης επηρεάζουν τη βιωσιμότητα της ξενοδοχειακής μονάδας αλλά και το πώς η ίδια η μονάδα μπορεί να συνεισφέρει στη βιωσιμότητα του εκάστοτε τουριστικού προϊόντος. Αρχικά η σκέψη μας ήταν να πραγματοποιηθεί επιτόπια και επαναλαμβανόμενη έρευνα σε διαφορετικές περιοχές της χώρας και με διαφορετικά είδη τουριστικής ανάπτυξης. Ωστόσο επειδή αυτό ήταν πρακτικά αδύνατο στα πλαίσια μιας διατριβής, περιοριστήκαμε στο νησιωτικό χώρο. Άλλωστε ο νησιωτικός χώρος είναι και αυτός που συγκεντρώνει στη χώρα και το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής δραστηριότητας. Η επιτόπια έρευνα πραγματοποιήθηκε στην περιοχή της Λέσβου. Η Λέσβος παρά το γεγονός ότι δεν αποτελεί σε εθνικό επίπεδο σημαντικό τουριστικό προορισμό, διαθέτει εν τούτοις διαφορετικά τουριστικά προϊόντα από άποψη τρόπου οργάνωσης του τουρισμού.

Η διατριβή ενασχολείται θεματικά με το βιώσιμο τουρισμό και τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Στο πρώτο μέρος αναλύονται βιβλιογραφικά οι δύο παραπάνω θεματικές ενότητες. Στη συνέχεια γίνεται παρουσίαση των αριθμοδεικτών που θα χρησιμοποιηθούν για την εκτίμηση της αποδοτικότητας των μονάδων. Κατόπιν αναλύεται η μεθοδολογία και η παρουσίαση της περιοχής της Λέσβου. Ακολουθεί η παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας και τα βασικά συμπεράσματα.

Στα πλαίσια της παρούσας διατριβής πραγματοποιήθηκαν οι παρακάτω δημοσιεύσεις σε συνέδρια με κριτές:

- K. Tsilimpokos, I. Spilanis, "Economic, Environmental and Social Performance of Hotel Enterprises. The Case of Lesbos Island, Greece." 5<sup>th</sup> International Scientific Conference, "Tourism Trends and Advances in

the 21<sup>st</sup> Century, University of the Aegean, Rhodes, Greece May 30 – June 2, 2013.

- K. Tsilimpokos, I. Spilanis, “Factors affecting hotel enterprises’ sustainability. The case of Lesbos island, Greece.” Conference on “Islands and Sustainability: Identities, Development, Management and Planning”, Network of Insular Universities, ENIT/RETI, Mytilene, Greece, October 19-21, 2012.
- N. Trihas, K. Tsilimpokos, M. Tsilimpokou, “Developing New and Competitive Tourism Destinations. The case of Dubai, United Arab Emirates.” 24rd EuroCHRIE Conference, Thessaloniki, Greece, 25-28 October, 2006.
- I. Spilanis, K. Tsilimpokos, M. Tsilimpokou, “Evaluation of the Sustainability of Hotel Units. The case of Lesbos Island, Greece.” 24rd EuroCHRIE Conference, Thessaloniki, Greece, 25-28 October, 2006.
- N. Trihas, K. Tsilimpokos, M. Tsilimpokou, “A comparative analysis of the marina development in two Mediterranean countries: the case of Greece and Turkey”, International Congress on Coastal & Marine Tourism, Çeşme, Izmir, TURKEY, November 15-18, 2005.
- D. Lagos, N. Trihas, K. Tsilimpokos, S. Zouganeli, “CHANGES IN TOURISM FROM THE ENLARGEMENT OF THE EUROPEAN UNION: The case of the Aegean Region”, 23rd EuroCHRIE Conference, Paris, France, 26-30 October, 2005.
- D. Lagos, N. Trihas, K. Tsilimpokos, S. Zouganeli, “The impact of the EU enlargement on the cross-border market of the small to medium enterprises. The case of the Northern Aegean Region”, International Scientific Conference "Managing Global Trends and Challenges in a Turbulent Economy", Chios, Greece, October 13-15, 2005.



- N. Trihas, K. Tsilimpokos, S. Zagkotsi, “Greek Hotel Enterprises getting On-line: Reality or Utopia?”, EuroCHRIE Congress 2004, Ankara, Turkey, November 3-7, 2004
- I. P. Spilanis, K. P. Tsilimpokos, “The sustainability of the hotel enterprises in Greece”, International Scientific Conference "Sustainable Tourism Development and the Environment", University of the Aegean, Chios, Greece, October 2-5, 2003.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η σύγχρονη διεθνής βιβλιογραφία του τουρισμού έρχεται να αναδείξει την αειφορία ως την επικρατούσα και πλέον κατάλληλη αναπτυξιακή προσέγγιση προκειμένου η τουριστική ανάπτυξη να συμβάλει στην οικονομική ευημερία με την παράλληλη όμως ορθολογική χρήση των περιβαλλοντικών και πολιτισμικών πόρων μιας περιοχής.

Αξιολογώντας κανείς τα όσα κατά καιρούς έχουν γραφτεί για την αειφορική τουριστική ανάπτυξη διαπιστώνει ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ειδικών αναφέρει ότι ο στόχος αυτής πρέπει να είναι η προστασία του περιβάλλοντος του τόπου υποδοχής, ο σεβασμός της τοπικής κουλτούρας αλλά και η ικανοποίηση των οικονομικών αναγκών των τοπικών πληθυσμών. Επιπλέον τα όσα έχουν ειπωθεί για την έννοια της αειφορικής ανάπτυξης του τουρισμού στηρίζονται κυρίως στη θεώρηση όπου αποκηρύσσεται ο μαζικός τουρισμός για χάρη άλλων εναλλακτικών μορφών (Bramwell, 2015).

Οι τουριστικές επιχειρήσεις διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη βιώσιμη ανάπτυξη των προορισμών. Πολλές μεγάλης αλλά και μικρού μεγέθους επιχειρήσεις έχουν πλέον αρχίσει να εφαρμόζουν πολιτικές που είναι συμβατές με τις αρχές προστασίας του περιβάλλοντος και περισσότερο ευαίσθητες σε ζητήματα κοινωνικής ευημερίας (European Tourism Forum, 2007).

Τα ξενοδοχεία από την πλευρά τους δίνουν το δικό τους στίγμα και αντιπροσωπεύουν τους εκάστοτε προορισμούς. Αποτελούν τουριστικά ορόσημα με αρχιτεκτονική συχνά επηρεασμένη από τα πολιτισμικά και περιβαλλοντικά καθιερωμένα πρότυπα. Συνιστούν για τους τουρίστες “σπίτια μακριά από το σπίτι” οι οποίοι ξοδεύουν αρκετό από τον χρόνο τους σε αυτά. Εξαιτίας της καθορισμένης τους δομής και της ιδιαίτερης τους λειτουργίας, δημιουργούν τόσο στους επισκέπτες που διαμένουν εκεί προσωρινά (αλλά έχουν ασυνήθιστη κατανάλωση και δημιουργούν μη απαραίτητα απόβλητα κατά τη διάρκεια των λίγων ημερών παραμονής τους) όσο και στα μέλη της κοινωνίας που αποτελούν τον σταθερό πληθυσμό (αλλά είναι πιο λογικοί στην κατανάλωση και τα επίπεδα αποβλήτων που προκαλούν), ποικίλες προσδοκίες. Παράλληλα δεν πρέπει να ξεχνάμε τις απόψεις και τις

προσδοκίες των σχεδιαστών, των επενδυτών, των οικολόγων και των αντιπροσώπων της πολιτείας. (Marin, Jafari, 2001, Lee and Hsieh, 2016)

Ταυτόχρονα, σύμφωνα με τη UNEP (2002), η συνεισφορά της ξενοδοχειακής βιομηχανίας στο εκάστοτε ακαθάριστο εθνικό προϊόν θεωρείται σημαντική. Τόσο στις αναπτυσσόμενες, όσο και στις αναπτυγμένες χώρες τα έσοδα του ξενοδοχειακού κλάδου συνθέτουν ένα σημαντικό κομμάτι τόσο των τοπικών όσο και των εθνικών οικονομιών. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω των κερδών που διανέμονται στους ιδιοκτήτες, των φόρων που αποδίδονται, των μισθών και των θέσεων εργασίας που δημιουργούνται και των υλικών αγαθών που αγοράζονται. Η πιο πάνω θεώρηση επιβεβαιώνει και την αρχή της συνεχιζόμενης οικονομικής δραστηριότητας μιας επιχείρησης σύμφωνα με την οποία ο πρωταρχικός της στόχος είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους, της διαφοράς μεταξύ των συνολικών εσόδων και του συνολικού κόστους (Αλεξιάκης, Ξυδέας, 1998, Sandararuwani and Gnanapala, 2016). Την ίδια στιγμή η επιχείρηση θα πρέπει να διαθέτει την ικανότητα και την ευελιξία να βρίσκει τα μέσα εκείνα που της επιτρέπουν να προσαρμόζεται στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της εκάστοτε αγοράς (Sillence, 2000).

## ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

Η ξενοδοχειακή επιχείρηση αποτελεί αδιαμφισβήτητα ένα σημαντικό, αν όχι το πιο σημαντικό συστατικό στοιχείο ενός τουριστικού προϊόντος Δεν παύει να αποτελεί ένα σημαντικό μοχλό ανάπτυξης που έχει τη δυνατότητα να συνεισφέρει στη βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος. Οι συζητήσεις που λαμβάνουν χώρα αναφορικά με τον τρόπο που η ξενοδοχειακή μονάδα μπορεί να συνεισφέρει στη βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος επικεντρώνονται μέχρι σήμερα σε ζητήματα προστασίας του περιβάλλοντος, – κυρίως μέσω της εφαρμογής κάποιου συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης και ελέγχου -σεβασμού του πολιτισμικού προφίλ της περιοχής και υιοθέτησης πολιτικών οι οποίες ωθούν προς την βελτίωση των κοινωνικών δεικτών ευημερίας.

Λαμβάνοντας υπόψη τη σημαντική συνεισφορά που μπορεί να έχει ο ξενοδοχειακός κλάδος στην αιφορική τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου προέκυψε και το βασικό ερευνητικό ερώτημα της παρούσας διατριβής. **Με ποιο τρόπο συνδέεται η ξενοδοχειακή επιχείρηση με το τουριστικό προϊόν ενός προορισμού;**

Το μπορέσει να προσεγγίσει κανείς όσο το δυνατό καλύτερα το συγκεκριμένο ερώτημα προϋποθέτει να διερευνήσει επιμέρους, αλλά βασικά ερωτήματα που προκύπτουν. Συνεπώς, ωθηθήκαμε στο να προσπαθήσουμε να διερευνήσουμε τα εξής υποερωτήματα:

- Πώς το εκάστοτε είδος τουριστικής ανάπτυξης επηρεάζει την οικονομική απόδοση της ξενοδοχειακής επιχείρησης; Κατευθύνονται οι επιχειρήσεις στο να σέβονται το περιβάλλον; Ενισχύεται η τοπική κοινωνία και οικονομία;
- Με ποιο τρόπο η ξενοδοχειακή βιομηχανία μπορεί να συνεισφέρει στην προστασία του περιβάλλοντος του προορισμού όπου δραστηριοποιείται;
- Ποιες πολιτικές μπορεί να εφαρμόσει σε κοινωνικά ζητήματα, όπως απασχόληση και εκπαίδευση του προσωπικού;

Για να μπορέσουμε να δώσουμε μια απάντηση στα παραπάνω ερωτήματα, αποφασίσαμε στην επιτόπια έρευνα να διερευνήσουμε βασικούς δείκτες που

αφορούν την αποδοτικότητα του ξενοδοχειακού κλάδου λαμβάνοντας υπόψη και τρεις διαστάσεις που περιλαμβάνει η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης, την οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον.

Οι δείκτες είναι ένα αρκετά σημαντικό εργαλείο για να ξέρουμε κάθε φορά αν έχουμε υλοποιήσει τους στόχους μας. Η ενοποίηση των οικονομικών στόχων με το περιβάλλον στη διαδικασία λήψης των αποφάσεων είναι ο σημαντικότερος παράγοντας για την επίτευξη της αειφορίας. Ωστόσο προκειμένου να γνωρίζουμε σε ποιο στάδιο βρισκόμαστε χρειάζονται πληροφορίες. Είναι απαραίτητη η πληροφόρηση για το που βρισκόμαστε την κάθε στιγμή, για το ποιες είναι οι νέες συνθήκες που διαμορφώνονται, για το ποιες είναι οι επιπτώσεις των πολιτικών που ακολουθούμε. Οι δείκτες είναι χρήσιμοι επειδή αντικατοπτρίζουν με μεστό τρόπο όλα τα παραπάνω. Διαφέρουν από τα πρωτογενή και τα στατιστικά δεδομένα και αποτελούν τη γέφυρα μεταξύ των αναλυτικών δεδομένων και της πληροφορίας. Οι δείκτες χρησιμοποιούνται εδώ και πολλά χρόνια και έχουν βοηθήσει αρκετά τον τρόπο άσκησης των εθνικών πολιτικών για την επίτευξη αειφορικής ανάπτυξης (United Nations, 1999, Lee and Hsieh, 2016).

Σε ό,τι αφορά την οικονομική αποδοτικότητα γίνεται υπολογισμός δεικτών που συνδέονται κυρίως με τη ροή των εσόδων και την κατανομή των δαπανών της επιχείρησης.

Οι περιβαλλοντικοί δείκτες συνδέονται με ζητήματα που αφορούν θέματα προστασίας του περιβάλλοντος και εφαρμογής φιλοπεριβαλλοντικών πολιτικών από τις μονάδες.

Οι κοινωνικοί δείκτες τέλος, αφορούν σε θέματα απασχόλησης και εκπαίδευσης του προσωπικού των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.

## ΠΡΩΤΟΤΥΠΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ

Είναι γεγονός ότι μέχρι πρόσφατα οι έρευνες που αφορούν τον ξενοδοχειακό κλάδο και τη συνεισφορά του στην αειφορική τουριστική ανάπτυξη επικεντρώνονται στην πλειοψηφία τους σε ζητήματα προστασίας του περιβάλλοντος παραβλέποντας την κοινωνική, αλλά κυρίως την οικονομική διάσταση που αυτή εμπεριέχει.

Η ξενοδοχειακή επιχείρηση δεν παύει να είναι επιχείρηση. Πρώτιστος στόχος μιας επιχείρησης είναι να καταστεί κερδοφόρα. Αν δεν το επιτύχει αυτό, μακροπρόθεσμα καθίσταται αβέβαιη και η αειφορία της.

Η εφαρμογή προγραμμάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης, αποδεδειγμένα συνεισφέρει στην οικονομική αποδοτικότητα της μονάδας, περιορίζοντας μέχρι κάποιο ποσοστό τα λειτουργικά της έξοδα. Όμως ποιος είναι ο παράγοντας ή οι παράγοντες που επηρεάζουν αποφασιστικά τη ροή των εσόδων της ξενοδοχειακής μονάδας;

Η πρωτοτυπία του θέματος προσδιορίζεται σε δύο βασικούς άξονες:

- Στη θεματολογία της διατριβής
- Στην ακολουθούμενη μεθοδολογία

Αναλυτικότερα, σε ότι αφορά τη θεματολογία της διατριβής, η πρωτοτυπία έγκειται στην προσπάθεια σύνδεσης της λειτουργίας της ξενοδοχειακής επιχείρησης με το εκάστοτε τουριστικό προϊόν, συμπεριλαμβανομένων όμως και των τριών διαστάσεων που εμπεριέχει η έννοια του βιώσιμου τουρισμού. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία δεδομένου ότι ενώ θεωρητικά ορισμένα τουριστικά προϊόντα είναι ανεπιθύμητα, σε πρακτικό επίπεδο η κατάσταση ενδεχομένως να είναι διαφορετική.

Σε ότι αφορά τη μεθοδολογία που ακολουθείται η πρωτοτυπία έγκειται στο γεγονός ότι για τη διερεύνηση της οικονομικής αποδοτικότητας των ξενοδοχειακών μονάδων, γίνεται χρήση αδημοσίευτων λογιστικών καταστάσεων οι οποίες όπως είναι προφανές παρέχουν μεγαλύτερη αξιοπιστία και αναλυτικότερη ενημέρωση σε σχέση με εκείνες που δημοσιεύονται.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>

### ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

#### 1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός είναι ένας από τους δυναμικότερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, τόσο σε απόλυτους όσο και σε σχετικούς όρους. Αποτελώντας κυρίαρχη δραστηριότητα σε πολλές χώρες, έχει αξιόλογες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στους άλλους τομείς της οικονομίας και συμβάλλει στη συνολική οικονομική ανάπτυξη των χωρών. Στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών σημείωσε αξιοσημείωτη μεγέθυνση, συνδεδεμένος άμεσα με την κοινωνικοοικονομική αναπτυξιακή διαδικασία, καθώς συμβάλλει σημαντικά στην άνοδο του επιπέδου διαβίωσης των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών και, συνακόλουθα, στην ευημερία των πολιτών. Ο επιχειρηματικός όγκος του τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα ενδεχομένως ξεπερνά αυτόν των εξαγωγών πετρελαίου, ειδών διατροφής και αυτοκινήτων, ενώ παράλληλα παραμένει η βασική πηγή εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες. Ο τουρισμός ως οικονομικός τομέας συνδέεται άμεσα με πολλούς άλλους τομείς της οικονομίας και της παραγωγής. Κατά συνέπεια, τα οφέλη που η αύξησή του επιφέρει είναι πολυποίκιλα και στον τομέα της απασχόλησης (ΣΕΤΕ, 2014).

Οι αριθμοί είναι ενδεικτικοί του μεγέθους της συμβολής του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία: Το 2013 ο τουρισμός συνέχισε την ανάκαμψή του και οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις έφτασαν το 1,087 δισ., σημειώνοντας νέο ιστορικό ρεκόρ και παρουσιάζοντας αύξηση κατά 5% σε σχέση με το 2012 (52 εκατ. περισσότερες αφίξεις σε σχέση με τις αφίξεις του 2012). Η αύξηση αυτή οφείλεται στα θετικά αποτελέσματα που παρουσίασαν οι περισσότερες περιοχές κατά τη διάρκεια του έτους. Για το 2014, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει μια περαιτέρω αύξηση στις αφίξεις 4% με 4,5% και μακροπρόθεσμα έναν μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης των διεθνών τουριστικών

αφίξεων της τάξης του 3,8% με ορίζοντα το 2020. Συνεπώς, οι διεθνείς αφίξεις αναμένεται ως τότε να ξεπεράσουν το 1,5 δισ. Ταξιδιωτών (UNWTO, 2014).

Ο παγκόσμιος τουρισμός, ωστόσο, αντιμετωπίζει μεγάλες προκλήσεις εν όψει του 21ου αιώνα, οι οποίες σχετίζονται με τη βιώσιμη και ισόρροπη ανάπτυξη, την αντιμετώπιση των ανισοτήτων σε ζητήματα πλούτου και ευκαιριών αλλά και την ορθή κατανομή και διαχείριση των υπαρχόντων φυσικών πόρων, όπως ακριβώς συμβαίνει με κάθε ζωντανό κομμάτι της παγκόσμιας οικονομίας που έρχεται αντιμέτωπο με τη διαρκώς εξελισσόμενη διεθνή πραγματικότητα (ΣΕΤΕ, 2014).

Σκοπός του κεφαλαίου αυτού είναι να ορίσει το θεωρητικό υπόβαθρο της διατριβής εστιάζοντας στην ανάλυση της έννοιας της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης. Πιο συγκεκριμένα, στην ενότητα που ακολουθεί εξετάζονται οι παράγοντες που καλλιέργησαν το έδαφος για μια νέα θεώρηση στη πολιτική του τουρισμού και που τελικά οδήγησαν στην έννοια της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης. Στη συνέχεια αναλύεται η προσέγγιση της αειφορίας και αποσαφηνίζεται η έννοια του αειφόρου / βιώσιμου τουρισμού παρουσιάζοντας ποικίλες προσεγγίσεις που έχουν αναπτυχθεί μέχρι σήμερα. Ακολούθως γίνεται αναφορά στις πολιτικές που οδηγούν προς μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη με εστίαση στην «Ατζέντα 21 για την Τουριστική και Ταξιδιωτική Βιομηχανία». Τέλος, γίνεται μια σύνδεση της έννοιας της βιωσιμότητας με τα ξενοδοχεία και τα λοιπά τουριστικά καταλύματα, συνδέοντας εννοιολογικά το κεφάλαιο αυτό με τα επόμενα κεφάλαια της διατριβής. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με τα βασικά συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση που προηγήθηκε.

## **1.2 ΟΙ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΠΟΥ ΟΔΗΓΗΣΑΝ ΣΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

Η μεταπολεμική ανάπτυξη του τουριστικού τομέα χαρακτηρίζεται ιδιαίτερα από τη βιομηχανοποίηση και τελικά την τυποποίηση του προσφερόμενου προϊόντος. Η αρχική φάση της ανάπτυξης του οργανωμένου τουρισμού



(δεκαετία του '60) συνδέθηκε με την προσπάθεια των πρώτων μεγάλων tour operators της εποχής να μαζικοποιήσουν το ταξίδι και άρα να μειώσουν το κόστος του, οργανώνοντας ένα σύμπλεγμα υπηρεσιών που σε μια τιμή σταθερή προσέφεραν στον πελάτη. Η τουριστική ανάπτυξη στη φάση αυτή θεωρήθηκε εξαιρετικά αποδοτική για τις χώρες προορισμού, αφού άφηνε συνάλλαγμα ενώ παράλληλα ενίσχυε σημαντικά και την απασχόληση αποτρέποντας τη μετανάστευση που ήταν το πρόβλημα της εποχής. Αυτό σήμαινε ότι και ο συνολικότερος οικονομικός και χωροταξικός σχεδιασμός της εποχής έδωσε έμφαση ακριβώς στην ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών που θα αποτελούσαν τη βάση για τη μεγαλύτερη επέκταση του τουρισμού. Η συγκέντρωση αυτής της δύναμης στους tour operators οδήγησε σε ένα σχεδόν απόλυτο έλεγχο της ζήτησης για οργανωμένο μαζικό τουρισμό διακοπών ενώ παράλληλα αυτή η δύναμη κατέληξε έμμεσα να ελέγχει ή να επηρεάζει και την προσφερόμενη υποδομή στις χώρες υποδοχής τουριστών, ιδιαίτερα δε στις φτωχότερες από αυτές. Επιπλέον, οι τιμές καθορίζονταν σε πολύ μεγάλο βαθμό από αυτούς και δεν επέτρεπαν μεγάλα περιθώρια διαπραγμάτευσης από τους επιχειρηματίες της χώρας υποδοχής, αφού χωρίς τους tour operators δεν θα είχαν εύκολα πελάτες. Στο ζήτημα της τουριστικής δραστηριότητας το θέμα που κατά κύριο λόγο δέχεται κριτική σε σχέση με το ουσιαστικό όφελος της τοπικής κοινωνίας είναι οι επιπτώσεις που δημιουργούνται από την ανάπτυξη του τουρισμού στον τόπο υποδοχής. Οι επιπτώσεις αυτές καταλήγουν, πολλές φορές, να υπονομεύουν την ίδια την τουριστική ανάπτυξη αφού γίνονται αιτία να μειωθούν οι αφίξεις και τελικά το εισόδημα και η απασχόληση που προέρχονται από τον κλάδο (Τσάρτας κ.ά., 1996, Tsartas, 2003, Budeanu et al, 2015).

Η υιοθέτηση του προτύπου του μαζικού οργανωμένου τουρισμού είναι συνυφασμένη με την «έντονη χρήση» των τουριστικών πόρων, προκαλώντας σημαντικές αλλοιώσεις και, σε ορισμένες περιπτώσεις, ανεπανόρθωτες βλάβες σε ευαίσθητα οικοσυστήματα των τόπων υποδοχής, μετασχηματίζοντας ριζικά τον περιβαλλοντικό, πολιτιστικό, κοινωνικό και οικονομικό ιστό του τόπου (Τσάρτας κ.ά., 2010, Karatzoglou και Spilanis, 2010). Το αποτέλεσμα είναι ο τουρισμός να λειτουργεί ενάντια στα

μακροπρόθεσμα οφέλη και συμφέροντα των τοπικών κοινωνιών για τη διαφύλαξη των διακριτών τους χαρακτηριστικών και πόρων (Τσάρτας κ.ά., 2010). Οι επιπτώσεις στους τόπους υποδοχής από την κυριαρχία του μαζικού τουρισμού αποτέλεσαν τη βασική εστία κριτικής αυτού του μοντέλου τουρισμού από τους μελετητές. Συνέπεια των παραπάνω ήταν από το τέλος της δεκαετίας του 1970, το κυρίαρχο πρότυπο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού (κλασική μορφή τουρισμού), να αρχίσει να αμφισβητείται και σταδιακά να εγκαταλείπεται (Λαγός, 2005).

Οι αρνητικές κοινωνικές, οικονομικές, πολιτισμικές, οικολογικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης σε συνδυασμό με την έντονη κριτική που δέχτηκε το πρότυπο του μαζικού τουρισμού καλλιέργησαν το έδαφος για μια νέα θεώρηση στην πολιτική του τουρισμού. Μια θεώρηση η οποία δεν θα εστιάζει μόνο στην εξάλειψη των αρνητικών επιπτώσεων, αλλά θα πρέπει να συμβαδίζει με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες του τόπου, εντασόμενη σε ένα ευρύτερο πλαίσιο στρατηγικής για μια βιώσιμη ανάπτυξη. Έτσι, στις αρχές της δεκαετίας του 1980, ως αντίλογος στην παραπάνω κατάσταση, άρχισε να αναζητείται ένα διαφορετικό εναλλακτικό πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης το οποίο αφενός θα ήταν «ήπιο» κοινωνικά και περιβαλλοντικά, αφετέρου θα διέθετε σε μικρότερο βαθμό προκατασκευασμένα χαρακτηριστικά, επιτρέποντας την αυτονομία των τουριστών κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στον τόπο υποδοχής (Τσάρτας κ.ά., 2010).

### **1.3 Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΙΑΣ**

Παρά το γεγονός ότι μέσα στους αιώνες αυξανόταν το ενδιαφέρον για το περιβάλλον, μόνο στις αρχές της δεκαετίας του '80, άρχισαν να διατυπώνονται δυναμικές περιβαλλοντικές ανησυχίες σε διεθνές επίπεδο και το 1980 για πρώτη φορά διατυπώθηκε ο όρος «sustainable development - αειφόρος ανάπτυξη» με τη δημοσίευση της Διεθνούς Ένωσης για τη Διατήρηση της Φύσης και των Φυσικών Πόρων. Το 1981 ακολούθησε η έκθεση του ιδρύματος «Worldwatch» με τον τίτλο «Αειφόρος Κοινωνία»

(Sustainable Society). Από τότε η έννοια της «αιεφόρου ανάπτυξης» έχει παρουσιαστεί και ερμηνευτεί με ποικίλους τρόπους και από πολλούς διεθνείς οργανισμούς (Ανδριώτης, 2005). Το 1987 ο όρος «αιεφόρος ανάπτυξη» χρησιμοποιήθηκε στην έκθεση της Brundtland που δημοσιεύτηκε από την Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη. Στην αναφορά αυτή η αιεφόρος ανάπτυξη ορίστηκε ως «η ανάπτυξη η οποία ικανοποιεί τις παρούσες ανάγκες χωρίς να μειώνει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες». Σύμφωνα με τον ορισμό η βιώσιμη ανάπτυξη οδηγεί στη διαχείριση όλων των πόρων με τέτοιο τρόπο που οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες μπορούν να εκπληρώνονται και ταυτόχρονα να διατηρείται η πολιτισμική ακεραιότητα, οι ουσιαστικές οικολογικές διαδικασίες, η βιολογική ποικιλομορφία και τα συστήματα υποστήριξης της ζωής (USAID, 2005).

Η παραπάνω έκθεση εντοπίζει μια σειρά από βασικές αρχές όπως (McKercher, 2003):

- Δικαιοσύνη μεταξύ των γενεών: το φάσμα των δραστηριοτήτων και το πεδίο της οικολογικής ποικιλομορφίας που είναι διαθέσιμο στις επόμενες γενιές είναι τουλάχιστον εξίσου ευρύ με εκείνο των υφιστάμενων.
- Κοινωνική ισότητα: την κοινωνική ευαισθησία και την καταπολέμηση της φτώχειας, τη βελτίωση της ευημερίας όλων των κατοίκων μιας κοινότητας και όχι μόνο την ενδυνάμωση των ισχυρών και πλουσίων.
- Δημόσια Συμμετοχή: όλοι έχουν ένα ρόλο να διαδραματίσουν και οι κοινωνίες χρειάζονται να λαμβάνουν αποφάσεις συλλογικά και όχι να τους επιβάλλονται από εξωτερικές δυνάμεις.
- Περιβαλλοντική προστασία ως αναπόσπαστο στοιχείο της οικονομικής ανάπτυξης: οικονομική ανάπτυξη χωρίς προστασία του περιβάλλοντος δεν είναι πλέον αποδεκτή.
- Προσεκτική αντιμετώπιση των κινδύνων και της αβεβαιότητας: σε περιπτώσεις όπου οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις των διαφόρων δραστηριοτήτων δεν είναι γνωστές, η προτιμώμενη επιλογή είναι να

προχωράμε με προσοχή αλλιώς καθόλου, μέχρι οι πιθανές επιπτώσεις να μπορούν να προσδιοριστούν.

Οι δύο όροι, ανάπτυξη και αειφορία, κατά πρώτη ματιά φαίνονται να είναι συγκρουόμενοι και στο παρελθόν οι περισσότερες μορφές ανάπτυξης είχαν σχεδόν πάντοτε θεωρηθεί ως απειλή προς το περιβάλλον, ενώ η αειφορία είχε εξ αρχής δείξει ιδιαίτερη ευαισθησία στους περιβαλλοντολογικούς πόρους και φρόντιζε άμεσα για τη βιωσιμότητά τους. Φαινόταν, λοιπόν, δικαιολογημένη η αντίληψη ότι η ανάπτυξη και η αειφορία δεν είναι δυνατόν να συμβαδίσουν, αλλά είναι αντιμέτωπες έννοιες. (Ανδριώτης, 2005). Η έννοια της αειφορίας ως τρόπος εκμετάλλευσης των πόρων και φιλοσοφία διαχείρισης τους έρχεται να συνδέσει όλα τα επίπεδα πολιτικής και διαχείρισης του τουρισμού, από τα τοπικά μέχρι τα παγκόσμια. Η αειφορική διαχείριση των φυσικών πόρων, περισσότερο από κάθε άλλη φορά, θα πρέπει να συνδέεται άρρηκτα με οικονομικά και κοινωνικά υγιείς και ασφαλείς στόχους. Η επίτευξη ισορροπίας μεταξύ της οικονομικής ανάπτυξης και της προστασίας των φυσικών πόρων έχει αρχίσει εδώ και καιρό να απασχολεί τους τουριστικούς προορισμούς, είτε πρόκειται για χώρες υπανάπτυκτες, είτε ανεπτυγμένες (Organization of American States, 1997).

Η έννοια της αειφόρου / βιώσιμης ανάπτυξης καλύπτει διάφορες μορφές οικονομικής δραστηριότητας, διαμορφώνοντας την ανάγκη για μια διαφορετική αναπτυξιακή προσέγγιση που υπολογίζει όχι μόνο τις οικονομικές παραμέτρους, αλλά και τους περιβαλλοντολογικούς, τους κοινωνικούς και τους πολιτιστικούς παράγοντες (Ανδριώτης, 2005). Ο όρος «βιώσιμη ανάπτυξη» περιγράφει τη διαδικασία μετασχηματισμού όπου η εκμετάλλευση των πόρων, η κατεύθυνση των επενδύσεων, ο προσανατολισμός της τεχνολογικής ανάπτυξης και οι προσαρμογές στο θεσμικό πλαίσιο εναρμονίζονται με τις μελλοντικές και τις σημερινές ανάγκες. Στο πλαίσιο αυτό μια μακροχρόνια προοπτική για την ανάπτυξη και το περιβάλλον αποκτά ιδιαίτερη σημασία (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001). Μια στρατηγική για τη βιώσιμη ανάπτυξη συνιστά μια δυναμική διαδικασία συνεχούς εξέλιξης και προσαρμογής έως ότου επιτευχθεί η ισορροπία και

εστιάζει στον ισόρροπο συνδυασμό τριών επιμέρους επιδιώξεων (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001, Spilanis et al, 2009, Τσάρτας κ.ά., 2010):

- της αποτελεσματικότητας της οικονομίας (economic efficiency),
- της κοινωνικής ισότητας και δικαιοσύνης (social equity),
- της προστασίας του περιβάλλοντος (environmental conservation).

Η βιώσιμη ανάπτυξη κατά συνέπεια σκιαγραφεί μια διαδικασία με κύρια χαρακτηριστικά: την προστασία του περιβάλλοντος, την ανάπτυξη όλων των κλάδων της οικονομίας, τη συνεχή ανατροφοδότηση του παραγωγικού ιστού του τόπου, την αυτάρκεια και αυτονομία της τοπικής οικονομίας, την ανάληψη καινοτόμων τοπικών πρωτοβουλιών, την ενθάρρυνση της ενεργούς συμμετοχής και συνεργασίας των κατοίκων στις διαδικασίες ανάπτυξης (Τσάρτας, 1996, Lee, 2013, Saufi, O'Brien και Wilkins, 2014).

Επίσης, μέσω της αειφόρου ανάπτυξης, αυξάνεται η προσοχή στις ανθρώπινες φιλοδοξίες για επιτεύγματα που συνεισφέρουν στη βελτίωση της ποιότητας της ζωής, κυρίως στην αναβάθμιση του επιπέδου διαβίωσης των ανθρώπων, στις μεγαλύτερες καταναλωτικές επιλογές, στην ασφάλεια και στις αυξανόμενες ευκαιρίες για δυνατότητα διακοπών. Όταν οι κυρίαρχες αυτές ανάγκες του ανθρώπου παραμένουν ανικανοποίητες, η αειφόρος ανάπτυξη απαιτεί οικονομική αναζωογόνηση, ως όπλο κατά του πολέμου της φτώχειας και της υπανάπτυξης. Έρχεται δηλαδή στο προσκήνιο η ιδιαίτερη σημασία της αειφόρου ανάπτυξης για την ικανοποίηση των ανθρωπίνων αναγκών, ιδιαίτερα των θεμελιωδών αναγκών των φτωχών του κόσμου, όπως επάρκεια στο φαγητό, στο καθαρό νερό, στην εξασφάλιση διαμονής, ιματισμού και εργασίας. Μόνο μέσω της οικονομικής ανάπτυξης και με γνώμονα την προϋπόθεση της αύξησης της παραγωγής και της διαβεβαίωσης των ίσων ευκαιριών για όλους, η αξιότητα εξομάλυνσης της φτώχειας και της επιτυχούς επίλυσης των περιβαλλοντολογικών απειλών μπορούν να πραγματοποιηθούν. Κάθε κέρδος προερχόμενο από την ανάπτυξη πρέπει, εάν κριθεί απαραίτητο, να χρησιμοποιείται με σκοπό τη βελτίωση των φθαρμένων φυσικών πόρων και την οικολογική τους συντήρηση προς όφελος των μελλοντικών γενεών. Η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης δεν πρέπει να

βρίσκεται σε αντίθεση με την έννοια της οικονομικής ανάπτυξης, δεδομένου ότι η οικονομική ζωτικότητα είναι ουσιαστική για την καταπολέμηση της φτώχειας, τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής, αλλά και τη διαδικασία της περιβαλλοντικής προστασίας (Ανδριώτης, 2005).

Η διασπορά της ανάπτυξης αποτελεί προϋπόθεση της αειφορίας, για την επίτευξη μιας πιο ισομερούς εξάπλωσης των ωφελειών σε ολόκληρο το πληθυσμό. Συνοπτικά η εφαρμογή της αειφόρου ανάπτυξης προϋποθέτει τρεις βασικές αρχές (Ανδριώτης, 2005):

- Οικονομική αειφορία, σύμφωνα με την οποία πρέπει να εξασφαλισθεί ότι η ανάπτυξη είναι οικονομικά αποδοτική, συνεισφέρει στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του ντόπιου πληθυσμού και στη διαχείριση των πλουτοπαραγωγικών πόρων, εξασφαλίζοντας τη μακροβιότητα και τη διατήρησή τους για τις μελλοντικές γενεές.
- Οικολογική αειφορία, κατά την οποία η αναπτυξιακή διαδικασία πρέπει να βρίσκεται σε σύμπνοια με τους φυσικούς πόρους της κάθε περιοχής και τη συντήρηση της οικολογίας της.
- Κοινωνικο-πολιτιστική αειφορία, με την ανάπτυξη να οδηγεί στην αύξηση του ελέγχου των πλουτοπαραγωγικών πόρων από τον ντόπιο πληθυσμό, συνεισφέροντας στη διατήρηση της κουλτούρας και του πολιτισμού, καθώς και στην ενδυνάμωση της ταυτότητας της κοινωνίας.

Από την παραπάνω ανασκόπηση γίνεται έκδηλο, ότι η αειφορία χρειάζεται την οικονομική, την οικολογική και την κοινωνικο-πολιτιστική αναζωογόνηση για την βελτίωση του ανθρώπινου βίου και τη διατήρηση των πόρων, που όλα αυτά προϋποθέτουν την ανάπτυξη. Συνεπώς, οι δύο έννοιες αειφορία και ανάπτυξη δεν είναι αλληλοσυγκρουόμενες, αλλά ή μια συμπληρώνει την άλλη με απαραίτητη προϋπόθεση τη συνύπαρξή τους για την επίτευξη της σωστής και αποδοτικής λειτουργίας τους (Ανδριώτης, 2005).

## 1.4Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Αν και η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης ήταν γνωστή ήδη από τον 18<sup>ο</sup> αιώνα, ο όρος «αειφόρος τουρισμός» έγινε δημοφιλής τα τελευταία χρόνια (Lagos και Stamatiou, 2006). Η αναγκαιότητα της συσχέτισης των περιβαλλοντικών ζητημάτων και του τουρισμού τονίστηκε αρχικά το 1980 με τη διακήρυξη της Μανίλα, κατά τη διάρκεια της οποίας υποστηρίχτηκε ότι οι τουριστικοί πόροι πρέπει να βρίσκονται κάτω από τον έλεγχο των κρατών. Στη δεκαετία του '90 πολλοί ερευνητές ενδιαφέρθηκαν για περιβαλλοντολογικά ζητήματα και έγιναν προσπάθειες ενοποίησης του τουρισμού και του περιβάλλοντος. Την ίδια δεκαετία μάλιστα χρησιμοποιήθηκαν για πρώτη φορά οι όροι: αειφόρος τουριστική ανάπτυξη και αειφόρος τουρισμός, χωρίς όμως να έχει εξομαλυνθεί η σύγκρουση που είχε εκδηλωθεί στο παρελθόν μεταξύ της προστασίας του περιβάλλοντος και του τουρισμού (Ανδριώτης, 2005).

Ένα πρόβλημα που παρατηρείται στη βιβλιογραφία είναι ότι δεν υπάρχει ένας ξεκάθαρος και λειτουργικός ορισμός του βιώσιμου τουρισμού. Αυτό οδηγεί σε μια σύγχυση για το τι σημαίνει αειφορία στον τουρισμό και πως μπορεί να επιτευχθεί. Συχνά ο βιώσιμος τουρισμός συγχέεται με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ιδιαίτερα με τον οικοτουρισμό, ο οποίος αποτελεί τη πιο προβεβλημένη και γνωστή νέα μορφή τουρισμού (Spilanis και Vayanni, 2004). Ο αειφόρος (βιώσιμος) τουρισμός από τη φύση του δεν είναι μια ιδιαίτερη μορφή τουρισμού αλλά αποτελεί μια φιλοσοφία και μια σειρά από οδηγίες – αρχές οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν σαν ένα πλαίσιο ανάπτυξης όλων των τύπων τουρισμού, ανεξαρτήτως μεγέθους ή τύπου, με κατεύθυνση προς τη βιώσιμη ανάπτυξη (Bjork, 2001, Butler, 1993, Johnston, 2014, Waligo, Clarke και Hawkins, 2014). Ο όρος βιώσιμος τουρισμός αντιπροσωπεύει και περιλαμβάνει ένα σύνολο αρχών, κανόνων και μεθόδων διαχείρισης που χαράσσουν μια πορεία για την τουριστική ανάπτυξη, έτσι ώστε η βάση των περιβαλλοντικών πόρων της περιοχής προορισμού να προστατεύεται με σκοπό την περαιτέρω ανάπτυξη (Bjork, 2001, Curtin and Busby, 1999).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO, 1998): «η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη ικανοποιεί τις ανάγκες των τωρινών τουριστών και των περιοχών που τους φιλοξενούν και, παράλληλα, προστατεύει και ενισχύει τις ευκαιρίες για το μέλλον. Θεωρείται ότι η ανάπτυξη αυτή οδηγεί στη διαχείριση όλων των πόρων με τέτοιο τρόπο ώστε οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες να είναι δυνατό να εκπληρώνονται ενώ, παράλληλα, διατηρείται η πολιτισμική ακεραιότητα, οι ουσιώδεις οικολογικές διαδικασίες, η βιολογική ποικιλότητα και τα συστήματα υποστήριξης της ζωής. Τα προϊόντα τού βιώσιμου τουρισμού είναι προϊόντα που λειτουργούν σε αρμονία με το τοπικό περιβάλλον, την κοινωνία και τους πολιτισμούς, έτσι ώστε αυτά να καρπώνονται όλα τα οφέλη και να μην αποτελούν θύματα τουριστικής ανάπτυξης».

Ένας πιο σύντομος και πρόσφατος ορισμός από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO, 2013: 17) ορίζει τον βιώσιμο τουρισμό ως «τον τουρισμό που λαμβάνει πλήρως υπόψη τις τρέχουσες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του, ικανοποιώντας τις ανάγκες των επισκεπτών, της βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των κοινωνιών υποδοχής». Επιπλέον, πάντα σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο βιώσιμος τουρισμός αναφέρεται στην ανάγκη για (UNWTO, 2013):

- Βέλτιστη χρήση των περιβαλλοντικών πόρων που αποτελούν βασικό στοιχείο για την ανάπτυξη του τουρισμού, διατήρηση των βασικών οικολογικών διαδικασιών και συμβολή στη διατήρηση της φυσικής κληρονομιάς και της βιοποικιλότητας.
- Σεβασμό της κοινωνικο-πολιτιστικής αυθεντικότητας των κοινωνιών υποδοχής, διατήρηση της υλικής και άυλης πολιτιστικής τους κληρονομιάς και των παραδοσιακών τους αξιών, και συμβολή στην διαπολιτιστική κατανόηση.
- Εξασφάλιση βιώσιμων, μακροπρόθεσμων οικονομικών δραστηριοτήτων, παρέχοντας κοινωνικοοικονομικά οφέλη σε όλα τα εμπλεκόμενα μέρη με δίκαιη κατανομή, συμπεριλαμβανομένων της σταθερής απασχόλησης και των ευκαιριών απόκτησης εισοδήματος



στις κοινωνίες υποδοχής, και συμβάλλοντας στην ανακούφιση της φτώχειας.

Μια άλλη εννοιολογική προσέγγιση της αιφόρου τουριστικής ανάπτυξης που καθιερώθηκε από την Παγκόσμια Ένωση Διατήρησης της Φύσης (World Conservation Union) περιλαμβάνει τέσσερις βασικούς άξονες (Organization of American States, 1997):

- 1.την οικολογική βιωσιμότητα: η ανάπτυξη είναι συνδεδεμένη με τη διατήρηση των απαραίτητων οικολογικών διαδικασιών, της βιοποικιλότητας και των βιολογικών πόρων.
- 2.την πολιτισμική βιωσιμότητα: η ανάπτυξη καθιστά καλύτερο τον έλεγχο των ατόμων σε ζητήματα της καθημερινής τους ζωής, είναι συνδεδεμένη με την κουλτούρα και διατηρεί την πολιτισμική ταυτότητα της κάθε κοινωνίας.
- 3.την οικονομική βιωσιμότητα: η ανάπτυξη είναι οικονομικά αποτελεσματική και οι πόροι διαχειρίζονται με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορούν να υποστηρίξουν τις μελλοντικές γενεές.
- 4.την τοπική βιωσιμότητα: η ανάπτυξη έχει σκοπό να ωφελήσει τις τοπικές κοινωνίες και να διατηρήσει τα κέρδη για τις τοπικές επιχειρήσεις.

Με πιο απλά λόγια, με τον όρο βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη εννοούμε την επίτευξη ανάπτυξης με τέτοιο τρόπο που δεν υποβαθμίζεται το φυσικό και δομημένο περιβάλλον, ενώ παράλληλα προστατεύεται η κουλτούρα της τοπικής κοινωνίας (Lozano-Oyola κ.ά., 2012). Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται ορθή διαχείριση των πόρων η οποία οδηγεί στη διατήρησή τους και στην καθιέρωση ενός υψηλού ποιοτικά τουριστικού προϊόντος (Organization of American States, 1997, Risteskia, Kovevskia και Arnaudov, 2012). Η προσέγγιση αυτή είναι αρκετά σημαντική επειδή η πλειονότητα της τουριστικής ανάπτυξης στηρίζεται σε δραστηριότητες που συνδέονται με το φυσικό περιβάλλον, την ιστορική κληρονομιά και τα πολιτισμικά ήθη και έθιμα των περιοχών. Αν οι πόροι αυτοί υποβαθμιστούν ή καταστραφούν, τότε οι τουριστικές περιοχές δεν θα μπορούν να προσελκύσουν τουρίστες και ο τουρισμός δεν θα είναι επιτυχημένος (Cernat και Gourdon, 2012, Janusz και

Bajdor, 2013). Γενικότερα, οι περισσότεροι τουρίστες αναζητούν προορισμούς με υψηλό επίπεδο περιβαλλοντικής ποιότητας – τους αρέσει να επισκέπτονται μέρη που είναι καθαρά και ελκυστικά, αντί για μέρη που είναι μολυσμένα και έχουν πρόβλημα υπερβολικής κίνησης και πολυκοσμίας (Sorensson και von Friedrichs, 2013). Είναι επίσης αυτονόητο και εξίσου σημαντικό ότι οι κάτοικοι των τουριστικών περιοχών δεν είναι υποχρεωμένοι να υποφέρουν από ένα υποβαθμισμένο περιβάλλον και από κοινωνικά προβλήματα (WTO, 1994).

Ο όρος βιώσιμος ή αειφόρος τουρισμός μπορεί να λαμβάνει διαφορετικές έννοιες ανάλογα με την οπτική γωνία και την αντίληψη των επιμέρους ενδιαφερομένων (Weaver, 2006). Η ιδιωτική τουριστική βιομηχανία αντιμετωπίζει τον βιώσιμο τουρισμό με πιο ευρεία προοπτική και με όρους οικονομικούς και μάρκετινγκ: «Πώς μπορεί η τουριστική αγορά να διατηρηθεί και να αναπτυχθεί σε βάθος χρόνου;». Η τοπική κοινωνία ίσως τον αντιμετωπίζει με όρους κοινωνικοοικονομικού οφέλους και πολιτισμικής προστασίας: «Πώς μπορεί ο τουρισμός να βοηθήσει στην διατήρηση μιας κοινωνίας και του πολιτισμού της, αντί να προκαλεί υποβάθμιση και απαξίωση αυτών;». Μια περιβαλλοντική μη κυβερνητική οργάνωση (ΜΚΟ) αντιπροσωπεύει την οικολογική πλευρά: «Πώς μπορεί ο τουρισμός να διατηρήσει και όχι να καταστρέψει τα φυσικά οικοσυστήματα;».

Το Μάρτιο του 2004, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού κατά τη συνεδρίαση της Επιτροπής του για την Αειφόρο Ανάπτυξη του Τουρισμού, αποφάσισε να αναθεωρήσει τον ορισμό του βιώσιμου τουρισμού, ώστε να αντανακλά καλύτερα τα ζητήματα της αειφορίας του τουρισμού που έχουν τεθεί από την Παγκόσμια Διάσκεψη Κορυφής για την Αειφόρο Ανάπτυξη (WSSD). Ο νέος εννοιολογικός προσδιορισμός, σύμφωνα με τον ΠΟΤ, υπογραμμίζει: την ισορροπία ανάμεσα στις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές πτυχές του τουρισμού, την ανάγκη για εφαρμογή των κανόνων της βιωσιμότητας σε όλους τους τομείς του τουρισμού και παγκόσμιους στόχους, όπως η μείωση της φτώχειας.

Οι κατευθυντήριες γραμμές και οι πρακτικές διαχείρισης του βιώσιμου τουρισμού είναι εφαρμόσιμες σε όλες τις μορφές τουρισμού σε όλους τους τύπους προορισμών, συμπεριλαμβανομένου του μαζικού τουρισμού και των ποικίλων εξειδικευμένων τουριστικών τομέων (Castellani και Sala, 2010). Οι αρχές της βιωσιμότητας αναφέρονται στις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικο-πολιτισμικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης, και η κατάλληλη ισορροπία πρέπει να καθιερωθεί μεταξύ των τριών αυτών διαστάσεων προκειμένου να εξασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά του (Ταο και Wall, 2009). Επομένως, ο βιώσιμος τουρισμός πρέπει (USAID, 2005):

- ✓ Να χρησιμοποιεί με τον βέλτιστο τρόπο τους περιβαλλοντικούς πόρους που αποτελούν βασικό στοιχείο της τουριστικής ανάπτυξης, διατηρώντας τις ουσιώδεις οικολογικές διαδικασίες και βοηθώντας στη συντήρηση της φυσικής κληρονομιάς και βιοποικιλότητας.
- ✓ Να σέβεται την κοινωνικο-πολιτισμική αυθεντικότητα των τοπικών κοινωνιών, να συντηρεί την κτιριακή και κοινωνική πολιτισμική κληρονομιά και τις παραδοσιακές αξίες και να συνεισφέρει στην διαπολιτισμική κατανόηση και ανεκτικότητα.
- ✓ Να διασφαλίζει βιώσιμες, μακροπρόθεσμες οικονομικές επιχειρήσεις, που να παρέχουν κοινωνικοοικονομικά οφέλη σε όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, συμπεριλαμβανομένης της σταθερής απασχόλησης και των ευκαιριών για δημιουργία εισοδήματος και κοινωνικών υπηρεσιών στις τοπικές κοινωνίες, και της συνεισφοράς στην εξάλειψη της φτώχειας.

Ο βιώσιμος τουρισμός λειτουργεί σε αρμονία με το τοπικό περιβάλλον, την κοινωνία και τον πολιτισμό, έτσι ώστε αυτά να αποτελούν τους μόνιμους δικαιούχους και όχι τα θύματα της τουριστικής ανάπτυξης (Harris, Griffin και Williams, 2002). Η επίτευξη της βιωσιμότητας βασίζεται σε μια ισορροπία της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, των οικονομικών φορέων και των ρυθμίσεων, μεταφράζοντας τις παγκόσμιες αρχές σε επικεντρωμένη τοπική δράση και νέους μηχανισμούς απόδοσης της σύμπραξης δημόσιου και ιδιωτικού τομέα (Bramwell και Lane, 2011, Hall, 2011). Αυτό μπορεί να δημιουργήσει εξ' αρχής ένα νέο και απαραίτητο τουριστικό πολιτισμό, ο οποίος να αποδίδει

μεγαλύτερη σημασία στο περιβάλλον ως μια πολύτιμη πρώτη ύλη για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Όπως προαναφέρθηκε, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη ικανοποιεί τις ανάγκες των παρόντων τουριστών και των περιοχών υποδοχής αυτών, ενώ παράλληλα προστατεύει και επαυξάνει τις ευκαιρίες των μελλοντικών γενεών. Επομένως, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη μπορεί να θεωρηθεί ότι οδηγεί στη διαχείριση όλων των πόρων με τέτοιο τρόπο που μπορούμε να ικανοποιήσουμε τις οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες, ενώ ταυτόχρονα να διατηρήσουμε την πολιτισμική ακεραιότητα, τις ουσιώδεις οικολογικές διαδικασίες, την βιολογική ποικιλομορφία και τα συστήματα υποστήριξης της ζωής.

Η ανάγκη για διαχείριση των πόρων επαναβεβαιώνει ότι ο τουρισμός είναι μια οικονομική δραστηριότητα, η οποία πρέπει να είναι ικανή να δημιουργεί κέρδος προκειμένου να επιβιώσει και να ωφελήσει την κοινωνία (Miller κ.ά., 2010). Η εκπλήρωση των κοινωνικών υποχρεώσεων, σημαίνει πολλά περισσότερα από μια δια-γενεακή ισότητα, σημαίνει σεβασμό για άλλους τρόπους ζωής και άλλες συνήθειες. Αυτή η κληρονομιά αποτελεί έναν υψίστης σημασίας παράγοντα για τον τουρισμό, σε έναν κόσμο που ομογενοποιείται ταχύτατα σε μια παγκόσμια οικονομία. Ένα σημαντικό συστατικό στοιχείο του περιβάλλοντος και του πολιτισμού είναι η αισθητική τους ελκυστικότητα. Καθώς το τουριστικό ενδιαφέρον εστιάζεται συνήθως στα παγκόσμια σημεία ενδιαφέροντος, τα αισθητικά χαρακτηριστικά των συνηθισμένων και καθημερινών αστικών τοπίων και γενικά των φυσικών τοπίων δεν θα πρέπει να παραβλέπονται. Αυτές οι ανάγκες πρέπει να αντιμετωπιστούν στο πλαίσιο οικολογικών παραμέτρων για την διατήρηση τόσο του φυσικού όσο και του ανθρώπινου περιβάλλοντος. Επιπρόσθετα με τις πραγματικές ανησυχίες για το φυσικό περιβάλλον, η διατήρηση της πολιτισμικής κληρονομιάς κάθε τόπου δεν θα πρέπει να αγνοηθεί. Η οικολογική λειτουργία πρέπει να γίνει κατανοητή έτσι ώστε η παρείσφρηση του τουρισμού να έχει την ελάχιστη επίπτωση, ειδικά σε ευαίσθητες παράκτιες περιοχές. Η ανησυχία για τη διατήρηση της βιολογικής

ποικιλομορφίας είναι ιδιαίτερα συνδεδεμένη με τον τουρισμό, ο οποίος αναπτύσσεται από την ελκυστικότητα της χλωρίδας και της πανίδας που καθιστούν ένα τόπο ξεχωριστό και ιδιαίτερο. Η ανάγκη να διατηρήσουμε τα βασικά ζωτικά μας συστήματα είναι υψίστης σημασίας. Εάν αυτές οι βασικές ανάγκες δεν έχουν ακόμη ικανοποιηθεί, τότε οι υψηλότερου επιπέδου ανάγκες μας, όπως τα ταξίδια, θα αποτύχουν να ικανοποιηθούν (Imam και Bashandy, 2003).

Οι βασικές αρχές και οι στόχοι που διέπουν τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη διατυπώθηκαν με τη μορφή Χάρτας για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Η αναγνώριση της επιτακτικής ανάγκης επαναπροσδιορισμού της σχέσης τουρισμού -περιβάλλοντος οδήγησε στο να αποτελεί, πλέον, ένα από τα κύρια θέματα πολιτικής με στόχο τόσο την προάσπιση της τουριστικής βιομηχανίας, όσο και την προστασία των πολιτιστικών και φυσικών πόρων μιας περιοχής (Τσάρτας κ.ά., 2010). Οι σημαντικές, ωστόσο, ελλείψεις που παρουσιάζει ο σχεδιασμός και προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης, ακόμη και σε ανεπτυγμένες χώρες, έχει οδηγήσει στην εφαρμογή προγραμμάτων βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης με διαφορετικό βαθμό επιτυχίας. Σε άλλες περιπτώσεις το υιοθετούμενο πρότυπο έχει λίγα μόνο χαρακτηριστικά της αειφορίας, ενώ σε άλλες περιπτώσεις περισσότερα. Η υιοθέτηση και προώθηση αυτού του προτύπου από υπερεθνικούς και εθνικούς φορείς που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη, αποτελεί σημαντική ένδειξη ότι ο αειφορικός τουρισμός σταδιακά θα επεκτείνεται στο διεθνή χώρο (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

### **1.5 ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣ ΜΙΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

Ο τουρισμός ως φαινόμενο με ραγδαία αύξηση και εξάπλωση σε παγκόσμια κλίμακα επηρεάζει σημαντικά τους τόπους προορισμού. Καθώς μια νέα θεώρηση της οικονομικής ανάπτυξης κερδίζει έδαφος, όπου το περιβάλλον υπεισέρχεται ως αναπόσπαστο στοιχείο με μακροχρόνια προοπτική, η πολιτική για το περιβάλλον επηρεάζει και τις πολιτικές για τον τουρισμό και

αντίστοιχα η πολιτική για τον τουρισμό ενσωματώνει και περιβαλλοντικές θεωρήσεις. Η ανάγκη για μια «νέα» αντίληψη στην πολιτική του τουρισμού εμφανίστηκε ήδη από τη δεκαετία του '70, κυρίως με αφορμή τις κοινωνικές, οικολογικές και πολιτισμικές αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού. Ο τουρισμός δεν μπορεί να αντιμετωπίζεται τομεακά και μόνον, αλλά ως μέρος ενός σύνθετου εθνικού τοπικού συστήματος με διασυνδέσεις με την εθνική τοπική οικονομία και παραγωγή, τη λειτουργία των φυσικών οικοσυστημάτων, τη διαφύλαξη των φυσικών και πολιτισμικών πόρων, το σεβασμό στις αντιλήψεις και συνθήκες της τοπικής κοινωνίας κ.λπ. Η ουσιαστική διαφορά με προηγούμενες αντιλήψεις για την τουριστική ανάπτυξη έγκειται στο ότι, με τη σύγχρονη προοπτική, η ανάπτυξη του τουρισμού θα πρέπει να σέβεται και να συμβαδίζει με τις εθνικές, τοπικές, κοινωνικές, πολιτισμικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές ιδιαιτερότητες και συνθήκες (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001, Liu et al, 2015).

Σε διεθνές επίπεδο έχει διατυπωθεί ένας σημαντικός αριθμός αρχών, συστάσεων και ενεργειών που αποβλέπουν στη διαμόρφωση πολιτικών για την ανάπτυξη του τουρισμού και τη προστασία του περιβάλλοντος. Οι συστάσεις αυτές δεν έχουν δεσμευτικό χαρακτήρα, με αποτέλεσμα μέχρι σήμερα να μην υφίσταται καμία διεθνής συμφωνία δεσμευτικής μορφής που να αφορά τη σχέση του τουρισμού με την προάσπιση των περιβαλλοντικών πόρων. Ωστόσο, ουσιαστική προσπάθεια προς αυτή την κατεύθυνση συνιστούν ορισμένες σημαντικές πρωτοβουλίες για την επίτευξη βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Η ανάγκη προώθησης του βιώσιμου τουρισμού έχει αναγνωρισθεί και διατυπωθεί σε διεθνές επίπεδο μέσω της Ατζέντας 21 (Τσάρτας κ.ά., 2010).

Η «Ατζέντα 21» αποτελεί ένα πρόγραμμα δράσης για την προστασία του περιβάλλοντος και την αναβάθμιση των όρων διαβίωσης των ανθρώπων, που υπεγράφη από τους 178 ηγέτες που πήραν μέρος στην Παγκόσμια Διάσκεψη για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, η οποία πραγματοποιήθηκε στο Ρίο ντε Τζανέιρο το 1992. Περιλαμβάνει ένα σύνολο δράσεων που πρέπει να αναληφθούν από κυβερνήσεις, διεθνείς οργανισμούς, αναπτυξιακούς φορείς,

φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και μη κυβερνητικές οργανώσεις για την επίτευξη βιώσιμης ανάπτυξης. Βασικά ζητήματα στα οποία στα οποία επικεντρώνεται η Ατζέντα 21 είναι η πείνα, η υγεία, η ατμοσφαιρική ρύπανση, η αειφόρος γεωργία, η ερημοποίηση, τα επικίνδυνα απόβλητα, η βιοποικιλότητα και η προστασία των οικοσυστημάτων. Στο κείμενο που διατυπώθηκε, ιδιαίτερη μνεία γίνεται για το ρόλο των τοπικών κοινωνιών. Δεδομένου ότι πολλά από τα ζητήματα που ανακύπτουν έχουν τη ρίζα τους αλλά και την επίλυσή τους σε τοπικό επίπεδο, η αποτελεσματική εφαρμογή των δράσεων της Ατζέντας 21 βασίζεται σε σημαντικό βαθμό στην ενθάρρυνση ενεργούς συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας (Τσάρτας κ.ά., 2010, Lee, 2001, Tsartas κ.ά., 2007).

Το 1996, τρεις διεθνείς οργανισμοί: το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού και το Συμβούλιο της Γης ενώθηκαν και βασιζόμενοι στη διάσκεψη του Ρίο για το περιβάλλον και την ανάπτυξη, προώθησαν ένα κοινό σχέδιο δράσης με τον τίτλο «Ατζέντα 21 για την Ταξιδιωτική και Τουριστική Βιομηχανία». Οι αρχές που καθορίστηκαν από την Ατζέντα 21 έχουν επίσης ενσωματωθεί και στο λεγόμενο «Πράσινο Έγγραφο για τον Τουρισμό» (Green Paper on Tourism), όπου επισημαίνεται η αναγκαιότητα της ύπαρξης μιας θετικής σχέσης μεταξύ της οικονομίας και της οικολογίας, με το σκεπτικό, ότι η ελκυστικότητα των τουριστικών προορισμών και της οικονομίας βρίσκονται σε άμεση εξάρτηση με τη διατήρηση και τη σωστή διαχείριση των διαθέσιμων πόρων της κάθε περιοχής (Ανδριώτης, 2005, Hardy, Beeton και Pearson, 2002, Jackson και Morpeth, 1999, Leslie και Hughes, 1997).

Ως στόχος του σχεδίου δράσης Ατζέντα 21 έχει τεθεί η προστασία των φυσικών και των πολιτιστικών πόρων της τουριστικής βιομηχανίας, που αποτελεί τον επιχειρηματικό πυρήνα και μπορεί να εξασφαλίσει την αειφόρο ανάπτυξη για τις κοινότητες και τις χώρες στις οποίες λειτουργεί η τουριστική βιομηχανία (Ανδριώτης, 2005, UNEP, 2003). Σύμφωνα με την Ατζέντα 21 οι παρακάτω 12 αρχές για την επίτευξη της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης πρέπει να ισχύουν (WTTC, 1998):

- Τα ταξίδια και ο τουρισμός πρέπει να οδηγούν τους ανθρώπους σε υγιείς και παραγωγικές ζωές που να βρίσκονται σε αρμονία με τη φύση.
- Τα ταξίδια και ο τουρισμός πρέπει να συμβάλουν στη διατήρηση, την προστασία και την αποκατάσταση του γήινου οικοσυστήματος.
- Τα ταξίδια και ο τουρισμός πρέπει να βασίζονται σε αειφόρα παραγωγικά και καταναλωτικά πρότυπα.
- Τα διάφορα έθνη πρέπει να συνεργάζονται για να προωθήσουν ένα ανοικτό οικονομικό σύστημα, στο οποίο το διεθνές ταξιδιωτικό και τουριστικό εμπόριο να είναι σε θέση να μετεξελιχθεί με μια αειφόρο βάση.
- Ο 'προστατευτισμός' στο εμπόριο και στις τουριστικές υπηρεσίες πρέπει να σταματήσει ή να αντιστραφεί.
- Ο τουρισμός, η ειρήνη, η ανάπτυξη και η περιβαλλοντική προστασία είναι αλληλοεξαρτώμενα.
- Προκειμένου να επιτευχθεί αειφόρος ανάπτυξη, η περιβαλλοντική προστασία πρέπει να αποτελεί ένα ολοκληρωμένο τμήμα της τουριστικής αναπτυξιακής διαδικασίας.
- Τα θέματα της τουριστικής ανάπτυξης πρέπει να αντιμετωπίζονται με τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων πολιτών και με αποφάσεις σχεδιασμού που να μπορούν να υιοθετηθούν και να εφαρμοστούν σε τοπικό επίπεδο.
- Τα έθνη πρέπει να προειδοποιούν το ένα το άλλο για τις φυσικές καταστροφές που μπορούν να επηρεάσουν τους τουρίστες και τους προορισμούς υποδοχής τουριστών.
- Δεδομένου ότι η πλήρης συμμετοχή των γυναικών είναι απαραίτητη για να επιτευχθεί αειφόρος ανάπτυξη, απαραίτητο είναι να ληφθούν μέτρα για τη δημιουργία θέσεων εργασίας για τις γυναίκες στην ταξιδιωτική και στην τουριστική βιομηχανία.
- Η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να αναγνωρίσει και να υποστηρίξει την ταυτότητα, τον πολιτισμό και τα ενδιαφέροντα του γηγενή πληθυσμού.
- Οι διεθνείς νόμοι που προστατεύουν το περιβάλλον, πρέπει να γίνονται σεβαστοί από την παγκόσμια ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία.



Κατά συνέπεια, στην Ατζέντα 21 καθορίζονται άξονες – δράσεις που απευθύνονται κυρίως στους κρατικούς φορείς τουρισμού και στην τουριστική βιομηχανία. Ειδικότερα, οι προτεραιότητες των αρμόδιων κρατικών οργάνων πρέπει να εστιάζουν (Τσάρτας κ.ά., 2010, WTTC, 1998):

- Στην αξιολόγηση του υφιστάμενου θεσμικού και οικονομικού πλαισίου για την επίτευξη αειφόρου τουρισμού.
- Στο σχεδιασμό ήπιας τουριστικής ανάπτυξης με τη συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων μερών.
- Στην εκπαίδευση, κατάρτιση και ανταλλαγή τεχνογνωσίας.
- Στο σχεδιασμό «προϊόντων» αειφόρου τουρισμού.
- Στη δημιουργία συμμαχιών για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη.
- Στη συνεχή παρακολούθηση και αξιολόγηση επίτευξης του στόχου.

Οι προτεραιότητες της τουριστικής βιομηχανίας πρέπει να είναι (Τσάρτας κ.ά., 2010, WTTC, 1998):

- Η μείωση παραγωγής σκουπιδιών.
- Η διαχείριση των στερεών και υγρών αποβλήτων.
- Η μείωση κατανάλωσης νερού.
- Η εξοικονόμηση ενέργειας.
- Η μείωση της ρύπανσης από τις μεταφορές.
- Ο σχεδιασμός προϊόντων και υπηρεσιών με κριτήρια αειφορίας.

## **1.6 ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΛΟΙΠΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ**

Όπως τονίστηκε και στην εισαγωγή του παρόντος κεφαλαίου, η τουριστική βιομηχανία είναι μία από τις μεγαλύτερες του κόσμου, με συνολική συνεισφορά στο παγκόσμιο ΑΕΠ για το 2012 αξίας 6.630.4 δισ. Δολαρίων (9,3% του ΑΕΠ), ενώ για την ίδια χρονιά η συνεισφορά του τομέα στην άμεση και έμμεση απασχόληση έφτασε στο 8,7% της συνολικής απασχόλησης (261.394.000 θέσεις εργασίας) (WTTC, 2013). Η λειτουργία μιας βιομηχανίας τόσο μεγάλης και τόσο διεθνοποιημένης, έχει έναν αναπόφευκτο, μεγάλο αντίκτυπο στο περιβάλλον, τις οικονομίες και τις κοινωνίες γενικότερα. Τα

ξενοδοχεία και τα άλλα είδη καταλυμάτων αποτελούν το μεγαλύτερο κομμάτι της τουριστικής βιομηχανίας και έχει αποδειχτεί ότι τα ξενοδοχεία προκαλούν τις υψηλότερες αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον απ' όλα τα εμπορικά κτίρια. Σύμφωνα με εκτιμήσεις, ένα μέσο ξενοδοχείο παράγει περίπου 160 με 200 kg CO<sub>2</sub> ανά τετραγωνικό μέτρο δωματίου κάθε χρόνο, ενώ η κατανάλωση νερού ανά πελάτη ανά διανυκτέρευση κυμαίνεται μεταξύ 170 και 440 λίτρα σε ένα μέσο 5-στερο ξενοδοχείο. Κατά μέσο όρο τα ξενοδοχεία παράγουν 1 κιλό αποβλήτων ανά πελάτη, ανά διανυκτέρευση (Sloan, Legrand και Chen, 2009).

Οι σοβαρές αυτές αρνητικές συνέπειες που προκαλούν τα ξενοδοχεία στο περιβάλλον αναδεικνύουν την ευθύνη των επιχειρηματιών του τουρισμού προς την επίτευξη μιας βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, και κάνουν επιτακτική όσο ποτέ την ανάγκη για λήψη πρωτοβουλιών και μέτρων εκ μέρους τους. Οι ξενοδόχοι και οι άλλοι τουριστικοί επιχειρηματίες μπορούν συλλογικά να διαδραματίσουν σημαντικότατο ρόλο στη διαχείριση του τουρισμού σε τοπικό επίπεδο προς μια βιώσιμη κατεύθυνση, δεδομένου ότι γνωρίζουν τόσο τους πελάτες – τουρίστες, όσο και τις δυνάμεις της αγοράς και της ζήτησης. Για την επίτευξη βιώσιμου τουρισμού απαιτείται, καταρχήν, αλλαγή της επιχειρηματικής νοοτροπίας και της αντίληψης περί ανάπτυξης. Οι τουριστικές επιχειρήσεις θα πρέπει να αναπτύξουν εκείνα τα εργαλεία και να λάβουν μέτρα που θα τους βοηθήσουν να περιορίσουν τις αρνητικές συνέπειες της λειτουργίας τους και να αναλάβουν έναν υπεύθυνο ρόλο στις αναπτυξιακές διαδικασίες (Τσάρτας κ.ά., 2010).

Στοιχείο-κλειδί για τις μονάδες διαμονής – αν και λίγες είναι αυτές που το συνειδητοποιούν σήμερα – είναι ότι η μελλοντική αξία τους και η δυνητική κερδοφορία τους απειλούνται από την υποβάθμιση του περιβάλλοντος. Από το 1991, μέσω της Διεθνούς Πρωτοβουλίας των Ξενοδοχείων για το Περιβάλλον και του WTTC, οι μεγάλες διεθνείς εταιρείες άρχισαν να αντιλαμβάνονται τη σοβαρότητα της κατάστασης και να δημοσιεύουν τις θέσεις τους για το περιβάλλον, να πραγματοποιούν ελέγχους και να εφαρμόζουν προγράμματα προστασίας του περιβάλλοντος. Τα συστήματα

διαχείρισης του περιβάλλοντος εξακολουθούν να μην είναι ιδιαίτερα διαδεδομένα, καθώς άρχισαν να αναπτύσσονται μόλις το 1990 και τα περισσότερα επικεντρώνονται μόνο στην εξοικονόμηση δαπανών. Οι περισσότερες επιχειρήσεις διαμονής δεν φάνηκαν ιδιαίτερα πρόθυμες να εμπλέξουν τους πελάτες στα περιβαλλοντικά τους προγράμματα, καθώς φοβήθηκαν ότι οι επισκέπτες θα το εκλάμβαναν ως παροχή υπηρεσιών υποδεέστερης ποιότητας (Middleton και Hawkins, 2004). Οι Middleton και Hawkins (1998, 2004) προτείνουν κάποιους τρόπους ανάπτυξης της βιωσιμότητας σε τοπικό επίπεδο:

- Υιοθέτηση μιας πολιτικής προμηθειών με στόχο να επιλεγθούν οι προμηθευτές που σέβονται το περιβάλλον.
- Σχεδιασμός και ανέγερση νέων μονάδων με γνώμονα την περιβαλλοντική ευαισθησία, δηλαδή την αρχιτεκτονική και τον αντίκτυπο που δημιουργούν στο χώρο, την αποτελεσματική χρήση της τεχνολογίας, τη δημιουργία ωραίου περιβάλλοντος χώρου και τη συμμόρφωση με τα όρια του δυναμικού του προορισμού. Οι αρχές αυτές δεν αφορούν μόνο τα νέα κτίρια, καθώς μπορούν να επεκταθούν στην τροποποίηση και την ανακαίνιση υφιστάμενων κτιρίων, ιδίως όταν αυτά διαθέτουν σημαντικά πολιτιστικά στοιχεία που χρήζουν συντήρησης.
- Προληπτική προσέγγιση στο χρόνο που περνούν οι επισκέπτες, ιδίως οι παραθεριστές, στο ξενοδοχείο προκειμένου να ενημερωθούν για θέματα που άπτονται του περιβάλλοντος και να μάθουν για την ιστορία και τους φυσικούς τόπους του προορισμού, έτσι ώστε στο τέλος να θελήσουν οι ίδιοι να συμβάλουν στην εξοικονόμηση νερού και να συμμετάσχουν με τις αποφάσεις τους (π.χ. όσον αφορά την αλλαγή των πετσετών στο μπάνιο).
- Συμμετοχή σε συνεργασίες για τη διαμόρφωση στόχων και σκοπών που θα ικανοποιούν τα μακροπρόθεσμα συμφέροντα όλων των εμπλεκόμενων στον προορισμό και σύμπραξη για την εφαρμογή κοινών πρωτοβουλιών μάρκετινγκ και την ανάπτυξη στόχων με τους tour operators. Αυτού του είδους οι συνεργασίες μπορεί να περιλαμβάνουν τόσο τη διαπραγμάτευση και την εφαρμογή κανονισμών όσο και τη δημιουργία επαγγελματικών και άλλων ενώσεων

που θα επηρεάζουν, θα παρακολουθούν και θα ελέγχουν από μόνες τους τις δραστηριότητες των μικρότερων επιχειρήσεων που, διαφορετικά, διαφεύγουν από τα ισχύοντα συστήματα περιβαλλοντικού ελέγχου.

Το ζήτημα της βιωσιμότητας στα ξενοδοχεία έχει κατά καιρούς απασχολήσει έναν μεγάλο αριθμό ακαδημαϊκών και σήμερα υπάρχει μια αρκετά πλούσια βιβλιογραφία που καλύπτει ποικίλες μελέτες περίπτωσης σε πολλές περιοχές και χώρες του κόσμου (Baber, 2005, Bachvarov, 1999, Bohdanowicz, Simanic και Martinac, 2005, Chan και Lam, 2003, Erdogan και Baris, 2007, Goodman, 2000, Heung, Fei και Hu, 2006, Jayawardena κ.ά., 2013, Kasim, 2009, McNamara και Gibson, 2008, Mensah, 2006, Mihalic, Zabkar και Cvelbar, 2012, Miththapala, Jayawardena και Mudadeniya, 2013, Pryce, 2001, Rodriguez-Anton κ.ά., 2012, Smerecnik και Andersen, 2011, Sloan κ.ά., 2009, Zhang, Joglekar και Verma, 2012).

Το μόνο σίγουρο συμπέρασμα είναι ότι όλοι όσοι εμπλέκονται στον τουρισμό, έχουν μια τεράστια ευθύνη να αναγνωρίσουν τη σημασία της βιώσιμης ανάπτυξης του τομέα στον οποίο δραστηριοποιούνται. Ο τουρισμός έχει όλη τη δύναμη που χρειάζεται για να οδηγήσει σε βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα θετικά αποτελέσματα. Ωστόσο, μπορεί να είναι ταυτόχρονα και ο παράγοντας άσκησης των μεγαλύτερων πιέσεων που μπορούν να καταστρέψουν τα πολύτιμα στοιχεία πάνω στα οποία ο ίδιος βασίζεται για να επιτύχει. Ο τουρισμός, όταν αναπτύσσεται χωρίς να συμπορεύεται με το ενδιαφέρον για βιωσιμότητα, το μόνο που επιτυγχάνει είναι η πρόκληση καταστροφών στις κοινωνίες και στο περιβάλλον, αλλά ταυτόχρονα υπονομεύει και την ίδια του την καταστροφή και απαξίωση.

Για τις κυβερνήσεις, οι τουριστικές πολιτικές που σχετίζονται με θέματα διαχείρισης οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών ζητημάτων και οι οποίες αναπτύσσονται γνωρίζοντας τόσο τις θετικές όσο και τις επιβλαβείς συνέπειες, μπορούν να οδηγήσουν τις δυνάμεις που απορρέουν από τη ισχυρή ανάπτυξη του τομέα προς θετική κατεύθυνση. Για την τουριστική βιομηχανία, η αποδοχή αυτής της ευθύνης δεν σχετίζεται μόνο με την

ποιότητα ζωής των ντόπιων κατοίκων. Αντίθετα, πρέπει να διακατέχεται από ένα δυνατό στοιχείο «αυτο-ενδιαφέροντος», καθώς κάθε ζημιά που προκαλείται στο φυσικό, πολιτισμικό ή κοινωνικό περιβάλλον των προορισμών μπορεί να οδηγήσει στην τελική τους καταστροφή ή στην απαξίωση του τόπου ως τουριστικού προϊόντος. Με όρους οικονομικούς, η βιωσιμότητα μπορεί να εγγυηθεί τον εξής κρίσιμης σημασίας παράγοντα: *«την επιβίωση των επιχειρήσεων και των δραστηριοτήτων και την ικανότητά τους να διατηρηθούν μακροπρόθεσμα»* (WTO, 2005).

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>**

### **Η ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ Η ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ**

#### **2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Το κεφάλαιο αυτό επικεντρώνεται στην παρουσίαση και ανάλυση των βασικών πτυχών της βιωσιμότητας της ξενοδοχειακής μονάδας. Αρχικά προσεγγίζεται εννοιολογικά ο όρος ξενοδοχειακή μονάδα και παρουσιάζονται ορισμένα βασικά της χαρακτηριστικά που συνδέονται με την παρούσα διατριβή. Στη συνέχεια και διαδοχικά αναλύονται οι βασικές παράμετροι που συνδέονται με τη βιωσιμότητα της ξενοδοχειακής μονάδας και τη συνεισφορά της στην εθνική οικονομία και τοπική κοινωνία. Οι παράμετροι αυτοί σχετίζονται άμεσα με τις τρεις βασικές πτυχές της βιώσιμης ανάπτυξης και επομένως συνδέονται με την οικονομική αποδοτικότητα, την περιβαλλοντική διαχείριση και την κοινωνική ευθύνη της ξενοδοχειακής επιχείρησης.

#### **2.2 ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ**

Ο τουρίστας, πριν μετακινηθεί, απαιτεί εκ των προτέρων την ύπαρξη της δυνατότητας ικανοποίησης μίας σειράς βασικών αναγκών στον τόπο προορισμού, όπως εκείνων του ύπνου και του φαγητού. Αυτές παρέχονται κατεξοχήν από τα τουριστικά καταλύματα, τα οποία αποτελούν βασικό συστατικό στοιχείο του τουριστικού προϊόντος. Ως τουριστικό κατάλυμα ορίζεται οποιοδήποτε κατάλυμα που μπορεί διαρκώς ή περιοδικά να προσφέρει στους πελάτες του δωμάτια για διανυκτέρευση, καθώς και άλλες πρόσθετες υπηρεσίες, όπως εστίαση, ψυχαγωγία, άθληση κτλ. (Βαρβαρέσος, 1997).

Τα τουριστικά καταλύματα περιλαμβάνουν όχι μόνο τα ξενοδοχεία και τις άλλες παραδοσιακές μορφές διαμονής (π.χ. μοτέλ), αλλά και χωριά διακοπών, κάμπινγκ, ξενώνες, καταλύματα συνεχής ή εποχικού χαρακτήρα κτλ. Επίσης περιλαμβάνουν και άλλες κατηγορίες καταλυμάτων, η λειτουργία

των οποίων περιορίζεται κυρίως στην περίοδο αιχμής, όπως επιπλωμένα διαμερίσματα, βίλες και ενοικιαζόμενα δωμάτια (Βαρβαρέσος, 1998).

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία αποτελεί τμήμα της «Τουριστικής Βιομηχανίας» και χαρακτηρίζεται από τη δυνατότητά της να παρέχει διαμονή και να προσφέρει στους πελάτες μια σειρά αγαθών (π.χ. τροφή, υπνοδωμάτια, ποτά) και υπηρεσιών (π.χ. κρατήσεις δωματίων, πληροφορίες, καθαριότητα, φροντίδα, ασφάλεια). Επειδή όλα τα παραπάνω αγαθά και υπηρεσίες προσφέρονται μαζί, τα ξενοδοχεία συχνά χαρακτηρίζονται ως μονάδες που προσφέρουν «εμπειρίες» μάλλον, παρά προϊόντα. Στη ξενοδοχειακή βιομηχανία λοιπόν, ανήκουν όλες εκείνες οι κτηριακές εγκαταστάσεις στις οποίες προσφέρεται ο συνδυασμός αγαθών και υπηρεσιών που αναφέρθηκε πιο πάνω και μας είναι γνωστές ως ξενοδοχεία ή μοτέλς ή πανσιόν κ.λπ.

Οι εγκαταστάσεις αυτές διακρίνονται σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με το είδος, την έκταση και το επίπεδο του συνδυασμού αγαθών – υπηρεσιών που προσφέρουν, αλλά και ακόμη ανάλογα με το είδος του πελάτη που εξυπηρετούν, τον τύπο ιδιοκτησίας ή και τη γεωγραφική περιοχή στην οποία λειτουργούν (Χυτήρης, 1996).

Ως ξενοδοχείο ορίζεται το εμπορικό κατάλυμα υποδοχής το οποίο προσφέρει δωμάτια ή επιπλωμένα διαμερίσματα για ενοικίαση σε μία περαστική πελατεία παραμονής. Ο χρόνος παραμονής και παράλληλα ενοικίασης μπορεί να κυμαίνεται ανά ημέρα, εβδομάδα ή και μήνα. Βασική προϋπόθεση παραμένει ωστόσο ότι αυτός ο τύπος ενοικίασης δεν αντιπροσωπεύει μια συνηθισμένη κατοικία. Τα ξενοδοχεία μπορεί να περιλαμβάνουν αίθουσες εστιατορίων, οργανωμένων με τις ανάλογες υπηρεσίες. Η ταξινόμηση των ξενοδοχείων πραγματοποιείται σύμφωνα με το βαθμό ύπαρξης μιας σειράς παραγόντων. Αυτοί είναι οι συνθήκες άνεσης, η διάρκεια λειτουργίας και εκμετάλλευσης, η μέθοδος και η ένταξη του ξενοδοχείου σε μία ανεξάρτητη ή εξαρτημένη αλυσίδα (Βαρβαρέσος, 1998).

## **2.3 ΤΑ ΑΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΤΙΚΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ**

Μια διάκριση των ξενοδοχειακών μονάδων, που διευκολύνει την παρούσα διατριβή, είναι αυτή των αστικών και παραθεριστικών ξενοδοχείων. Τα αστικά ξενοδοχεία είναι μονάδες συνεχούς λειτουργίας που βρίσκονται μέσα σε

πόλη ή οικισμό, στο διοικητικό ή εμπορικό κέντρο, κοντά σε αεροδρόμιο ή λιμάνι ή σταθμό υπεραστικών λεωφορείων ή σιδηροδρομικό σταθμό, ή κοντά σε εκπαιδευτικά ιδρύματα κ.λ.π. Προορισμός ενός τέτοιου ξενοδοχείου είναι η ολιγοήμερη παραμονή ταξιδιωτών-τουριστών ή η πολυήμερη παραμονή υπαλλήλων ή γενικά ατόμων που δεν έχουν μόνιμη κατοικία στην περιοχή.

Τα παραθεριστικά ξενοδοχεία είναι μονάδες εποχικής λειτουργίας που βρίσκονται μέσα σε πόλη σε προάστιο ή οικισμό προϋφιστάμενο του 1923 ή παραδοσιακό οικισμό σε περιοχή εκτός σχεδίου. Για να χαρακτηριστεί ένα ξενοδοχείο ως παραθεριστικό πρέπει η περιοχή να έχει τις κατάλληλες προϋποθέσεις για παραθερισμό, δηλαδή να είναι κοντά στη θάλασσα ή σε δάσος ή βουνό για χειμερινά σπορ, περιπάτους, ορειβασία. Ακόμη να παρουσιάζει ειδικά ενδιαφέροντα δηλαδή να βρίσκεται κοντά σε αρχαιολογικό χώρο ή βιότοπους ή παραδοσιακά οικιστικά σύνολα. Προορισμός του παραθεριστικού ξενοδοχείου είναι η παραμονή τουριστών-παραθεριστών πέραν των 2-3 ημερών (Χυτήρης, 1996).

#### **2.4 ΟΙ ΑΝΩΝΥΜΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

Η κάθε νομική μορφή επιχείρησης έχει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά της. Στην Ελλάδα, οι συχνές αλλαγές στη φορολόγηση των διαφόρων νομικών μορφών έχουν δημιουργήσει μια πραγματική χασοτική κατάσταση, αυξάνοντας σημαντικά το κόστος λειτουργίας πολλών επιχειρήσεων. Ως παράδειγμα, θα πρέπει να αναφερθεί ότι στο πλαίσιο των επιδοτήσεων και επιχορηγήσεων από τον αναπτυξιακό νόμο, πολλές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αναγκάστηκαν να λειτουργούν με την νομική μορφή της Α.Ε. που είναι η πιο δαπανηρή, όσον αφορά το κόστος τήρησης των λογιστικών και φορολογικών υποχρεώσεων (Παπανίκος, 2000).

Η ανώνυμη εταιρία είναι η κατεξοχήν κεφαλαιουχική εταιρία. Έχει νομική προσωπικότητα και η εταιρική ιδιότητα ενσωματώνεται σε ίσα μερίδια του εταιρικού κεφαλαίου, που μπορούν να μεταβιβαστούν εύκολα, δηλαδή τις μετοχές. Οι μέτοχοι δεν ευθύνονται προσωπικά για τις υποχρεώσεις της εταιρίας, αλλά μέχρι το ποσό που συνεισφέρουν στην εταιρία. Η εταιρική ιδιότητα είναι δυνατό να μεταβιβαστεί απλά και μόνο με την μεταβίβαση των μετοχών. Το ελάχιστο ποσό που απαιτείται για τη σύσταση της ανώνυμης



εταιρείας πρέπει να παραμένει σταθερό κατά την διάρκεια της ζωής της (μεταβάλλεται μόνο αν υπάρχουν οι προϋποθέσεις που ορίζει ο νόμος) (Τσακλάγκανος, 1996).

Ανάμεσα στα πλεονεκτήματα της ανώνυμης εταιρείας θα μπορούσαν να αναφερθούν τα εξής:

- Η περιορισμένη ευθύνη των μετόχων για τα χρέη της εταιρείας μέχρι του ποσού της εισφοράς τους.
- Η έκδοση μετοχών και ομολογιών, η ευκολία μεταβιβάσεως τους καθώς και η διείσδυση τους στις οργανωμένες χρηματιστηριακές αγορές κεφαλαίων
- Η αόριστη διάρκεια ζωής της εταιρείας, η οποία εξακολουθεί να υπάρχει και μετά το θάνατο των μετόχων της.
- Η μεγάλη και ισχυρή δανειοληπτική της ικανότητα λόγω της απεριόριστης διάρκειας της ζωής της και της ευρωστίας των κεφαλαίων της.
- Η δυνατότητα καλύτερης οργανώσεως, διοικήσεως και λειτουργίας της επιχειρήσεως.

Παρ' όλα αυτά είναι βέβαιο ότι η εταιρική μορφή της ανώνυμης εταιρείας δεν είναι απαλλαγμένη μειονεκτημάτων. Μεταξύ αυτών θα μπορούσαν να αναφερθούν:

- Οι δυσκολίες, οι διατυπώσεις και η διαδικασία για την ίδρυση της καθώς και την οργάνωση και διοίκηση της.
- Το σχετικά μεγάλο κόστος συστάσεως και λειτουργίας της εταιρείας, εξαιτίας του μεγέθους και της πολύπλοκης συνθέσεώς της.
- Η σχετικά ανελαστική προσαρμογή σε μεταβαλλόμενες συνθήκες περιβάλλοντος και αγοράς και οι δυσκολίες μετακινήσεώς της.
- Το απρόσωπο της εταιρείας, η έλλειψη και η απουσία του προσωπικού στοιχείου και της δημιουργικής αποδόσεως των προσωπικών ικανοτήτων κάθε ατόμου μέσα στο πολυσύνθετο πλαίσιο της εταιρείας.

- Ο μεγάλος βαθμός κυβερνητικού ελέγχου και οι περιορισμοί στη λειτουργία της σε σύγκριση με τις υπόλοιπες εταιρικές μορφές επιχειρήσεων (Τσακλάγκανος, 1994).

Από οικονομικής πλευράς, η επιλογή της νομικής μορφής της επιχείρησης δεν είναι εύκολη υπόθεση. Συνήθως, το μέγεθος του οικονομικού αποτελέσματος προσδιορίζει και την νομική μορφή. Οι δύο ακραίες μορφές οργάνωσης είναι η ατομική επιχείρηση και η Α.Ε. Η ατομική επιχείρηση και η Α.Ε. αποτελούν τη συντριπτική πλειοψηφία οργάνωσης των επιχειρήσεων, γενικά και των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, ειδικότερα. (Παπανίκος, 2000) Στην παρούσα διατριβή θα ασχοληθούμε με της ανώνυμες ξενοδοχειακές εταιρίες της νήσου Λέσβου. Όπως εξηγείται και στο κεφάλαιο της μεθοδολογίας, οι Α.Ε. είναι εκείνες οι επιχειρήσεις από τις οποίες μπορεί κανείς ευκολότερα, μέσω της χρήσης των οικονομικών τους καταστάσεων να αντλήσει πιο αξιόπιστα συμπεράσματα.

## **2.5 ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Οι μικρές και μεσαίες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αποτελούν ένα δυναμικό κομμάτι της ελληνικής οικονομίας που συνεισφέρει, τόσο στην οικονομική μεγέθυνση, όσο και στην απασχόληση. από την άλλη πλευρά, πολύ σημαντική συνεισφορά στο ΑΕΠ και την απασχόληση έχει ο τουρισμός, του οποίου μεγάλο μέρος αποτελεί ο ξενοδοχειακός κλάδος. Η συντριπτική πλειοψηφία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων είναι μικρές και μεσαίες, που εκτός από την προαναφερόμενη συνεισφορά τους στο συνολικό ΑΕΠ και την απασχόληση, συνεισφέρουν τα μέγιστα στην περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας, κάτι που ξεπερνάει τα όρια της οικονομικής συνεισφοράς, μια και συμβάλλει στην προώθηση μη οικονομικών στόχων, όπως η διατήρηση του πληθυσμού σε ευαίσθητες περιοχές των συνόρων. (Παπανίκος, 2000).

Ο ορισμός των Μικρομεσαίων Ξενοδοχειακών Μονάδων στηρίζεται στην, με τη Σύσταση της Επιτροπής (Σύσταση της 6/5/2003, (2003/361/ΕΚ), Επίσημη Εφημερίδα L 124, 20/5/2003), η οποία καθορίζει ως μικρομεσαία επιχείρηση οποιαδήποτε έχει:

- λιγότερους από 250 εργαζομένους
- ετήσιες πωλήσεις μη υπερβαίνουσες τα 50 εκατ. Ευρώ, ή ετήσιο ισολογισμό μικρότερο των 43 εκατ. Ευρώ, και
- είναι ανεξάρτητη μονάδα, δηλαδή μη κατεχόμενη σε ποσοστό μεγαλύτερο του 25% των συνολικών κεφαλαίων της από φορέα που υπερβαίνει κάποιο από τα παραπάνω χαρακτηριστικά

και ως μικρή επιχείρηση οποιαδήποτε έχει:

- λιγότερους από 50 εργαζομένους και
- ετήσιες πωλήσεις μη υπερβαίνουσες τα 7 εκατ. Ευρώ ή ετήσιο ισολογισμό μικρότερο των 5 εκατ. Ευρώ, και
- είναι ανεξάρτητη μονάδα με την έννοια που δόθηκε στον όρο παραπάνω.

## **2.6 Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Σύμφωνα με τις προσεγγίσεις πολλών οικονομικών αναλυτών βιώσιμη είναι η επιχείρηση που έχει επιτύχει να έχει τέτοια θέση μέσα στο περιβάλλον που δραστηριοποιείται η οποία της επιτρέπει να ανταγωνίζεται επιτυχώς, να κατέχει πλεονεκτική θέση και να βελτιώνει την ικανότητά της να επηρεάζει τις τάσεις της αγοράς και τις ανταγωνιστικές δυνάμεις. Πρωταρχικά η επιχείρηση στοχεύει στη μεγιστοποίηση του κέρδους, δηλαδή της διαφοράς μεταξύ συνολικών εσόδων και συνολικού κόστους. Όταν η επιχείρηση δεν καινοτομεί και δεν αναπτύσσεται ίσως δεν μπορεί σε μακροχρόνια περίοδο να ανταπεξέλθει στη λειτουργία της. Έτσι υπάρχουν αρκετοί λόγοι για την επιδίωξη μιας μακροπρόθεσμης ανάπτυξης και διαφοροποίησης. Η ανάπτυξη επιδιώκεται είτε μέσω μιας προσπάθειας διείσδυσης στην αγορά για τόνωση ή σταθεροποίηση του μεριδίου αγοράς της επιχείρησης, είτε μέσω της επιλογής της να διαφοροποιηθεί από τις άλλες προσφέροντας ένα διαφοροποιημένο και ποιοτικά αναβαθμισμένο προϊόν. Για αυτούς τους λόγους η επιχείρηση θα πρέπει να μπορεί να προσφέρει την κατάλληλη χρονική περίοδο, το κατάλληλο προϊόν ή υπηρεσίες στην κατάλληλη τιμή με τρόπο τέτοιο που να είναι σε θέση να ικανοποιήσει:

- Τις καταναλωτικές ομάδες και τις ανάγκες που η ίδια η επιχείρηση έχει στόχο να ικανοποιήσει.
- Τις αναμενόμενες μεταβολές της ζήτησης και της προσφοράς.
- Τις μεταβολές στο κόστος λειτουργίας της αλλά και τις χρηματοοικονομικές της υποχρεώσεις.

Οι προτιμήσεις των πελατών, οι μεταβολές στον τρόπο προσφοράς του προϊόντος, οι προσδοκίες του κοινού και της επιχείρησης για τη γενικότερη οικονομική κατάσταση, ο ανταγωνισμός που υφίσταται η επιχείρηση, η χρηματοροή της, οι ανάγκες για επενδύσεις σε κεφαλαιουχικό εξοπλισμό και ο ρόλος των τοπικών και κρατικών φορέων αποτελούν σημαντικούς παράγοντες μελέτης της θέσης που μπορεί να κατακτήσει η επιχείρηση στην αγορά. (Αλεξάκης, Ξυδέας, 1998).

Όλες οι επιχειρήσεις μπορούν να παρομοιαστούν ως ζωντανοί οργανισμοί που εξελίσσονται από το στάδιο της γέννησης προς τα στάδια ανάπτυξης, ωριμότητας και παρακμής. Οι στρατηγικοί στόχοι της τουριστικής επιχείρησης θα πρέπει εκτός των άλλων να προβλέπουν το χρόνο όπου είναι πιθανόν να αρχίσει η περίοδος της παρακμής, ώστε με την εισαγωγή νέων υπηρεσιών να μπορούν να παρατείνουν επ' αόριστον την περίοδο της ωριμότητας (Καραχοντζίτης, Κομνηνάκης, 1994, Melissen et al, 2016).

Για όλους τους παραπάνω λόγους η διοίκηση της κάθε επιχείρησης πρέπει να είναι πάντοτε σε θέση να διαμορφώνει με τέτοιο τρόπο τη στρατηγική της ώστε να μπορεί να εξασφαλίζει τους στόχους της και να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της αγοράς τόσο σε βραχυχρόνια, όσο και σε μακροχρόνια περίοδο. Από την πλευρά της χρηματοοικονομικής ανάλυσης η έννοια της βιωσιμότητας συνδέεται με τις έννοιες της βραχυπρόθεσμης ρευστότητας και της μακροπρόθεσμης βιωσιμότητας. Η επιχείρηση παρομοιάζεται ως μια δεξαμενή που γεμίζει με εισφορές ρευστών και αδειάζει με εκροές. Η δεξαμενή παίζει το ρόλο του αποθέματος ασφαλείας έναντι των επικίνδυνων διακυμάνσεων στις εισροές. Η βιωσιμότητα λοιπόν της μονάδας μπορεί να προσδιοριστεί με βάση τις πιθανότητες να αδειάσει η δεξαμενή όποτε η επιχείρηση δεν θα είναι πλέον σε θέση να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις της και έτσι να εξαναγκαστεί να χρεοκοπήσει. Η βιωσιμότητα της μονάδας έχει άμεση σχέση με το μέγεθος της δεξαμενής ρευστών το οποίο επηρεάζεται

πέρα από τα λειτουργικά έσοδα και έξοδα και από τις ευθύνες που επιβάλλει ο τρόπος χρηματοδότησης της μονάδας με μακροπρόθεσμα δανειακά κεφάλαια (ίδια και ξένα) και από τις δυνατότητες και την ευελιξία με την οποία μπορεί να αντλήσει η μονάδα επιπλέον κεφάλαια από άλλες πηγές χρηματοδότησης. Το επίπεδο βραχυχρόνιας ρευστότητας της επιχείρησης αντανακλάται από την ικανότητα της μονάδας να ανταποκριθεί ανώδυνα στις τρέχουσες υποχρεώσεις της. Αυτό σημαίνει ότι η επιχείρηση είναι σε θέση να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις της είτε από την κανονική ροή των κυκλοφορούντων στοιχείων της (και μέρους των μακροπρόθεσμων όπως οι αποσβέσεις των παγίων), είτε από τη δυνατότητα να ρευστοποιεί στοιχεία (όπως ομόλογα και μετοχές), είτε από τη δυνατότητά της να χρηματοδοτείται με βραχυπρόθεσμα κεφάλαια χωρίς όμως να τίθεται σε κίνδυνο το πρόγραμμα λειτουργίας της. Στην πρακτική η ρευστότητα μιας επιχείρησης αξιολογείται βάσει του συνόλου των κυκλοφορούντων στοιχείων της και όσων άλλων ακόμα αποτελούν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Η αξιολόγηση της μακροπρόθεσμης βιωσιμότητας της επιχείρησης είναι ίσως το πιο σημαντικό κομμάτι της χρηματοοικονομικής ανάλυσης και αυτό γιατί η αποφυγή του κόστους μιας πτώχευσης ενδιαφέρει μια σειρά από τρίτους που με τον ένα ή τον άλλο τρόπο συναλλάσσονται με την ξενοδοχειακή επιχείρηση. Ορισμένοι είναι:

- Οι πιστωτές. Πρωτίστως είναι οι τράπεζες και ακολουθούν οι άλλοι προμηθευτές οι οποίοι πρέπει να γνωρίζουν αν θα χορηγήσουν ή όχι δάνεια και πιστώσεις στην επιχείρηση
- Οι επενδυτές. Η δυνατότητα της επιχείρησης να ανταποκριθεί στην πληρωμή των μερισμάτων και τοκομεριδίων αφορά τόσο τους σημερινούς κατόχους μετοχών και ομολογιών, όσο και τους μελλοντικούς επενδυτές.
- Οι κρατικές υπηρεσίες. Πρόκειται για τις κρατικές υπηρεσίες που έχουν την επίβλεψη της λειτουργίας των επιχειρήσεων (Υπουργεία, Τράπεζα της Ελλάδος)
- Οι Ελεγκτές, Λογιστές. Είναι υπεύθυνοι για το αν οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις των επιχειρήσεων που ελέγχουν αντανακλούν την πραγματική οικονομική κατάσταση της επιχείρησης.

- Η διοίκηση. Μια οικονομική κρίση πρώτα από όλα επηρεάζει τη διοίκηση της μονάδας τόσο από την άποψη της ευθύνης πρόβλεψης και αποτροπής της, όσο και από την άποψη της διαχείρισης.

Στη χρηματοοικονομική ανάλυση της μακροπρόθεσμης βιωσιμότητας της επιχείρησης ο αναλυτής θα πρέπει να επικεντρώνεται στην εξέταση της κεφαλαιακής δομής της επιχείρησης και στην εύρεση των λόγων που ενδέχεται να προκαλέσουν αδυναμία στην επιχείρηση να εξυπηρετήσει τα ξένα κεφάλαια. Θεμελιώδες κριτήριο για αυτό είναι η συνεχής κερδοπαραγωγική ικανότητα της επιχείρησης και η δυνατότητα δημιουργίας κεφαλαίων από τη συνεχή της λειτουργία σε αντιπαράθεση με τις σταθερές τις υποχρεώσεις. Είναι όμως βέβαιο ότι η βραχυπρόθεσμη ρευστότητα και η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα της λειτουργίας της επιχείρησης δεν είναι πράγματα ξεκομμένα μεταξύ τους. Συνδέονται άμεσα και είναι πάντα επιτακτική η ανάγκη αξιολόγησης της βραχυπρόθεσμης ρευστότητας για να πιστοποιείται ότι δεν έχει επέλθει κάποια κρίση που καθιστά μη αναγκαία τη διερεύνηση της μακροχρόνιας βιωσιμότητας (Κάντζος, 1997, Melissen et al, 2016).

## **2.7 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Αναμφίβολα το ξενοδοχείο είναι το είδος του τουριστικού καταλύματος που ασκεί την πιο αξιόλογη θετική επίδραση στην τουριστική ανάπτυξη ενός προορισμού (Blancas et al, 2015). Οι λόγοι θα πρέπει να αναζητηθούν στα οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά πλεονεκτήματα τα οποία προσφέρει. Πλεονεκτήματα που κράτος και επενδυτές θα πρέπει να αξιοποιήσουν. Κράτος και ιδιώτες επενδυτές συμφωνούν ότι η ξενοδοχειακή μονάδα είναι το «κατ' εξοχήν τουριστικό κατάλυμα», ικανό να ανταποκριθεί τόσο στη ζήτηση μεμονωμένων πελατών, όσο και στη μαζική ζήτηση των οργανωμένα διακινούμενων τουριστών. Επιπλέον το κράτος θεωρεί ότι η ανάπτυξη της ξενοδοχειακής βιομηχανίας οδηγεί:

- Στην προσέλκυση εκείνης της τουριστικής ζήτησης της οποίας οι δαπάνες επιφέρουν τη μεγαλύτερη δυνατή βελτίωση στο ισοζύγιο πληρωμών της χώρας.

- Στη μείωση της ανεργίας, αρχικά κατά τα στάδια κατασκευής των μονάδων και κυρίως μετέπειτα με την έναρξη της λειτουργίας τους.
- Στην πραγματοποίηση επενδύσεων και σε άλλους κλάδους της οικονομίας, για την ικανοποίηση της ζήτησης που προκαλείται από τις επενδύσεις στον ξενοδοχειακό κλάδο και τη λειτουργία των μονάδων.
- Στη συγκέντρωση καταλυμάτων στους τουριστικούς προορισμούς, η οποία καθιστά εφικτή μια ορθολογική χρησιμοποίηση της τουριστικής υποδομής.

Κράτος και επενδυτές συμφωνούν πως η ξενοδοχειακή βιομηχανία, είτε με τα κλασικά είτε με τα σύγχρονά της πρότυπα και ανάλογα με το οικοσύστημα του τουριστικού προορισμού, πλεονεκτεί αισθητά έναντι των άλλων τουριστικών καταλυμάτων: πρώτον ως προς τη δυνατότητα προσαρμογής της στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον και δεύτερον ως προς την επαγγελματικότητα της προσφοράς. (Παυλίδης, 1993)

Ένας από τους βασικότερους παράγοντες που επηρεάζει την αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα ενός επιχειρηματικού οργανισμού είναι η διοίκηση. Στο ξενοδοχειακό κλάδο, τη διοίκηση μιας επιχείρησης μπορεί να αναλάβει, είτε ο ιδιοκτήτης, είτε κάποιον κατάλληλα εκπαιδευμένο στέλεχος, που δεν έχει την ιδιοκτησία του ξενοδοχείου. Η πρώτη περίπτωση αφορά, κυρίως στα οικογενειακά, μικρά και μεσαία ξενοδοχεία, όπου ο ιδιοκτήτης είναι αυτός που έχει δημιουργήσει τη μονάδα, διατηρεί πλήρη έλεγχο της λειτουργίας της και αποκομίζει όλα τα κέρδη. Η δεύτερη περίπτωση αφορά, κυρίως, τις μεγάλες μονάδες, που συχνά περιλαμβάνουν πολλά επιμέρους τμήματα (π.χ. Γενική Δ/ση, Οικονομική Δ/ση, Δ/ση Προσωπικού, Τμήμα Μάρκετινγκ, Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων, κλπ.), τα οποία στελεχώνονται από κατάλληλα εκπαιδευμένους επαγγελματίες (Παπανίκος, 2001). Η ξενοδοχειακή επιχείρηση μπορεί να θεωρηθεί σαν δυο ξεχωριστές επιχειρήσεις, μια οικονομική και μια λειτουργική. Η αξία ενός ξενοδοχείου ανεβαίνει ή πέφτει ανάλογα με τη γενικότερη οικονομική κατάσταση. Η καλή οικονομική περίοδος αυξάνει το ποσοστό πληρότητας στα ξενοδοχεία και τις τιμές των δωματίων. Οι άσχημες οικονομικές περίοδοι μειώνουν τη μέση τιμή

των δωματίων και επίσης μειώνουν και το ποσοστό κρατήσεων (Lundberg, 1997).

Στην Ελλάδα, η συντριπτική πλειοψηφία των ξενοδοχείων διοικούνται από τους ιδιοκτήτες τους καθώς το 93% εμπίπτει στις κατηγορίες των οικογενειακών, μικρών και μεσαίων ξενοδοχείων. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ιδιοκτήτη – επιχειρηματία αντανακλώνται στον τρόπο οργάνωσης της ξενοδοχειακής μονάδας, στις στρατηγικές επιλογές που ακολουθούνται και στις υποκειμενικές αξιολογήσεις της αβεβαιότητας του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, με αποτέλεσμα τα χαρακτηριστικά αυτά να προσδιορίζουν, σε μεγάλο βαθμό, την οικονομική επιτυχία του ξενοδοχείου του (Παπανίκος, 2001).

Τα ξενοδοχειακά στελέχη και κυρίως η οικονομική διοίκηση της ξενοδοχειακής μονάδας οφείλουν να επιδεικνύουν έντονο και ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την οικονομική αποδοτικότητα και κερδοφορία της επιχείρησης. Η επίτευξη κερδών, αποτελεί σε τελική ανάλυση το αντικειμενικό μέτρο των ικανοτήτων και της αποτελεσματικότητάς τους. Η κερδοφορία συνεπάγεται την ικανότητα της επιχείρησης να παραμένει στην αγορά (δηλαδή να είναι ανταγωνιστική), τη διατήρηση και αύξηση του επενδυμένου κεφαλαίου και τη δημιουργία μιας ικανοποιητικής ρευστότητας. Επιπλέον είναι λογικό να υπάρχουν προσδοκίες για κάποια ανταμοιβή, κάποια απόδοση από την επιχειρηματική δραστηριότητα. Η βελτίωση της κερδοφορίας και συνεπώς η αποδοτικότητα μιας ξενοδοχειακής μονάδας μπορεί να πραγματοποιηθεί προς δύο κύριες κατευθύνσεις, είτε με την αύξηση των κερδών, είτε με τον περιορισμό των λειτουργικών εξόδων. Συνεπώς, αύξηση των κερδών μπορεί να επιτευχθεί με τη μείωση των λειτουργικών εξόδων, μέσω μιας καλύτερης οργάνωσης, ή και με την αύξηση των εσόδων με:

- Αύξηση του αριθμού πελατών (ποσοστό πληρότητας)
- Αύξηση της τιμής χρέωσης
- Συνδυασμό των δύο παραπάνω παραμέτρων
- Μεταβολή του μείγματος πωλήσεων, δηλαδή αυξάνοντας την αναλογία της κατηγορίας πωλήσεων που παρουσιάζει υψηλότερο περιθώριο κερδών.



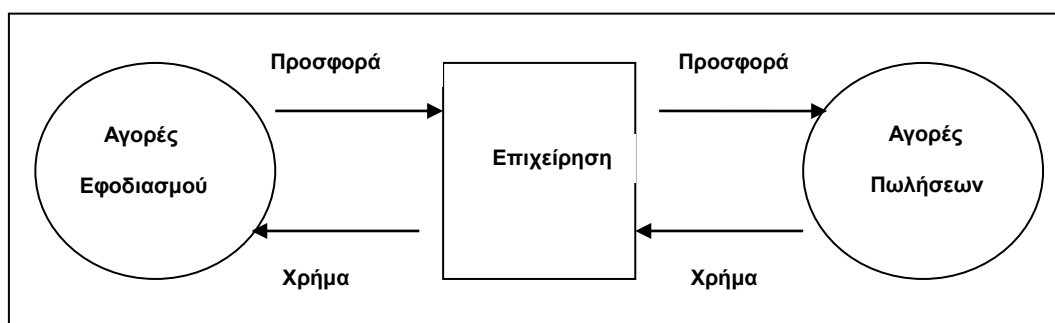
Συνοψίζοντας μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η απόδοση μιας επένδυσης εξαρτάται από τρεις παράγοντες εξίσου σημαντικούς:

- Το επενδυμένο κεφάλαιο, δηλαδή τους χρησιμοποιούμενους από την επιχείρηση πόρους.
- Τα έσοδα, τις πωλήσεις του ξενοδοχείου, που αποτελούν ζήτημα του μάρκετινγκ.
- Τα λειτουργικά του έξοδα, ζήτημα που αφορά την κατάλληλη διοίκηση και οργάνωση της ξενοδοχειακής μονάδας.

Η προσπάθεια επίτευξης του καλύτερου αποτελέσματος πρέπει να προσανατολιστεί ταυτόχρονα προς όλες τις κατευθύνσεις και να μην είναι μονοδιάστατη και να περιορίζεται αποκλειστικά και μόνο στον περιορισμό των λειτουργικών εξόδων, κάτι το οποίο αποτελεί ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό των βιομηχανικών επιχειρήσεων. (Σωτηριάδης, 1999)

Η ξενοδοχειακή επιχείρηση εμφανίζεται και δρα στην αγορά τόσο ως καταναλωτής όσο και ως πωλητής

### Διάγραμμα 1: Οι αγορές της Επιχείρησης



Πηγή: Παυλίδης, 1999

Το πρόβλημα για κάθε επιχείρηση αφορά στην απόκτηση ορισμένων τμημάτων της συνολικής αγοράς. Η επιχείρηση επιτυγχάνει τον παραγωγικό της στόχο, όταν η προσφορά της σε είδος, ποιότητα, ποσότητα και τιμές ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της αγοράς και συνεπώς απορροφάται. Για τις επιχειρήσεις του ελληνικού ξενοδοχειακού κλάδου η αγορά εφοδιασμού ή προμηθειών αποτελεί σημαντικό παράγοντα βελτίωσης της

ανταγωνιστικότητας του προϊόντος τους στις αγορές πώλησής του. Η παρατήρηση αυτή γίνεται αντιληπτή αν λάβει κανείς υπόψη τα εξής:

- Το 75% του τουριστικού μας προϊόντος πωλείται στην παγκόσμια αγορά με την έμμεση μέθοδο διάθεσης (Tour operators, ταξιδιωτικά γραφεία).
- Τον ασφυκτικό έλεγχο που ασκούν οι διεθνείς τουριστικοί οργανισμοί στους περιφερειακούς νησιωτικούς τουριστικούς προορισμούς, επιβάλλοντας εκείνες τις μορφές τουριστικής ανάπτυξης και εκείνες τις τιμές που συμφέρουν τα βραχυπρόθεσμα οικονομικά συμφέροντα τους - ελέγχοντας την προσπελασιμότητα σε αυτούς μέσα από τις εταιρείες charter - αυξάνοντας την εξάρτηση των νησιωτικών προορισμών από τις διαθέσεις τους και την τρωτότητα τους από τις αποφάσεις τους. (Britton, 1982).
- Τη συγκέντρωση της ισχύος διαπραγμάτευσης από τους τουρ οπερέιτορ, σε συνδυασμό με την ανικανότητα της ελληνικής βιομηχανίας τουρισμού να προαχθεί αποτελεσματικά, γεγονός που αναπόφευκτα μειώνει τα περιθώρια κέρδους των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και τη δυνατότητά τους να κερδίσουν αξιόλογες επιστροφές στην επένδυσή τους. Κατά συνέπεια οι κατά κεφαλήν δαπάνες των τουριστών επιδεινώνονται βαθμιαία, ενώ η ένταση προσέλευσής τους αυξάνεται. Επομένως, οι ξενοδοχειακές μονάδες αντιμετωπίζουν δυσκολίες στο να λειτουργήσουν και να ανταγωνιστούν, ενώ τα οικονομικά οφέλη τους επιδεινώνονται εντυπωσιακά, θέτοντας σε κίνδυνο την οικονομική τους βιωσιμότητα (Buhalis, 1999).
- Την τάση των κατοίκων να μεταστραφούν από παραδοσιακές πρωτογενείς δραστηριότητες (γεωργία, κτηνοτροφία, αλιεία) σε δραστηριότητες σχετικές με τον μαζικό, παράκτιο τουρισμό λόγω της υψηλότερης οικονομικής απόδοσης και των καλύτερων εργατικών συνθηκών που σχετίζονται με αυτόν (Tsartas, 2003). Αν και η παραπάνω παρατήρηση αλήθευε κατά την φάση της πρώιμης τουριστικής ανάπτυξης (δεκαετίες '70 και '80), αλλαγές στις παραγωγικές δομές σήμερα επιτρέπουν υψηλότερες αποδόσεις από

εναλλακτικές υποστηρικτικές (γεωργικές, αλιευτικές, αλλά και βιοτεχνικές) δραστηριότητες λόγω έλλειψης σχετικής προσφοράς.

- Τη χρήση του διαδικτύου που έχει αρχίσει να αυξάνει σημαντικά τις δυνατότητες ανάληψης πρωτοβουλιών για αυτοδιαχείριση της τοπικής ξενοδοχειακής προσφοράς αποδεδυόμεντας τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις από τον αποπνικτικό έλεγχο των τουρ οπερέιτορ (Ching-biu Tse, 2003).
- Τον έντονο ανταγωνισμό των τουριστικών τόπων και επιχειρήσεων στον ελλαδικό και διεθνή χώρο.
- Τη μονοπωλιακή δύναμη των μεγάλων τουρ οπερέιτορ στις σημαντικότερες τουριστικές αγορές της Μεσογείου.(Γαυλίδης, 1999).

## **2.8 Η ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ «ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ» ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Κατά τη διάρκεια των δεκαετιών του '80 και '90 οι πιέσεις γύρω από περιβαλλοντικά ζητήματα επηρέασαν ένα μεγάλο φάσμα βιομηχανιών. Αρχικά τέτοιου είδους ζητήματα απασχόλησαν τις βιομηχανίες που η δράση τους είχε άμεσες επιπτώσεις στο περιβάλλον. Σήμερα το πρόβλημα είναι περισσότερο ευρύ και αφορά όχι μόνο τις εκροές των βιομηχανιών στο περιβάλλον αλλά και το σύνολο της δραστηριότητάς τους (Pace 2015, Minoli et al, 2015).

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία είναι μια αρκετά ενδιαφέρουσα περίπτωση την οποία αφορούν πολλές από τις διαμάχες που λαμβάνουν χώρα γύρω από την εφαρμογή των περιβαλλοντικών πολιτικών. Για παράδειγμα, πολλά ξενοδοχεία και εστιατόρια βρίσκονται σε περιοχές σπάνιας ομορφιάς και με λεπτή οικολογική ισορροπία. Η ξενοδοχειακή βιομηχανία – εκ πρώτης όψεως - δεν προκαλεί βαριά περιβαλλοντική μόλυνση ούτε καταναλώνει τεράστια ποσά μη ανανεώσιμων πόρων και επομένως θα μπορούσε να μην είναι στην πρώτη γραμμή της ανησυχίας για το περιβάλλον. Αποτελείται από ένα μεγάλο αριθμό επιμέρους λειτουργιών, καθεμιά από τις οποίες καταναλώνει σχετικά μικρά ποσά ενέργειας, νερού, τροφής, χαρτιού και άλλων υλών και έτσι επιβαρύνουν ελάχιστα το περιβάλλον με καπνό, οσμές και χημικά.

Ωστόσο, εάν οι επιπτώσεις από όλες αυτές τις επιμέρους λειτουργίες προστεθούν μαζί, τότε η βιομηχανία επιβαρύνει σε σημαντικό βαθμό τους φυσικούς πόρους. Πώς τελικά μπορούν να πειστούν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις να λάβουν μέτρα περιβαλλοντικής διαχείρισης; Τα τελευταία χρόνια η μείωση του κόστους λειτουργίας της ξενοδοχειακής επιχείρησης μέσω της μείωσης των αποβλήτων της στο περιβάλλον έχει ωθήσει πολλές επιχειρήσεις στην εφαρμογή προγραμμάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Οι ζημιές που οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις προκαλούν στο περιβάλλον έχουν σχέση με:

- Εκπομπές CO<sub>2</sub>
- Εκπομπές CFC
- Θορύβους, καπνούς, οσμές
- Την υγεία του προσωπικού
- Ενεργειακά απόβλητα
- Υγρά απόβλητα
- Στερεά απόβλητα
- Διάθεση των απορριμμάτων
- Αγροτικές καλλιέργειες
- Μεταφορές
- Πωλήσεις σουβενίρ που φτιάχνονται από σπάνια υλικά
- Τη χωροθέτηση των ξενοδοχειακών μονάδων σε εύθραυστες περιοχές

Το 1993 στην Ετήσια Αναφορά της Επιθεώρησης Παγκόσμιου Τουρισμού και Τουριστικού Περιβάλλοντος (World Travel and Tourism Environmental Review, WTTERC) αναγνωρίζεται ότι τα θέματα που έχουν σχέση με το περιβάλλον θα γίνονται ολοένα και πιο σημαντικά ως παράγοντας που επηρεάζει τους καταναλωτές, τους φορείς, τις ομάδες πίεσης και τους προορισμούς και ότι η τουριστική βιομηχανία θα πρέπει να δείξει αυξημένο ενδιαφέρον για τέτοια θέματα. Η αναφορά προτείνει ότι αυτό μπορεί να γίνει μέσω:

- Καθιέρωσης φιλοπεριβαλλοντικών πολιτικών
- Καθιέρωσης επιτεύξιμων στόχων που αφορούν τη διαχείριση των απορριμμάτων, την ενέργεια, τις εκπομπές, το νερό

- Εμπέδωσης της περιβαλλοντικής «ανησυχίας» σε όλους τους εργαζόμενους στην ξενοδοχειακή μονάδα
- Ενθάρρυνσης της εκπαίδευσης πάνω σε περιβαλλοντικά ζητήματα. (Kirk, 1996, Gortazar, Marin, 1999 UNEP, 2002, Pace, 2015, Minoli et al, 2015).

## **2.9 Η ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ**

Είναι γεγονός ότι οι περισσότερες ξενοδοχειακές και όχι μόνο επιχειρήσεις προσπαθούν να πετύχουν τους οικονομικούς τους στόχους με τον περιορισμό του κόστους λειτουργίας τους. Το κόστος λειτουργίας μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης συντίθεται από τις εξής δαπάνες (Χυτήρης, 1996):

- Αμοιβές του προσωπικού
- Ασφαλιστικές εισφορές
- Αγορές τροφίμων
- Αγορές ποτών
- Αγορές απορρυπαντικών και άλλων ειδών καθαρισμού
- Καύσιμα και ενέργεια
- Συντήρηση κτιρίων και άλλων παγίων περιουσιακών στοιχείων
- Έξοδα για τηλεπικοινωνίες
- Διαφημιστική προβολή
- Προμήθειες
- Ασφάλιστρα
- Τόκοι κεφαλαίων κίνησης
- Άλλες δαπάνες

Ακόμα και στις μέρες μας σε πολλές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις η μείωση του κόστους είναι συνδεδεμένη με τις περικοπές στο προσωπικό, τη μείωση των ημερομισθίων ή την αύξηση της παραγωγικότητας, εξαναγκάζοντας με τον ένα ή τον άλλο τρόπο τους υπαλλήλους να δουλεύουν σκληρότερα.

Για άλλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις η μείωση του κόστους συνδέεται με την επιτυχία της οικονομικής τους διοίκησης να αγοράζει τα υλικά που είναι απαραίτητα στην επιχείρηση σε χαμηλότερες τιμές από τους προμηθευτές. Εδώ κανείς μπορεί εύλογα να αναρωτηθεί πόσο χαμηλότερες μπορεί να είναι οι τιμές αγοράς των υλικών εφόσον ο κάθε προμηθευτής λειτουργεί με τη δική του οικονομική λογική και κατά πόσο τα υλικά που τυχόν αγοραστούν σε χαμηλότερη τιμή θα είναι της ίδιας ποιότητας με αυτά που αγοράζονταν πριν. Όλες οι παραπάνω προσπάθειες για μείωση του κόστους της ξενοδοχειακής επιχείρησης τελικά στη συντριπτική τους πλειοψηφία οδηγούν στην υπονόμευση της οικονομικής βιωσιμότητας της επιχείρησης. Έχει αποδειχτεί ότι οι επιχειρήσεις που περιορίστηκαν σε τέτοιου είδους πρακτικές υποβάθμισαν την ποιότητα των υπηρεσιών τους, δεν έδωσαν το απαιτούμενο βάρος στην εκπαίδευση των υπαλλήλων τους και μακροπρόθεσμα συντόμευσαν όχι μόνο την μακροπρόθεσμη συνέχιση της δραστηριότητας τους (going concern), αλλά παράλληλα περιόρισαν και το πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα που είχε η λειτουργία τους στην τοπική κοινωνία (Swarbrooke, 1998).

Η συνεχώς αυξανόμενη ευαισθητοποίηση σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, τείνει να εξελιχθεί σε σημαντικό παράγοντα διαμόρφωσης της ζήτησης στην αγορά προϊόντων και υπηρεσιών. Η νέα αυτή προσέγγιση της ανάπτυξης των επιχειρήσεων ενσωματώνει ταυτόχρονα την διαχείριση και διασφάλιση της ποιότητας με την περιβαλλοντική διαχείριση και έχει ως στόχο την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, την διαρκή ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και την φιλικότητα των προϊόντων και δραστηριοτήτων τους προς το περιβάλλον (TUV Rheinland, 2005).

Στηριγμένες πλέον στην προσπάθεια για αειφορική τουριστική ανάπτυξη, αλλά και στη δημιουργία των θεμελίων για τη δική τους επιβίωση πολλές επιχειρήσεις του ξενοδοχειακού κλάδου έχουν τα τελευταία χρόνια ακολουθήσει πρακτικές που μπορούν να συμβάλουν ουσιαστικά στην επίτευξη των δύο παραπάνω στόχων. Η εφαρμογή προγραμμάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης έχει αποδειχτεί πως όχι απλά συμβάλλει ουσιαστικά στη μείωση του συνολικού κόστους λειτουργίας της ξενοδοχειακής επιχείρησης αλλά της δίνει επιπλέον τη δυνατότητα, όταν η αγορά όπου

δραστηριοποιείται το επιτρέπει, να διαμορφώσει με τέτοιο τρόπο την τιμολογιακή της πολιτική ώστε να αυξήσει και τα συνολικά της έσοδα.

Ορισμένα θεμελιώδη μέτρα που την ωθούν προς αυτή την κατεύθυνση είναι:

- Η ανακύκλωση των απορριμμάτων
- Η μείωση της κατανάλωσης νερού
- Η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας
- Ο περιορισμός της μετακίνησης του προσωπικού με οχήματα της εταιρείας, εκεί όπου αυτό είναι εφικτό. (Swarbrooke, 1998)

Στα πλαίσια μιας πρακτικής εφαρμογής των όσων έχουν ειπωθεί για την αειφορική ανάπτυξη του τουρισμού τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να υπάρχει ένας αυξανόμενος αριθμός σχημάτων και προτύπων περιβαλλοντικής διαχείρισης, σαν αποτέλεσμα πρωτοβουλιών τουριστικών οργανώσεων και ξενοδοχειακών συνδέσμων, για την ενθάρρυνση της συνεχούς αναβάθμισης της περιβαλλοντικής απόδοσης της τουριστικής βιομηχανίας. Μια ενδεικτική λίστα τέτοιων σχημάτων περιλαμβάνει τα εξής:

- Το «Πράσινο Κλειδί» της Δανίας
- Τη «Πράσινη Βαλίτσα» της Γερμανίας
- Την «Ασημένια Φτέρη» της Νέας Ζηλανδίας
- Τη Διεθνή Πρωτοβουλία των Ξενοδοχείων για το Περιβάλλον, κ.α.

Παράλληλα έχουν αναπτυχθεί και άλλα πρότυπα και σχήματα, όπως το ISO 14001 και το Κοινοτικό Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου (EMAS) με παγκόσμια ή πανευρωπαϊκή ισχύ. Τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου για Ξενοδοχειακές Εγκαταστάσεις σκοπεύουν να παράσχουν το πλαίσιο το οποίο μπορεί να βοηθήσει τις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις να αντιμετωπίσουν περιβαλλοντικά θέματα και προβλήματα με έναν συστηματικό και τεκμηριωμένο τρόπο, έτσι ώστε η περιβαλλοντική διαχείριση να εναρμονιστεί και να ενσωματωθεί σε όλες τις δραστηριότητες των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων. Παρέχουν μια συστηματική και καθολική προσέγγιση στο αντικείμενο της διαχείρισης της ενέργειας, του νερού, των αποβλήτων, των πρώτων υλών και παρέχουν ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης του προσωπικού της επιχείρησης και των πελατών της (Ευρωπαϊκή Ένωση, ΥΠΕΧΩΔΕ, 1998).

### **Διαχείριση της ενέργειας**

Η ενέργεια στις διάφορες μορφές της, χρησιμοποιείται στους περισσότερους χώρους και υπηρεσίες μιας ξενοδοχειακής εγκατάστασης. Η ορθολογική χρήση και η εξοικονόμηση ενέργειας είναι θέματα τα οποία θα πρέπει να απασχολούν ιδιαίτερα τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις εξαιτίας του γεγονότος ότι οι δαπάνες μιας ξενοδοχειακής εγκατάστασης για ενέργεια καλύπτουν το μεγαλύτερο τμήμα των λειτουργικών της εξόδων και της αυξανόμενης ευαισθησίας των πελατών πάνω σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος.

### **Διαχείριση Νερού**

Το νερό είναι ένας από τους περισσότερο καταναλισκόμενους φυσικούς πόρους. Τα σημαντικότερα θέματα που συνδέονται με την κατανάλωση του νερού είναι η πηγή προέλευσής του και ο κίνδυνος λειψυδρίας. Επιπλέον σημαντικό πολλές φορές είναι το ποσό της ενέργειας που καταναλώνεται για την απρόσκοπτη παροχή του.

### **Διαχείριση Αποβλήτων**

Τα απόβλητα που προκύπτουν από τη λειτουργία μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης προκαλούν τις σημαντικότερες επιπτώσεις στο περιβάλλον. Επιπλέον μπορούν να προκύψουν οικονομικά οφέλη από την εκμετάλλευση ορισμένων από τα αυτών. Είναι σκόπιμο, τόσο από περιβαλλοντικής όσο και από οικονομικής άποψης, να πραγματοποιείται διαχείριση αποβλήτων στις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις.

### **Διαχείριση Πρώτων Υλών**

Η διαχείριση των πρώτων υλών έχει περιβαλλοντικές επιπτώσεις και γι' αυτό κρίνεται σκόπιμο να βρίσκονται οι πρώτες ύλες που έχουν τις σημαντικότερες επιπτώσεις έτσι ώστε να εφαρμόζεται μια υπεύθυνη και περιβαλλοντικά φιλική αγοραστική πολιτική, η οποία φέρνει την επιχείρηση σε πιο ανταγωνιστική θέση.



### **Θέματα υγιεινής και ασφάλειας**

Τα θέματα υγιεινής και ασφάλειας είναι υψίστης σημασίας για κάθε ξενοδοχειακή επιχείρηση. Η ελληνική νομοθεσία έχει ανανεώνεται συνεχώς και το νομοθετικό πλαίσιο υποχρεώνει πλέον τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις να τηρούν ορισμένα μέτρα που αφορούν την πυροπροστασία, την αποθήκευση του υγραερίου, την αποθήκευση και ταξινόμηση των επικίνδυνων ουσιών και το θόρυβο. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 1997)

### **Εκπαίδευση και ενημέρωση των πελατών**

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία θα πρέπει να ανταποκριθεί σε μία ολοένα και περισσότερο απαιτητική τουριστική αγορά που θέλει τον τουρίστα πλέον περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένο. Το κλειδί της επιτυχίας στην εφαρμογή του οποιοδήποτε συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης είναι η εκπαίδευση του προσωπικού και η συνεχής ενημέρωση των πελατών και των υπόλοιπων ενδιαφερομένων κοινωνικών ομάδων.

### **Συμβολή στο μάρκετινγκ**

Σημαντική είναι η συμβολή από την εφαρμογή πιστοποιημένων προγραμμάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης στο μάρκετινγκ όχι μόνο της ξενοδοχειακής επιχείρησης, αλλά και της περιοχής που είναι δυνατόν να αποτελείται από ξενοδοχειακές μονάδες που εφαρμόζουν τέτοια προγράμματα. Τα τελευταία χρόνια οι έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί σε πελάτες ξενοδοχείων αποδεικνύουν ότι ολοένα και περισσότεροι τουρίστες δείχνουν προτίμηση για ξενοδοχεία που εφαρμόζουν αναγνωρισμένα προγράμματα περιβαλλοντικής διαχείρισης. Επιπλέον περισσότεροι τουρ οπερέιτορς και ταξιδιωτικά πρακτορεία συστήνουν στους πελάτες τους και προτιμούν να συνεργάζονται με ξενοδοχειακές μονάδες που ακολουθούν τέτοιου είδους προγράμματα.

Στην Ελλάδα ο ξενοδοχειακός τομέας, παρά τις προσπάθειες που καταβάλλονται τα τελευταία χρόνια σε μεμονωμένες περιοχές, δεν έχει διεισδύσει αρκετά στη χρήση ανανεώσιμων πηγών και αποτελεσματικών συστημάτων διαχείρισης ενέργειας παρά την ύπαρξη αυτών. Οι κύριες πηγές ενέργειας που χρησιμοποιεί ο ξενοδοχειακός τομέας είναι το ηλεκτρικό ρεύμα

σε ποσοστό 41%, της συνολικής κατανάλωσης του τομέα, το πετρέλαιο σε ποσοστό 33% και υγραέριο σε ποσοστό 25%. Λόγω του εποχικού χαρακτήρα της τουριστικής κίνησης στην Ελλάδα παρατηρείται σημαντική κατανάλωση ενέργειας για τον κλιματισμό των κλειστών χώρων, γεγονός που δημιουργεί μεγάλες ανάγκες για ηλεκτρική ενέργεια κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Αν μάλιστα ληφθεί υπόψη ότι τα περισσότερα ξενοδοχεία στη χώρα μας λειτουργούν σε νησιωτικές περιοχές τότε υπάρχει μεγάλη πιθανότητα ύπαρξης προβλημάτων ηλεκτροδότησης των περιοχών αυτών, πράγμα που δημιουργεί αρνητικές εντυπώσεις στους τουρίστες και αμαυρώνει ως ένα σημείο την εικόνα της χώρας. Παρά το γεγονός ότι δεν υπάρχουν σημαντικές δυσκολίες στη χρήση συστημάτων διαχείρισης ενέργειας, ο ξενοδοχειακός τομέας χαρακτηρίζεται από μικρή εφαρμογή τέτοιων τεχνολογιών. Αυτό πρακτικά σημαίνει απροθυμία από τους επενδυτές να προχωρήσουν σε επενδύσεις για την εφαρμογή αυτών. Τρεις είναι οι κύριες αιτίες της απροθυμίας αυτής:

- Η ανυπαρξία εθνικής πολιτικής για την προώθηση αποτελεσματικών τεχνολογιών ενέργειας στον ξενοδοχειακό κλάδο, δεδομένου ότι δεν έχουν νομοθετηθεί ουσιαστικά κίνητρα που να ωθούν την αγορά σε τέτοιου είδους επενδύσεις
- Η ανυπαρξία ευέλικτων μηχανισμών ενθάρρυνσης των επενδυτών (π.χ. τεχνογνωσία, άμεσες διαδικασίες) και
- Η σχετικά ανεπαρκής πληροφόρηση της αγοράς για τη συνεισφορά από την εφαρμογή τέτοιων τεχνολογιών στη μείωση του λειτουργικού κόστους των ξενοδοχειακών μονάδων, στο μάρκετινγκ κ.τ.λ. (European Commission, 1999).

## **2.10 Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Κοινωνική ευθύνη γενικά είναι η ηθική ευθύνη των επιχειρήσεων να φροντίζουν για την ευημερία της κοινωνίας στην οποία λειτουργούν και αναπτύσσονται. Σήμερα γνωρίζουν ότι η επιτυχία τους ενδεχομένως και η επιβίωσή τους, εξαρτώνται από την βελτίωση των κοινωνικών επιτευγμάτων, παράλληλα με την πρόοδο της οικονομικής απόδοσης. Οι δύο αυτοί τομείς

είναι συνδεδεμένοι, ωστόσο, ο τρόπος π.χ. με τον οποίο μια ξενοδοχειακή επιχείρηση βοηθά την κοινωνία ίσως είναι εντελώς διαφορετικός από τον τρόπο με τον οποίο μία βιομηχανική επιχείρηση προσεγγίζει το ίδιο θέμα.

Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων παρουσιάζεται σε μία λογιστική κατάσταση που ονομάζεται «Κοινωνικός Ισολογισμός» και περιλαμβάνει τις συνέπειες της κοινωνικής συμπεριφοράς της επιχείρησης στην πραγματοποίηση κοινωνικών στόχων και στην αναβάθμιση της ποιοτικής ζωής της κοινωνίας. Η επιχειρησιακή Κοινωνική Λογιστική μπορεί να οριστεί ως το μέσο της κοινωνικής λογοδοσίας των επιχειρήσεων προς τους μετόχους, τους εργαζόμενους της επιχείρησης, τους πελάτες, την τοπική αυτοδιοίκηση, την κυβέρνηση και γενικότερα προς το κοινωνικό σύνολο.

Η επιχείρηση αποτελεί ένα «κοινωνικό κύτταρο», ένα συστατικό στοιχείο της κοινωνίας που την επηρεάζει και επηρεάζεται από αυτή και βρίσκεται σε στενή αλληλεξάρτηση με τις επικρατούσες κοινωνικές συνθήκες. Η επιχείρηση προσπαθεί εκμεταλλευόμενη τους φυσικούς και ανθρώπινους πόρους να πραγματοποιήσει κυρίως ένα πλεόνασμα, να πραγματοποιήσει κέρδη. Στον Κοινωνικό Ισολογισμό η επιχείρηση δεν εξετάζεται μόνο από την άποψη ότι αποκλειστικός της σκοπός είναι το κέρδος, αλλά από την άποψη ότι το κέρδος επιδιώκεται σε συνάρτηση με την ευημερία των εργαζομένων, την επίδραση επί της υγείας αυτών, την ασφάλεια τους, την επαγγελματική άνοδο, την προσωπική τους ολοκλήρωση, καθώς και τις επιπτώσεις που έχει το αποτέλεσμα στην επιβάρυνση του περιβάλλοντος, στην εξάντληση των φυσικών πόρων και στην κοινωνική ευημερία γενικότερα. Έτσι η συμβολή της επιχείρησης στην κοινωνική ευημερία παίρνει συγκεκριμένη μορφή μέσω του Κοινωνικού Ισολογισμού και καθιστά γνωστό και πληροφορεί τους εργαζόμενους, τις διάφορες κοινωνικές ομάδες και το ευρύτερο κοινό για τις οικονομικές και κοινωνικές δραστηριότητες (Τσακλάγκανος, 1996).

Η ανάπτυξη του τουρισμού επέφερε αλλαγές στην κοινωνική δομή, στην απασχόληση, στο επίπεδο ζωής, ακόμα και στον τρόπο ζωής, τα καταναλωτικά πρότυπα και την πολιτισμική συγκρότηση μιας κοινωνίας. Ο τουρισμός είναι τομέας έντασης εργασίας και ως τέτοιος δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, αυξάνοντας την απασχόληση και τα εισοδήματα. Ακόμη και σε περιόδους οικονομικής ύφεσης και αύξησης της ανεργίας, ο τουριστικός

τομέας μπορεί να αποτελέσει μια σταθερή πηγή θέσεων απασχόλησης. Μία επίπτωση αυτής της τάσης είναι η διάχυση των εισοδημάτων του τουρισμού σε ευρύτερα στρώματα του πληθυσμού. Επίσης ο τουρισμός δίνει εργασιακή διέξοδο σε γυναίκες και νέους, επιφέροντας αλλαγές στον παραδοσιακό κοινωνικό τους ρόλο. Ωστόσο οφείλουμε να παραθέσουμε και ορισμένα χαρακτηριστικά της απασχόλησης στον τουρισμό που ευθύνονται για την κακή εικόνα του εργασιακού τομέα: Συχνά πρόκειται για εποχιακή, ανειδίκευτη και τις περισσότερες φορές χαμηλά αμειβόμενη εργασία (Williams, Shaw, 1982).

Οι επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στην κίνηση του πληθυσμού είναι έντονες καθώς ο τουρισμός αποδεδειγμένα συμβάλλει στην αντιστροφή της τάσης πληθυσμιακής συρρίκνωσης που παρατηρείται σε περιφερειακές περιοχές, λόγω της μετακίνησης του πληθυσμού προς τα αστικά κέντρα. Επίσης έχει θετικές επιπτώσεις στην πληθυσμιακή σύνθεση των περιοχών (πυραμίδα ηλικιών) και στην αναδιάρθρωση του παραγωγικού ιστού μιας περιοχής. Επιπλέον, η ανάπτυξη του τουρισμού δημιουργεί την ανάγκη κατασκευής δημόσιων υποδομών σε μια περιοχή (συγκοινωνίες, οδικό δίκτυο, κοινωφελείς υπηρεσίες) που αναβαθμίζουν το επίπεδο ζωής των κατοίκων, υποδομών που χωρίς τον τουρισμό, είτε θα αργούσαν να πραγματοποιηθούν είτε δεν θα γίνονταν ποτέ. Με την αύξηση των τοπικών εισοδημάτων και λόγω του συνδρόμου επίδειξης (demonstration effect) ως ένα βαθμό, αυξάνει την τοπική κατανάλωση και δίνει πρόσβαση σε αγαθά και υπηρεσίες ανύπαρκτα ως τότε στην περιοχή.

Οι ξενοδοχειακές μονάδες όπως προείπαμε αποτελούν ένα από τα θεμελιώδη στοιχεία ενός τουριστικού προορισμού. Έτσι όσο περισσότερες Ξενοδοχειακές Μονάδες λειτουργούν σε ένα τόπο, τόσες περισσότερες θέσεις εργασίας υπάρχουν, αυξάνονται οι ευκαιρίες απασχόλησης νέων και γυναικών, αυξάνονται τα εισοδήματα των ντόπιων κατοίκων και δεν υπάρχει η τάση φυγής των ντόπιων κατοίκων προς τα αστικά κέντρα. Παρόλα αυτά πολλά από τα άτομα που εργάζονται στις μονάδες αυτές δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής, και εργάζονται σε αυτές εποχιακά πράγμα που σημαίνει ότι τα εισοδήματά τους δεν παραμένουν στον τόπο, έτσι ώστε να επανεπενδυθούν και να αυξήσουν την τοπική κατανάλωση, αλλά

καταναλώνονται αλλού - και πολλές φορές εκτός Ελλάδος- προκαλώντας εκροές από τα τοπικά οικονομικά συστήματα. (Παπαδημητροπούλου, 2008)

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>**

### **ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

#### **3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Το παρόν κεφάλαιο επικεντρώνεται στην ανάλυση των αριθμοδεικτών που θα χρησιμοποιηθούν στα πλαίσια της διατριβής αυτής προκειμένου να γίνει η διερεύνηση της οικονομικής βιωσιμότητας, της περιβαλλοντικής ευαισθησίας και της κοινωνικής ευθύνης των ξενοδοχειακών μονάδων. Αρχικά προσεγγίζεται θεωρητικά η έννοια του αριθμοδείκτη. Ακολουθεί η κατάταξη τους σύμφωνα με τη σύγχρονη βιβλιογραφία και τέλος αναλύονται βασικοί αριθμοδείκτες, ορισμένοι από τους οποίους θεωρούμε πως θα βοηθήσουν περισσότερο στο να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα που τίθενται στην παρούσα διατριβή.

#### **3.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΗ**

Για τη διερεύνηση της οικονομικής κατάστασης και της βιωσιμότητας μιας επιχείρησης τις περισσότερες φορές οι απόλυτοι αριθμοί δεν παρέχουν σαφή εικόνα. Για παράδειγμα η πραγματοποίηση κέρδους 10.000€ από μια επιχείρηση, από πρώτη άποψη, εξάγει το συμπέρασμα ότι οι εργασίες της εξελίσσονται ικανοποιητικά. Αν όμως το αποτέλεσμα αυτό συσχετιστεί με την καθαρή θέση της επιχείρησης π.χ. 1.000.000€, αμέσως προκύπτει ότι η επιχείρηση πραγματοποίησε κέρδος της τάξης μόλις του 1%. Επομένως οι συσχετίσεις των οικονομικών μεγεθών βοηθούν στη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης εικόνας για την πορεία της επιχείρησης. Για τις συσχετίσεις αυτές καταρτίζονται οι αριθμοδείκτες. (Ρογδάκη, 1999)

Οι αριθμοδείκτες είναι σχέσεις μεταξύ μεγεθών, λογιστικής ή στατιστικής προελεύσεως, που καταρτίζονται με σκοπό να προσδιοριστεί η πραγματική θέση ή η αποδοτικότητα των διαφόρων τμημάτων ή ολοκλήρων τομέων της οικονομικής μονάδας και σε τελική ανάλυση να διερευνηθεί η πραγματική κατάσταση ολόκληρης της οικονομικής μονάδας ή και γενικότερα του κλάδου

στον οποίο ανήκει η μονάδα αυτή. Με τη βοήθεια των αριθμοδεικτών προσδιορίζεται η σχέση μεταξύ βασικών επιχειρηματικών μεγεθών, διευκολύνεται η επιχειρηματική δράση και επεξηγούνται τα αποτελέσματα που προκύπτουν από αυτή. Το σύστημα των αριθμοδεικτών βοηθά επίσης να προσδιοριστεί ο βαθμός αποδόσεως των διαφόρων δραστηριοτήτων της οικονομικής μονάδας, με σκοπό την ορθολογικότερη χρήση των μέσων δράσεών της (ΕΓΛΣ, 1987).

### **3.3 ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ**

Οι οικονομικοί αριθμοδείκτες μπορούν να ταξινομηθούν σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται στην κατάρτισή τους και τον τύπο της επιχειρηματικής έρευνας που επιδιώκεται (ΕΓΛΣ, 1987). Η πιο ενδεδειγμένη ταξινόμηση των αριθμοδεικτών είναι εκείνη που πραγματοποιείται με κριτήριο το είδος πληροφόρησης που επιθυμούμε να έχουμε. Σύμφωνα με το κριτήριο αυτό υπάρχουν πέντε κατηγορίες αριθμοδεικτών:

- Αριθμοδείκτες Ρευστότητας
- Αριθμοδείκτες Διοίκησης Χρέους
- Αριθμοδείκτες Διοίκησης Ενεργητικού
- Αριθμοδείκτες Κερδοφορίας
- Αριθμοδείκτες Λειτουργίας. (Σωτηριάδης, 1999)

Η ανάλυση, ερμηνεία και εκτίμηση της οικονομικής κατάστασης αποτελεί σήμερα το βασικό μελέτημα κάθε επιχείρησης και κυρίως εκείνων που είναι επιφορτισμένοι με την ευθύνη της λήψεως των διαφόρων επιχειρηματικών αποφάσεων. Περισσότερο όμως από όλους η διοίκηση είναι εκείνη που ενδιαφέρεται για τη σύνθεση των κεφαλαίων και των περιουσιακών στοιχείων, για τις μεταβολές και για τις μελλοντικές τάσεις της αποδοτικότητας και των κερδών της επιχειρήσεως. Οι πληροφορίες αυτές είναι χρήσιμες στις καθημερινές αποφάσεις, όσον αφορά τον προγραμματισμό, τον έλεγχο δραστηριοτήτων, τον προϋπολογισμό δαπανών και των κεφαλαίων, στην ανάλυση του κόστους κλπ. Γι' αυτό σήμερα αποτελεί βασική ανάγκη αλλά και απαραίτητη προϋπόθεση η γνώση διαφόρων εργαλείων που

χρησιμοποιούνται στην ανάλυση της οικονομικής καταστάσεως των επιχειρήσεων. (Τσακλάγκανος, 1997).

Η αξία των στατιστικών στοιχείων και των δεικτών στα ξενοδοχεία βρίσκεται στο γεγονός ότι είναι πολύ χρήσιμα στους διευθυντές και υπευθύνους τμημάτων, για να μπορέσουν να αναλύσουν, να ελέγξουν και να σχεδιάσουν τις δραστηριότητές τους. Επιπλέον τα στατιστικά στοιχεία επιτρέπουν στα στελέχη της ξενοδοχειακής επιχείρησης να συγκρίνουν τα αποτελέσματα της επιχείρησης ή των τμημάτων αυτής με αυτά άλλων επιχειρήσεων παρότι αυτές οι δύο επιχειρήσεις μπορεί να είναι διαφορετικών μεγεθών και χαρακτηριστικών, αλλά και με τα στοιχεία της ίδιας της επιχείρησης διαχρονικά.

Οι στατιστικοί δείκτες για την ξενοδοχειακή μονάδα μπορούν να ταξινομηθούν στις ακόλουθες γενικές κατηγορίες.

- Δείκτες πληρότητας, οι οποίοι αφορούν στον αριθμό των δωματίων που ενοικιάζονται στους πελάτες σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο (π.χ. μηνιαία ή ετήσια) και κατ' επέκταση στο εισόδημα που πραγματοποιεί το ξενοδοχείο από τη διάθεση των δωματίων
- Δείκτες εσόδων, που αφορούν στις ακαθάριστες εισπράξεις από ενοικιάσεις δωματίων (έσοδα ανά κλίνη), πωλήσεις τροφίμων, ποτών και υπηρεσιών (έσοδα ανά διανυκτέρευση).
- Δείκτες κόστους, που αφορούν στο κόστος που πραγματοποιείται για την παροχή υπηρεσιών (π.χ. εργασιακό κόστος, ενεργειακό κόστος, κόστος εγκαταστάσεων, ενοίκια, κ.λ.π.)
- Δείκτες κερδών, που αφορούν στον προσδιορισμό των κερδοφόρων τμημάτων της ξενοδοχειακής μονάδας.
- Δείκτες αποδοτικότητας, που αφορούν στον προσδιορισμό της αποδοτικότητας των επενδυμένων κεφαλαίων
- Δείκτες παραγωγικότητας εργαζομένων
- Δείκτες αποχώρησης και απουσιών εργαζομένων. (Χυτήρης, 1996)



### 3.4 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η μεγάλη ανομοιομορφία των χρηστών των λογιστικών καταστάσεων αποτελεί σοβαρό παράγοντα που επιδρά στην παραγωγή και ειδικότερα στην ποιότητα των καταστάσεων αυτών. Επίσης, στο μέτρο που είναι αποδεκτή η επίδραση των ενδείξεων των λογιστικών καταστάσεων στην κατανομή οικονομικών πόρων, είναι κατανοητό ότι οι επηρεαζόμενοι επιχειρούν, και το καταφέρνουν πολλές φορές, να διαμορφώσουν ευνοϊκά προς τα εκάστοτε συμφέροντά τους τη μορφή και το περιεχόμενο των λογιστικών καταστάσεων. (Κάντζος, 1997)

#### 3.4.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΔΕΙΚΤΩΝ

Για την απάντηση στα ερευνητικά ερωτήματα που τίθενται στα πλαίσια της διατριβής αυτής επιλέχθηκαν οι αριθμοδείκτες εκείνοι που συνδέονται με τους παράγοντες επηρεασμού της οικονομικής βιωσιμότητας της μονάδας οι οποίοι αναλύονται σε επόμενο κεφάλαιο. Χωρίς να αμφισβητείται η χρησιμότητα των αριθμοδεικτών λογιστικής φύσης στην οικονομική ανάλυση, επιλέξαμε κυρίως οικονομικούς αριθμοδείκτες οι οποίοι προσεγγίζουν με πιο ουσιαστικό τρόπο τα ερευνητικά ερωτήματα που έχουν τεθεί. Στον πίνακα που ακολουθεί καταγράφονται οι κύριοι οικονομικοί αριθμοδείκτες που χρησιμοποιούνται για τη διερεύνηση της οικονομικής αποδοτικότητας της ξενοδοχειακής μονάδας.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ	ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΗΣ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
Μέγεθος Μονάδας  Περίοδος Λειτουργίας	<u><b>Πληρότητας</b></u>  1. (Αριθμός ενοικιασθέντων δωματίων/	Ο συγκεκριμένος δείκτης στην ουσία μετράει την επιτυχία των πωλήσεων του

Κατηγορία Καταλύματος	Αριθμός διαθεσίμων δωματίων) X100 = %	ξενοδοχείου και αναφέρεται ως ποσοστό πληρότητας.
Τρόπος διάθεσης δωματίων	<b><u>Εσόδων</u></b>	Ο δείκτης αφορά στον υπολογισμό της μέσης τιμής ανά διαθέσιμο δωμάτιο.
	1. Εισόδημα από Ενοικίαση Δωματίων / Αριθμός Διαθεσίμων Δωματίων = €	Πρόκειται για τον υπολογισμό της μέσης τιμής ανά πελάτη.
	2. Εισόδημα από την Ενοικίαση Δωματίων / Αριθμός Πελατών = €	Πρόκειται για τον δείκτη Πραγματοποίησης Μέγιστου (Ακαθάριστου) Εισοδήματος. Με τον δείκτη αυτό μπορούμε να διαπιστώσουμε κατά πόσο το ξενοδοχείο διαθέτει τα δωμάτιά του στην ανώτερη δυνατή τιμή.
	3. (Εισόδημα από Ενοικίαση Δωματίων / Μέγιστο δυνατό εισόδημα από δωμάτια) X 100 = %	

	<b><u>Κόστους</u></b>	
	1. (Συνολικό κόστος εργαζομένων / Σύνολο εσόδων ξενοδοχείου) Χ 100 = %	Πρόκειται για δείκτη κόστους εργαζομένων.
	2. Συνολικό κόστος εργαζομένων/ Σύνολο εργαζομένων= €	Πρόκειται για έναν ακόμη δείκτη κόστους εργαζομένων
	3. Κατανομή εξόδων, εξαιρουμένων των εργατικών	Ο συγκεκριμένος δείκτης βοηθά στο να σχηματίσουμε μια καλή εικόνα σχετικά με την κατανομή των δαπανών της μονάδας.

### 3.4.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ

Στηριζόμενες πλέον στην προσπάθεια για την επίτευξη των βασικών αρχών της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης αλλά και στη δημιουργία θεμελίων για τη δική τους επιβίωση πολλές επιχειρήσεις του ξενοδοχειακού κλάδου έχουν τα τελευταία χρόνια ακολουθήσει πρακτικές που μπορούν να συμβάλουν ουσιαστικά στην επίτευξη των δύο παραπάνω στόχων. Η εφαρμογή πολιτικών προστασίας του περιβάλλοντος έχει αποδειχτεί πως όχι μόνο συμβάλλει στη μείωση του συνολικού κόστους λειτουργίας της ξενοδοχειακής

επιχείρησης αλλά επιπλέον της δίνει τη δυνατότητα να διαμορφώσει με τέτοιο τρόπο την τιμολογιακή της πολιτική ώστε να αυξήσει και τα συνολικά της έσοδα. Ορισμένα θεμελιώδη μέτρα που την ωθούν προς την κατεύθυνση αυτή είναι:

- Η ανακύκλωση των απορριμμάτων
- Η μείωση της κατανάλωσης νερού
- Η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας.

Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία για τα ξενοδοχεία (Εφημερίς της Κυβερνήσεως, Τεύχος πρώτο, Αρ. φύλλου 43, 7 Μαρτίου 2002, σελ.462), όσον αφορά την ύδρευση:

Θα πρέπει να εξασφαλίζεται δυνατότητα παροχής νερού καθ' όλο το εικοσιτετράωρο σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα:

Ξενοδοχεία	5*		450	Lit/άτομο
Ξενοδοχεία	4*		350	Lit/άτομο
Ξενοδοχεία	3*		300	Lit/άτομο
Ξενοδοχεία	2*		250	Lit/άτομο
Ξενοδοχεία	1*		150	Lit/άτομο

Εάν το ξενοδοχείο διαθέτει κήπο, οι ανάγκες σε νερό ορίζονται επί πλέον των ανωτέρω:

-για χλοοτάπητα 4 lit/ τ.μ. αρδευόμενου κήπου

-για λουλούδια 1.5-3.00 lit/ τ.μ. αρδευόμενου κήπου

Σε ό,τι αφορά την κατανάλωση ηλεκτρικού ρεύματος: (Εφημερίς της Κυβερνήσεως, Τεύχος πρώτο, Αρ. φύλλου 43, 7 Μαρτίου 2002, σελ.462), οι ανάγκες σε ηλεκτρικό ρεύμα καθορίζονται σύμφωνα με το πίνακα σε KW ανά άτομο ημερήσια.

ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	Έως 50 ΚΛΙΝΕΣ	51-100 ΚΛΙΝΕΣ	101-200 ΚΛΙΝΕΣ	201-300 ΚΛΙΝΕΣ	301-400 ΚΛΙΝΕΣ	401- 500 ΚΛΙΝΕΣ	501 ΚΑΙ ΠΑΝΩ
---------------------------	---------------------	------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-----------------------	--------------------

5*	2.8	2.5	2	1.75	1.5	1.4	1.2 5
4*	2	1.5	1.3	1.1	0.85	0.77	0.7 5
3*	1.7	1.0	0.85	0.7			
2*-1*	0.80	0.75	0.65				

Με βάση την ισχύουσα νομοθεσία για τις καταναλώσεις νερού και ηλεκτρικού ρεύματος μπορούμε να υπολογίσουμε τους παρακάτω δείκτες προκειμένου να συγκρίνουμε και τις αντίστοιχες επιδόσεις των ξενοδοχειακών μονάδων.

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΔΕΙΚΤΗΣ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
Κατανάλωση νερού	Κατανάλωση νερού (σε m <sup>3</sup> )/ διανυκτέρευση	Ο δείκτης μας επιτρέπει να δούμε το βαθμό στον οποίο οι επιχειρήσεις ακολουθούν την ισχύουσα νομοθεσία αλλά και να συγκρίνουμε τις επιδόσεις μεταξύ των επιχειρήσεων που ακολουθούν φιλοπεριβαλλοντικές πολιτικές με εκείνες που δεν έχουν λάβει σχετικά μέτρα.
Κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας	Κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας (σε KWh)/ διανυκτέρευση	Και αυτός ο δείκτης μας επιτρέπει να δούμε το βαθμό στον οποίο οι επιχειρήσεις ακολουθούν την ισχύουσα νομοθεσία αλλά και να συγκρίνουμε τις επιδόσεις μεταξύ των επιχειρήσεων που ακολουθούν φιλοπεριβαλλοντικές πρακτικές σε θέματα κατανάλωσης ηλεκτρικού ρεύματος με εκείνες που δεν έχουν εφαρμόζουν τέτοιου είδους πρακτικές.

Εκτός των παραπάνω δεικτών ενδιαφέρον έχει να εξετάσουμε και την ευαισθητοποίηση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και σε άλλα θέματα που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος.

Ένα πρώτο θέμα που εξετάζεται και το οποίο δεν συνδέεται μόνο με την προστασία του περιβάλλοντος αλλά έμμεσα επηρεάζει την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και τα οικονομικά μεγέθη της επιχείρησης είναι η ένταξή της ή όχι σε κάποιο σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης (ISO, EMAS, κτλ).

Ακόμα και αν η ξενοδοχειακή μονάδα δεν έχει ενταχθεί σε κάποιο σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης, ενδεχομένως μεμονωμένα μπορεί να εφαρμόζει κάποιες πρακτικές προστασίας του περιβάλλοντος οι οποίες έχει ενδιαφέρον να εξεταστεί το κατά πόσο εφαρμόζονται. Τέτοιες πρακτικές αφορούν:

- Στη χρήση ηλιακών θερμοσιφώνων
- Στη χρήση καρτών παροχής ρεύματος δωματίου
- Στη χρήση λαμπτήρων εξοικονόμησης ρεύματος
- Στη χρήση μπαταριών εξοικονόμησης νερού
- Στη χρήση ανακυκλωμένου χαρτιού
- Στη χρήση οικολογικών απορρυπαντικών
- Στη χρήση αναγωγώσιμων συσκευασιών υγροσάπουνου / σαμπουάν
- Στην προσφορά των ειδών πρωινού με τη μορφή buffet

### **3.4.3 ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ**

Μια από τις βασικότερες παραμέτρους για την επιλογή των κοινωνικών δεικτών είναι η απασχόληση. Η προσοχή μας εστιάζεται στο να διερευνήσουμε βασικά χαρακτηριστικά της απασχόλησης στον ξενοδοχειακό κλάδο τα οποία έχουν να κάνουν με την ένταση της απασχόλησης και τη διάρθρωση αυτής.

Συγκεκριμένα και σε ό,τι αφορά την ένταση της απασχόλησης αυτό το οποίο μας ενδιαφέρει πρωτίστως είναι να εξετάσουμε τα ποσοστά των εργαζομένων που δουλεύουν μόνιμα στις ξενοδοχειακές μονάδες, ανεξαρτήτως της

περιόδου λειτουργίας τους, το ποσοστό των εποχικών υπαλλήλων και το ποσοστό του εκτάκτου προσωπικού. Για την εξέταση των παραπάνω επιλέγουμε τους ακόλουθους δείκτες:

- Συνολικός αριθμός υπαλλήλων / Συνολικός αριθμός κλινών
- $(\text{Αριθμός μόνιμων υπαλλήλων} / \text{Συνολικός αριθμός υπαλλήλων}) \times 100 = \%$
- $(\text{Αριθμός εποχικών υπαλλήλων} / \text{Συνολικός αριθμός υπαλλήλων}) \times 100 = \%$
- $(\text{Αριθμός εκτάκτων υπαλλήλων} / \text{Συνολικός αριθμός υπαλλήλων}) \times 100 = \%$

Σε ό,τι αφορά τη διάρθρωση της απασχόλησης τα δύο κύρια στοιχεία που έχει ενδιαφέρον να διερευνήσουμε είναι το φύλο των απασχολούμενων και η εντοπιότητα αυτών, δηλαδή το ποσοστό των εργαζομένων που είναι μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής και το ποσοστό εκείνων που διαμένουν σε άλλη περιοχή της χώρας ή ενδεχομένως είναι κάτοικοι του εξωτερικού. Οι αντίστοιχοι δείκτες στην περίπτωση αυτή είναι οι ακόλουθοι:

Όσον αφορά το φύλο:

- $(\text{Άνδρες εργαζόμενοι} / \text{Σύνολο εργαζομένων}) \times 100 = \%$
- $(\text{Γυναίκες εργαζόμενες} / \text{Σύνολο εργαζομένων}) \times 100 = \%$

Όσον αφορά την εντοπιότητα:

- $(\text{Εργαζόμενοι κάτοικοι της περιοχής} / \text{Σύνολο εργαζομένων}) \times 100 = \%$
- $(\text{Εργαζόμενοι κάτοικοι άλλης περιοχής} / \text{Σύνολο εργαζομένων}) \times 100 = \%$

Στην κοινωνική διάσταση της βιωσιμότητας της ξενοδοχειακής επιχείρησης, μπορούμε να εντάξουμε και το επίπεδο εκπαίδευσης των εργαζομένων, καθώς έχει ενδιαφέρον να δούμε πόσοι από αυτούς έχουν κάποια κατάρτιση σε θέματα τουρισμού. Στην περίπτωση αυτή μελετάμε τα ποσοστά των εργαζομένων που έχουν τελειώσει: δημοτικό, μέση εκπαίδευση, ΤΕΙ Τουριστικών Επιχειρήσεων, άλλο ΤΕΙ, Σχολές Τουριστικών Επαγγελματών, ΑΕΙ. Οι σχετικοί δείκτες είναι οι ακόλουθοι:

- (Απόφοιτοι δημοτικού / Σύνολο εργαζομένων) Χ100 = %
- (Απόφοιτοι μέσης-τεχνικής εκπαίδευσης / Σύνολο εργαζομένων) Χ100 = %
- (Απόφοιτοι ΤΕΙ Τουριστικών Επιχειρήσεων / Σύνολο εργαζομένων) Χ100 = %
- (Απόφοιτοι άλλου ΤΕΙ / Σύνολο εργαζομένων) Χ100 = %
- (Απόφοιτοι Σχολών Τουριστικών Επαγγελμάτων / Σύνολο εργαζομένων) Χ100 = %
- (Απόφοιτοι ΑΕΙ / Σύνολο εργαζομένων) Χ100 = %
- (Απόφοιτοι άλλων σχολών / Σύνολο εργαζομένων) Χ100 = %



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>**

### **ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ**

#### **4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Ο βασικός στόχος του συγκεκριμένου κεφαλαίου είναι να αναδείξει το μεθοδολογικό πλαίσιο που ακολουθείται προκειμένου να επιτευχθούν οι σκοποί της έρευνας. Παρουσιάζεται συνοπτικά το σκεπτικό που μας ώθησε στη διεξαγωγή της συγκεκριμένης έρευνας, εξηγούνται τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα και αναλύονται τα μεθοδολογικά εργαλεία που χρησιμοποιούνται για τη διεξαγωγή της.

#### **4.2 Ο ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΣ ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ**

Η διατριβή έχει ως στόχο να συνδέσει την ξενοδοχειακή επιχείρηση με το τουριστικό γίνεσθαι μιας περιοχής. Με τον όρο τουριστικό γίνεσθαι δεν εννοούμε απλά τη διαμόρφωση, με το πέρασμα του χρόνου, του τουριστικού προϊόντος της περιοχής, αλλά και τις επιπτώσεις που αυτό έχει στην οικονομία, το περιβάλλον και την κοινωνία της περιοχής.

Σε έναν τουριστικό προορισμό το πλέον ζωτικό κύτταρό της είναι η ξενοδοχειακή επιχείρηση. Η ξενοδοχειακή επιχείρηση, όπως και όλες οι επιχειρήσεις γενικά, θεωρείται ως ένας «ζωντανός» οργανισμός. Ο οργανισμός αυτός μέσα από τις πολιτικές που ακολουθεί είναι σε θέση να καταστεί κερδοφόρος ή όχι σε μικροοικονομικό επίπεδο. Παράλληλα έχει τη δύναμη να συμβάλει στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος και να συνεισφέρει θετικά ή αρνητικά στη βιωσιμότητά του στο μέλλον ανάλογα με το μέγεθος της μονάδας και την επιρροή της στα τοπικά τεκτονόμενα. Αν σκεφτούμε ότι στις τουριστικά αναπτυσσόμενες περιοχές ένα σημαντικό – και ίσως το σημαντικότερο - μέρος της επιχειρηματικής δραστηριότητας πραγματοποιείται από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, τότε ο ρόλος τους στην

αιφορική ανάπτυξη των περιοχών είναι θεμελιώδης. «Τα βιώσιμα ξενοδοχεία μπορούν να οδηγήσουν σε βιώσιμους τουριστικούς προορισμούς, οι οποίοι με τη σειρά τους οδηγούν σε επιτυχημένες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις» (Marin, Jafari, 2001)

Με απώτερο στόχο τον εντοπισμό των παραγόντων εκείνων που συνδέουν την ξενοδοχειακή επιχείρηση με το ευρύτερα προσφερόμενο τουριστικό προϊόν κρίνεται απαραίτητη η εξέταση των οικονομικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών παραμέτρων που επηρεάζουν όχι μόνο τη λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας αλλά και πολλούς βασικούς οικονομικούς, περιβαλλοντικούς και κοινωνικούς δείκτες ευημερίας του τουριστικού προορισμού όπου αναπτύσσει τη δραστηριότητά της. Γίνεται προσπάθεια να δοθούν απαντήσεις ή καλύτερα να προσεγγιστούν ερωτήματα που μέχρι σήμερα η έρευνα δεν έχει προσεγγίσει. Πρωτοτυπία παρουσιάζει και η μεθοδολογία που προτείνεται καθώς χρησιμοποιούνται στην ανάλυση αδημοσίευτες λογιστικές και άλλες καταστάσεις, γεγονός που αυξάνει και το βαθμό δυσκολίας διεκπεραίωσης της έρευνας.

#### **4.3 Η ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Το σημαντικό ερευνητικό ερώτημα που προκύπτει βάσει της παραπάνω προσέγγισης συνίσταται στην εξέταση των παραγόντων εκείνων που επηρεάζουν την οικονομική βιωσιμότητα της ξενοδοχειακής επιχείρησης. Οι παράγοντες αυτοί επηρεάζονται σαφώς από το ενδοεπιχειρησιακό περιβάλλον (σε ότι αφορά το κόστος λειτουργίας) αλλά πολύ περισσότερο φαίνεται να επηρεάζονται από το εκάστοτε εξωτερικό περιβάλλον (π.χ. το παρεχόμενο τουριστικό προϊόν στη περιοχή, την οργάνωση της αγοράς τόσο από την πλευρά της προσφοράς όσο και από την πλευρά της ζήτησης, και άλλα στοιχεία που επηρεάζουν την τιμή που μπορεί να πετύχει η επιχείρηση). Ο παράγοντας εξωτερικό περιβάλλον φαίνεται μάλιστα να είναι ζωτικής σημασίας, καθότι επιδρά αποφασιστικά στη ροή των εσόδων της ξενοδοχειακής μονάδας και κατ' επέκταση στην αποδοτικότητά της. Συνεπώς έχει σημασία να εξεταστούν θέματα που αφορούν:

- Στη διαμόρφωση των τιμών αναλόγως του μεγέθους της επιχείρησης, του τύπου των τουριστών και των συμβολαίων με τους tour operators
- Στην πορεία των εξόδων και των εσόδων που προέρχονται από την επιχειρηματική δραστηριότητα
- Στην εξέλιξη των διανυκτερεύσεων

Από τα παραπάνω στοιχεία μπορούν να προκύψουν οι παρακάτω δείκτες απαραίτητοι για διαχρονική σύγκριση μεταξύ μονάδων:

- Στη διαμόρφωση του εσόδου ανά διανυκτέρευση και κλίνη
- Στη διαμόρφωση του εργασιακού κόστους ανά διανυκτέρευση και κλίνη
- Στο ποσοστό πληρότητας των καταλυμάτων
- Στις αγορές που πραγματοποιεί η επιχείρηση από τοπικούς παραγωγούς και επιχειρηματίες

Η εξέταση της οικονομικής βιωσιμότητας της μονάδας επιβάλλει τη διερεύνηση των παραγόντων εκείνων που επηρεάζουν είτε άμεσα είτε έμμεσα την οικονομική απόδοση της επιχείρησης. Συνεπώς στην έρευνα θα πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψη τα στοιχεία εκείνα που επηρεάζουν το κόστος και τη ροή των εσόδων της ξενοδοχειακής μονάδας. Τα στοιχεία που επηρεάζουν άμεσα την πορεία των εσόδων αφορούν τον αριθμό των πελατών της ξενοδοχειακής μονάδας και τις τιμές χρέωσης (Σωτηριάδης, 1999). Για το λόγο αυτό, το ερωτηματολόγιο και τα δευτερογενή στοιχεία θα πρέπει να μας παρέχουν πλήρη πληροφόρηση για τα δύο παραπάνω μεγέθη. Αναλυτικότερα εξετάζονται:

- Οι αριθμοί αφίξεων – διανυκτερεύσεων πελατών ανά μήνα (προκύπτουν από το βιβλίο κίνησης)
- Οι τιμές πώλησης δωματίων ή κλινών ανά περίοδο (χαμηλή – μέση – υψηλή) και ανά τύπο συμβολαίου. Συγκεκριμένα εξετάζονται οι τιμές πόρτας (προκύπτουν από τον οδηγό του ΞΕΕ), οι τιμές για επαναλαμβανόμενους πελάτες, για πελάτες μέσω συμβολαίων allotment, για πελάτες μέσω συμβολαίων commitment, για πελάτες μέσω συμβολαίων all inclusive, για πελάτες μέσω πρακτορείων, για πελάτες που πραγματοποιούν κρατήσεις μέσω internet (προκύπτουν

από το ερωτηματολόγιο) και οι τιμές των πακέτων που προσφέρονται από tour operators του εξωτερικού μέσου του διαδικτύου. Ο σκοπός για τον οποίο αναζητάμε όλα τα παραπάνω στοιχεία είναι για να ερευνήσουμε τα ποσοστά έκπτωσης που δίνει η επιχείρηση στους tour operators και τα τουριστικά γραφεία, η οποία έκπτωση θεωρητικά σημαίνει και απώλεια εσόδων στην περίπτωση που η επιχείρηση είχε τη δυνατότητα να πουλά το σύνολο των δωματίων σε τιμές πόρτας.

- Τα συνολικά έσοδα από πωλήσεις (προκύπτουν από τα τελικά ισοζύγια). Τα έσοδα από τη λειτουργία της επιχείρησης καταγράφονται στην ομάδα 7 της γενικής λογιστικής. Για να είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε αναλυτικά τα έσοδα ανά τμήμα θα πρέπει να αναλυθούν τα ισοζύγια με δευτεροβάθμιους ή τριτοβάθμιους λογαριασμούς.
- Τα συνολικά έξοδα (προκύπτουν από τα τελικά ισοζύγια). Συγκεκριμένα καταγράφονται στην ομάδα 6 της γενικής λογιστικής. Και στην περίπτωση αυτή τα τριτοβάθμια ισοζύγια μας παρέχουν αναλυτικότερη πληροφόρηση.

Η διερεύνηση των παραπάνω στοιχείων μας δίνει τη δυνατότητα να υπολογίσουμε τους αριθμοδείκτες, που παρουσιάζονται στο προηγούμενο κεφάλαιο, η χρήση των οποίων είναι άκρως σημαντική για τη διερεύνηση της οικονομικής βιωσιμότητας της ξενοδοχειακής επιχείρησης. Αναλυτικότερα υπολογίζονται οι παρακάτω αριθμοδείκτες:

- Έσοδα ανά διανυκτέρευση και κλίνη
- Κόστος ανά διανυκτέρευση και κλίνη
- Μέσο έσοδο δωματίων και η απόκλιση από τη μέση τιμή πόρτας
- Μέσο έσοδο ανά πελάτη
- Πραγματοποίηση μεγίστου εσόδου ανά διανυκτέρευση και κλίνη

Εκτός από τους παράγοντες που επηρεάζουν άμεσα την αποδοτικότητα της ξενοδοχειακής μονάδας, υπάρχουν και εκείνοι οι παράγοντες που φαίνεται να επηρεάζουν με έμμεσο τρόπο την κερδοφορία της. Αυτοί αφορούν:

- Το μέγεθος της μονάδας (προκύπτει από τον οδηγό του ΞΕΕ)
- Τον τύπο του καταλύματος (πόλης ή resort, προκύπτει από τον οδηγό του ΞΕΕ και από την επιτόπια έρευνα)
- Την περιοχή δραστηριοποίησής της και το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν (προκύπτει από την εξέταση της προσφοράς και της ζήτησης)
- Την κατηγορία του καταλύματος (προκύπτει από τον οδηγό του ΞΕΕ)
- Την περίοδο λειτουργίας της μονάδας (προκύπτει από τον οδηγό του ΞΕΕ)
- Την πληρότητα της μονάδας

Ένα άλλο σημαντικό θέμα που συνδέει τη λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας με τις τοπικές οικονομίες αφορά στις αγορές των προϊόντων που πραγματοποιεί η επιχείρηση από τοπικούς παραγωγούς. Το συγκεκριμένο θέμα είναι αδύνατο να καλυφθεί από τα αναλυτικά ισοζύγια. Για το λόγο αυτό θα μπορούσαμε να παραθέσουμε ανάλογο ερώτημα στο ερωτηματολόγιο.

#### **4.4 Η ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Εκτός όμως της οικονομικής διάστασης η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης εμπεριέχει την περιβαλλοντική και κοινωνική διάσταση. Η λειτουργία της επιχείρησης συνδέεται με τις διαστάσεις αυτές μέσω των επιπτώσεων της στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον του τόπου δραστηριοποίησής της. Τα βασικά ερωτήματα που γεννιούνται εδώ έχουν να κάνουν με τις πρακτικές οι οποίες βοηθούν τις επιχειρήσεις να προστατέψουν το ευρύτερο φυσικό περιβάλλον, να περιορίσουν τη σπατάλη και να μειώσουν κατά ένα ποσοστό το κόστος λειτουργίας τους. Ταυτόχρονα σε ό,τι αφορά τη συνεισφορά της ξενοδοχειακής μονάδας στο κοινωνικό περιβάλλον δημιουργούνται ερωτήματα που αφορούν την απασχόληση και την εκπαιδευτική κατάρτιση των εργαζομένων. Συνεπώς επιτάσσεται να εξεταστούν θέματα που αφορούν:

- Στις επενδύσεις που γίνονται και αποσκοπούν στην αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών

- Στην εφαρμογή από την επιχείρηση φιλικών προς το περιβάλλον πολιτικών (καταναλώσεις νερού και ενέργειας)
- Στη διάρθρωση της απασχόλησης ανάλογα με το είδος αυτής, το φύλο των απασχολούμενων και την εντοπιότητα του προσωπικού
- Στην εκπαίδευση του προσωπικού

Η κάλυψη της περιβαλλοντικής διάστασης γίνεται ως εξής:

- Με ανάλογη ερώτηση στο ερωτηματολόγιο για το αν η επιχείρηση ακολουθεί μεμονωμένες φιλοπεριβαλλοντικές πολιτικές (και ποιες) ή έχει μπει στη διαδικασία για την κατοχύρωση ειδικού σήματος.
- Με τη δημιουργία ορισμένων δεικτών, όπως κατανάλωση νερού ανά κλίνη, κατανάλωση ρεύματος ανά κλίνη, κατανάλωση πετρελαίου ανά κλίνη ή και με βάση το δείκτη κόστους ενέργειας (συνολική δαπάνη για ενέργεια/συνολικά έσοδα). Στα τριτοβάθμια ισοζύγια παρέχονται πληροφορίες που αφορούν τις δαπάνες που πραγματοποιεί η επιχείρηση για τα συγκεκριμένα στοιχεία

Η κοινωνική διάσταση της έννοιας της βιώσιμης ανάπτυξης σε ό,τι αφορά την επιχείρηση συνδέεται με θέματα που αφορούν κυρίως την απασχόληση και την εκπαίδευση των εργαζομένων. Μέσω του ερωτηματολογίου μπορούμε να διερευνήσουμε την κατανομή του απασχολούμενου προσωπικού ανάλογα με το είδος της απασχόλησης (μόνιμη, έκτακτη, εποχιακή), το φύλο των εργαζομένων (άνδρες, γυναίκες), την εντοπιότητα και το εκπαιδευτικό επίπεδο του προσωπικού.

#### **4.5 ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Από τη βιβλιογραφία αναφέρονται τρεις τεχνικές για τη συλλογή των στοιχείων, η Παρατήρηση, η Απευθείας Επικοινωνία (π.χ συνεντεύξεις, συλλογή ερωτηματολογίων) και τα Δευτερογενή Στοιχεία.

Για τη συλλογή των στοιχείων χρησιμοποιούνται και οι τρεις τεχνικές. Από τη στιγμή που ο ερευνητής πραγματοποιεί την πρωτογενή έρευνα στον τόπο

εργασίας των ερωτώμενων έχει τη δυνατότητα να παρατηρεί και να καταγράφει στοιχεία που αφορούν το ευρύτερο φυσικό και δομημένο περιβάλλον.

Ως εργαλείο για την Απευθείας Επικοινωνίας χρησιμοποιείται το δομημένο ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται κυρίως από κλειστές η ημι-ανοικτές ερωτήσεις. Ο τύπος των ερωτήσεων αυτών είναι ο πιο κατάλληλος για τη στατιστική ανάλυση των ερωτηματολογίων αλλά και για τη διεκπεραίωση των συνεντεύξεων. Οι ερωτήσεις απευθύνονται σε επιχειρηματίες και για το λόγο αυτό θέλουμε να συλλέξουμε όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες αντιλαμβανόμενοι τους αντικειμενικούς χρονικούς περιορισμούς.

Τα δευτερογενή στοιχεία, όπως τονίστηκε, αφορούν αδημοσίευτες λογιστικές καταστάσεις, (τελικά ισοζύγια των εταιρειών), καταστάσεις αφίξεων – διανυκτερεύσεων τουριστών, ετήσιους οδηγούς ξενοδοχείων του ξενοδοχειακού επιμελητηρίου και οικονομικά στοιχεία που αφορούν τις τιμές πώλησης των πακέτων διακοπών στους τουρίστες από tour operators του εξωτερικού. Οι καταστάσεις αυτές μας παρέχουν εκείνα τα στοιχεία που χρειαζόμαστε για την διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την οικονομική βιωσιμότητα των μονάδων. Τα δεδομένα που αφορούν τη λειτουργία των μονάδων αποκτήθηκαν με την άδεια των επιχειρηματιών από τα εσωτερικά λογιστήρια των ξενοδοχειακών μονάδων, από εξωτερικούς λογιστές και από επισκέψεις σε σταθμούς της τουριστικής αστυνομίας. Οι ετήσιοι οδηγοί ξενοδοχείων αποκτήθηκαν από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας.

### Το ερωτηματολόγιο

Το ερωτηματολόγιο απαρτίζεται από τέσσερις βασικές θεματικές ενότητες:

- Γενικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης (όνομα ξενοδοχείου, ιδιοκτησία, τύπος ιδιοκτησίας, αριθμός δωματίων)
- Οικονομικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης (διανυκτερεύσεις ανά τύπο συμβολαίου, τιμές πόρτας ανά τύπο δωματίου και περίοδο λειτουργίας,

τιμές κλινών ανά περίοδο λειτουργίας και τύπο συμβολαίου, συνεργασίες με tour operators και τουριστικά γραφεία, οικονομικά στοιχεία εσόδων, εξόδων, αγορές)

- Ποιότητα των υπηρεσιών (επενδύσεις, κατοχύρωση ειδικών σημάτων, μέτρα φιλοπεριβαλλοντικών πολιτικών)
- Προσωπικό (απασχολούμενο προσωπικό ανά είδος απασχόλησης και ανά φύλο, εντοπιότητα προσωπικού, εκπαίδευση προσωπικού)

### Τα οριστικά ισοζύγια

Η χρήση των τελικών ισοζυγίων θεωρείται θεμελιώδης για τη διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν τα οικονομικά αποτελέσματα της ξενοδοχειακής μονάδας. Παρέχουν πληροφορίες που αφορούν στην κίνηση των παρακάτω στοιχείων:

- Πάγια
- Αποθέματα
- Απαιτήσεις και διαθέσιμα
- Καθαρή θέση, προβλέψεις, μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις
- Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις
- Οργανικά έξοδα κατ' είδος
- Οργανικά έσοδα κατ' είδος
- Λογαριασμοί αποτελεσμάτων

### Οι καταστάσεις αφίξεων-διανυκτερεύσεων

Οι συγκεκριμένες καταστάσεις παρέχουν ποσοτικά στοιχεία που αφορούν τις αφίξεις και διανυκτερεύσεις των ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών ανά μήνα στην κάθε ξενοδοχειακή μονάδα.

### Οι οδηγοί ξενοδοχείων



Οι οδηγοί των λειτουργούντων ξενοδοχειακών μονάδων εκδίδονται κάθε χρόνο από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδας. Καταγράφονται αναλυτικά τα ξενοδοχειακά καταλύματα και παρέχονται πληροφορίες για κάθε κατάλυμα αναφορικά με:

- Την επωνυμία και τη νομική του μορφή
- Την κατηγορία
- Την περίοδο λειτουργίας
- Τον αριθμό των δωματίων
- Τον αριθμό των κλινών
- Τις τιμές πόρτας ανά χρονική περίοδο
- Τις παρεχόμενες υπηρεσίες

#### **4.6 Ο ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Ο πληθυσμός της έρευνας αποτελείται από ξενοδοχειακές μονάδες Πολυτελείας, Α' και Β' και Γ' τάξεως που λειτουργούν υπό τη μορφή της ανωνύμου εταιρείας και τηρούν λογιστικά βιβλία γ' κατηγορίας. Ο συνολικός αριθμός αυτών στην περίπτωση της Λέσβου, ήταν 42 το 2009 και 41 το 2003. Η επιλογή του συγκεκριμένου πληθυσμού επιχειρήσεων έγινε για τους εξής λόγους:

- Είναι μεγαλύτερες και καλύτερα οργανωμένες μονάδες με αποτέλεσμα να αντιπροσωπεύουν την πλειονότητα των διανυκτερεύσεων ανά σεζόν. Επιπρόσθετα, λόγω επενδύσεων (αναπτυξιακοί νόμοι, κλπ.), παρέχουν περισσότερες υπηρεσίες.
- Έχουν πληρέστερη λογιστική οργάνωση και επομένως ακριβέστερες πληροφορίες σε ότι αφορά τα έσοδα από τις διανυκτερεύσεις και τα λοιπά έσοδα, αφού γίνεται χρήση του Λογιστικού Σχεδίου. Ο έλεγχός τους πραγματοποιείται από ορκωτούς λογιστές και από μεγαλύτερα ελεγκτικά κέντρα.
- Λόγω του απρόσωπου της νομικής μορφής των, ελαχιστοποιείται ο κίνδυνος της φοροδιαφυγής, που υπάρχει στις μικρές και κυρίως στις ατομικές επιχειρήσεις.

#### 4.7 Ο ΤΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ

Η έρευνα διεξήχθη στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Λέσβου, και σε δύο χρονικές στιγμές 2003 και 2009, προκειμένου να είμαστε σε θέση να συγκρίνουμε διαχρονικά την εικόνα που παρουσιάζει η λειτουργία των μονάδων στα θέματα που μας αφορούν. Με τον τρόπο αυτό κατέστη εφικτό να προκύψουν συμπεράσματα τα οποία καταδεικνύουν το βασικό ρόλο που διαδραματίζει ο τρόπος οργάνωσης του τουρισμού στη βιωσιμότητα των ξενοδοχειακών μονάδων και των προορισμών γενικότερα.

Σε ό,τι αφορά την ανταπόκριση των ερωτώμενων ξενοδόχων, αυτή ήταν υψηλότερη όπως φαίνεται και στον πίνακα που ακολουθεί στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου.

Στην παροχή οικονομικών στοιχείων – ισοζυγίων – υπήρξε άρνηση από αρκετούς ξενοδόχους στην παραχώρησή τους, καθώς οι συγκεκριμένες λογιστικές καταστάσεις δεν δημοσιοποιούνται.

Λιγότερο αρνητικοί υπήρξαν στην παραχώρηση στοιχείων που αφορούσαν τις διανυκτερεύσεις πελατών.

	2003	2009
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	78%	67%
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	41%	50%
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ	63%	60%

#### 4.8 Η ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η επεξεργασία των ερωτηματολογίων και των ποσοτικών στοιχείων έγινε με τη βοήθεια της στατιστικής ανάλυσης. Συγκεκριμένα, δεδομένου του περιορισμένου αριθμού των ερωτηματολογίων το Excel κρίθηκε ως το πιο κατάλληλο πρόγραμμα για την επεξεργασία τους. Παράλληλα υπήρξε συνεργασία με λογιστές για την ανάλυση των λογαριασμών της γενικής λογιστικής και της γενικής εκμετάλλευσης που περιλαμβάνουν τα ισοζύγια,

προκειμένου να διαμορφωθούν οι οικονομικοί δείκτες που αφορούν στη λειτουργία των μονάδων.

#### **4.9 ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ - ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

Κρίνοντας το όλο σκεπτικό που μας οδήγησε στη διεξαγωγή της προαναφερθείσας έρευνας στα πλαίσια της παρούσας διατριβής, θεωρούμε ότι τα ευρήματα από την διεξαγωγή της έρευνας θα είναι ενδιαφέροντα τόσο σε επιστημονικό, όσο και επιχειρησιακό επίπεδο. Σίγουρα στα πλαίσια μιας μεμονωμένης ερευνητικής προσπάθειας είναι δύσκολο, ίσως και ακατόρθωτο, να δώσει κανείς λύσεις σε χρόνια προβλήματα που αφορούν τον ελληνικό τουρισμό και όχι μόνο. Ωστόσο ευελπιστούμε, μέσω της συγκεκριμένης διατριβής να «φωτίσουμε» λίγο παραπάνω τις αιτίες που επηρεάζουν την βιωσιμότητα της σύγχρονης ξενοδοχειακής επιχείρησης.

Σε ό,τι αφορά την οικονομική απόδοση της ξενοδοχειακής επιχείρησης αυτό το οποίο αναμένουμε να αναδειχθεί, είναι η εξάρτησή της σε μεγάλο βαθμό από τον τύπο της τουριστικής ανάπτυξης που υπάρχει στην περιοχή δραστηριοποίησής της. Αυτό σημαίνει ότι εκεί που παρατηρείται μεγάλη εξάρτηση από το μαζικό τουρισμό, αναμένουμε και χαμηλότερη οικονομική απόδοση. Αντίθετα αναμένουμε καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα στις επιχειρήσεις που δουλεύουν με επαναλαμβανόμενους, business και μεμονωμένους πελάτες.

Σε ζητήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης δεν αναμένουμε να υπάρχουν μεγάλες διαφορές μεταξύ των επιχειρήσεων. Τα ξενοδοχεία τύπου resort είναι αυτά που εκτιμούμε ότι θα έχουν τη μεγαλύτερη ανά πελάτη κατανάλωση νερού, δεδομένης της σεζόν κατά την οποία δραστηριοποιούνται αλλά και του γεγονότος ότι χρειάζονται επιπλέον νερό για πισίνες, κήπους, κλπ.

Τέλος σε ό,τι αφορά κοινωνικά ζητήματα, όπως για παράδειγμα την απασχόληση, εκτιμούμε ότι θα υπάρχει γενικά μεγαλύτερη απασχόληση των

γυναικών σε σύγκριση με τους άνδρες και έλλειψη καταρτισμένου προσωπικού σε θέματα τουρισμού.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup>**

### **Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΛΕΣΒΟΥ**

#### **5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Όπως αναφέρθηκε στο κεφάλαιο της μεθοδολογίας, η περιοχή η οποία επιλέξαμε να εκπονήσουμε την επιτόπια έρευνα ήταν το νησί της Λέσβου. Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται η τεκμηρίωση της επιλογής μας αυτής και αναλύονται στατιστικά τα κυριότερα χαρακτηριστικά της ξενοδοχειακής προσφοράς της Λέσβου. Αναλυτικότερα στις δύο πρώτες ενότητες προσεγγίζονται θέματα που αφορούν τα βασικά χαρακτηριστικά των νησιωτικών περιοχών και αναλύονται οι λόγοι που μας ώθησαν στην επιλογή της Λέσβου ως περιοχή εκπόνησης της επιτόπιας έρευνας. Στις επόμενες ενότητες γίνεται ανάλυση του ξενοδοχειακού προφίλ της Λέσβου. Συγκεκριμένα παρουσιάζεται η ξενοδοχειακή δυναμικότητα της Λέσβου ανά κατηγορία, μέγεθος και τύπο καταλύματος και υπολογίζεται ο δείκτης μέσης δυναμικότητας των ξενοδοχειακών μονάδων του νησιού.

#### **5.2 ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΝΗΣΙΩΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ**

Με τον όρο ‘νησιωτικός χώρος’ ή ‘νησί’ εννοείται το τμήμα της γης που περιβάλλεται από ωκεανό, θάλασσα ή λίμνη (Brachya et al. 1994). Σύμφωνα με τη EUROSTAT (European Commission, 1994), ένα νησί πρέπει επιπλέον να έχει μόνιμο πληθυσμό, να μην έχει σταθερή σύνδεση με την ξηρά και να μην περιλαμβάνει πρωτεύουσα κράτους. Τα νησιά μπορούν να διακριθούν σε μικρά και μεγάλα. Μικρά θεωρούνται τα νησιά που η έκτασή τους είναι μικρότερη από 10.000 km<sup>2</sup> και ο πληθυσμός τους είναι μικρότερος από 500.000 κατοίκους. Τα νησιά με μεγαλύτερη έκταση και περισσότερο πληθυσμό χαρακτηρίζονται ως «μεγάλα» (Κονδύλη, 2000).

Ο νησιωτικός χώρος εμφανίζει πλήθος ιδιαίτερων χαρακτηριστικών σε σχέση με τις ηπειρωτικές περιοχές με συνέπεια να απαιτείται περισσότερο προσεκτική και διεξοδικότερη μελέτη των όρων ανάπτυξης των περιοχών αυτών αποφεύγοντας τις γενικεύσεις. Κατά το παρελθόν η ελληνική πολιτεία στην προσπάθεια της να θεσπίσει περιφερειακά αναπτυξιακά κίνητρα δεν έδωσε την δέουσα προσοχή στις ιδιαιτερότητες των νησιωτικών περιοχών με συνέπεια την αναποτελεσματική σπατάλη πόρων και την απώλεια ευκαιριών.

Το θαλάσσιο στοιχείο που περιβάλλει τα νησιά δημιουργεί την αίσθηση της απομόνωσης διαμορφώνοντας ιδιαίτερα χαρακτηριστικά σε σχέση με την αναπτυξιακή δυναμική τους. Ο συνδυασμός των ιδιαίτερων στοιχείων συνθέτει ένα πλέγμα λειτουργικών διασυνδέσεων για κάθε νησί, του οποίου η συνισταμένη «εφάπτεται» με το ευρύτερο κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον, λειτουργώντας άλλοτε ευνοϊκά και άλλοτε ανασταλτικά στην ανάπτυξη των περιοχών αυτών. Τα αποτελέσματα της παραπάνω σχέσης ανατροφοδοτούν τα ευάλωτα μικρό- συστήματα των νησιών, επιδρώντας καταλυτικά στην δομή της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας με άμεσες συνέπειες στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον. (Maroudas, Tsartas, 1998)

Τα νησιά, παρά τις διαφορές που παρουσιάζουν μεταξύ τους, έχουν ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που συνθέτουν την ταυτότητά τους και τα οποία μπορούν να ομαδοποιηθούν σε τρεις κατηγορίες:

α) **Το μικρό μέγεθος** όσον αφορά την έκταση και τον πληθυσμό. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τα μικρά νησιά, αλλά και για τα μεγαλύτερα συγκρινόμενα με την ηπειρωτική χώρα. Με βάση το χαρακτηριστικό αυτό τα νησιά έχουν:

1) περιορισμένη ποικιλία και ποσότητα πρώτων υλών, μειώνοντας έτσι τις δυνατότητες για παραγωγικές δραστηριότητες ιδιαίτερα μεγάλης κλίμακας, και

2) περιορισμένη φέρουσα ικανότητα από φυσική, οικονομική και κοινωνική πλευρά, «αποζητώντας» δραστηριότητες μικρής κλίμακας με μεγάλη διαφοροποίηση στην προσπάθεια για τη διατήρηση της ισορροπίας.

Η ευαίσθητη περιβαλλοντική ισορροπία που χαρακτηρίζει τα νησιωτικά οικοσυστήματα, σε συνδυασμό με την έλλειψη άφθονων φυσικών πόρων και ενδοχώρας, καθιστά επικίνδυνη για την οικολογική τους ισορροπία τη μονομερή ανάπτυξη που θα είχε ως αποτέλεσμα την εντατική χρήση

ορισμένων φυσικών πόρων (π.χ. νερό, έδαφος), ενώ θα αλλοίωνε ένα βασικό χαρακτηριστικό στοιχείο του νησιωτικού φυσικού οικοσυστήματος που είναι η ποικιλομορφία και η μικρή κλίμακα.

Η ύπαρξη μικρής τοπικής αγοράς σχετικά απομονωμένης είχε ανέκαθεν ανάγκη για ανάπτυξη πολλών και ποικίλων δραστηριοτήτων και αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων μεγάλης κλίμακας, όπως απαιτεί το σύγχρονο μοντέλο ανάπτυξης. Παράλληλα, η ποικιλία είναι απαραίτητη για να υπάρχει ευσταθής ισορροπία στην τοπική οικονομία, δεδομένων των κινδύνων που συνεπάγεται μακροπρόθεσμα η εξειδίκευση σε μια βασική δραστηριότητα.

**β) Την περιφερειακότητα και την απομόνωση.** Η περιφερειακότητα ως ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της πλειοψηφίας των νησιών συμπληρώνεται από τη φυσική τους απομόνωση λόγω της ασυνέχειας του χώρου. Στην περίπτωση των νησιωτικών συμπλεγμάτων παρατηρείται το φαινόμενο της «διπλής νησιωτικότητας» των μικρότερων νησιών που κινούνται ως δορυφόροι των μεγαλύτερων.

**γ) Τις ιδιαίτερες πολιτιστικές αξίες και τη βιωματική ταυτότητα** που έχουν επηρεαστεί από την ιδιαιτερότητα του νησιού (νησιωτικότητα) που δημιουργεί ένα «κλίμα» μέσα στο οποίο διαπλάθεται ο νησιώτης και που επηρεάζει πολύ τον τρόπο σκέψης και δράσης του, καθώς και το ιδιόμορφο, πλούσιο αλλά και εύθραυστο περιβάλλον που έχει ανάγκη ιδιαίτερης διαχείρισης μέσα στη λογική της Βιώσιμης Ανάπτυξης (Σπιλάνης, 1996).

Ο περιφερειακός χαρακτήρας των νησιών και η απομόνωση συνεπάγεται αυξημένο κόστος τόσο άμεσο όσο και έμμεσο το οποίο επιβαρύνει τη λειτουργία όλων των φορέων που δρουν στον νησιωτικό χώρο και το οποίο μετακυλύει στα νοικοκυριά. Οι παράγοντες της εντοπιότητας και των ισχυρών οικογενειακών δεσμών που αναπτύσσονται στα νησιά δημιουργούν αδράνεια που μπορεί να αναστείλει έως ένα βαθμό κάποιες αποφάσεις αναφορικά με τον χώρο εγκατάστασης ανθρώπων και δραστηριοτήτων, δεν μπορεί όμως να τις ματαιώσει οριστικά, χωρίς να υπάρξουν συνέπειες οικονομικές και κοινωνικές. (Σπιλάνης, 1997).

Τα ελληνικά νησιά συντηρούνται κυρίως από τον τουρισμό και η ανάπτυξη τους τις τελευταίες δεκαετίες βοήθησε να σταματήσει η οικονομική και δημογραφική ύφεση τους (Spilanis et al. 2003). Παρουσιάζουν συγκεκριμένα και μοναδικά προβλήματα, τα οποία πρέπει να μελετηθούν με έναν διαφορετικό τρόπο από τις χερσαίες περιοχές. Αυτές οι ιδιαιτερότητες είναι περισσότερο έντονες σε μικρά νησιά. Επιπλέον, τα νησιά σαν μοναδικές οντότητες με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, ανθρωπολογικά και ιστορικά, επιβάλλεται να εξετάζονται ξεχωριστά (Spilanis et al. 1998).

Όλα τα παραπάνω επιβεβαιώνουν την αναγκαιότητα εκτίμησης της απόδοσης των τουριστικών επιχειρήσεων και στις τρεις πτυχές της βιώσιμης ανάπτυξης.

### **5.3 Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΛΕΣΒΟΥ**

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η τουριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα, λαμβάνει χώρα και αποτελεί ταυτόχρονα την κύρια οικονομική δραστηριότητα των νησιωτικών περιοχών, για τη διερεύνηση επιλέγεται νησιωτική περιοχή.

Για την επιλογή της κατάλληλης περιοχής τίθενται κάποια κριτήρια που πρέπει να πληροί ο προορισμός. Τα κριτήρια αυτά είναι:

- Να υπάρχουν διαφορετικά τουριστικά προϊόντα στον προορισμό
- Να μην ανήκει το νησί σε ομάδα νησιών με έντονη τουριστική δραστηριότητα μαζικού τουρισμού παραλίας, διότι σε αυτή την περίπτωση ομογενοποιούνται τα χαρακτηριστικά της προσφοράς και είναι δύσκολος ο διαχωρισμός των τουριστικών προϊόντων
- Να μην αυξάνεται σε απαγορευτικά επίπεδα το κόστος και ο χρόνος τέλεσης της έρευνας. (Βαγιάννη, 2008)

Για την εκπόνηση της επιτόπιας έρευνας όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο επιλέχθηκε το νησί της Λέσβου. Ως νησιωτικός προορισμός η Λέσβος πληροί και τα τρία κριτήρια που προαναφέρθηκαν καθώς:



- Είναι ένα από τα μεγαλύτερα ελληνικά νησιά, όπου απαντώνται διάφοροι τύποι οικοσυστημάτων, τα οποία συνθέτουν ένα πλούσιο φυσικό περιβάλλον και ένα πολύ ενδιαφέρον τοπίο για την ανάπτυξη διαφόρων τουριστικών προϊόντων.
- Διαθέτει έντονη πολιτισμική παράδοση και πλούσιο πολιτιστικό πλούτο.
- Δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένα πολύ τουριστικό νησί και ο τουρισμός της δεν εξαρτάται σε όλη του την έκταση από τους tour operators, πράγμα που σημαίνει ότι το προϊόν της δεν είναι εντελώς ομογενοποιημένο και μαζικό. (Βαγιάννη, 2008)
- Η μορφή της ξενοδοχειακής της προσφοράς είναι ποικίλη και κατάλληλη για την εκπόνηση της έρευνας που αφορά την παρούσα διατριβή.
- Υπήρχε καλύτερη δυνατότητα, λόγω προσωπικών επαφών, άντλησης δευτερογενών δεδομένων που αφορούν στην οικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων.

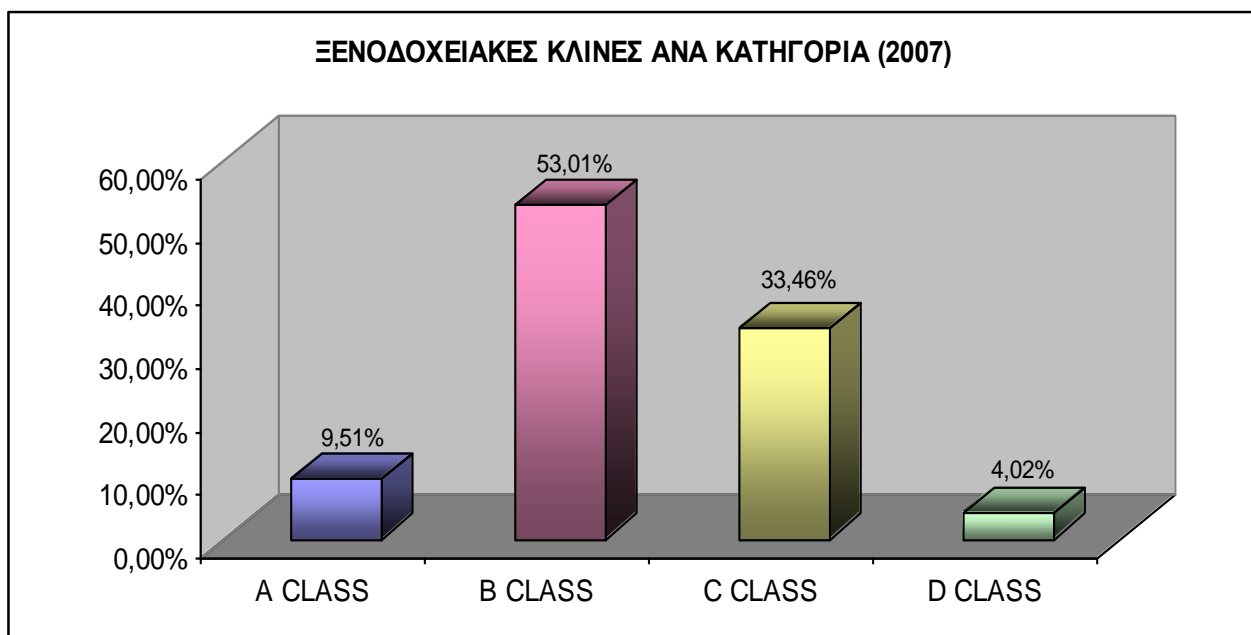
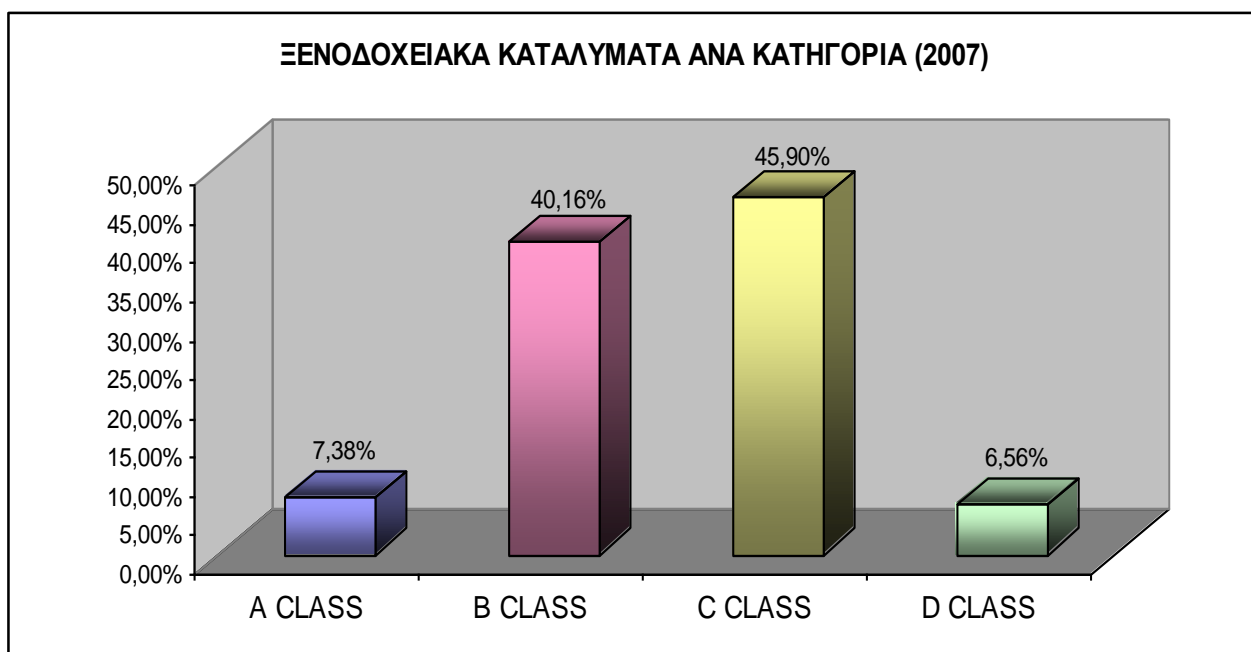
## 5.4 Η ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ<sup>1</sup> ΤΗΣ ΛΕΣΒΟΥ

### 5.4.1 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΚΑΙ ΚΛΙΝΕΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

#### Γράφημα 1: Ξενοδοχειακές μονάδες και κλίνες ανά κατηγορία

---

<sup>1</sup> Η ξενοδοχειακή προσφορά περιλαμβάνει τα Ξενοδοχεία Κλασσικού τύπου, τα Ξενοδοχεία τύπου Επιπλωμένων Διαμερισμάτων, τα Παραδοσιακά Καταλύματα τύπου Κλασσικού Ξενοδοχείου, τα Παραδοσιακά καταλύματα τύπου Επιπλωμένων Διαμερισμάτων και τα Μοτέλ.



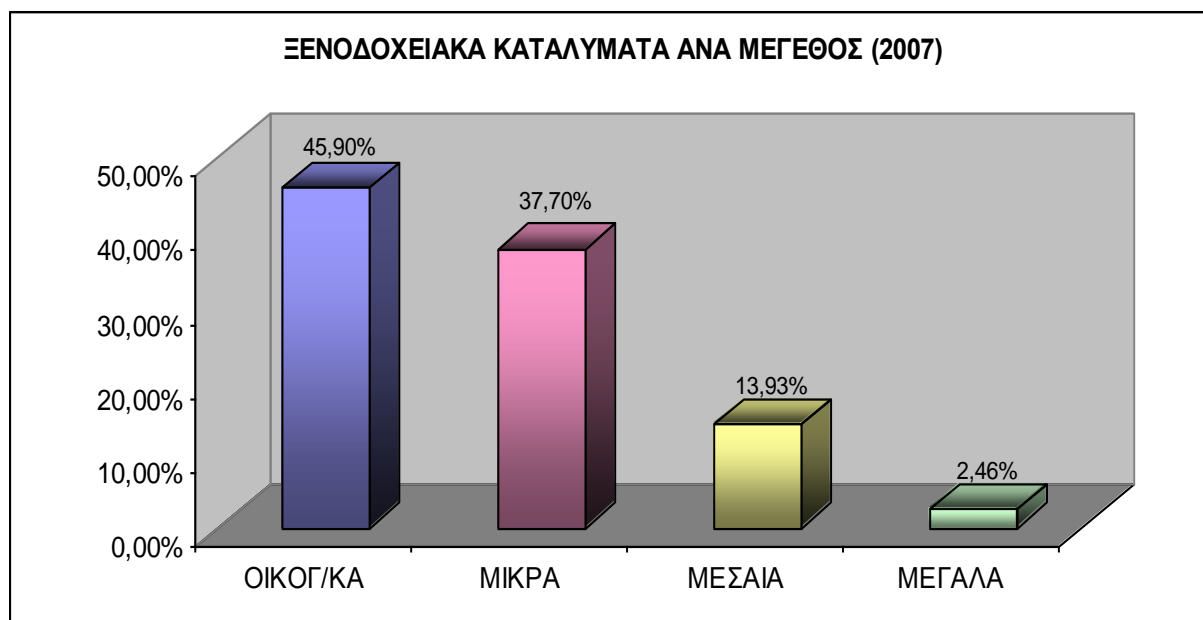
**Πηγή:** ΕΟΤ – Δ/ση Τουρισμού Β. Αιγαίου

Είναι προφανές ότι σε επίπεδο ξενοδοχειακών μονάδων, τα καταλύματα Β' και Γ' κατηγορίας που δηλώθηκαν το 2007, ξεπερνούν σε ποσοστό το 86% των συνολικών δηλωθέντων καταλυμάτων. Πιο αναλυτικά στην εν λόγω χρονική περίοδο δηλώθηκαν συνολικά 122 ξενοδοχειακές μονάδες. Σε απόλυτους αριθμούς, 9 από αυτές ανήκαν στην Α' κατηγορία, 49 στη Β', 56 στη Γ' και οι υπόλοιπες 8 στη Δ' κατηγορία.

Σε ότι αφορά την αντίστοιχη εικόνα των δηλωθέντων κλινών, σε σύνολο 6874 κλινών, οι κλίνες Β' κατηγορίας είναι παραπάνω από τις μισές. Έπονται οι κλίνες Γ' κατηγορίας (33,46%), και ακολουθούν οι κλίνες των υπολειπόμενων κατηγοριών.

#### 5.4.2 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΑΝΑ ΜΕΓΕΘΟΣ

Γράφημα 2: Ξενοδοχειακές μονάδες ανά μέγεθος

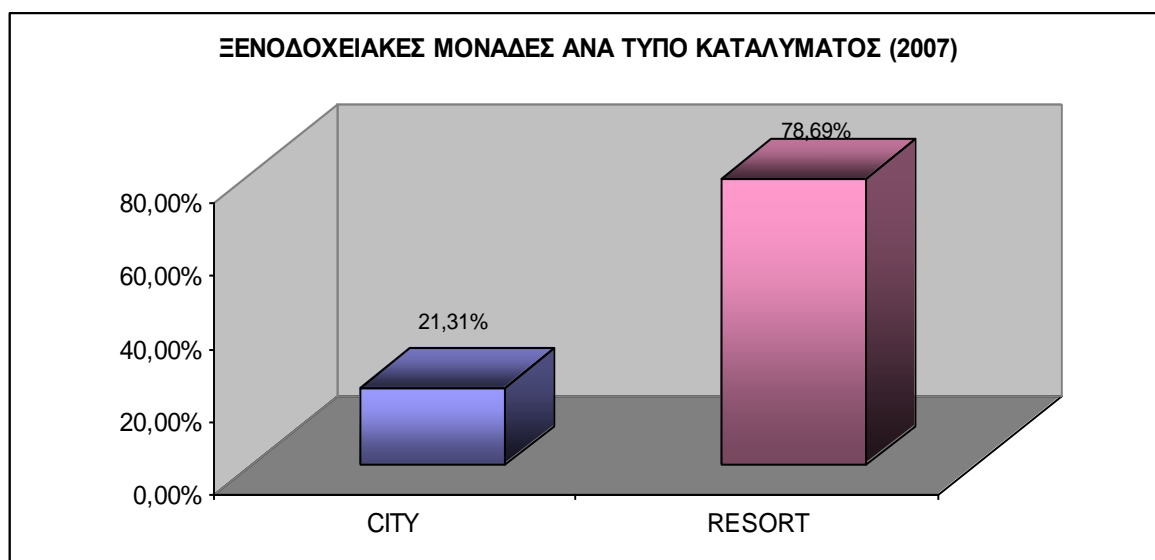


Πηγή: ΕΟΤ – Δ/ση Τουρισμού Β. Αιγαίου

Οι μισές σχεδόν, 56 σε σύνολο 122, μονάδες που δηλώθηκαν ότι λειτούργησαν το 2007 ανήκουν στην κατηγορία των Οικογενειακών μονάδων, είναι δηλαδή δυναμικότητας έως 20 δωματίων. Οι μικρές μονάδες – δυναμικότητας 21-50 δωματίων - συνολικά ήταν 46. Ακολουθούν οι 17 μεσαίες μονάδες (δυναμικότητας 51-100 δωματίων), ενώ οι μεγάλες μονάδες ήταν μόνο 3 (101 δωμάτια και άνω).

#### 5.4.3 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΑΝΑ ΤΥΠΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ

Γράφημα 3: Ξενοδοχειακές μονάδες ανά τύπο καταλύματος

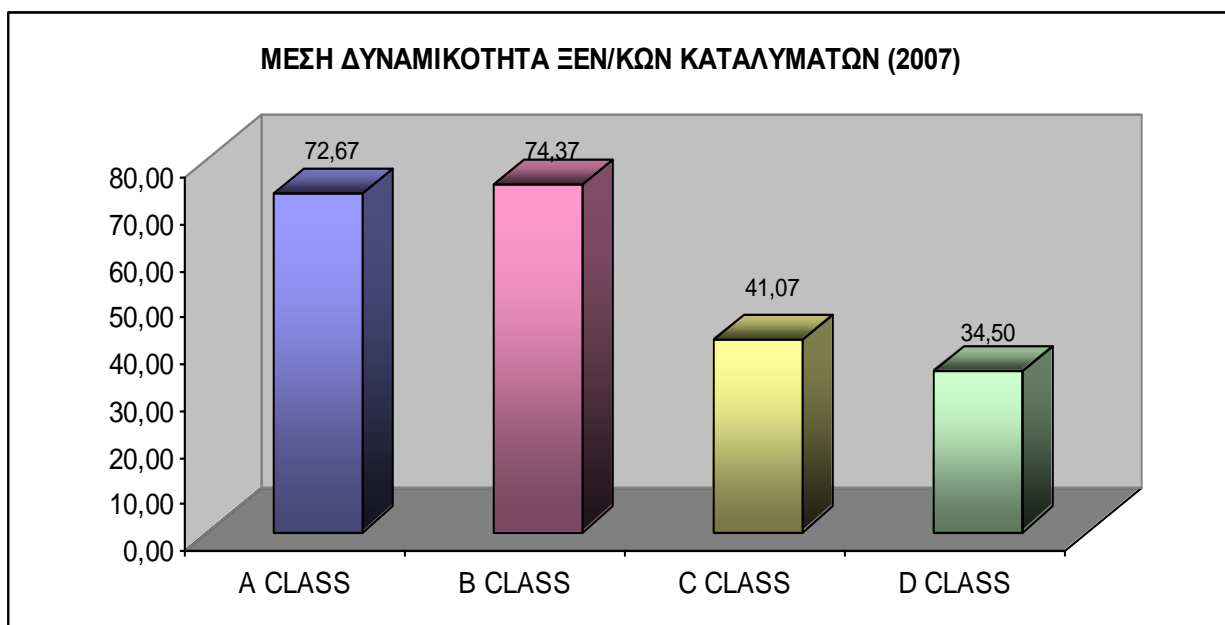


**Πηγή:** ΕΟΤ – Δ/ση Τουρισμού Β. Αιγαίου

Ο τύπος των μονάδων είναι φυσικό να επηρεάζεται άμεσα από το είδος του τουρισμού που υπάρχει στην αντίστοιχη περιοχή όπου δραστηριοποιείται η μονάδα. Τα αστικά ξενοδοχεία είναι εκείνα που δραστηριοποιούνται εντός ή πλησίον των αστικών κέντρων και λειτουργούν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Αντίθετα τα ξενοδοχεία τύπου resort δραστηριοποιούνται κυρίως στις τουριστικές περιοχές και η περίοδος λειτουργίας τους είναι συνήθως εποχική. Στην περίπτωση της Λέσβου τα αστικά ξενοδοχεία αφορούν τις 26 από τις 122 μονάδες. Τα ξενοδοχεία αυτά είτε βρίσκονται εντός του αστικού διαμερίσματος της Μυτιλήνης, είτε στα προάστια της πόλης, αλλά και σε όμορους με το δήμο Μυτιλήνης, πρώην καποδιστριακούς δήμους. Η μεγάλη πλειοψηφία των μονάδων δραστηριοποιείται σε περιοχές του νησιού όπου υπάρχει τουριστική δραστηριότητα κατά την εαρινή και θερινή περίοδο. Η περίοδος λειτουργίας των καταλυμάτων resort κυμαίνεται κυρίως μεταξύ 6 και 8 μηνών.

#### **5.4.4 ΜΕΣΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ**

**Γράφημα 4: Μέση δυναμικότητα ξενοδοχειακών μονάδων**



**Πηγή:** ΕΟΤ – Δ/ση Τουρισμού Β. Αιγαίου

Οι ξενοδοχειακές μονάδες των δύο υψηλότερων κατηγοριών είναι και αυτές που έχουν και τον υψηλότερο δείκτη δυναμικότητας σε κλίνες. Συγκεκριμένα οι μονάδες Α' Κατηγορίας έχουν μέση δυναμικότητα 72,67 κλίνες ανά μονάδα. Αντίστοιχα η μέση δυναμικότητα των μονάδων Β' Κατηγορίας διαμορφώθηκε στις 74,37 κλίνες ανά μονάδα. Έπονται αρκετά χαμηλότερα οι μονάδες Γ' Κατηγορίας με μέση δυναμικότητα 41,07 κλίνες ανά κατάλυμα και ακολουθούν τα ξενοδοχεία Δ' κατηγορίας με μέση δυναμικότητα 34,50 κλίνες ανά κατάλυμα.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup>**

### **ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ**

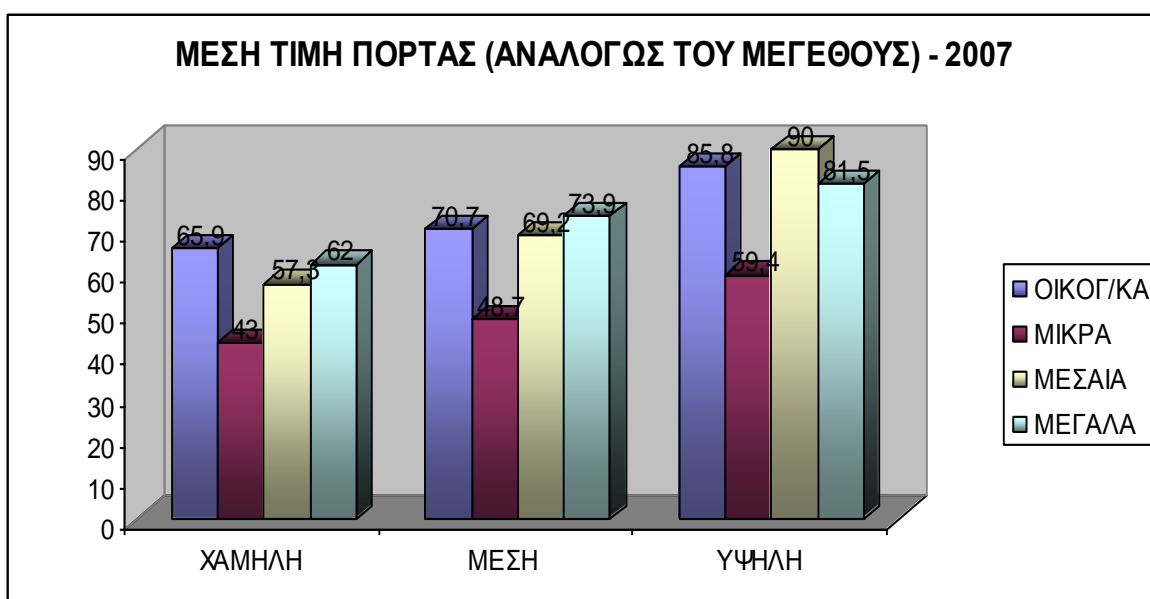
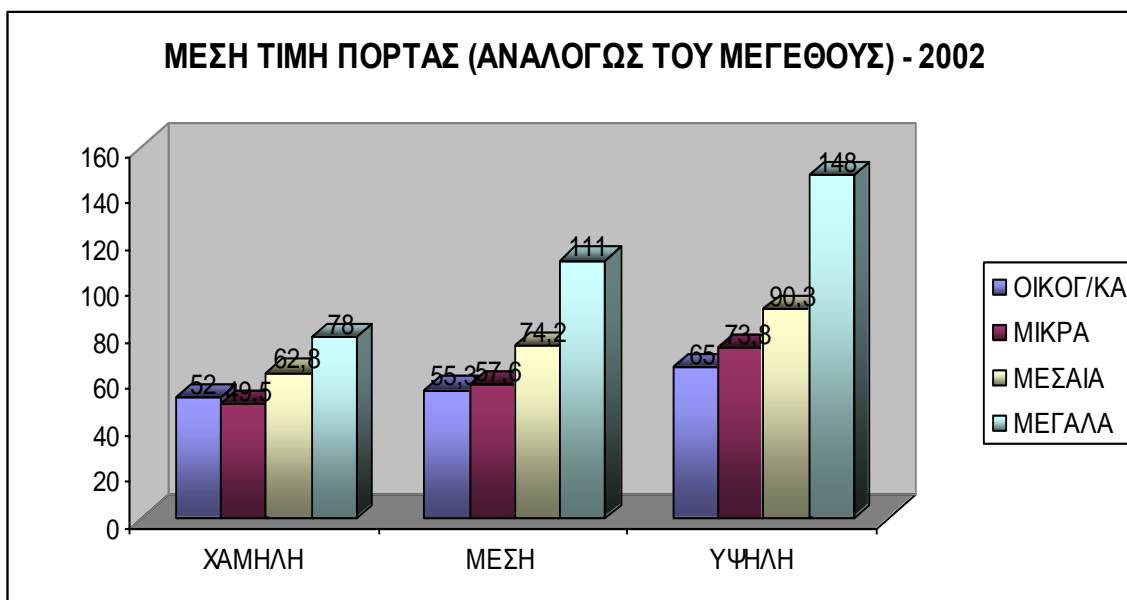
#### **6.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Το πρώτο και σημαντικότερο ίσως κεφάλαιο ανάλυσης των αποτελεσμάτων της έρευνας αφορά στην οικονομική αποδοτικότητα των ξενοδοχειακών μονάδων της Λέσβου. Η σημαντικότητα του κεφαλαίου αυτού έγκειται στο γεγονός – όπως άλλωστε έχει τονιστεί και σε προηγούμενο κεφάλαιο - ότι η οικονομική αποδοτικότητα της επιχείρησης είναι αναγκαία για την περαιτέρω βιωσιμότητά της και για τη συνέχιση της δραστηριότητάς της. Στο παρόν κεφάλαιο εξετάζονται αρχικά οι δείκτες που αφορούν σε τιμές, διανυκτερεύσεις, εκπτώσεις προς πελάτες και προμήθειες αγαθών που προέκυψαν από τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου της έρευνας. Στη συνέχεια ακολουθούν δείκτες που αφορούν στα έσοδα των ξενοδοχειακών μονάδων και την κατανομή των εξόδων τους, όπως προκύπτουν από τη συλλογή των οριστικών ισοζυγίων για τα έτη 2002 και 2007.

#### **6.2 ΤΙΜΕΣ, ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ, ΠΟΣΟΣΤΑ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ ΣΕ ΠΕΛΑΤΕΣ, ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΑΓΑΘΩΝ**

##### **6.2.1 ΤΙΜΕΣ ΠΟΡΤΑΣ**

**Γράφημα 1: Τιμές Πόρτας Ξενοδοχειακών Μονάδων για τα έτη 2002 και 2007 (αναλόγως του μεγέθους της μονάδας)**

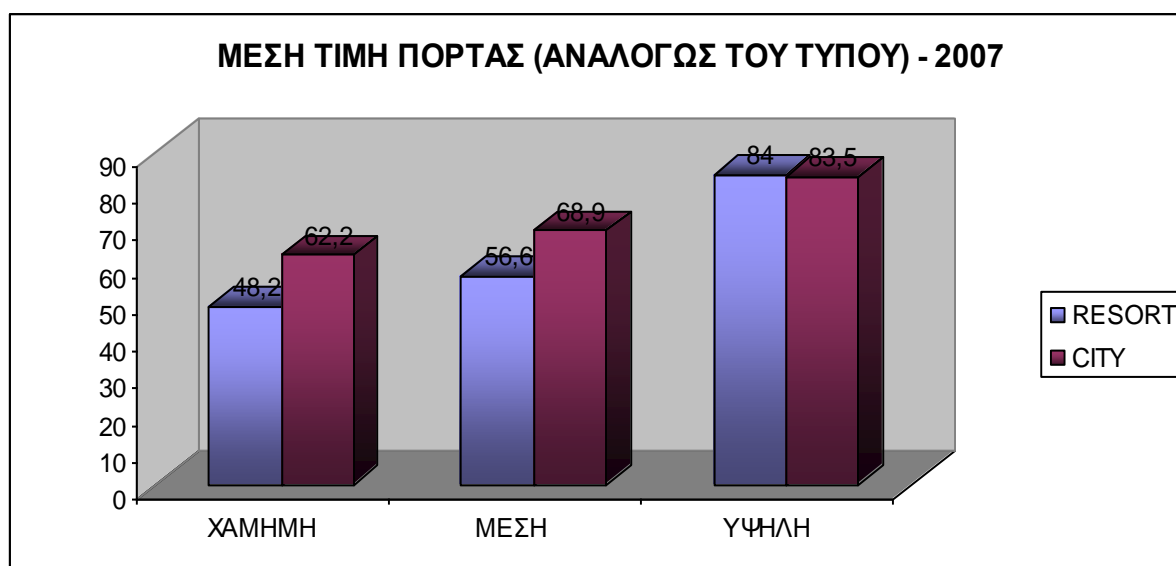
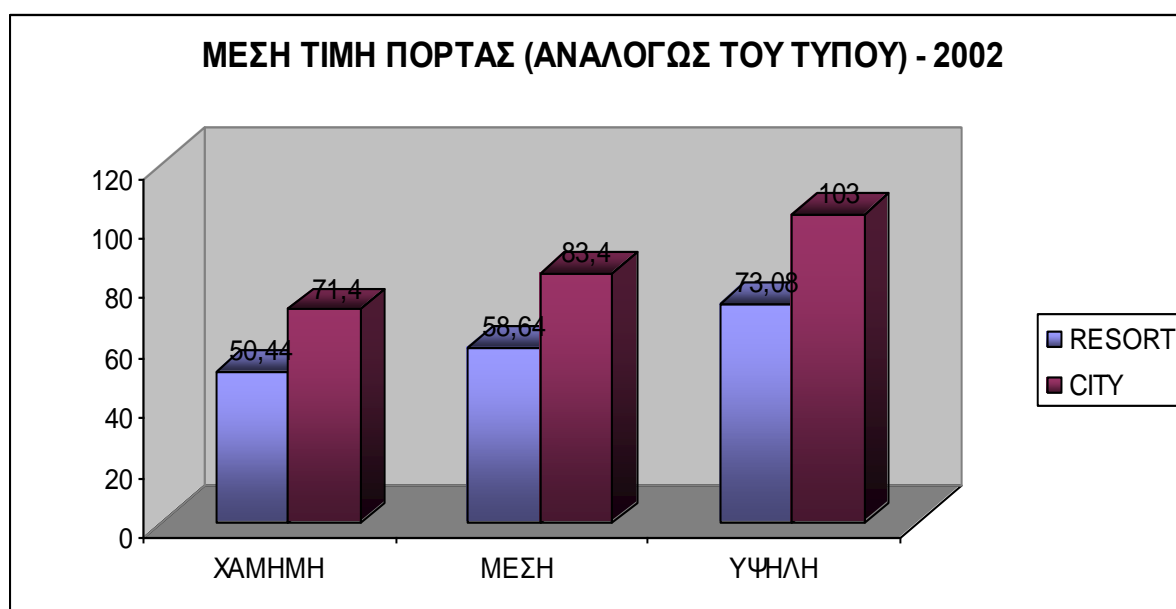


Με εξαίρεση τις τιμές Πόρτας των οικογενειακών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, το 2007 οι πραγματικές τιμές πόρτας<sup>2</sup> σε όλες τις υπόλοιπες μονάδες παρουσίασαν αισθητή μείωση. Χαρακτηριστικό είναι επίσης το γεγονός ότι το 2002 οι τιμές Πόρτας είναι συνδεδεμένες με το μέγεθος της Επιχείρησης. Όσο μεγαλύτερη είναι η μονάδα, τόσο υψηλότερη είναι και η δηλωθείσα τιμή Πόρτας. Το 2007 η εικόνα είναι αρκετά ευνοϊκότερη για τις

<sup>2</sup> Ως έτος βάσης για τη σύγκριση των οικονομικών στοιχείων των μονάδων θεωρήθηκε το 2002. Συνεπώς έχει γίνει αποπληθωριοποίηση στις τιμές του 2007, με βάση τον ετήσιο Δείκτη Τιμών Καταναλωτή για τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

οικογενειακές μονάδες, καθώς οι μειώσεις στις τιμές Πόρτας πραγματοποιήθηκαν από τις μεγαλύτερες σε μέγεθος μονάδες, όπως καταγράφεται και στο αντίστοιχο γράφημα. Οι οικογενειακές μονάδες φαίνεται, με βάση τη διακύμανση των τιμών, ότι έχουν τη δυνατότητα να «αντιστέκονται» στις όποιες πιέσεις δέχεται ο ξενοδοχειακός κλάδος σε περιπτώσεις που εκδηλώνονται κρίσεις στην τουριστική αγορά της Λέσβου.

**Γράφημα 2: Τιμές Πόρτας Ξενοδοχειακών Μονάδων για τα έτη 2002 και 2007 (αναλόγως του τύπου της μονάδας)**

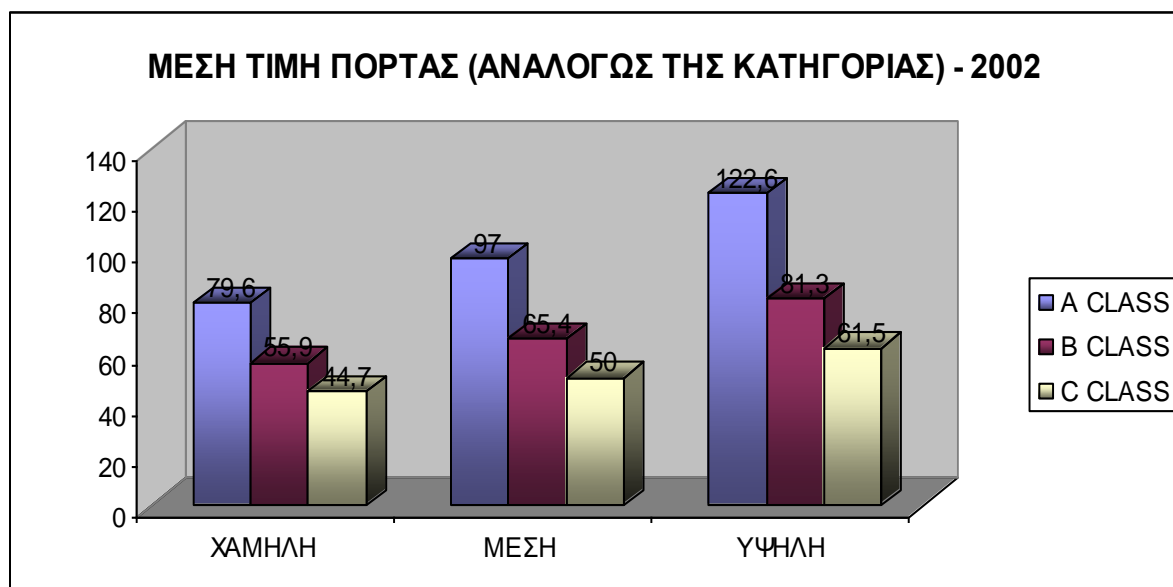


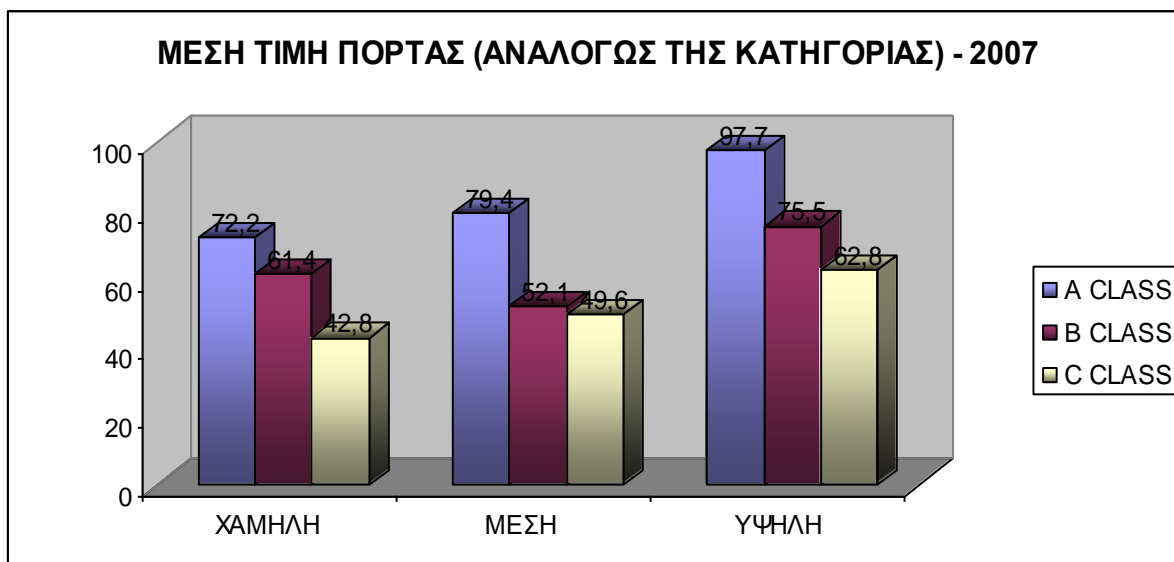
Ενδιαφέρουσα είναι η εικόνα που παρουσιάζει η πορεία των τιμών Πόρτας με βάση το κριτήριο του τύπου της μονάδας (Πόλης ή Resort). Γενικά τα



ξενοδοχεία Πόλης με μικρή εξαίρεση την μέση τιμή κατά την υψηλή περίοδο του 2007, είναι ακριβότερα σε σύγκριση με τα ξενοδοχεία τύπου Resort. Συνεπώς και στην περίπτωση του διαχωρισμού των καταλυμάτων με βάση τον τύπο τους, οι πραγματικές τιμές Πόρτας το 2007 παρουσίασαν μείωση σε σύγκριση με τις αντίστοιχες το 2002. Η μείωση είναι πολύ μεγαλύτερη, στα ξενοδοχεία Πόλης σε σύγκριση με τα Resort, καθώς τα συγκεκριμένα ξενοδοχεία αφενός διαθέτουν την ευελιξία πραγματοποίησης μεγαλύτερων εκπτώσεων δεδομένου ότι λειτουργούν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και αφετέρου έχουν υψηλότερο περιθώριο κέρδους εφόσον οι πελάτες τους είναι κυρίως μεμονωμένοι ή επαναλαμβανόμενοι.

**Γράφημα 3: Τιμές Πόρτας Ξενοδοχειακών Μονάδων για τα έτη 2002 και 2007 (αναλόγως της κατηγορίας της μονάδας)**

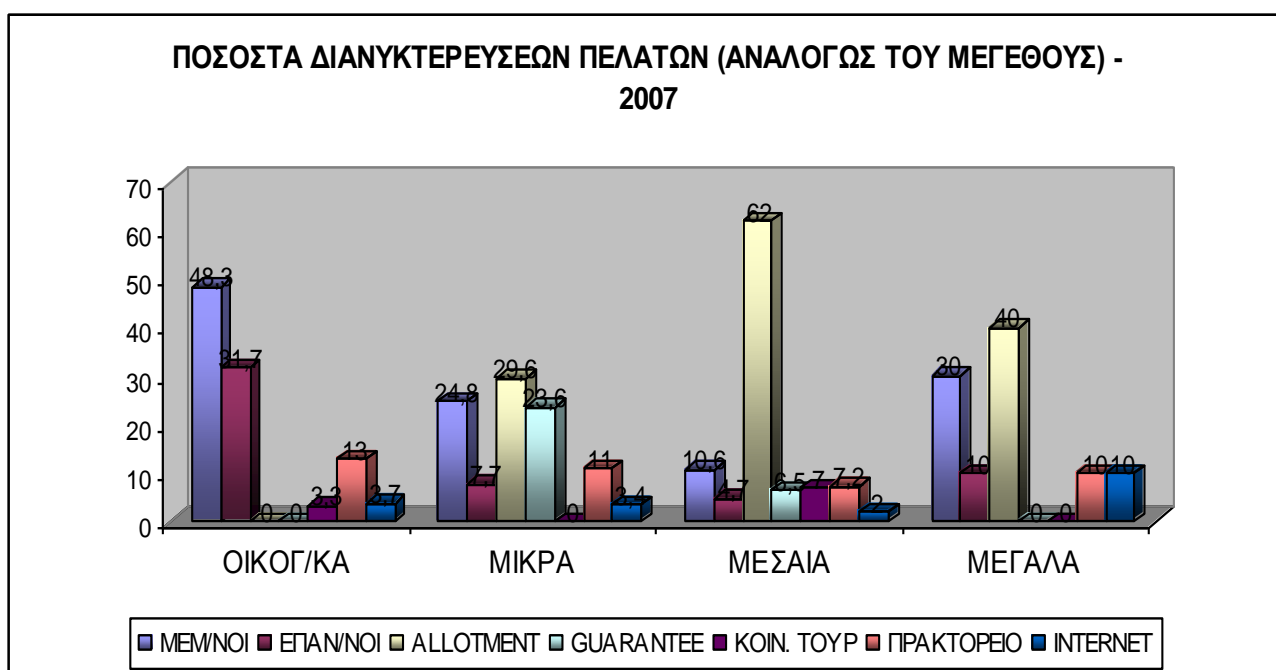
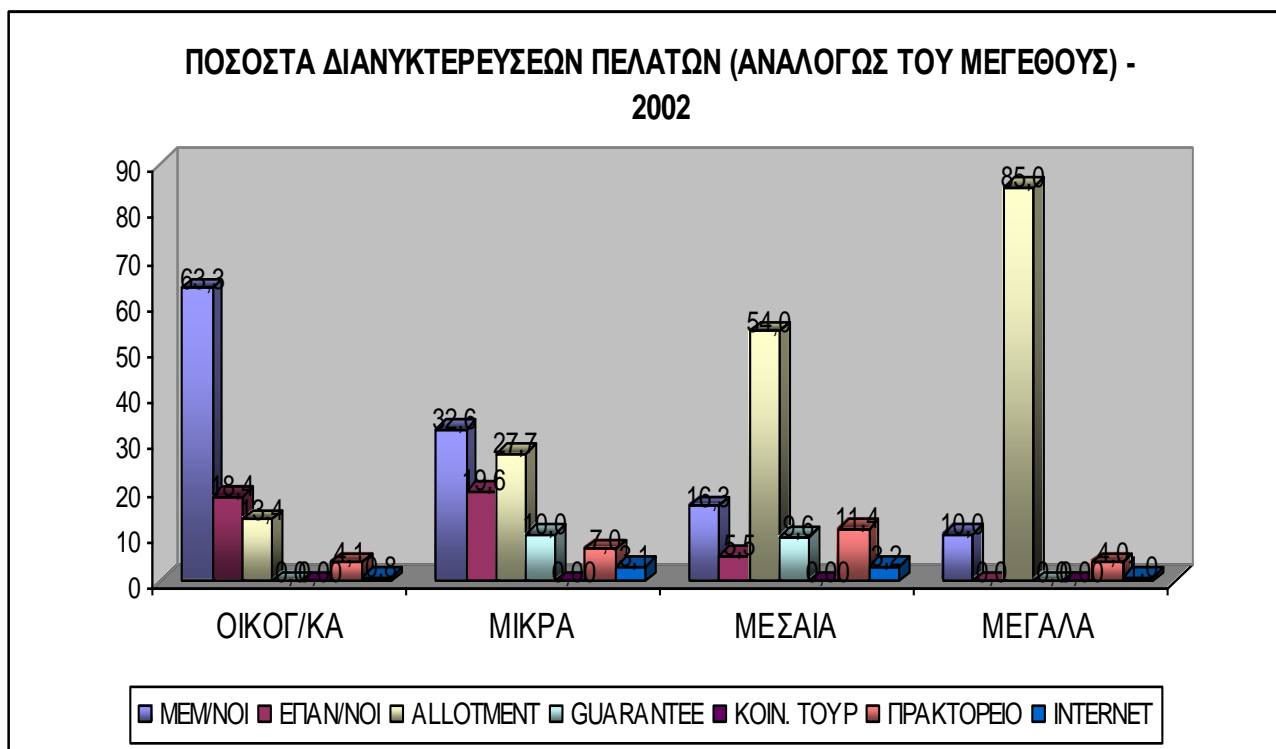




Διαυγέστερη εικόνα της διαχρονικής διαμόρφωσης των τιμών Πόρτας προκύπτει με βάση το κριτήριο του διαχωρισμού των μονάδων σε κατηγορίες. Η κατηγορία του καταλύματος είναι και το σημαντικότερο κριτήριο που επιλέγεται από τον ΕΟΤ για τη επιβολή των τιμών Πόρτας στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Όπως φαίνεται και στο αντίστοιχο γράφημα, διαχρονικά και με ελάχιστες εξαιρέσεις, οι πραγματικές τιμές Πόρτας παρουσίασαν και στην περίπτωση αυτή μείωση. Είναι σαφές ότι το ύψος των τιμών Πόρτας είναι ανάλογο της κατηγορίας του καταλύματος, ωστόσο το στοιχείο το οποίο παρουσιάζει ενδιαφέρον στην περίπτωση διαχωρισμού των καταλυμάτων βάσει της κατηγορίας τους, εντοπίζεται στη διαπίστωση ότι όσο υψηλότερη είναι η κατηγορία της μονάδας, τόσο μεγαλύτερη είναι και η διαχρονική μείωση στις τιμές Πόρτας που δηλώνει. Το γεγονός αυτό δεν είναι τυχαίο καθώς η κρίση στον τουρισμό ενώ επηρεάζει το σύνολο των μονάδων γενικά, συμπιέζει κυρίως τις τιμές των μονάδων που ανήκουν σε υψηλότερες κατηγορίες, οι οποίες προκειμένου να πετύχουν επίπεδα πληρότητας που τους εξασφαλίζουν καλύτερη οικονομική αποδοτικότητα, καταφεύγουν σε μεγαλύτερες εκπτώσεις στις τιμές Πόρτας.

## **6.2.2 ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΟΣΟΣΤΑ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ ΣΕ ΠΕΛΑΤΕΣ**

**Γράφημα 4: Ποσοστά διανυκτερεύσεων ανά τύπο πελατών, για τα έτη 2002 και 2007 (αναλόγως του μεγέθους της μονάδας)**

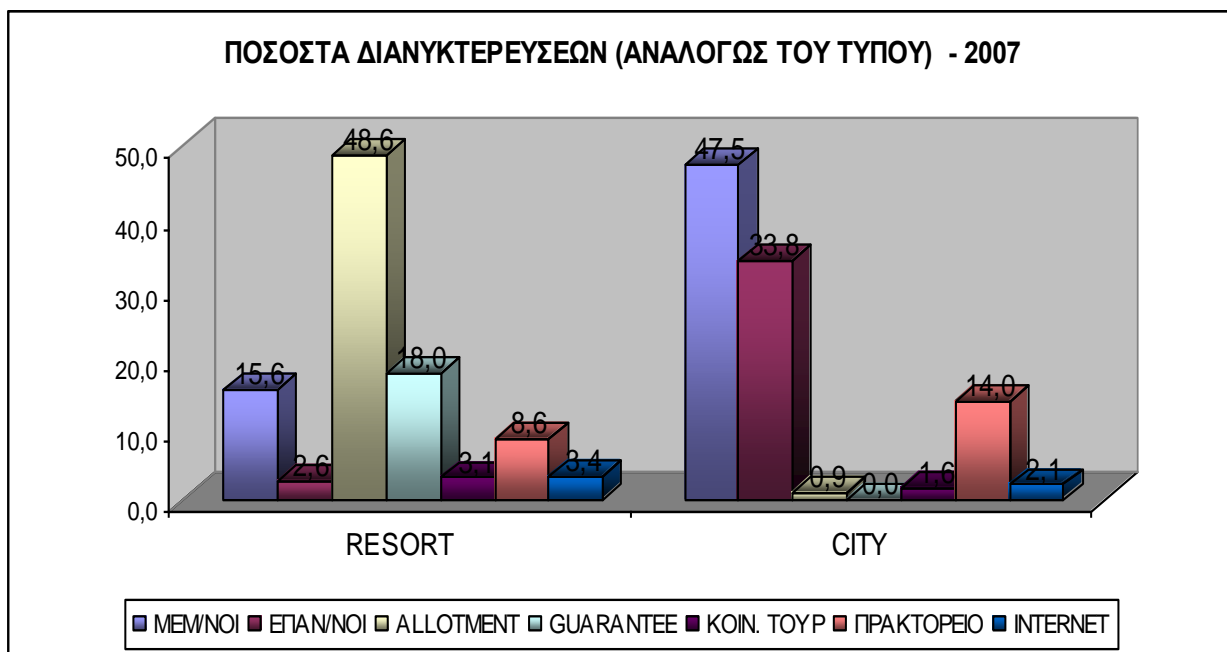
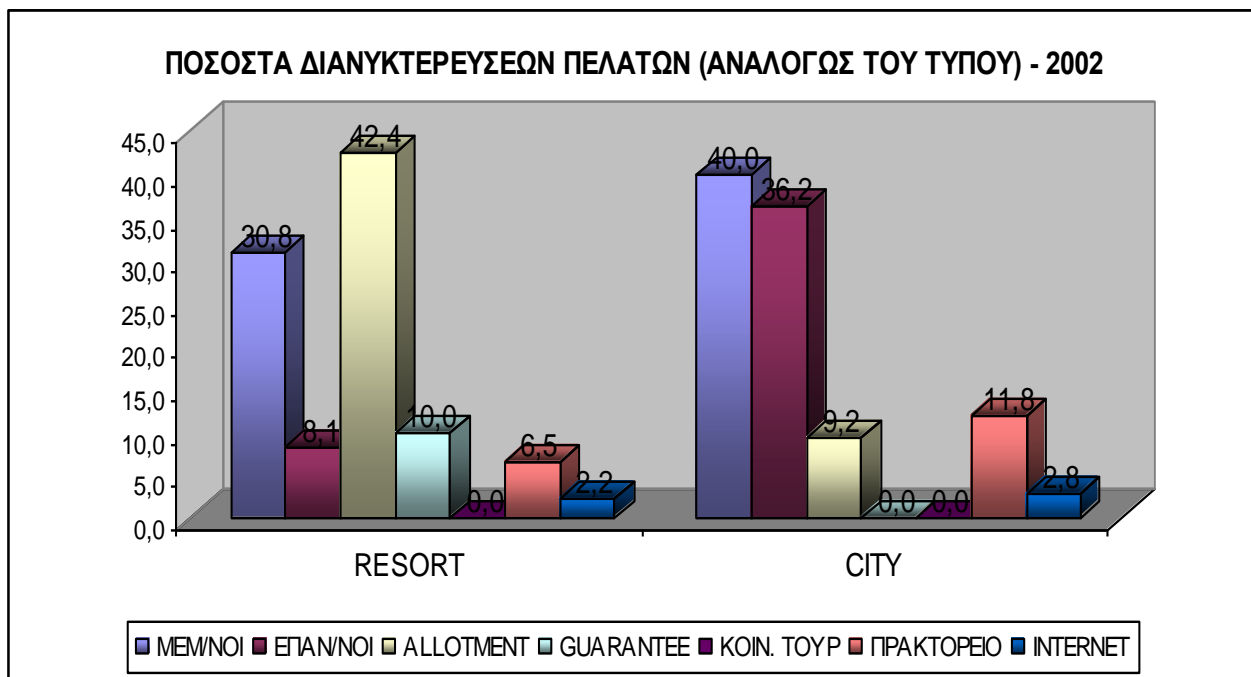


**Πίνακας 1: Ποσοστά εκπτώσεων στους πελάτες για τα έτη 2002 και 2007  
(αναλόγως του μεγέθους της μονάδας)**

<b>2002</b>	<b>ΟΙΚΟΓ/ΚΑ</b>	<b>ΜΙΚΡΑ</b>	<b>ΜΕΣΑΙΑ</b>	<b>ΜΕΓΑΛΑ</b>
<b>ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΟΙ</b>	11%	18%	18%	20%
<b>ΕΠΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΙ</b>	16%	20%	19%	20%
<b>ALLOTMENT</b>	35%	45%	45%	40%
<b>GUARANTEE</b>		70%	60%	
<b>ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>				
<b>ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ</b>	23%	24%	24%	30%
<b>INTERNET</b>	10%	15%	13%	15%
<b>2007</b>	<b>ΟΙΚΟΓ/ΚΑ</b>	<b>ΜΙΚΡΑ</b>	<b>ΜΕΣΑΙΑ</b>	<b>ΜΕΓΑΛΑ</b>
<b>ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΟΙ</b>	30%	19%	22%	10%
<b>ΕΠΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΙ</b>	35%	21%	26%	15%
<b>ALLOTMENT</b>		40%	43%	40%
<b>GUARANTEE</b>		60%	45%	
<b>ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>	55%		45%	
<b>ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ</b>	35%	23%	24%	15%
<b>INTERNET</b>	20%	17%	21%	10%

Το μέγεθος της μονάδας σε συνδυασμό με την περίοδο δραστηριοποίησής της φαίνεται πως είναι σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει και τον τρόπο προσέλκυσης τουριστών. Λόγω του πλήθους των κλινών τους, οι μεσαίες και μεγάλες μονάδες απορροφούν την πλειονότητα των εισερχόμενων στη Λέσβο τουριστών μέσω συμβολαίων. Αντίθετα οι μικρές, αλλά κυρίως οι οικογενειακές μονάδες λειτουργούν κατά βάση με μεμονωμένους ή επαναλαμβανόμενους πελάτες. Η εξασφάλιση επαναλαμβανομένων ή και μεμονωμένων πελατών, όπως φαίνεται και στον αντίστοιχο πίνακα, είναι αρκετά ευνοϊκή για τις επιχειρήσεις, δεδομένου ότι έχουν τη δυνατότητα να πωλήσουν τα δωμάτιά τους σε τιμές αρκετά υψηλότερες σε σχέση με τις μονάδες που η πελατεία τους προέρχεται μέσω συμβολαίων.

**Γράφημα 5: Ποσοστά διανυκτερεύσεων ανά τύπο πελατών για τα έτη 2002 και 2007 (αναλόγως του τύπου της μονάδας)**

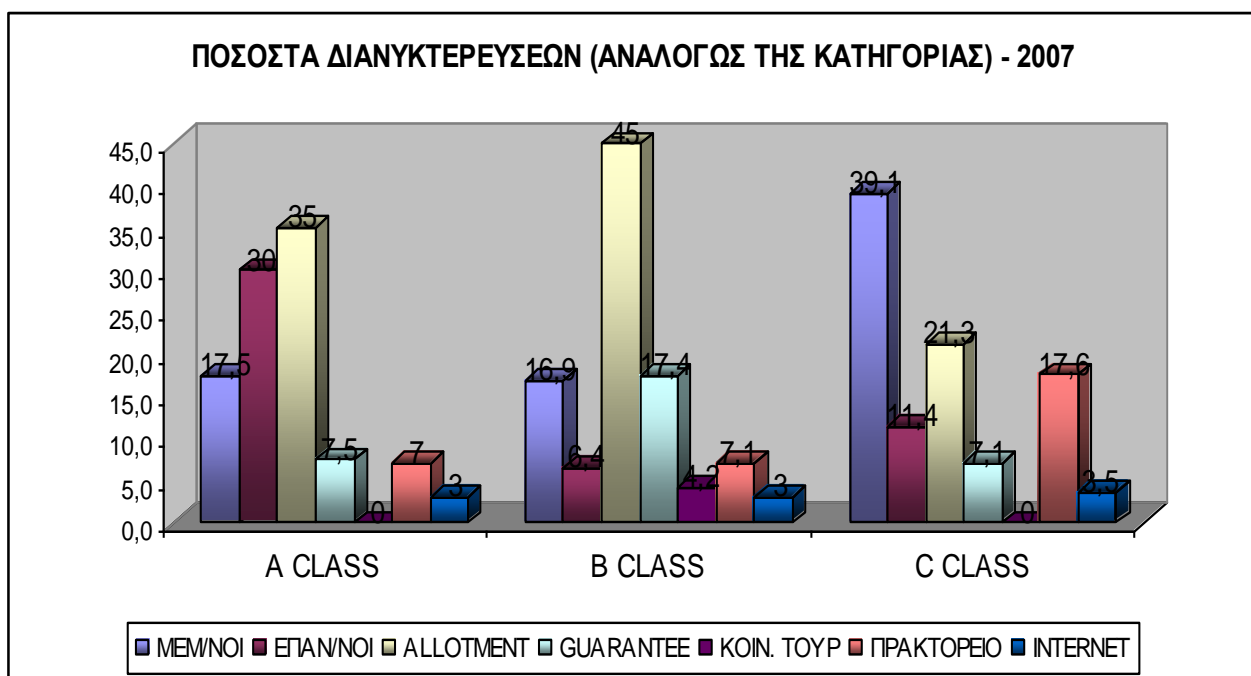
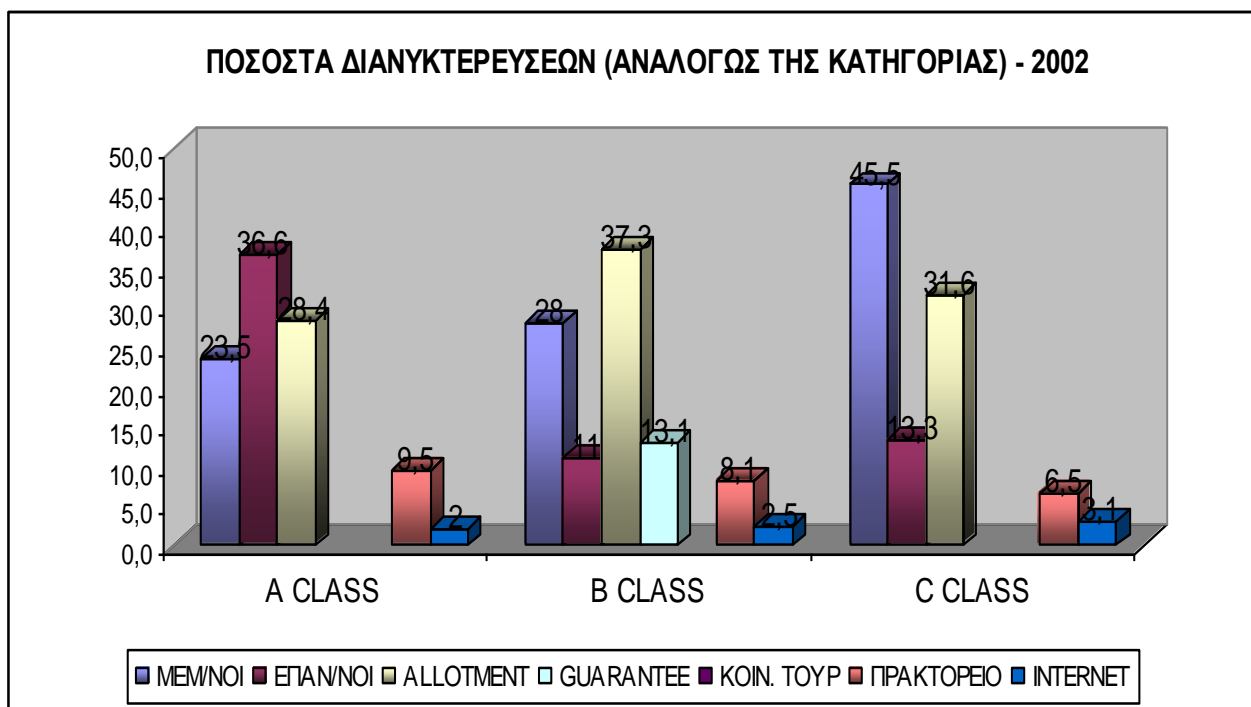


**Πίνακας 2: Ποσοστά εκπτώσεων στους πελάτες για τα έτη 2002 και 2007 (αναλόγως του τύπου της μονάδας)**

<b>2002</b>	<b>RESORT</b>	<b>CITY</b>
<b>ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΟΙ</b>	16,4%	18,5%
<b>ΕΠΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΙ</b>	16,7%	25%
<b>ALLOTMENT</b>	45,5%	27,5%
<b>GUARANTEE</b>	64%	
<b>ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>		
<b>ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ</b>	23,3%	25%
<b>INTERNET</b>	13,6%	15%
<b>2007</b>		
<b>ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΟΙ</b>	18,6%	28,3%
<b>ΕΠΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΙ</b>	20,7%	35%
<b>ALLOTMENT</b>	40,5%	40%
<b>GUARANTEE</b>	51,7%	
<b>ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>	45%	55%
<b>ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ</b>	22,2%	30%
<b>INTERNET</b>	18,5%	18,3%

Ο τύπος της μονάδας (Ξενοδοχείο Πόλης ή Ξενοδοχείο Resort) είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει καθοριστικά την οικονομική βιωσιμότητα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Στις δύο εξεταζόμενες χρονικές περιόδους τα ξενοδοχεία Πόλης λειτούργησαν σε μεγάλο ποσοστό με μεμονωμένους και επαναλαμβανόμενους πελάτες, γεγονός που τους απέφερε υψηλότερα κατά κεφαλή έσοδα σε σχέση με τις ξενοδοχειακές μονάδες εποχικής λειτουργίας. Οι οικονομικές εισροές των ξενοδοχείων Resort προέρχονται, και μάλιστα σε πιο έντονο βαθμό το 2007, από συμβόλαια (κυρίως τύπου Allotment), γεγονός που επηρεάζει αρνητικά τη ροή των εσόδων τους σε σχέση με τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις Πόλης.

**Γράφημα 6: Ποσοστά διανυκτερεύσεων ανά τύπο πελατών, για τα έτη 2002 και 2007 (αναλόγως της κατηγορίας της μονάδας)**



**Πίνακας 3: Ποσοστά εκπτώσεων στους πελάτες για τα έτη 2002 και 2007 (αναλόγως της κατηγορίας της μονάδας)**

<b>2002</b>	<b>A CLASS</b>	<b>B CLASS</b>	<b>C CLASS</b>
ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΟΙ	18,3%	16%	15%
ΕΠΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΙ	25%	18%	16,1%
ALLOTMENT	40%	44,6%	42,5%
GUARANTEE		64%	
ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ			
ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ	26,6%	23%	22%
INTERNET	12,5%	13,3%	16%
<b>2007</b>			
ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΟΙ	35%	19,7%	20%
ΕΠΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΙ	35%	23,2%	23,3%
ALLOTMENT	50%	41,3%	33,3%
GUARANTEE	52%	51,8%	50%
ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ		48,3%	
ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟ	42,5%	23,1%	21%
INTERNET	20%	18,4%	17,7%

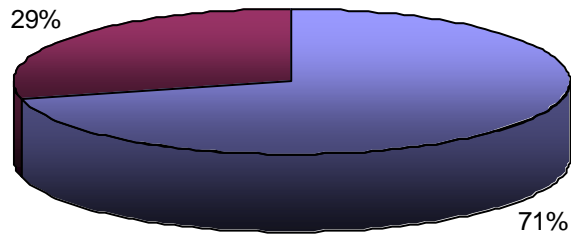
Σε ότι αφορά την κατανομή των τουριστών σε διαφορετικές κατηγορίες των ξενοδοχειακών μονάδων της Λέσβου, η κατάσταση εμφανίζεται πιο περίπλοκη, σε σχέση με τις κατηγοριοποιήσεις που προηγήθηκαν, όπως φαίνεται και στο αντίστοιχο γράφημα. Ειδικότερα, διαφαίνεται μια τάση προσέλκυσης τουριστών μέσω συμβολαίων κυρίως από τις υψηλότερες σε κατηγορία μονάδες. Αυτό ταυτίζεται απόλυτα και με τη γενικότερη κατάσταση που επικρατεί σε εθνικό επίπεδο, όπου οι μονάδες υψηλότερων κατηγοριών φαίνεται να είναι αυτές που μείωσαν σταδιακά τις τιμές των δωματίων τους, προκειμένου να προσελκύσουν πελάτες ή ακόμα πιο συγκεκριμένα να συνάψουν με μεγαλύτερη ευκολία συμβόλαια με τους tour operators που συνεργάζονται.

### 6.2.3 ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΑΓΑΘΩΝ

**Γράφημα 7: Προμηθευτές Αγαθών για τα έτη 2002 και 2007**

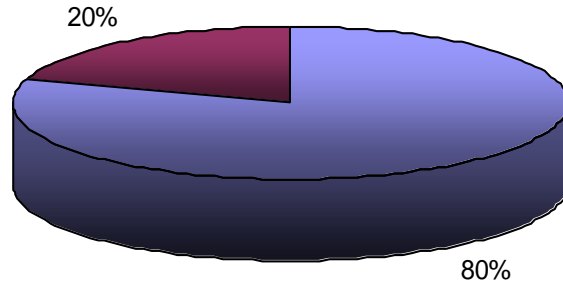


### ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΑΓΑΘΩΝ - 2002



■ ΤΟΠΙΚΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ■ ΞΕΝΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

### ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΑΓΑΘΩΝ - 2007



■ ΤΟΠΙΚΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ■ ΞΕΝΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

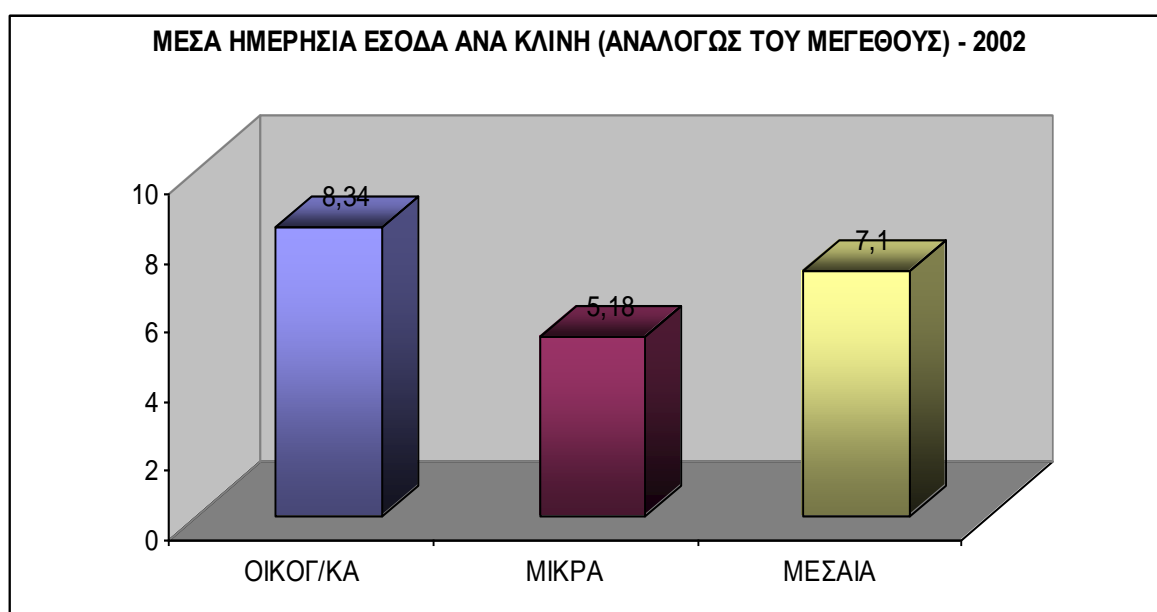
Ένα ενθαρρυντικό στοιχείο για την τοπική οικονομία και κοινωνία του νησιού είναι ότι οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Λέσβου κατά συντριπτική πλειοψηφία (80%) προτιμούν τις ντόπιες επιχειρήσεις για την προμήθεια των αγαθών τους. Είναι αρκετά σημαντικό το γεγονός ότι στον τομέα της προμήθειας τροφίμων και ποτών, η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί και προωθεί τοπικά προϊόντα, όπως ούζο, τυριά, κηπευτικά. Σε ότι αφορά άλλα αναλώσιμα προϊόντα και εξοπλισμό που δεν

παράγονται στη Λέσβο, η πλειοψηφία των ξενοδόχων, με κάποιες εξαιρέσεις, δήλωσε ότι προμηθεύεται τα είδη αυτά από τους τοπικούς αντιπροσώπους.

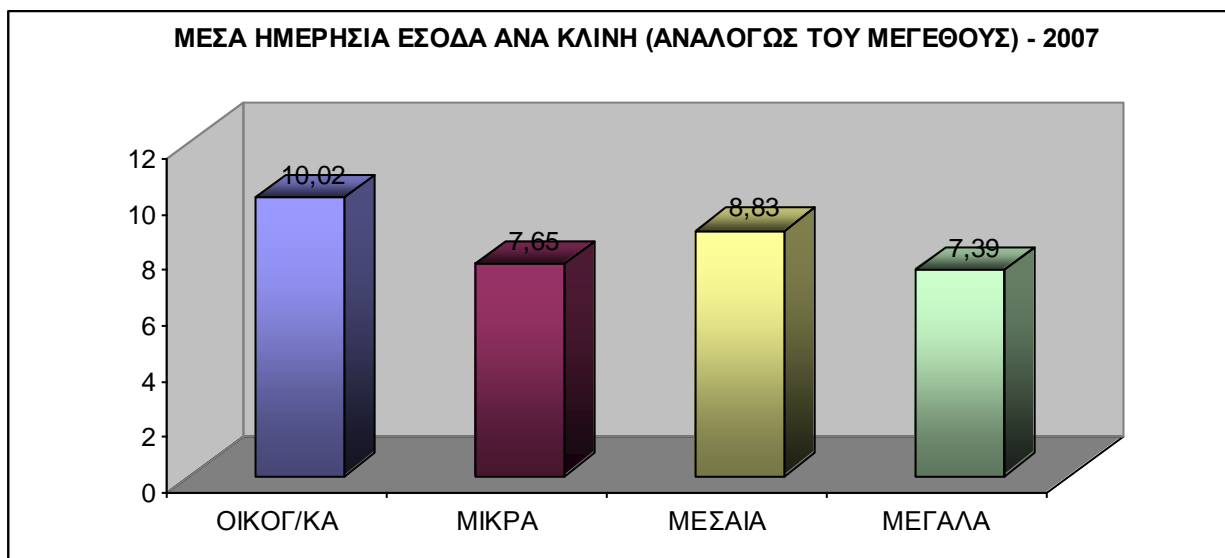
### 6.3 ΜΕΣΑ ΗΜΕΡΗΣΙΑ ΕΣΟΔΑ ΑΝΑ ΚΛΙΝΗ, ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΡΓΑΤΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ.

#### 6.3.1 ΜΕΣΑ ΗΜΕΡΗΣΙΑ ΕΣΟΔΑ ΑΝΑ ΚΛΙΝΗ<sup>3</sup>

Γράφημα 8: Μέσα Ημερήσια έσοδα ανά κλίνη για τα έτη 2002 και 2007 (αναλόγως του μεγέθους της μονάδας)

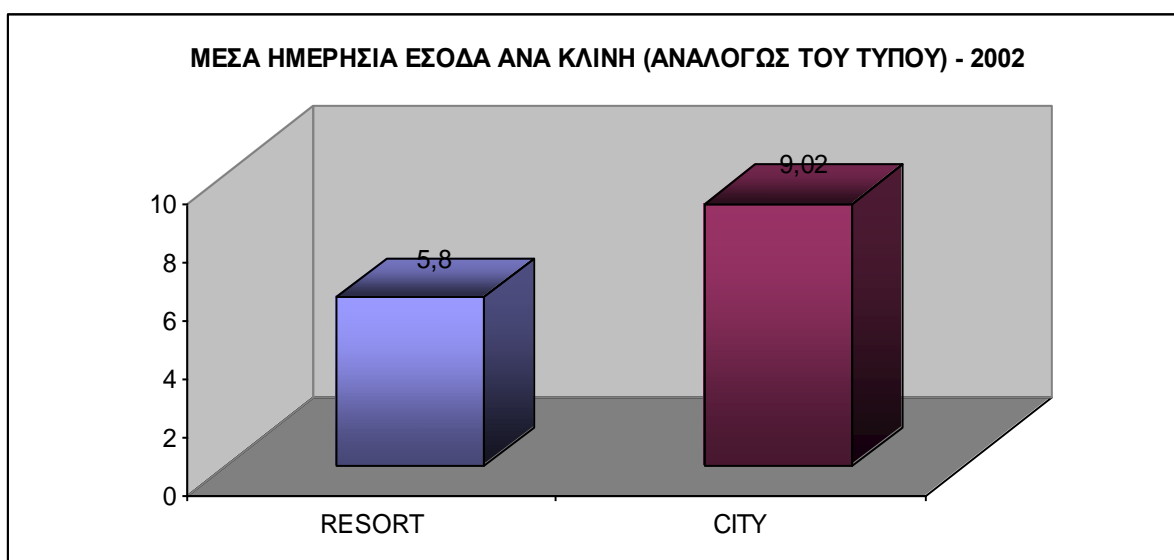


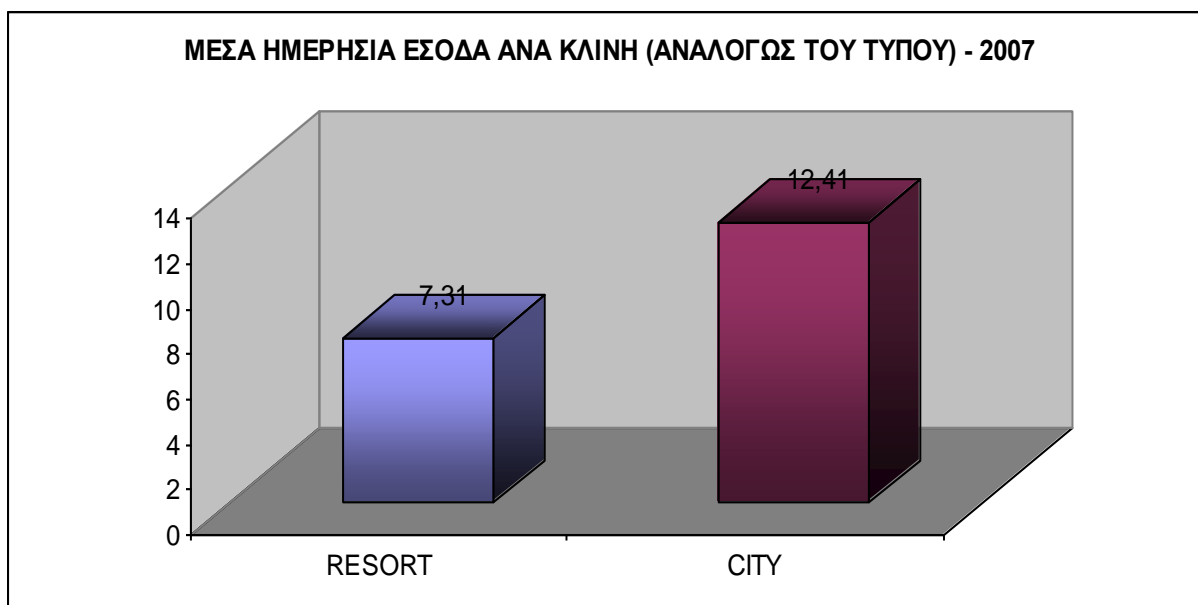
<sup>3</sup> Και στον παρόν δείκτη ως έτος βάσης για τη σύγκριση των οικονομικών στοιχείων των μονάδων θεωρήθηκε το 2002. Συνεπώς έχει γίνει αποπληθωριοποίηση στις τιμές του 2007, με βάση τον ετήσιο Δείκτη Τιμών Καταναλωτή για τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.



Τόσο το 2002 όσο και το 2007 οι Οικογενειακές Μονάδες εμφάνισαν υψηλότερα ημερήσια έσοδα ανά κλίνη σε σύγκριση με τις υπόλοιπες ξενοδοχειακές μονάδες. Ακολούθησαν οι μεσαίες μονάδες και έπονται οι μικρές και μεγάλες μονάδες, όπως παρουσιάζεται στο αντίστοιχο γράφημα. Η γενικότερη ροή των εσόδων ανά κλίνη ανεξάρτητα του μεγέθους των ξενοδοχειακών μονάδων εμφανίζεται βελτιωμένη το 2007 σε σύγκριση με την αντίστοιχη εικόνα του 2002.

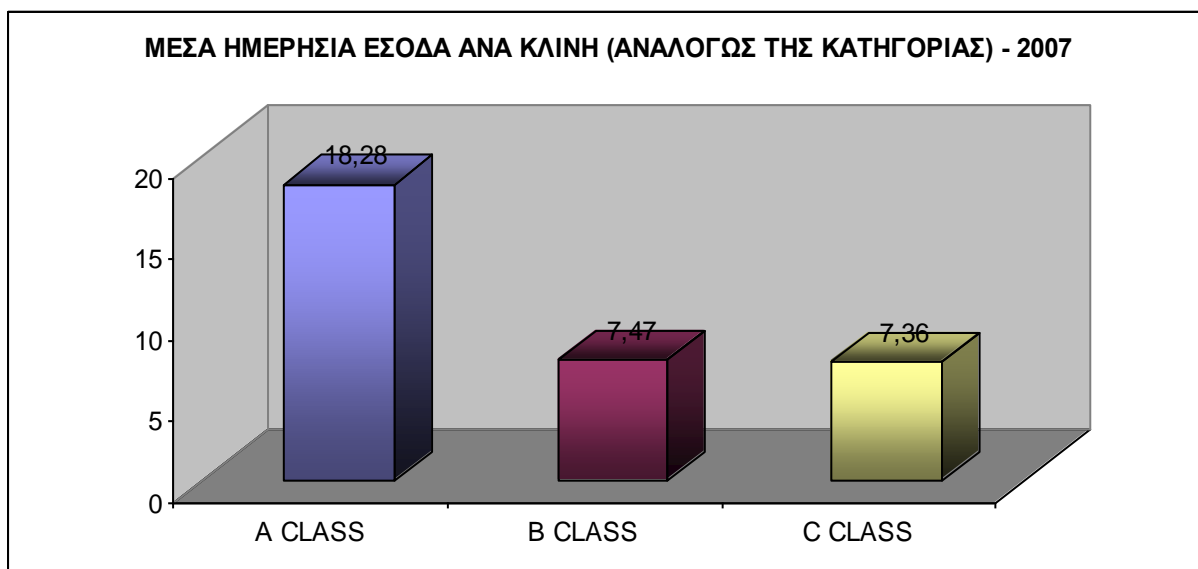
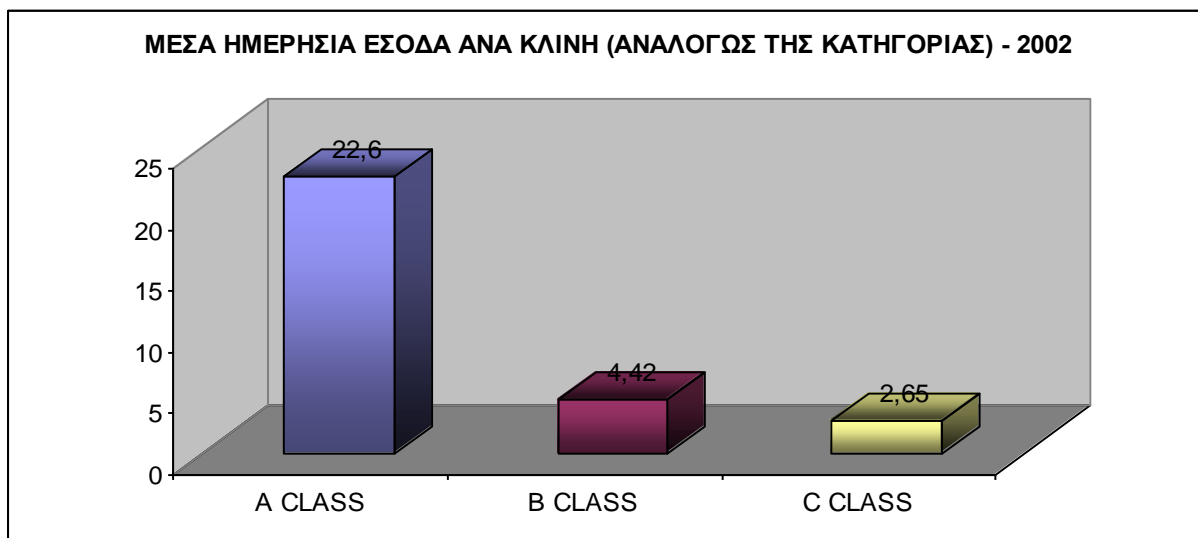
**Γράφημα 9: Μέσα Ημερήσια έσοδα ανά κλίνη για τα έτη 2002 και 2007 (αναλόγως του τύπου της μονάδας)**





Η περίοδος λειτουργίας του καταλύματος εμφανίζεται να είναι και ο καταλυτικός παράγοντας διαμόρφωσης των μέσων ημερησίων εσόδων ανά κλίνη. Είναι προφανές, όπως καταδεικνύεται και στο παραπάνω γράφημα, ότι τα ξενοδοχεία πόλης έχουν ημερήσια έσοδα κατά περίπου 60%-70% υψηλότερα σε σύγκριση με τα ξενοδοχεία τύπου Resort. Διαχρονικά - και βάσει του διαχωρισμού των μονάδων αναλόγως της περιόδου λειτουργίας τους – διαφαίνεται βελτίωση της εικόνας στη ροή των μέσων ημερησίων εσόδων ανά κλίνη.

**Γράφημα 10: Μέσα Ημερήσια έσοδα ανά κλίνη για τα έτη 2002 και 2007 (αναλόγως της κατηγορίας της μονάδας)**

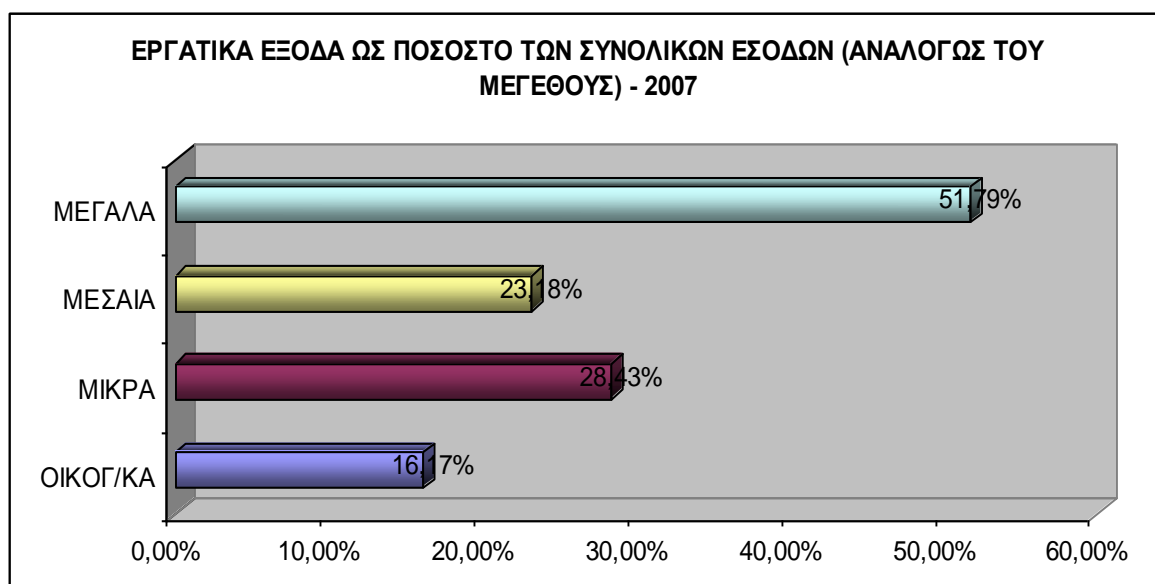
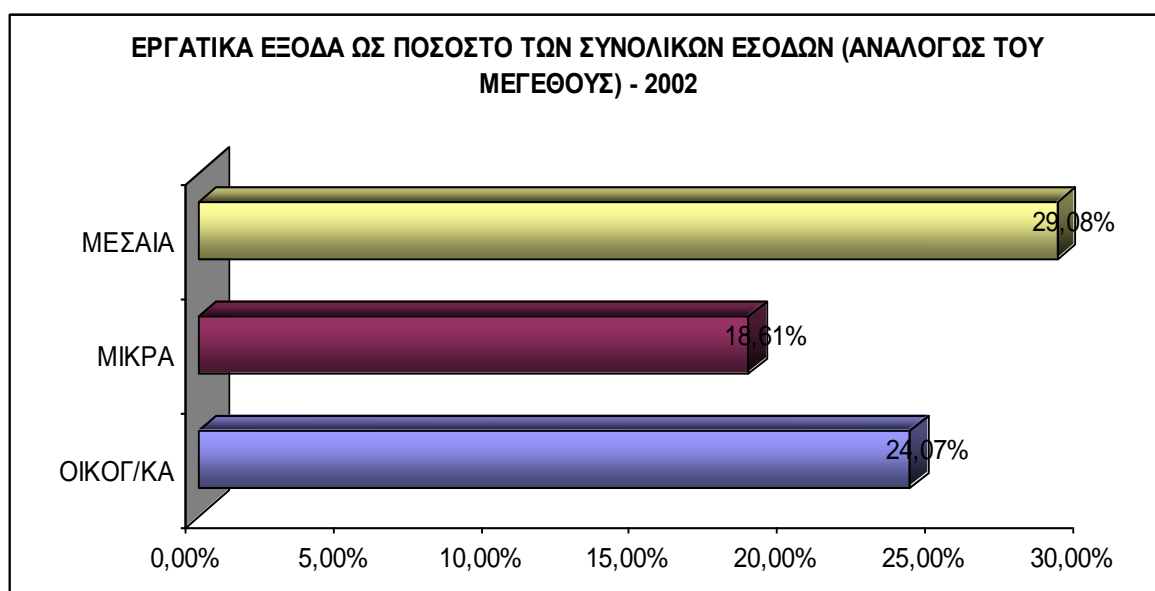


Όπως προκύπτει από την ανάλυση των στοιχείων, όσο υψηλότερη είναι η κατηγορία του καταλύματος τόσο μεγαλύτερα είναι και τα ημερήσια έσοδα του ανά κλίνη. Οι μονάδες Α' Κατηγορίας υπερέχουν αρκετά στη ροή των ημερησίων εσόδων σε σύγκριση με τις υπόλοιπες μονάδες, όπως φαίνεται και στο αντίστοιχο γράφημα. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφερθεί ότι για τα δεδομένα του 2002 υπάρχει κάποια επιφύλαξη ως προς την αντικειμενικότητά τους δεδομένου του περιορισμένου αριθμού των επιχειρήσεων που παραχώρησαν λογιστικά στοιχεία για το έτος αυτό σε σύγκριση με το 2007. Ωστόσο, με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία και στην περίπτωση της διάκρισης

των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων ανάλογα με την κατηγορία στην οποία ανήκουν, φαίνεται ότι το 2007 παρουσίασαν αύξηση στην ημερήσια ροή των εσόδων τους σε σχέση με το 2002.

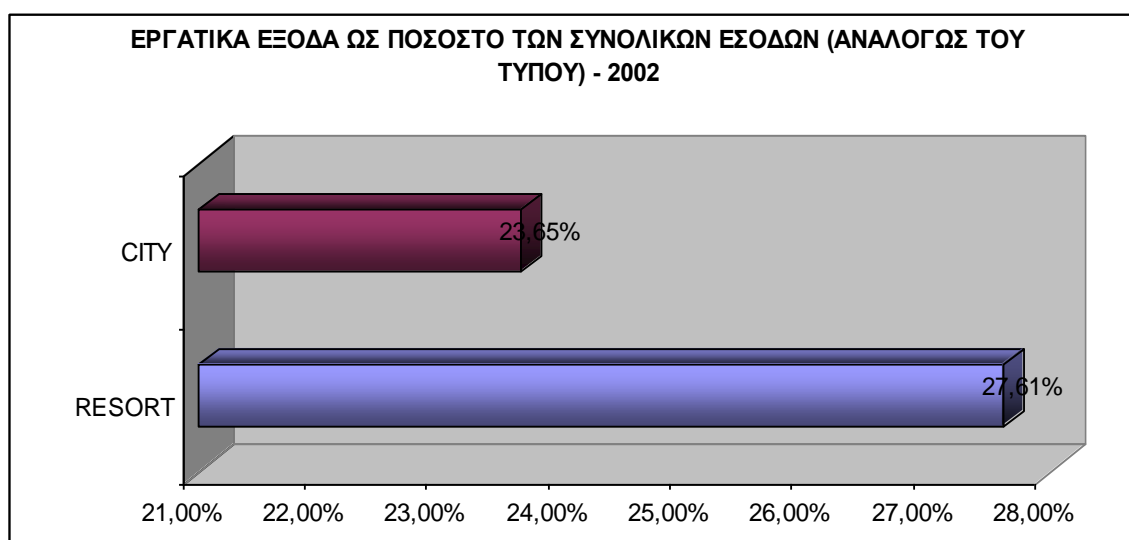
### 6.3.2 ΕΡΓΑΤΙΚΑ ΕΞΟΔΑ ΩΣ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΕΣΟΔΩΝ

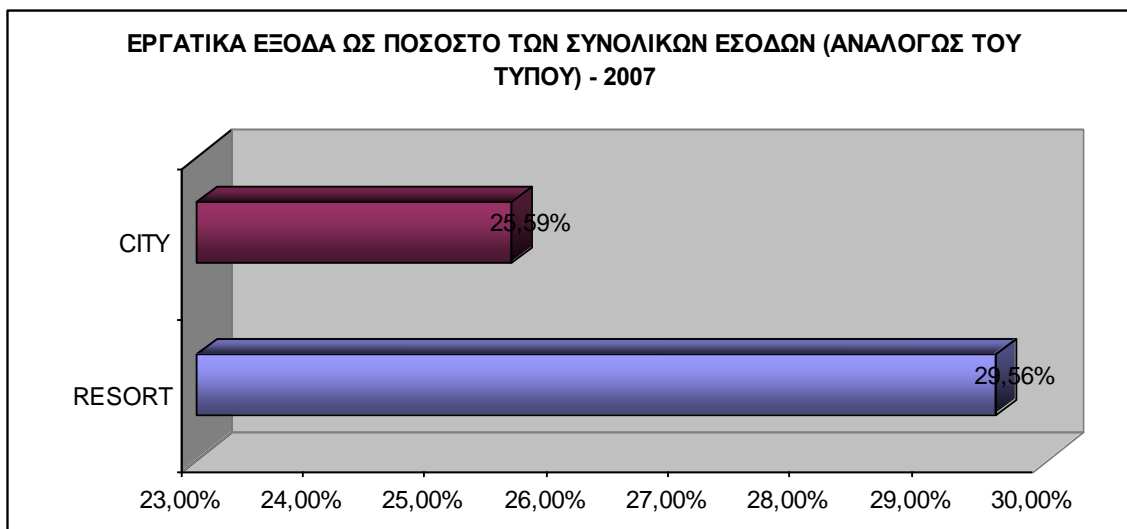
Γράφημα 11: Εργατικά έξοδα ως ποσοστό των συνολικών εσόδων, για τα έτη 2002 και 2007 (αναλόγως του μεγέθους της μονάδας)



Συγκεχυμένη είναι η εικόνα που παρουσιάζει η κατανομή των εργατικών εξόδων ανάλογα με το μέγεθος της μονάδας, τόσο με βάση το προαναφερθέν κριτήριο όσο και σε διαχρονική βάση. Η εικόνα αυτή ενδεχομένως δεν είναι αξιοπερίεργη για την εργασιακή ταυτότητα των ξενοδοχειακών μονάδων της Λέσβου (όπως και πολλών άλλων περιοχών της Ελλάδας), καθώς πέρα από το μέγεθός τους πολλές από τις μονάδες αυτές δεν παύουν να είναι εξαρτώμενες από το οικογενειακό στοιχείο. Αυτό σημαίνει ότι στις περισσότερες από αυτές υπάρχει αδήλωτη εργασία, η οποία αφορά κυρίως τα μέλη της οικογένειας που κατέχουν και την ιδιοκτησία της μονάδας.

**Γράφημα 12: Εργατικά έξοδα ως ποσοστό των συνολικών εσόδων, για τα έτη 2002 και 2007 (αναλόγως του τύπου της μονάδας)**

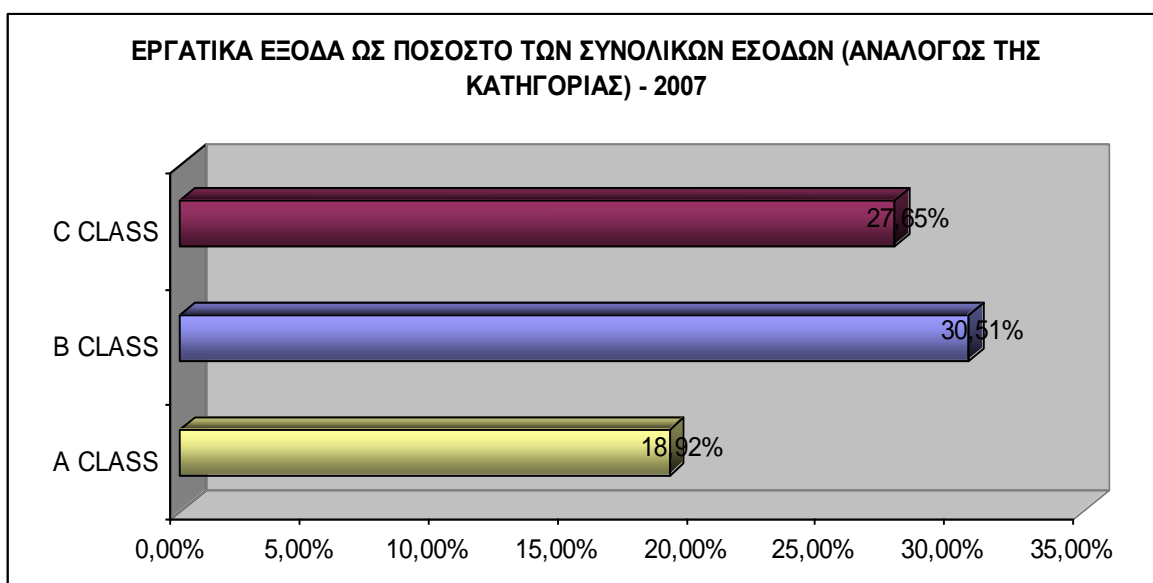
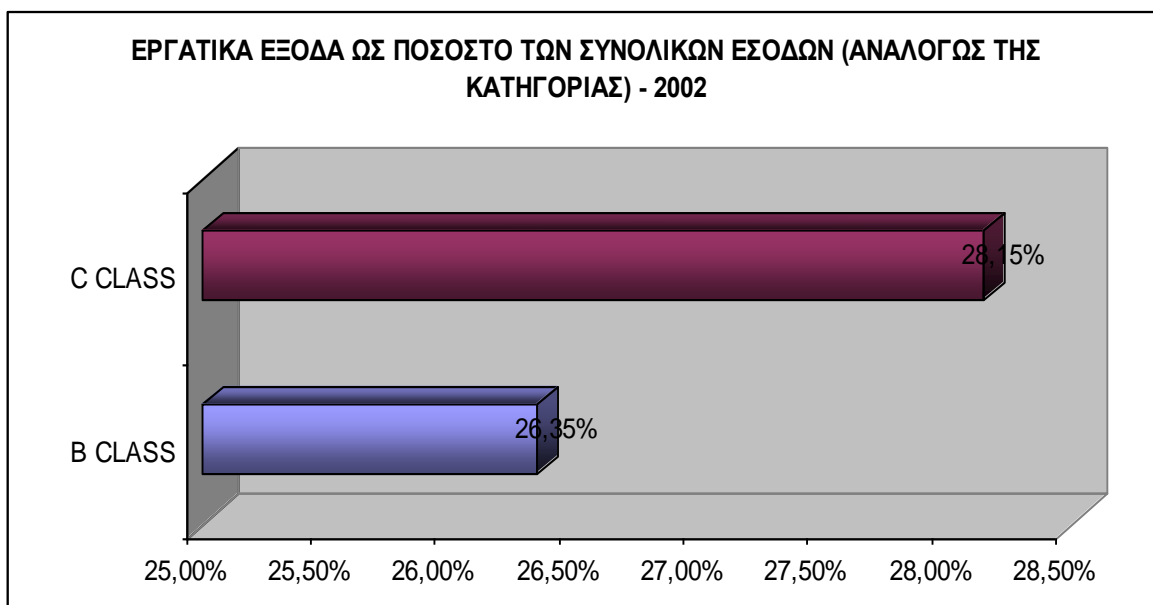




Σε ό,τι αφορά τη διάκριση των μονάδων αναλόγως του τύπου λειτουργίας τους (City, Resort), η εικόνα που διαμορφώνεται διαχρονικά είναι πιο ξεκάθαρη. Υπάρχει μικρή αύξηση του ποσοστού που καταλαμβάνουν τα εργατικά έξοδα ως προς το σύνολο των εσόδων διαχρονικά. Τα ξενοδοχεία Πόλης παρουσιάζουν ελαφρώς χαμηλότερα ποσοστά αναλογιών των εργατικών τους εξόδων ως προς το σύνολο των εσόδων. Αυτό συμβαίνει κυρίως, γιατί λειτουργούν γενικά με σταθερό προσωπικό καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και δεν παρουσιάζονται συνθήκες ζήτησης τέτοιες που να εξαναγκάζουν τα εν λόγω ξενοδοχεία να προσλάβουν αρκετούς εποχιακούς ή έκτακτους υπαλλήλους. Στα ξενοδοχεία Resort η κατάσταση είναι διαφορετική καθώς κατά τους μήνες αιχμής ενδεχομένως προσλαμβάνουν έκτακτους υπαλλήλους προκειμένου να καλύψουν τις εποχικές τους ανάγκες.

**Γράφημα 13: Εργατικά έξοδα ως ποσοστό των συνολικών εσόδων, για τα έτη 2002 και 2007 (αναλόγως της κατηγορίας της μονάδας)**





Η αναλογία των εργατικών εξόδων σε σχέση με τα συνολικά έσοδα των επιχειρήσεων ανάλογα με τη κατηγορία του καταλύματος, κυμάνθηκε για τις δύο εξεταζόμενες χρονικές περιόδους σε ποσοστά από 26%-31% για τις μονάδες Β' Κατηγορίας και γύρω στο 28% για τις μονάδες Γ' Κατηγορίας, γεγονός που δεν αναδεικνύει κάποια ουσιαστική διαφοροποίηση μεταξύ των δύο κατηγοριών. Οι μονάδες Α' κατηγορίας δεν τυγχάνουν ιδιαίτερου σχολιασμού στο συγκεκριμένο ερώτημα, δεδομένου του περιορισμένου πληθυσμού τους.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7<sup>ο</sup>**

### **ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ**

#### **7.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

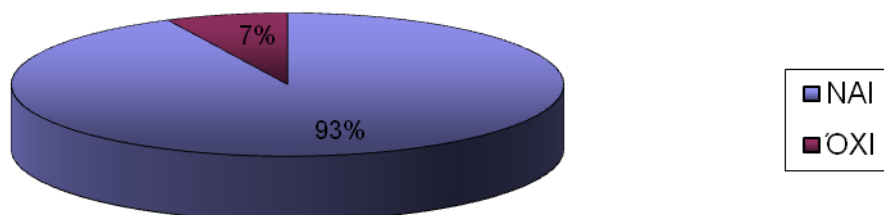
Στον παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται και αναλύονται τα αποτελέσματα της επιτόπιας έρευνας που καλύπτουν την περιβαλλοντική διάσταση της βιωσιμότητας των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων της Λέσβου. Αρχικά γίνεται ανάλυση και αποτίμηση των επενδύσεων που έχουν πραγματοποιηθεί από τις μονάδες και καταγράφεται το πιθανό ενδιαφέρον τους για τις περιβαλλοντικές διαστάσεις που μπορεί να έχει η όποια επένδυση. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα ευρήματα που σχετίζονται με θέματα εξοικονόμησης ενέργειας και προβάλλονται αναλυτικά οι πρακτικές που εφαρμόζονται από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για την προστασία του περιβάλλοντος. Τέλος αναλύονται τα ποσοτικά στοιχεία που προέκυψαν σχετικά με τις καταναλώσεις νερού εντός των μονάδων και καταγράφονται ορισμένες ποιοτικές διαστάσεις της έρευνας σε ζητήματα οικονομίας περιβάλλοντος.

#### **7.2 ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ, ΣΚΟΠΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ**

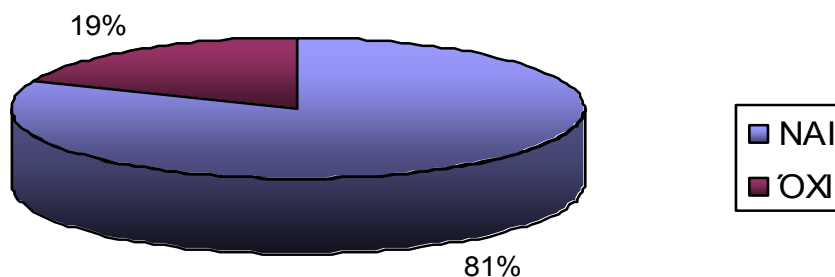
##### **7.2.1 ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ**

**Γράφημα 1: Επενδύσεις για βελτίωση ποιότητας**

### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ - 2007



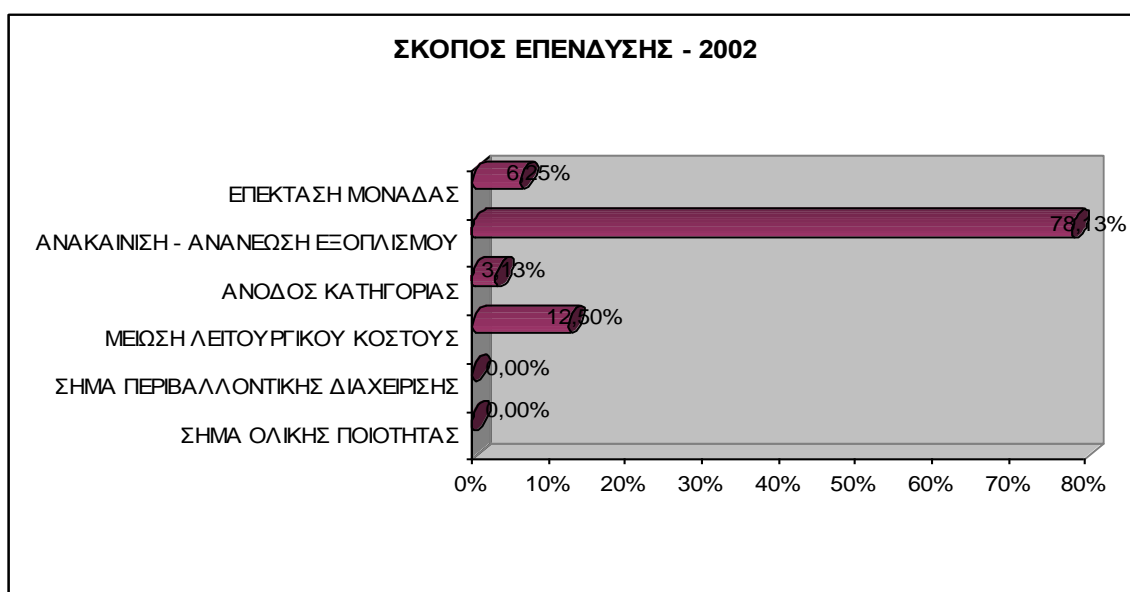
### ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ - 2002



Η συντριπτική πλειοψηφία των ξενοδοχειακών μονάδων τόσο το 2002 όσο και το 2007, δήλωσε ότι έχει προχωρήσει στην πραγματοποίηση επενδύσεων που αποσκοπούν στη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Οι επενδύσεις αυτές θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι καλύπτουν όλο το φάσμα των παρεμβάσεων που μπορούν να γίνουν σε μια μονάδα, δηλαδή από ένα απλό βάψιμο των χώρων μέχρι και ολική ανακαίνιση ή και επέκταση της μονάδας, όπως αναλύονται στην παράγραφο που ακολουθεί.

#### 7.2.2 ΣΚΟΠΟΣ ΤΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

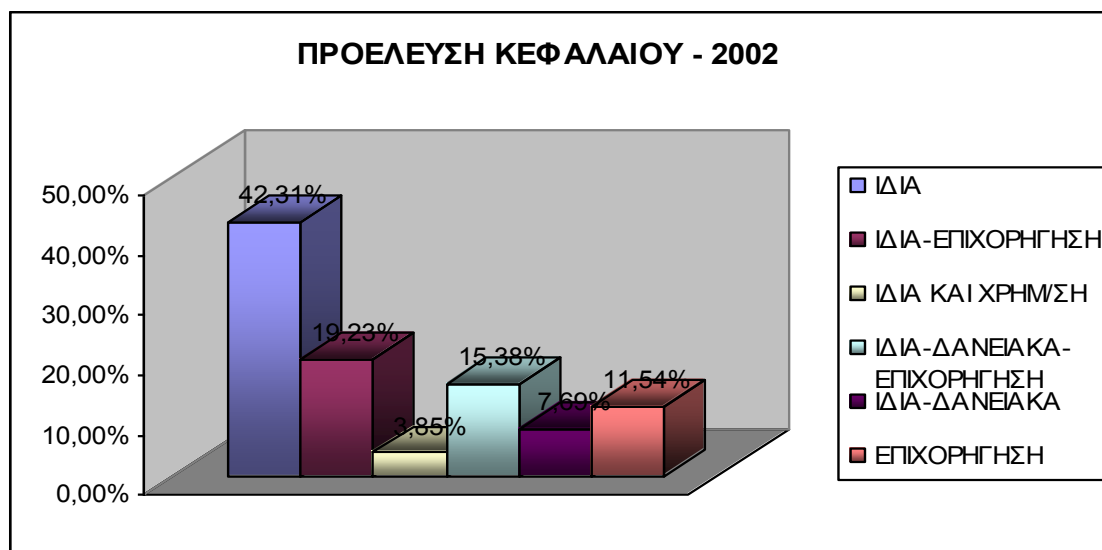
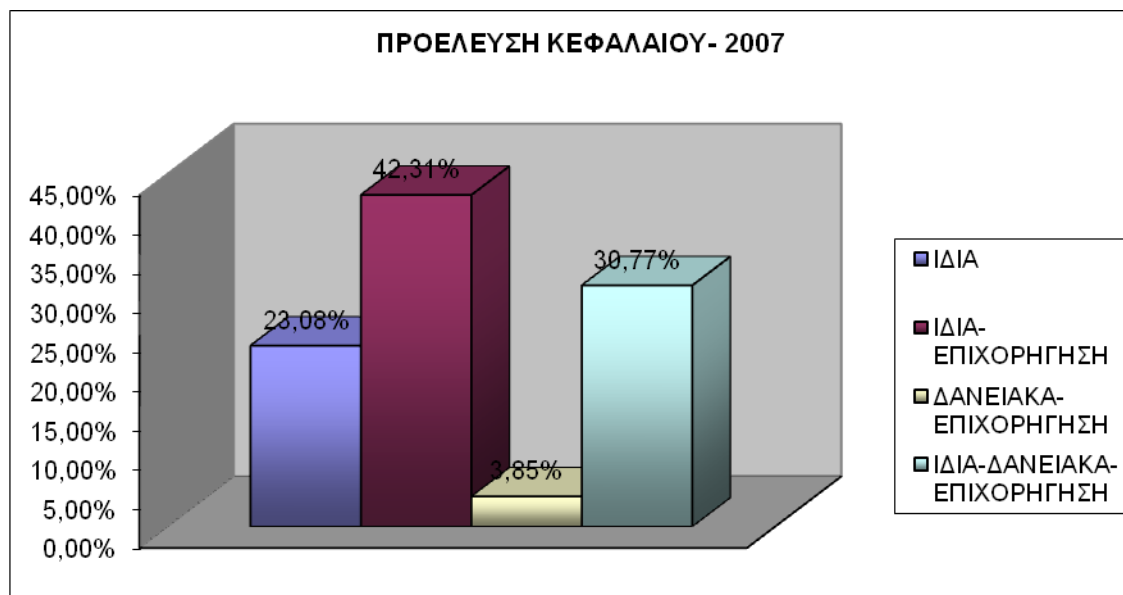
##### Γράφημα 2: Σκοπός της επένδυσης



Από τα δεδομένα που συλλέχθηκαν και για τα δύο υπό μελέτη έτη προκύπτει ότι ο κύριος σκοπός των επενδύσεων που πραγματοποιήθηκαν για τα ξενοδοχεία της Λέσβου, αφορούσε στην ανακαίνιση των μονάδων και στην ανανέωση του εξοπλισμού τους. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι ξενοδόχοι περιορίζονται κυρίως σε βραχυπρόθεσμες ή μεσοπρόθεσμες παρεμβάσεις παρά σε επενδύσεις μακροπρόθεσμου χαρακτήρα. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι καμία επένδυση δεν πραγματοποιήθηκε για κατοχύρωση κάποιου σήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης ή ολικής ποιότητας, ενώ ελάχιστες ήταν και οι επενδύσεις που αποσκοπούσαν σε άνοδο της κατηγορίας του καταλύματος.

### 7.2.3 ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ

Γράφημα 3: Προέλευση κεφαλαίων επένδυσης



Αξιοσημείωτες διαφορές υπάρχουν ως προς την πηγή άντλησης κεφαλαίων για την πραγματοποίηση των επενδύσεων κατά τις δύο χρονικές περιόδους. Το 2007 οι περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες φαίνεται να εκμεταλλεύτηκαν τις όποιες ευκαιρίες έδινε ο τότε αναπτυξιακός νόμος μαζί με τα υπόλοιπα επενδυτικά προγράμματα και συνεπώς υπήρξε κρατική χρηματοδότηση των επενδύσεών τους μέσω του τότε ισχύοντος νομοθετικού

πλαisiού. Αντίθετα, το 2002 οι περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες πραγματοποίησαν τις όποιες επενδύσεις κυρίως με Ίδια Κεφάλαια.

Παρά την αλλαγή της εικόνας μεταξύ των δύο χρονικών περιόδων θα πρέπει να επισημανθεί ότι οι περισσότεροι ξενοδόχοι διατύπωσαν την απογοήτευσή τους για τις καθυστερήσεις από την πλευρά του κράτους στη δυνατότητα άντλησης των χρηματοδοτικών κεφαλαίων που προέρχονταν από τον αναπτυξιακό νόμο. Ένα μεγάλο ποσοστό των επενδυτών ανέφερε ότι προέβη αναγκαστικά και σε τραπεζικό δανεισμό προκειμένου να καλύψει τις καθυστερήσεις στην καταβολή της χρηματοδότησης.

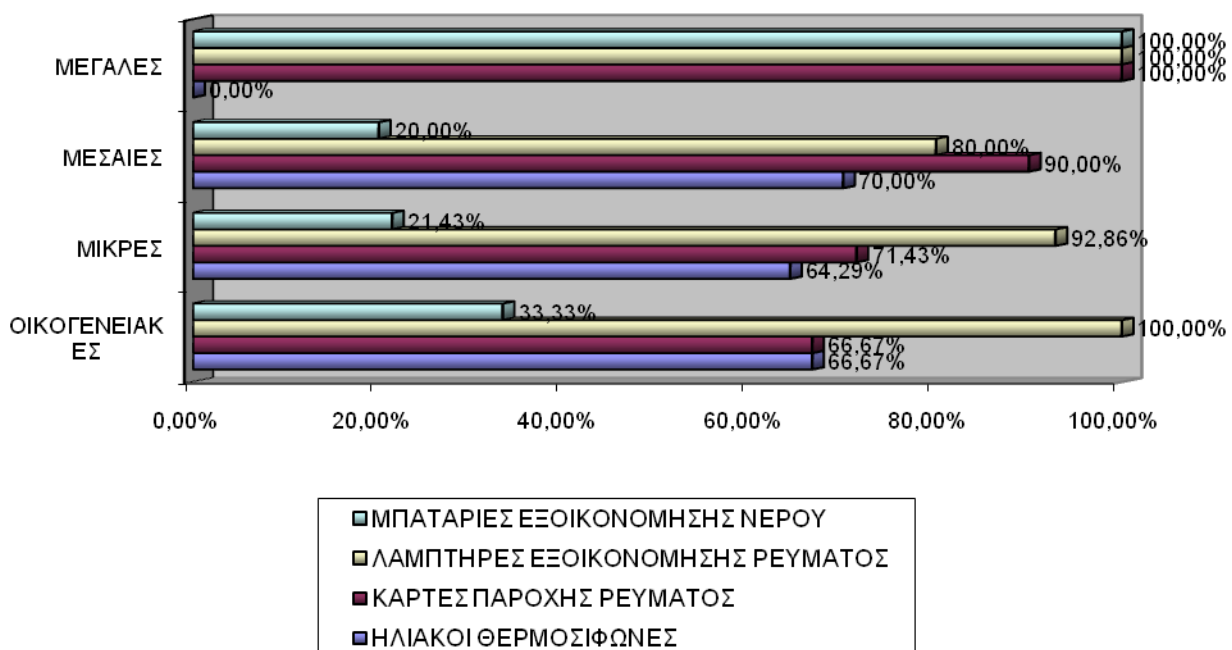
Ένα επίσης σημαντικό εύρημα που προέκυψε από τις συνεντεύξεις με τους ξενοδόχους, είναι η συχνή αναφορά στην απροθυμία των tour operators με τους οποίους συνεργάζονται να στηρίξουν οικονομικά την όποια επένδυση, παρά το γεγονός ότι για το «κλείσιμο» των συμφωνιών οι tour operators απαιτούν όλο και περισσότερες παροχές για τους πελάτες τους.

### **7.3 ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ**

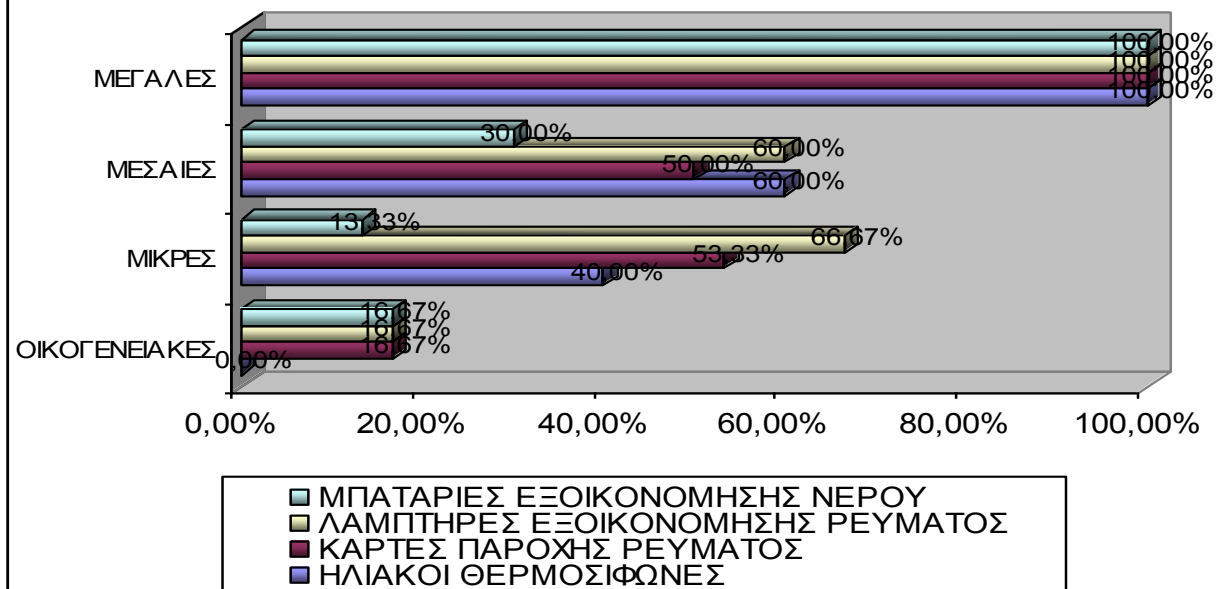
#### **7.3.1 ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ**

**Γράφημα 4: Παρεμβάσεις εξοικονόμησης ενέργειας (αναλόγως του μεγέθους της μονάδας)**

**ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ (ΑΝΑΛΟΓΩΣ ΤΟΥ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ) - 2007**



**ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ (ΑΝΑΛΟΓΩΣ ΤΟΥ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ) - 2002**



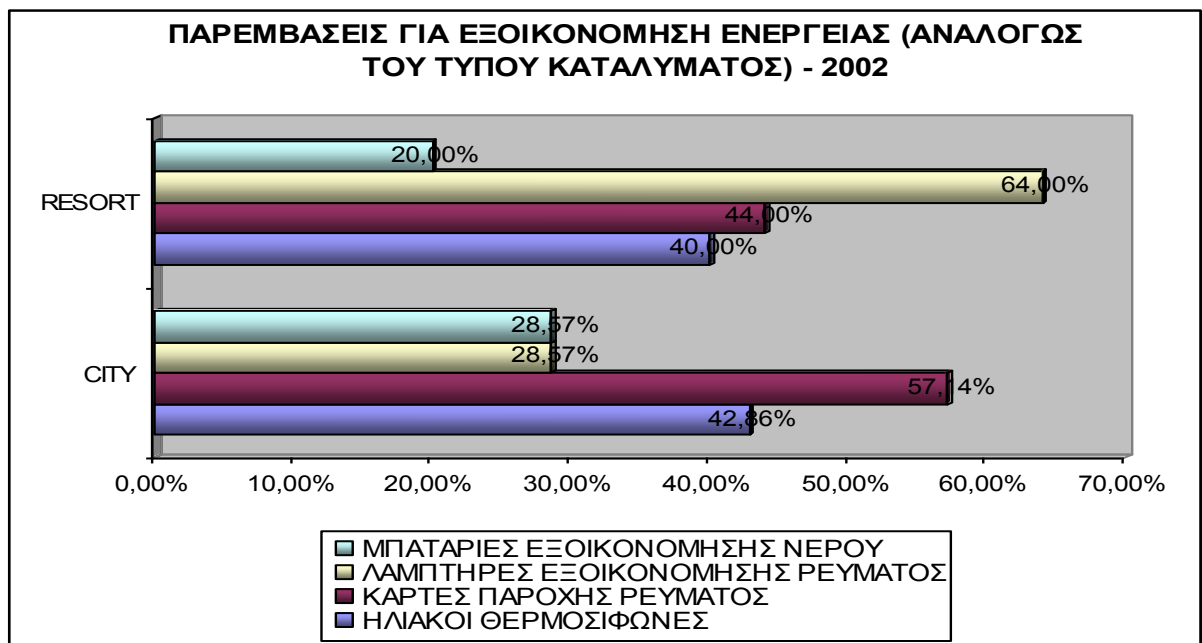
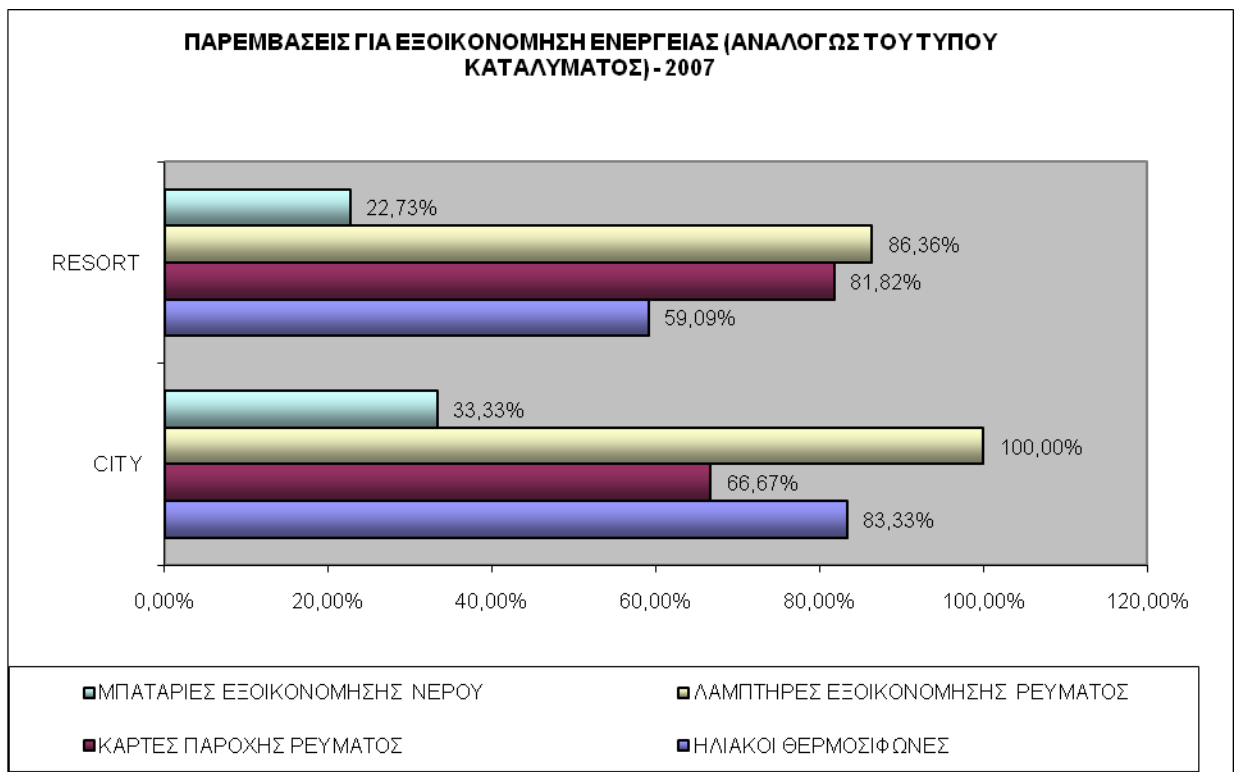
Οι παρεμβάσεις που εξετάστηκαν για την εξοικονόμηση ενέργειας αφορούσαν στην εγκατάσταση ηλιακών θερμοσυσσωρευτών, καρτών παροχής ρεύματος, λαμπτήρων εξοικονόμησης ρεύματος και μπαταριών εξοικονόμησης νερού. Με βάση το κριτήριο του μεγέθους της μονάδας, διαχρονικά φαίνεται να

υπάρχει ολοένα και μεγαλύτερη χρήση των προαναφερθέντων συστημάτων και συνεπώς οι μονάδες φαίνεται να ευαισθητοποιούνται ολοένα και περισσότερο σε θέματα εξοικονόμησης ενέργειας.

Το 2007 σε σύγκριση με το 2002 οι διαφορές στη χρήση συστημάτων εξοικονόμησης ενέργειας με βάση το κριτήριο του μεγέθους της μονάδας παρουσιάζονται αμβλυμένες. Ειδικότερα, η χρήση λαμπτήρων εξοικονόμησης ενέργειας και καρτών παροχής ηλεκτρικού ρεύματος φαίνεται να είναι από το σύνολο των μονάδων οι πιο συχνές παρεμβάσεις για εξοικονόμηση ενέργειας. Αντιθέτως, με εξαίρεση τις μεγάλες μονάδες, τα ποσοστά στη χρήση μπαταριών εξοικονόμησης νερού είναι σχετικά χαμηλά. Ικανοποιητική ωστόσο, είναι και η εικόνα στη χρήση ηλιακών θερμοσυσσωρευτών. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το μέγεθος του ποσοστού περιορίζεται καθώς η εγκατάστασή τους είναι απαγορευμένη σε περιοχές όπου ισχύουν αρχιτεκτονικοί περιορισμοί (π.χ Μόλυβος).

**Γράφημα 5: Παρεμβάσεις εξοικονόμησης ενέργειας (αναλόγως του τύπου καταλύματος)**

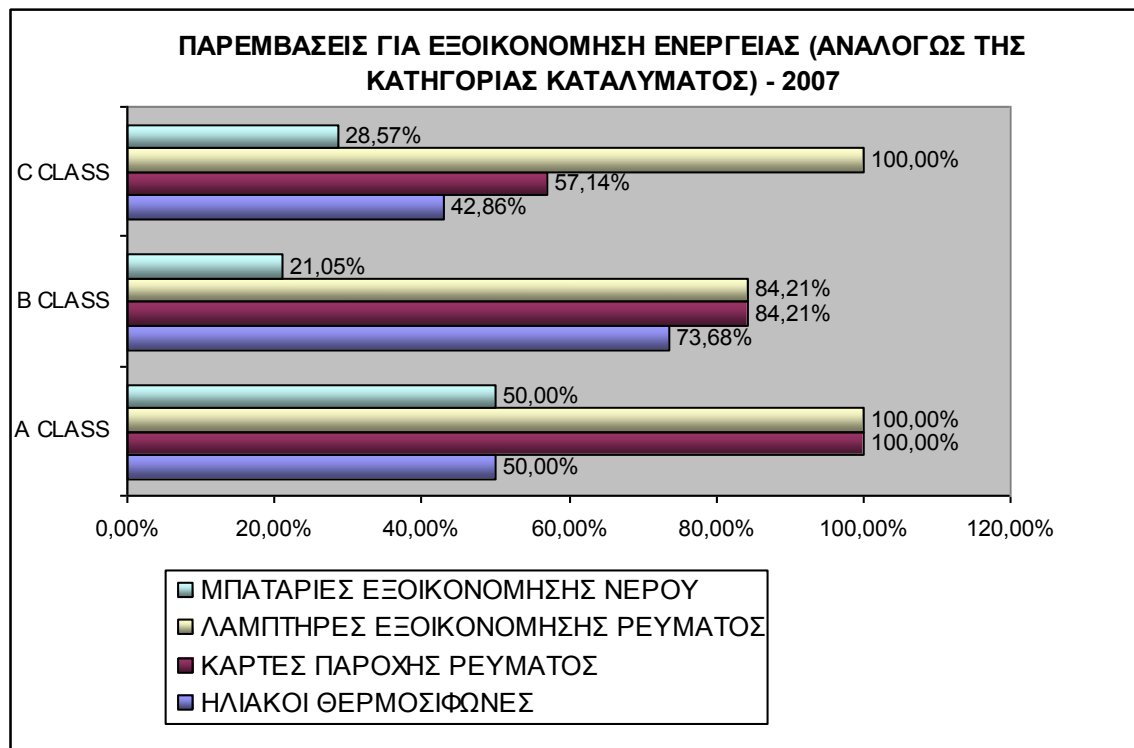


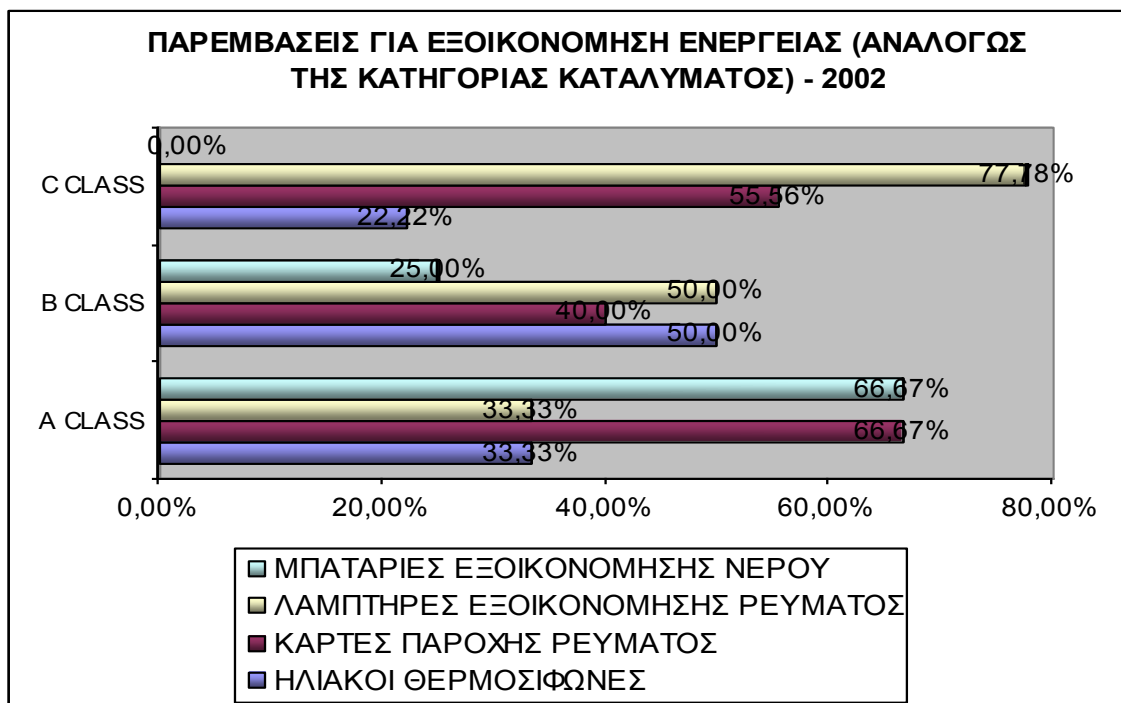


Στην περίπτωση επίσης του διαχωρισμού των καταλυμάτων με βάση τον τύπο τους (Αστικά, Resort), υπάρχει – διαχρονικά - βελτίωση στην εικόνα της χρήσης συστημάτων εξοικονόμησης ενέργειας. Τα αστικά καταλύματα υπερεισχύουν των Resort στις 3 από τις 4 παρεμβάσεις, όπως φαίνεται και στο αντίστοιχο γράφημα. Χαμηλή εμφανίζεται η χρήση μπαταριών

εξοικονόμησης νερού, ενώ στην περίπτωση των ηλιακών θερμοσιφώνων το ποσοστό στα ξενοδοχεία τύπου Resort περιορίζεται για τους λόγους που αναφέρθηκαν στην προηγούμενη παράγραφο.

**Γράφημα 6: Παρεμβάσεις εξοικονόμησης ενέργειας (αναλόγως της κατηγορίας καταλύματος)**

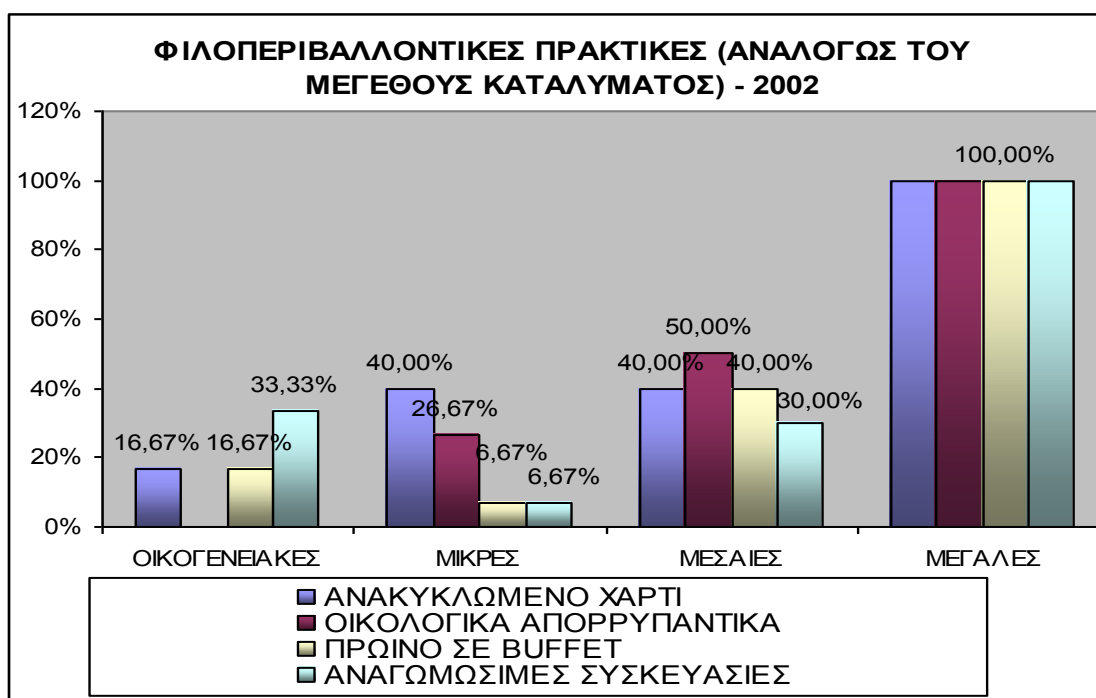
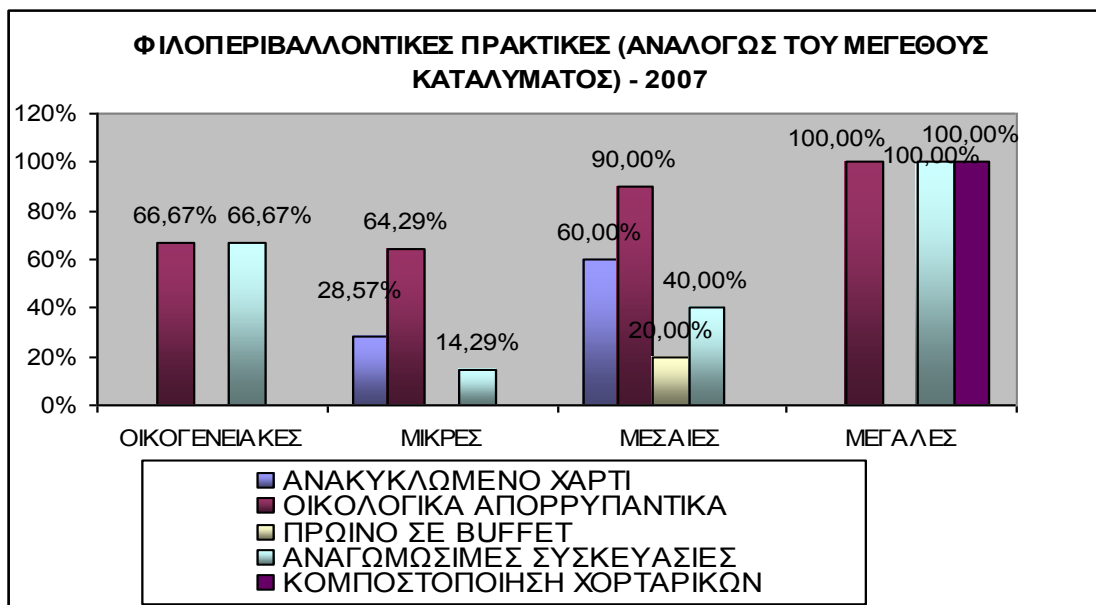




Διαχρονικά – και στην περίπτωση του διαχωρισμού των μονάδων βάσει της κατηγορίας που ανήκουν – η εικόνα το 2007 είναι σαφώς καλύτερη σε σύγκριση με το 2002, στην εξοικονόμηση ενέργειας. Ενδεχομένως, και λαμβάνοντας πάντα υπόψη τον περιορισμένο αριθμό μονάδων Α' Class, υπάρχει σχέση αναλογίας μεταξύ της κατηγορίας του καταλύματος και ορισμένων παρεμβάσεων που γίνονται για εξοικονόμηση ενέργειας, όπως κάρτες παροχής ρεύματος, μπαταρίες εξοικονόμησης νερού και εγκατάσταση ηλιακών θερμοσυσσωρευτών που είναι άλλωστε και οι πιο δαπανηρές.

### 7.3.2 ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ

**Γράφημα 7: Φιλοπεριβαλλοντικές πρακτικές (αναλόγως του μεγέθους της μονάδας)**



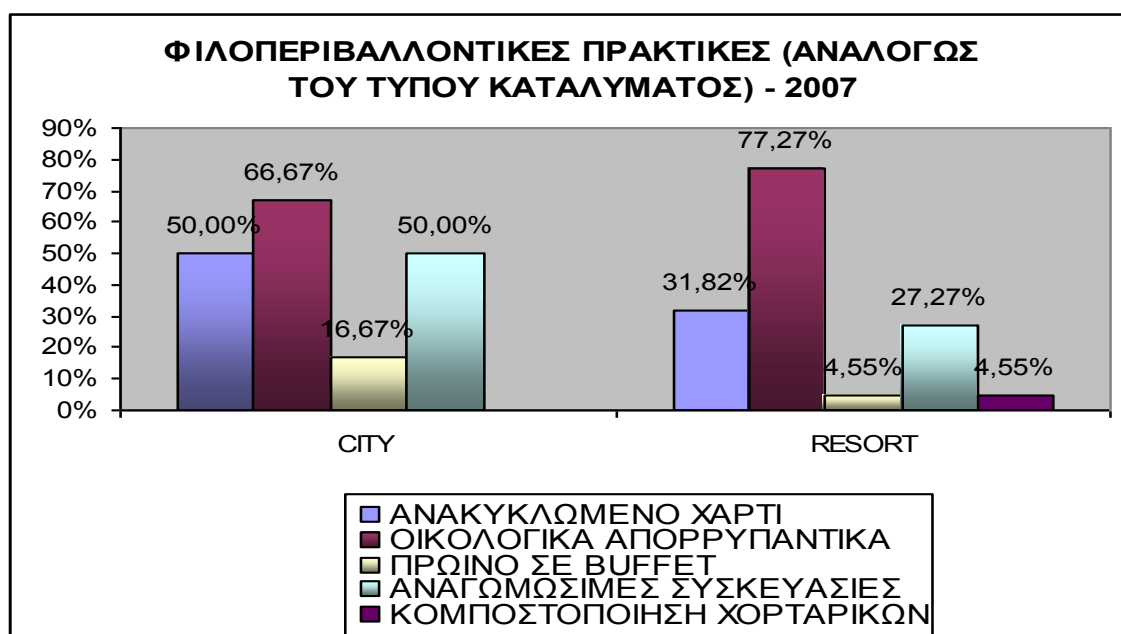
Οι φιλικές προς το περιβάλλον πολιτικές αφορούν πρακτικές που εφαρμόζονται από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με σκοπό την όσο το δυνατόν μικρότερη σε όγκο παραγωγή απορριμμάτων. Τέτοιες πρακτικές αφορούν στη χρήση ανακυκλωμένου χαρτιού και οικολογικών απορρυπαντικών, στην προσφορά όλων των ειδών του πρωινού σε μορφή buffet και όχι σε πλαστικές ατομικές συσκευασίες, καθώς και στην

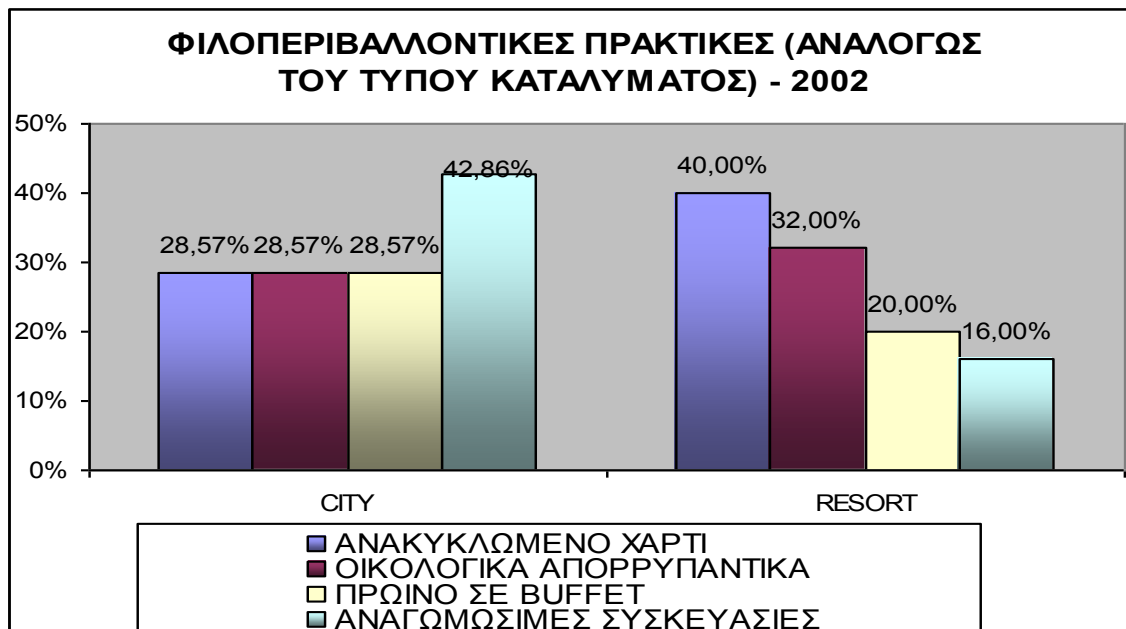
τοποθέτηση αναγνώσιμων συσκευασιών σαμπουάν και σαπουνιού στα λουτρά και τους κοινόχρηστους χώρους της τουριστικής μονάδας.

Η περισσότερο δημοφιλής πρακτική με αύξηση του ποσοστού της διαχρονικά, φαίνεται να είναι η χρήση οικολογικών απορρυπαντικών. Αύξηση επίσης παρατηρείται και στην τοποθέτηση αναγνώσιμων συσκευασιών σαμπουάν και σαπουνιού με πολύ μικρότερα όμως ποσοστά. Οι υπόλοιπες πρακτικές, φαίνεται να μην ενδιαφέρουν ιδιαίτερα τους ξενοδόχους, καθώς επιλέχθηκαν σε μικρότερα ποσοστά. Ειδικότερα, η χαμηλή χρήση ανακυκλωμένου χαρτιού δικαιολογήθηκε με το σκεπτικό ότι υστερεί ποιοτικά σε σχέση με το μη ανακυκλωμένο χαρτί. Ακολούθως, η συστηματική προσφορά του πρωινού με τη χρήση πλαστικών ατομικών συσκευασιών δικαιολογήθηκε αναφέροντας κυρίως λόγους υγιεινής (π.χ αποφυγή εντόμων).

Από την ανάλυση των απαντήσεων προκύπτει ότι οι μεγάλες σε μέγεθος μονάδες είναι πιο ευέλικτες στο να δαπανήσουν χρήματα για την εφαρμογή φιλοπεριβαλλοντικών πρακτικών, όπως είναι για παράδειγμα η τοποθέτηση αναγνώσιμων συσκευασιών σαπουνιού και σαμπουάν και η κομποστοποίηση χορταρικών από τους υπαίθριους χώρους.

**Γράφημα 8: Φιλοπεριβαλλοντικές πρακτικές (αναλόγως του τύπου της μονάδας)**

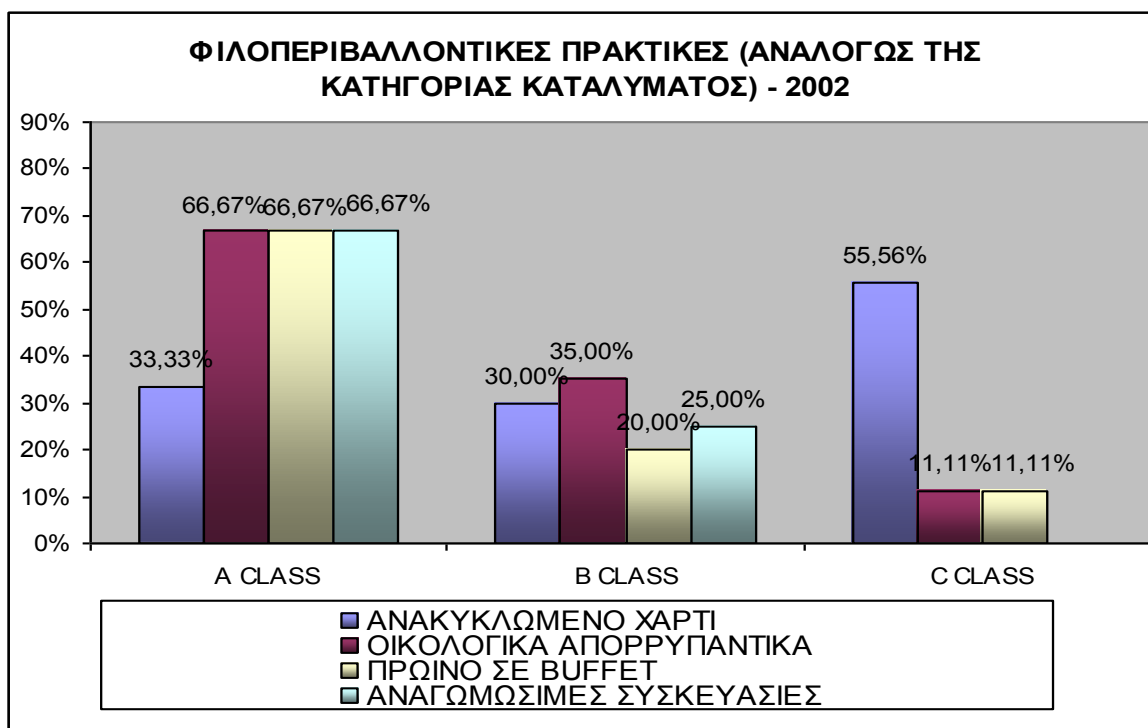
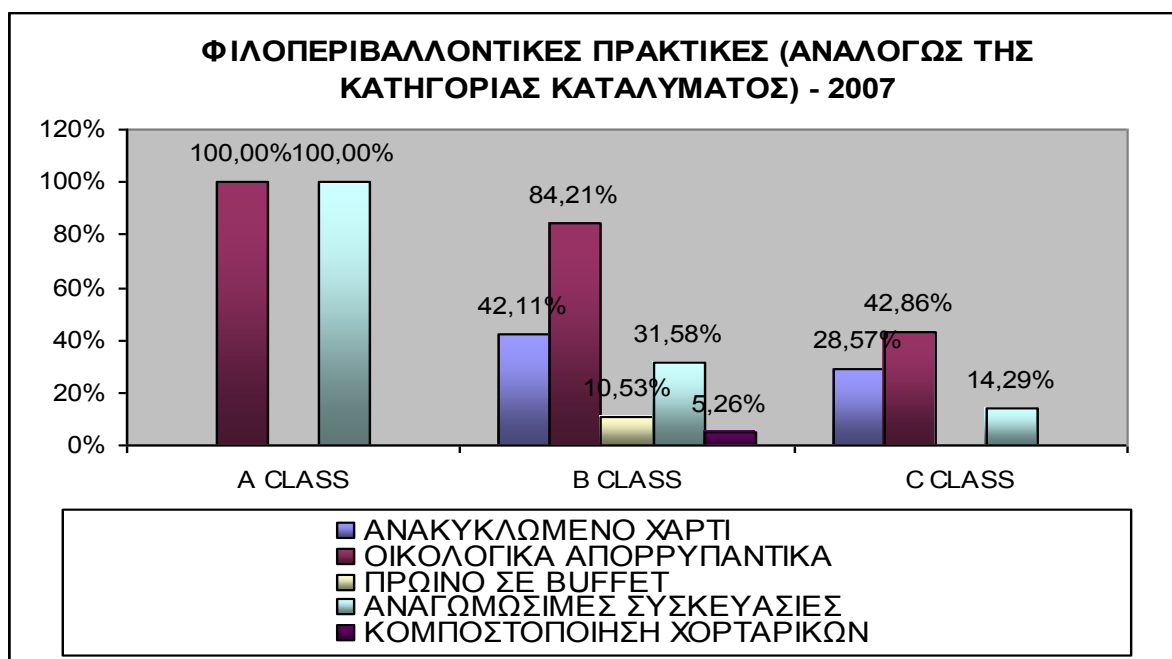




Ενδιαφέρον παρουσιάζει η εικόνα, για την εφαρμογή φιλοπεριβαλλοντικών πολιτικών με βάση το κριτήριο του τύπου καταλύματος. Η πιο δημοφιλής πρακτική και για τους δύο τύπους καταλυμάτων το 2007 είναι η χρήση οικολογικών απορρυπαντικών. Τα ξενοδοχεία Πόλης ωστόσο φαίνεται να έχουν πιο φιλοπεριβαλλοντική αντίληψη στο ζήτημα του περιορισμού των απορριμμάτων, καθώς υπερίσχυσαν των Resort (το 2007) στις τρεις από τις τέσσερις κοινές πρακτικές που εφαρμόζουν. Η κομποστοποίηση του χόρτου στους εξωτερικούς χώρους είναι προφανές ότι αφορά καταλύματα τύπου Resort.

Πάντως και στην περίπτωση του διαχωρισμού των μονάδων σε Αστικά και Resort, με εξαίρεση ίσως τη χρήση οικολογικών απορρυπαντικών, δεν φαίνεται να υπάρχει αξιόλογο ενδιαφέρον για τον περιορισμό των απορριμμάτων. Η χρήση ανακυκλωμένου χαρτιού στα Resort το 2007 παρουσίασε μείωση σε σχέση με το 2002, ενώ η προσφορά του πρωινού γίνεται ολοένα και περισσότερο σε πλαστικές ατομικές συσκευασίες, για το σύνολο των μονάδων των δύο κατηγοριών.

**Γράφημα 9: Φιλοπεριβαλλοντικές πρακτικές (αναλόγως της κατηγορίας της μονάδας)**



Η κατηγορία στην οποία ανήκει το κατάλυμα είναι εμφανές ότι έχει άμεση σχέση με τις φιλοπεριβαλλοντικές πρακτικές που εφαρμόζει για την ορθολογικότερη διαχείριση των απορριμμάτων. Τα ξενοδοχεία Α' Κατηγορίας

είναι εκείνα που επιλέγουν περισσότερο τη χρήση οικολογικών απορρυπαντικών αλλά και την εγκατάσταση αναγωμώσιμων συσκευασιών σαπουνιού και σαμπουάν και έπονται κατά σειρά οι μονάδες Β' και Γ' Κατηγορίας. Ωστόσο και στην παρούσα κατηγοριοποίηση φαίνεται τελικά διαχρονικά να περιορίζεται η χρήση ανακυκλωμένου χαρτιού για λόγους prestige, καθώς επίσης και η προσφορά του πρωινού να γίνεται ολοένα και περισσότερο με τη χρήση ατομικών πλαστικών συσκευασιών, για τους λόγους που αναφέρθηκαν πιο πάνω.

## **7.4 ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΕΙΣ ΝΕΡΟΥ, ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ, ΑΛΛΑ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

### **7.4.1 ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΝΕΡΟΥ**

Δυστυχώς είναι λίγες οι μονάδες εκείνες που κρατούν στατιστικά στοιχεία για τις καταναλώσεις νερού ανά τουρίστα. Στον πίνακα που ακολουθεί εμφανίζονται οι καταναλώσεις νερού ανά τουρίστα των μονάδων που μας διέθεσαν ποσοτικά δεδομένα.

**Πίνακας 1: Καταναλώσεις νερού ανά διανυκτέρευση**

ΜΟΝΑΔΑ	ΜΕΓΕΘΟΣ	ΤΥΠΟΣ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ
				ΑΝΑ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΗ	ΑΝΑ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΗ
					(Βάσει ΦΕΚ 43 Α'7-3-2002)
1	Μικρό	Resort	B/3*	140 lit	300 lit
2	Μεσαίο	Resort	B/3*	150 lit	300 lit
3	Μικρό	Resort	Γ/2*	130 lit	250 lit
4	Μεσαίο	Resort	B/3*	170 lit	300 lit
5	Μικρό	Resort	Γ/2*	130 lit	250 lit
6	Μεσαίο	Resort	B/3*	130 lit	300 lit
7	Μικρό	Resort	B/3*	140 lit	300 lit
8	Μικρό	Resort	B/3*	170 lit	300 lit



Τα παραπάνω στοιχεία αφορούν στην κατανάλωση νερού ανά τουρίστα καθ' όλο το εικοσιτετράωρο και υπολογίζεται η ποσότητα του νερού που καταναλώνεται από τον τουρίστα εντός του δωματίου του (και όχι στους κοινόχρηστους χώρους, πισίνες, κλπ.) και προέρχεται από το δημοτικό δίκτυο ύδρευσης.

Φαινομενικά οι καταναλώσεις νερού ανά τουρίστα είναι αρκετά χαμηλές και φυσικά εντός των ορίων που ορίζονται από τη σχετική νοοθεσία. Στην πραγματικότητα όμως το 80% των ξενοδοχείων τύπου Resort, έχουν πραγματοποιήσει γεωτρήσεις ή προμηθεύονται ποσότητες νερού από εξωτερικές πηγές για το πότισμα των κήπων, το γέμισμα των πισίνων, κτλ. γεγονός που αυξάνει την πραγματική κατά κεφαλή κατανάλωση νερού και καθιστά δύσκολο τον ακριβή προσδιορισμό της.

#### **7.4.2 ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ**

Από το σύνολο σχεδόν των ξενοδόχων του δείγματος εκφράστηκε η προθυμία να συλλέγουν χωριστά τα ανακυκλώσιμα υλικά και απορρίμματα και να τα διαθέτουν στους αρμόδιους φορείς για την επεξεργασία και την ανακύκλωση τους. Ωστόσο, παρά την καλή τους διάθεση, η έλλειψη κάποιου φορέα υλοποίησης της εν λόγω δράσης από την πλευρά των τοπικών αρχών καθιστά το έργο της ανακύκλωσης αδύνατο.

#### **7.4.3 ΑΛΛΑ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ**

Τα υπόλοιπα ποιοτικά ευρήματα στον τομέα της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας συνδέονται με το προφίλ των τουριστών σε θέματα περιβαλλοντικής ευαισθησίας. Συγκεκριμένα, μέσα από τις συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο της επιτόπιας έρευνας, προέκυψε ότι οι Αλλοδαποί τουρίστες είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένοι περιβαλλοντικά σε σχέση με τους Ημεδαπούς σε ζητήματα που σχετίζονται με την αλλαγή των κλινοσκεπασμάτων και πετσετών. Ειδικότερα, εμφανίζονται λιγότερο απαιτητικοί σε σύγκριση με τους ημεδαπούς που επιμένουν ακόμη στην

καθημερινή αλλαγή κλινοσκεπασμάτων και πετσετών. Στο ζήτημα αυτό, θετική μπορεί να χαρακτηριστεί και η στάση των Tour Operators καθώς στις περισσότερες συμφωνίες με τους ξενοδόχους έχουν θέσει ως χρονικό όριο αντικατάστασης των παραπάνω υλικών τις τρεις μέρες.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8<sup>ο</sup>**

### **ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ**

#### **8.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

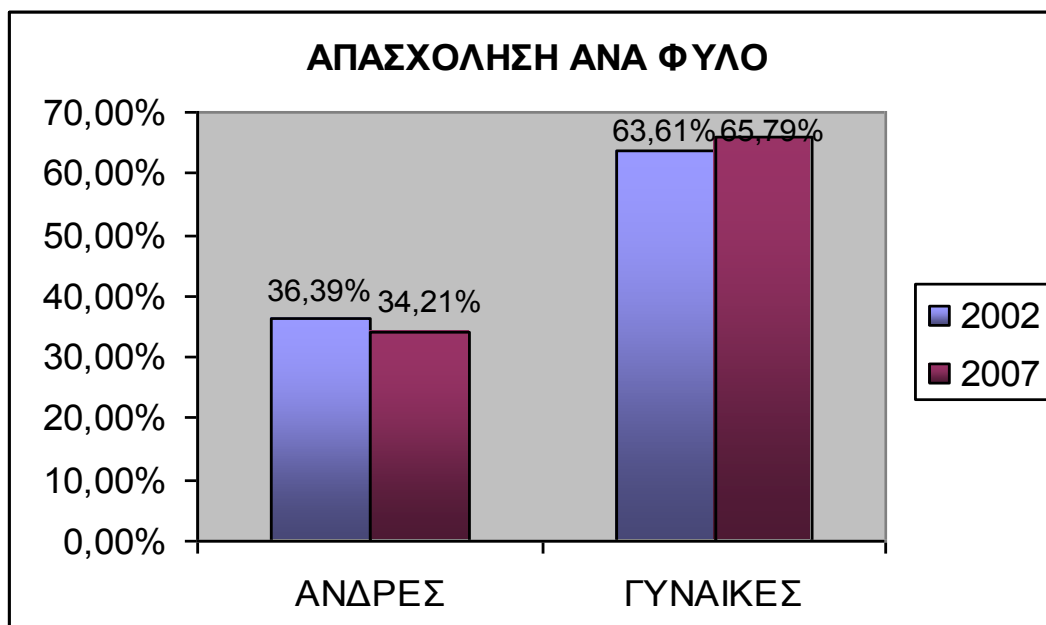
Στο τρίτο και τελευταίο κεφάλαιο ανάλυσης των ευρημάτων της έρευνας στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Λέσβου, παρουσιάζονται και αναλύονται οι δείκτες που σχετίζονται με την κοινωνική διάσταση της βιωσιμότητας της ξενοδοχειακής μονάδας. Όπως αναλύθηκε και στο μεθοδολογικό πλαίσιο της διατριβής, στο παρόν κεφάλαιο καλύπτονται ζητήματα που αφορούν:

- Τα χαρακτηριστικά της απασχόλησης (φύλο απασχολουμένων, εντοπιότητα προσωπικού, τύπος και ένταση της απασχόλησης) και
- Τα χαρακτηριστικά της εκπαίδευσης των εργαζομένων (εκπαιδευτικό επίπεδο απασχολούμενων, σεμινάρια εκπαίδευσης και ειδικότητες εκπαίδευσης εργαζομένων)

#### **8.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ**

##### **8.2.1 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΑΝΑ ΦΥΛΟ**

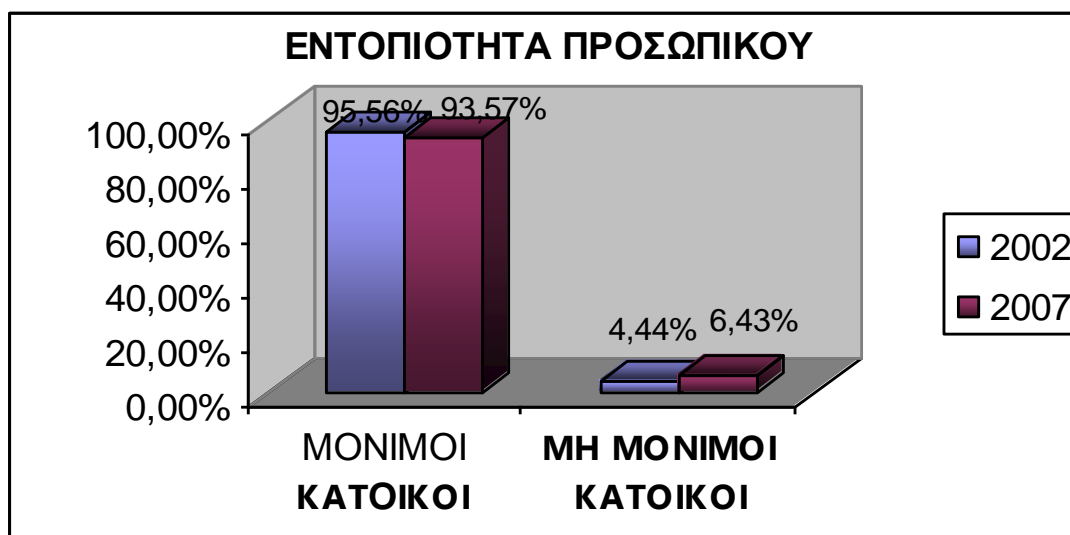
**Γράφημα 1: Απασχόληση ανά φύλο**



Η πλειοψηφία των απασχολούμενων στις ξενοδοχειακές μονάδες της Λέσβου είναι γένος θηλυκού, επιβεβαιώνοντας τις αντίστοιχες μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί στον ξενοδοχειακό κλάδο σε εθνικό επίπεδο Τόσο το 2002 όσο και το 2007 το 65% περίπου των απασχολούμενων στα ξενοδοχεία της Λέσβου ήταν γυναίκες.

## 8.2.2 ΒΑΘΜΟΣ ΕΝΤΟΠΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ

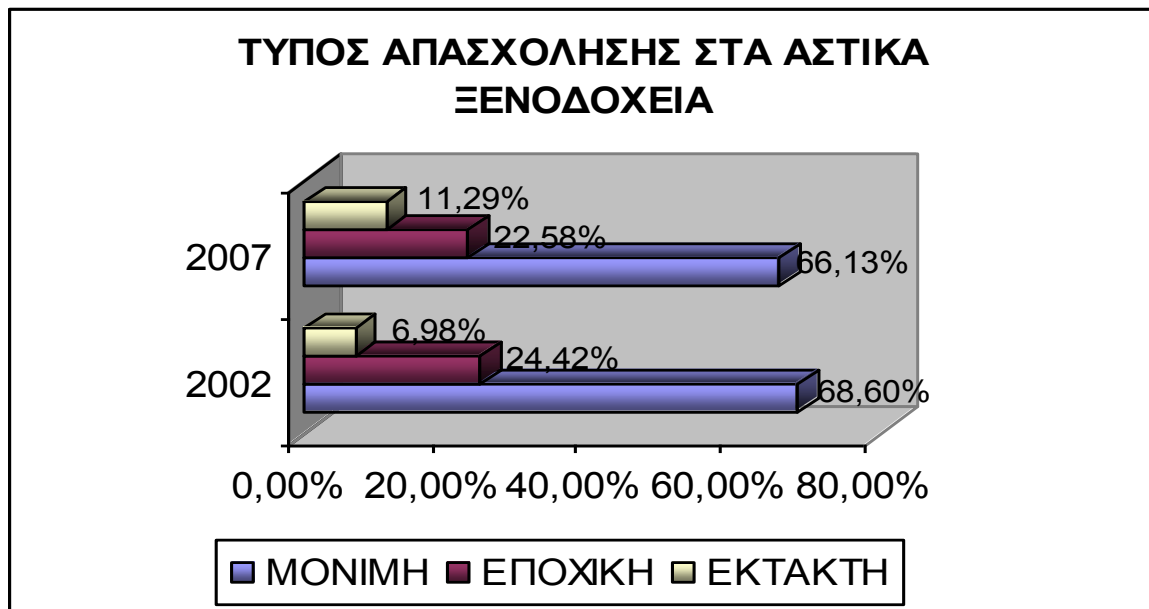
**Γράφημα 2: Εντοπιότητα απασχολούμενων**



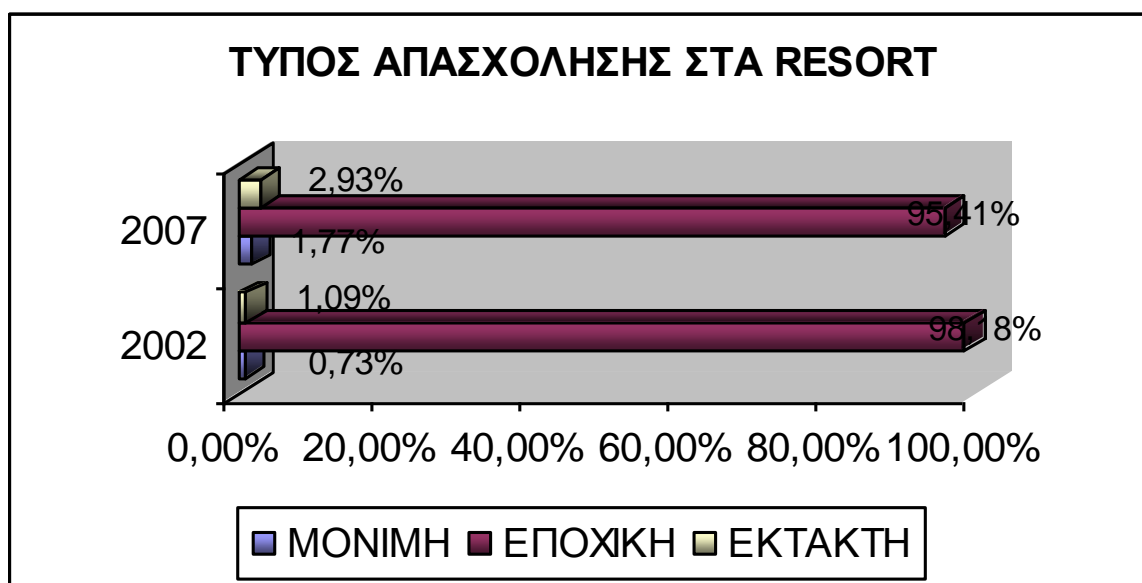
Σε ό,τι αφορά την εντοπιότητα του προσωπικού, είναι ξεκάθαρο πως υπάρχει άρρηκτη σύνδεση μεταξύ της ξενοδοχειακής επιχείρησης και της τοπικής κοινωνίας. Η εσωτερική μετανάστευση για πλήρωση θέσεων εργασίας στα ξενοδοχεία της Λέσβου παραμένει αρκετά χαμηλή καθώς πάνω από το 90% των εργαζομένων σε αυτές είναι άτομα που διαμένουν μόνιμα στο νησί. Ο υψηλός δείκτης εντοπιότητας των εργαζομένων είναι αναμενόμενος καθώς η Λέσβος δεν παρουσιάζει έντονη τουριστική ανάπτυξη και συνεπώς δεν προσελκύει εργατικό δυναμικό από γειτονικούς νομούς ή άλλες περιοχές της χώρας.

### 8.2.3 ΤΥΠΟΣ ΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

Γράφημα 3: Τύπος Απασχόλησης στα Αστικά Ξενοδοχεία



Γράφημα 4: Τύπος Απασχόλησης στα Resort

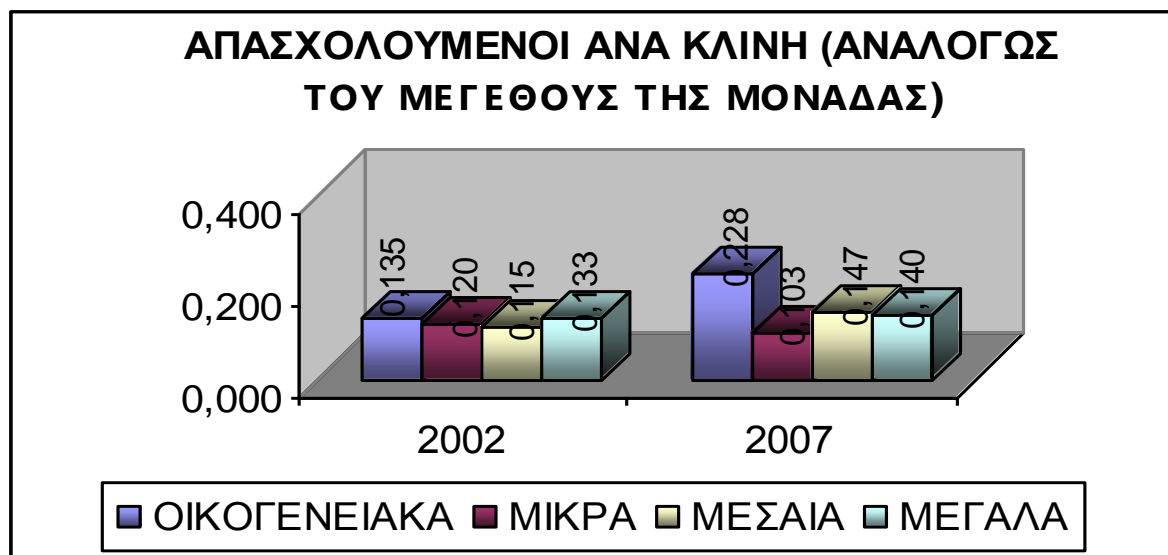


Είναι γεγονός ότι ο τύπος της απασχόλησης (μόνιμη, εποχική, έκτακτη) συνδέεται άμεσα με την περίοδο λειτουργίας των καταλυμάτων και κατ' επέκταση με την εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης. Στα ξενοδοχεία Πόλης η μόνιμη απασχόληση ξεπερνά το 65% και ακολουθούν σε ποσοστά η εποχική και η έκτακτη απασχόληση. Στα εν λόγω ξενοδοχεία εποχικοί υπάλληλοι προσλαμβάνονται κυρίως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, ενώ οι έκτακτοι υπάλληλοι αφορούν ωρομίσθιο προσωπικό που προσλαμβάνεται όταν η επιχείρηση διοργανώνει ή αναλαμβάνει κάποια εκδήλωση (π.χ γάμο, χορό, κτλ).

Στα ξενοδοχεία τύπου Resort η εικόνα της απασχόλησης είναι τελείως διαφορετική. Το σύνολο σχεδόν των εργαζομένων είναι εποχικοί υπάλληλοι που απασχολούνται την περίοδο Απριλίου - Οκτωβρίου, όσο δηλαδή διαρκεί και η εποχική λειτουργία των ξενοδοχειακών μονάδων του συγκεκριμένου τύπου. Το μόνιμο προσωπικό σε αυτόν τον τύπο καταλυμάτων αφορά κυρίως τα άτομα που φυλάσσουν και συντηρούν τις εκάστοτε μονάδες κατά τη διάρκεια του έτους, ενώ οι έκτακτοι υπάλληλοι προσλαμβάνονται για την πραγματοποίηση εκδηλώσεων, όπως συμβαίνει και στα αστικά ξενοδοχεία.

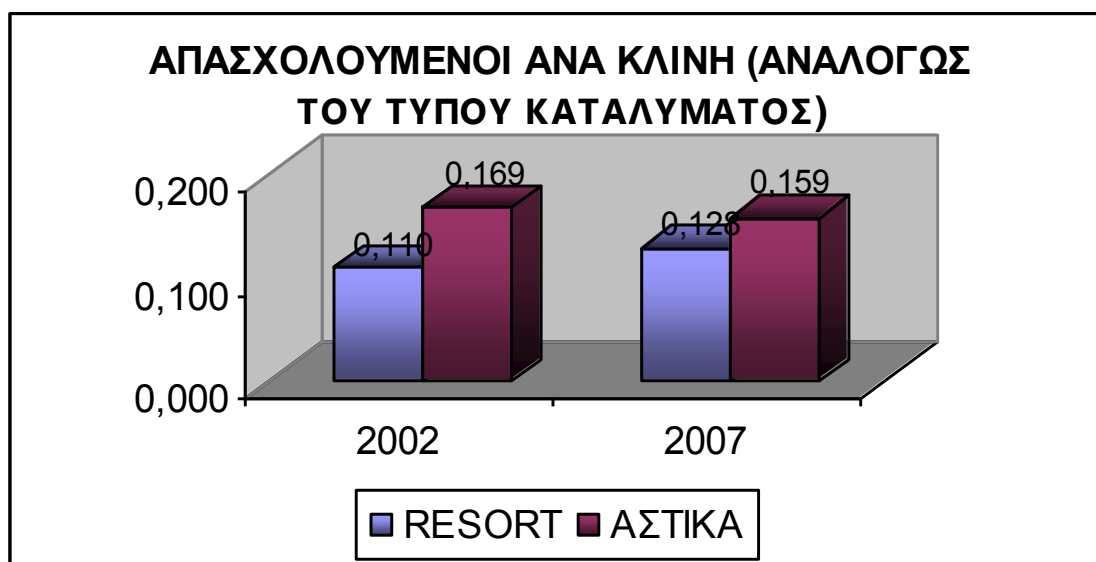
#### **8.2.4 ΕΝΤΑΣΗ ΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ**

**Γράφημα 5: Απασχόληση ανά κλίνη (αναλόγως του μεγέθους της μονάδας)**



Αρκετές διαφοροποιήσεις παρουσιάζουν τα αποτελέσματα σχετικά με την απασχόληση ανά κλίνη τόσο διαχρονικά όσο και σε σχέση με το μέγεθος της μονάδας. Γεγονός είναι ότι οι οικογενειακές επιχειρήσεις και στις δύο χρονικές περιόδους που μελετάμε καταγράφουν τον υψηλότερο δείκτη απασχόλησης ανά κλίνη και μάλιστα αρκετά ενισχυμένο το 2007. Έπονται με διαφορετική σειρά κατάταξης κατά τις δύο χρονικές περιόδους οι μικρές και μεσαίες μονάδες. Το 2007 αξιοσημείωτη είναι η μείωση της απασχόλησης ανά κλίνη στα μικρά ξενοδοχεία και εξίσου σημαντική η ενίσχυση του δείκτη για τις μεσαίες μονάδες. Θα πρέπει ωστόσο να επισημανθεί το γεγονός ότι ο δείκτης αυτός, και ιδιαίτερα στις μικρότερες μονάδες, επηρεάζεται αρκετά από την οικογενειακή απασχόληση που είναι έντονη στις ξενοδοχειακές μονάδες της Λέσβου.

**Γράφημα 6: Απασχόληση ανά κλίνη (αναλόγως του τύπου καταλύματος)**



Οι διαφορές στην ένταση της απασχόλησης είναι αρκετά εμφανείς κατά το διαχωρισμό των μονάδων σε ξενοδοχεία Πόλης και σε ξενοδοχεία τύπου Resort. Και στις δύο έρευνες, λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο του προσωπικού (μόνιμοι, εποχιακοί, έκτακτοι) κάθε μονάδας, είναι προφανής η διαφορά στο συγκεκριμένο αριθμοδείκτη υπέρ των ξενοδοχείων Πόλης. Αναμφισβήτητα, ο συγκεκριμένος δείκτης μπορεί έμμεσα να συνδεθεί και με το επίπεδο παροχής υπηρεσιών κάθε μονάδας. Έτσι φαίνεται ότι οι πελάτες των ξενοδοχείων Πόλης ενδεχομένως απολαμβάνουν καλύτερο επίπεδο εξυπηρέτησης σε σύγκριση με τα ξενοδοχεία τύπου Resort.

**Γράφημα 7: Απασχόληση ανά κλίνη (αναλόγως της κατηγορίας καταλύματος)**



### ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΙ ΑΝΑ ΚΛΙΝΗ (ΑΝΑΛΟΓΩΣ ΤΗΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ)

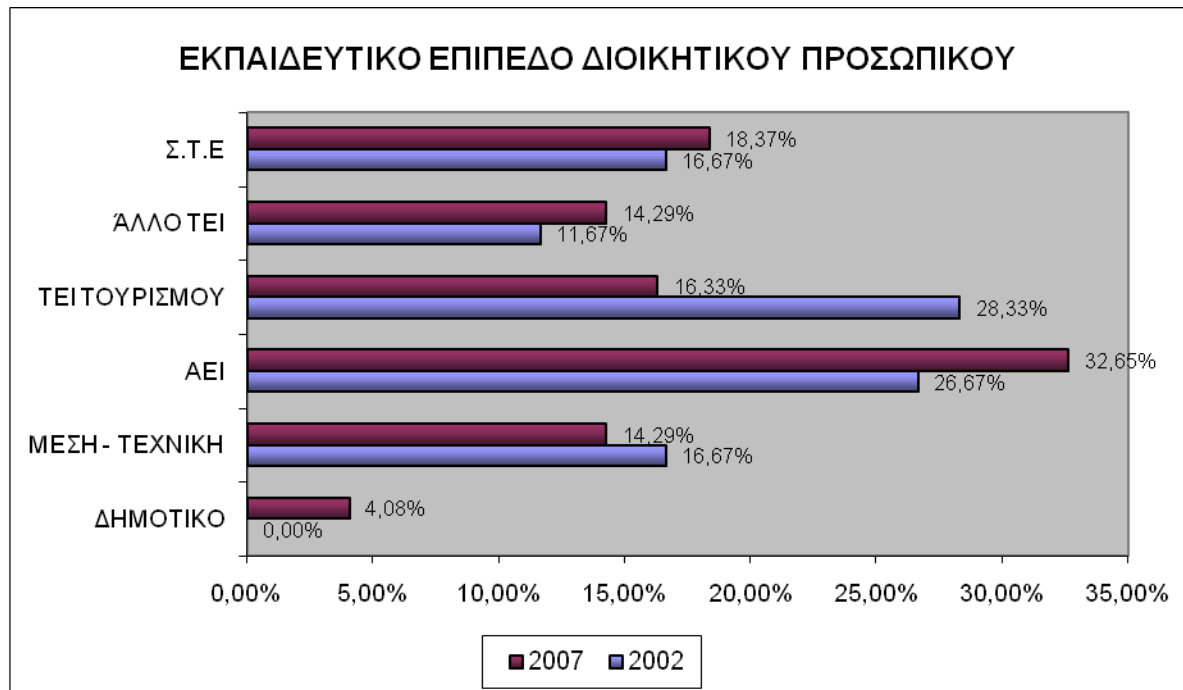


Η κατηγορία του καταλύματος όπως είναι αναμενόμενο επηρεάζει την ένταση της απασχόλησης. Συγκεκριμένα, αποδεικνύεται ότι όσο υψηλότερη είναι η κατηγορία του καταλύματος τόσο περισσότεροι είναι και οι απασχολούμενοι ανά κλίνη και κατ' επέκταση είναι καλύτερες και οι παρεχόμενες υπηρεσίες. Αξιόλογο επίσης είναι ότι διαχρονικά, παρατηρείται αύξηση της συνολικής απασχόλησης ανά μονάδα, με βάση πάντα το κριτήριο της κατηγορίας του καταλύματος.

## 8.3 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

### 8.3.1 ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

**Γράφημα 8: Εκπαιδευτικό επίπεδο διοικητικού προσωπικού**

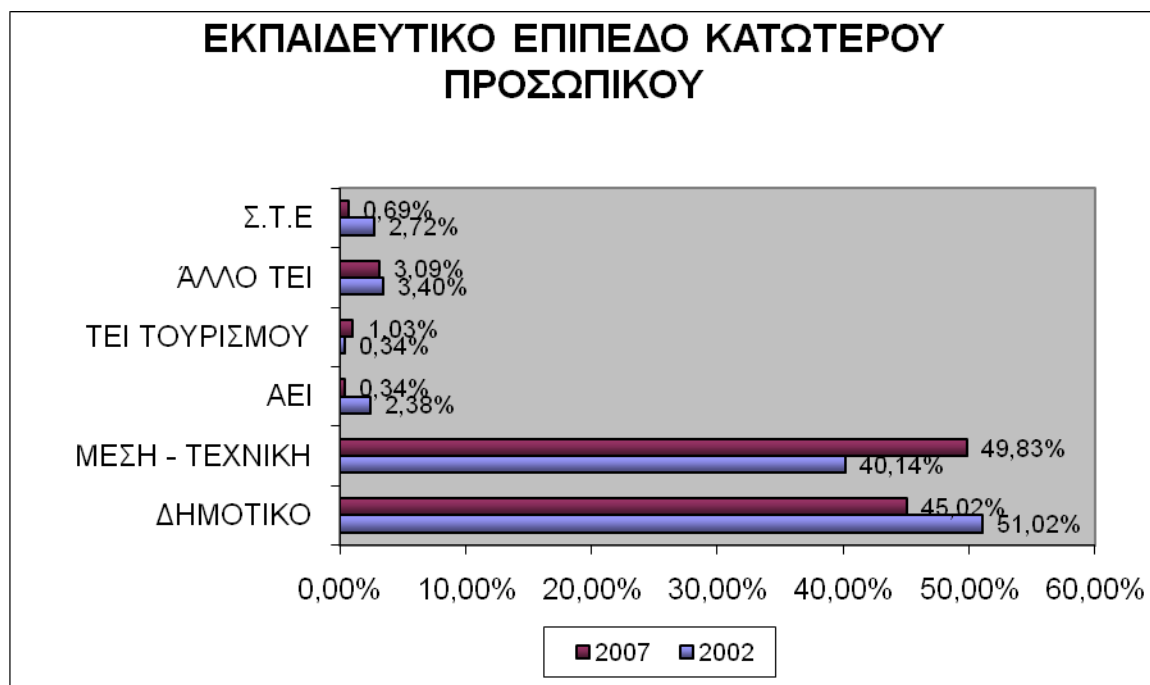


Σημαντικά είναι τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τη διερεύνηση του εκπαιδευτικού επιπέδου του διοικητικού προσωπικού των ξενοδοχειακών μονάδων της Λέσβου. Θα πρέπει να αναφερθεί στο σημείο αυτό ότι στο διοικητικό προσωπικό των ξενοδοχείων της έρευνας συμπεριλήφθησαν οι διευθυντές και υποδιευθυντές των μονάδων καθώς και οι υπάλληλοι της reception, δεδομένου ότι στη συντριπτική τους πλειοψηφία αντικαθιστούν και εκτελούν τα καθήκοντα του διευθυντή κρατήσεων. Από τις απαντήσεις του δείγματος προκύπτει ότι το ποσοστό των διοικητικών υπαλλήλων που έχουν πτυχίο ΤΕΙ Τουρισμού ή Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών είναι σημαντικά περιορισμένο το 2007 σε σύγκριση με το 2002. Συγκεκριμένα το συνολικό ποσοστό περιορίστηκε το 2007 στο 34,7% από 45% που ήταν το 2002. Οι κάτοχοι ωστόσο Πανεπιστημιακών Τίτλων, άσχετων όμως με τον τουρισμό, αυξήθηκαν το 2007 κατά 6% περίπου σε σχέση με το 2002. Τα υπόλοιπα ποσοστά μοιράστηκαν στις άλλες κατηγορίες εκπαίδευσης, όπως φαίνεται και στο αντίστοιχο γράφημα. Η έλλειψη εξειδικευμένου διοικητικού προσωπικού δεν είναι τυχαία στην περίπτωση των ξενοδοχειακών μονάδων της Λέσβου. Σημαντικός παράγοντας διαμόρφωσης της παρούσας κατάστασης είναι αφενός μεν η ένταξη της Λέσβου στις μη ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές, αφετέρου δε η «οικογενειοκρατία» που επικρατεί στην ιδιοκτησία, διαχείριση και διοίκηση των ξενοδοχειακών μονάδων. Στη μεγάλη τους πλειοψηφία οι

διευθυντές και τα διοικητικά στελέχη των ξενοδοχειακών μονάδων προέρχονται από το οικογενειακό περιβάλλον της ιδιοκτησίας των εκάστοτε επιχειρήσεων .

### 8.3.2 ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΚΑΤΩΤΕΡΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Γράφημα 9: Εκπαιδευτικό επίπεδο κατώτερου προσωπικού

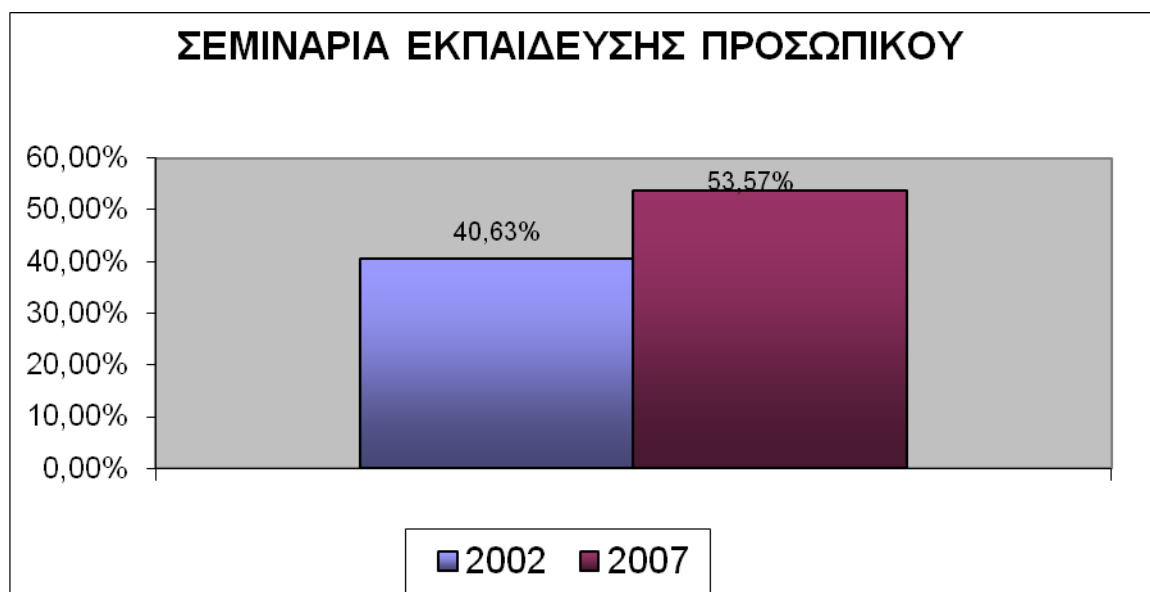


Στην κατηγορία του κατώτερου προσωπικού συμπεριλήφθησαν ειδικότητες όπως καμαριέρες, μάγειροι, κηπουροί, μπάρμεν, σερβιτόροι και ναυαγασώστες.

Όπως είναι αναμενόμενο η εικόνα είναι αρκετά διαφορετική σε σχέση με την αντίστοιχη για το διοικητικό προσωπικό. Η συντριπτική πλειοψηφία του κατώτερου προσωπικού (πάνω από 90%) είναι απόφοιτοι Δημοτικού και Μέσης ή Τεχνικής Εκπαίδευσης. Χαρακτηριστικό στην περίπτωση του κατώτερου προσωπικού είναι το εξαιρετικά χαμηλό ποσοστό εκείνων που έχουν λάβει κάποιας μορφής τουριστική εκπαίδευση. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι το ποσοστό των αποφοίτων Σχολών Τουριστικών Επαγγελμάτων ήταν μόλις 2,72% το 2002 και ακόμα πιο περιορισμένο (0,69%) το 2007.

#### 8.4 ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

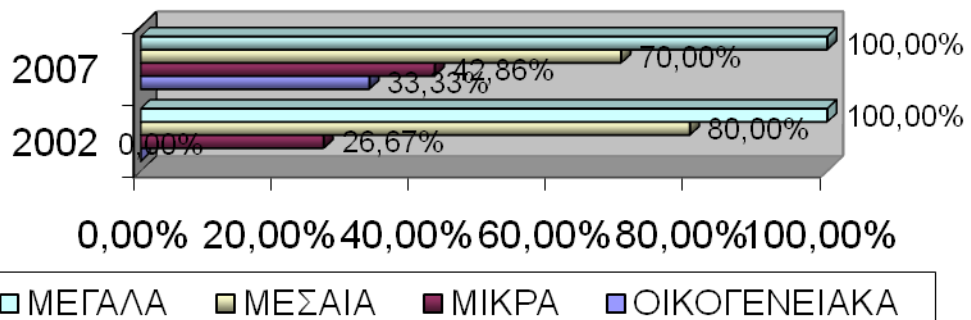
Γράφημα 10: Σεμινάρια εκπαίδευσης προσωπικού



Σε σεμινάρια εκπαίδευσης του προσωπικού τους είχαν προχωρήσει το 2007 περισσότερες από τις μισές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, ποσοστό αυξημένο σε σύγκριση με το αντίστοιχο ποσοστό του 2002. Τα σεμινάρια εκπαίδευσης πραγματοποιήθηκαν είτε ενδοεπιχειρησιακά – μεμονωμένα από τις μονάδες - είτε σε συνεργασία με άλλα ξενοδοχεία και τοπικούς φορείς.

Γράφημα 11: Σεμινάρια εκπαίδευσης προσωπικού με βάση το μέγεθος του καταλύματος.

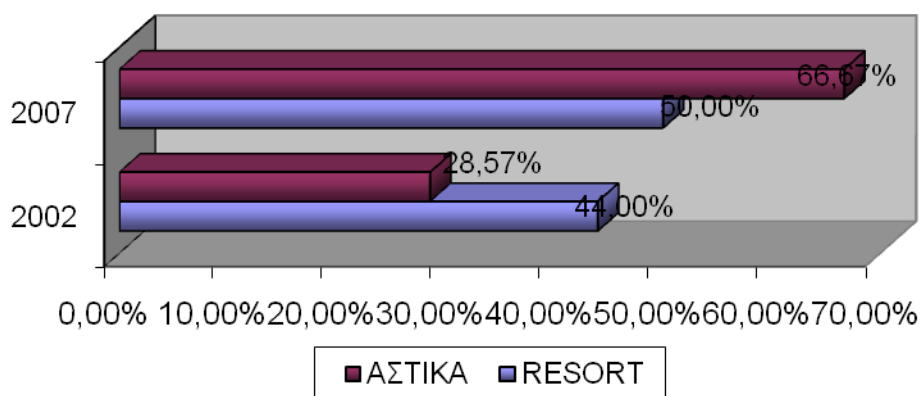
### ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ (ΑΝΑΛΟΓΩΣ ΤΟΥ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ)



Η συνεχής κατάρτιση του προσωπικού μέσω σεμιναρίων φαίνεται πως έχει άμεση σχέση με το μέγεθος των ξενοδοχειακών μονάδων. Όπως φαίνεται και στο αντίστοιχο γράφημα, όσο μεγαλύτερη σε μέγεθος είναι η μονάδα τόσο πιθανότερο είναι να έχει πραγματοποιήσει ενδοεπιχειρησιακά ή σε συνεργασία με άλλες μονάδες και φορείς, σεμινάρια κατάρτισης για την εκπαίδευση του προσωπικού της.

**Γράφημα 12: Σεμινάρια εκπαίδευσης προσωπικού με βάση τον τύπο του καταλύματος.**

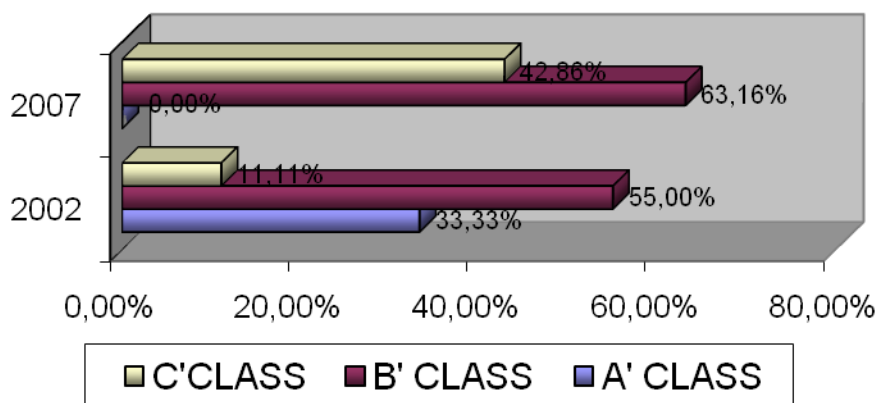
### ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ (ΑΝΑΛΟΓΩΣ ΤΟΥ ΤΥΠΟΥ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ)



Περισσότερο περίπλοκη είναι η εικόνα της παροχής εκπαιδευτικών σεμιναρίων στο προσωπικό των ξενοδοχείων με βάση το κριτήριο του τύπου καταλύματος. Πιο συγκεκριμένα το 2002 τα ξενοδοχεία τύπου Resort υπερτερούσαν σε διοργάνωση σεμιναρίων για την κατάρτιση του προσωπικού τους έναντι των ξενοδοχείων Πόλης. Αντίθετα το 2007 φαίνεται πως η εικόνα είναι διαφοροποιημένη αφού τα σκήπτρα στην κατάρτιση του προσωπικού τους παίρνουν τα ξενοδοχεία Πόλης.

**Γράφημα 13: Σεμινάρια εκπαίδευσης προσωπικού με βάση την κατηγορία του καταλύματος.**

### ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ (ΑΝΑΛΟΓΩΣ ΤΗΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ)

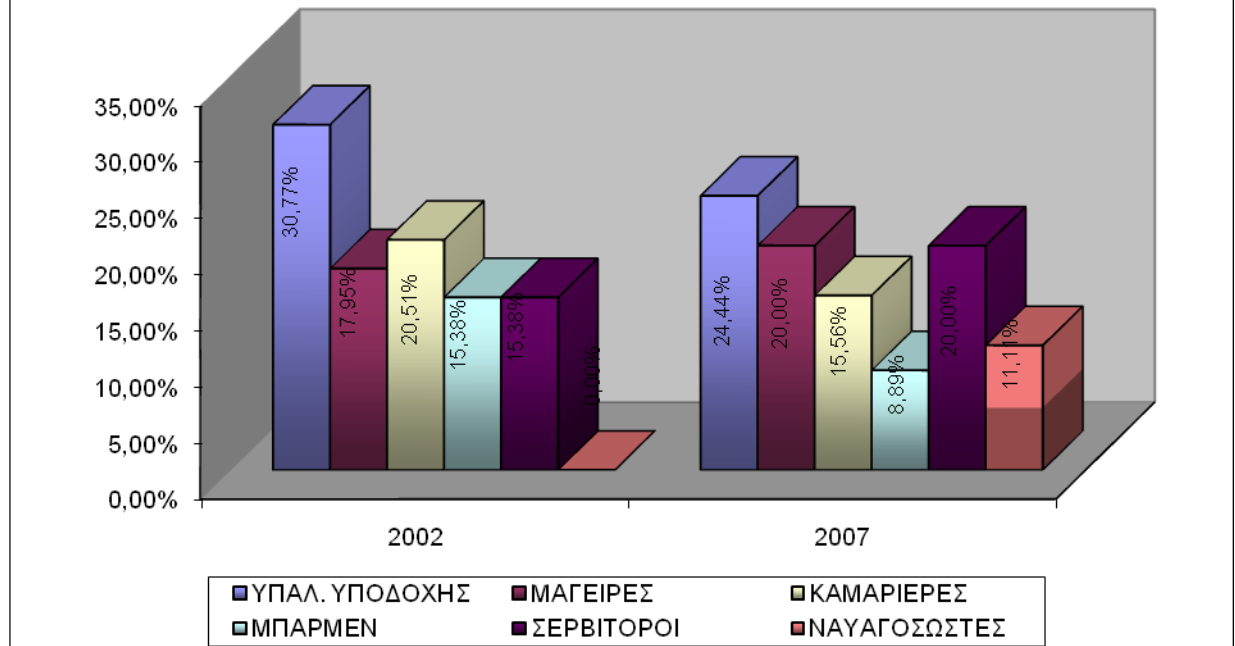


Παίρνοντας ως μέτρο σύγκρισης την κατηγορία της ξενοδοχειακής μονάδας φαίνεται να υπάρχει σχέση μεταξύ αυτής και της πραγματοποίησης εκπαιδευτικών σεμιναρίων για το προσωπικό. Ειδικότερα, από την ανάλυση προκύπτει ότι όσο υψηλότερη είναι η κατηγορία του καταλύματος τόσο πιο έντονη είναι η μέριμνα για την εκπαίδευση του προσωπικού (για τα ξενοδοχεία Β και Γ κατηγορίας). Περισσότερο σημαντική για τα ξενοδοχεία Γ κατηγορίας, φαίνεται να είναι διαχρονικά η αύξηση της συμμετοχής του προσωπικού τους στην παρακολούθηση σεμιναρίων εκπαίδευσης.

### 8.5 ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΕΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Γράφημα 14: Ειδικότητες εκπαίδευσης προσωπικού

## ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΕΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ



Το τελευταίο διάγραμμα του παρόντος κεφαλαίου αφορά στις ειδικότητες που εκπαιδεύτηκαν οι υπάλληλοι των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της Λέσβου. Τα περισσότερα σεμινάρια απευθύνονταν σε υπαλλήλους υποδοχής και ακολούθησαν οι υπόλοιπες ειδικότητες όπως διακρίνεται και στο αντίστοιχο γράφημα. Αξιοσημείωτη είναι η εμφάνιση το 2007 της ειδικότητας του ναυαγοςώστη η οποία το 2002 δεν αναφέρθηκε από καμία μονάδα.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9<sup>ο</sup>**

### **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

#### **9.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Στο τελευταίο κεφάλαιο της παρούσας διατριβής παρουσιάζονται τα βασικά συμπεράσματα από την έρευνα στις ξενοδοχειακές μονάδες της Λέσβου, τα αποτελέσματα της οποίας αναλύθηκαν στα τρία κεφάλαια που προηγήθηκαν. Πιο συγκεκριμένα στο παρόν κεφάλαιο καταγράφονται τα κύρια συμπεράσματα της επιτόπιας έρευνας στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Λέσβου με βάση τους τρεις κύριους άξονες της βιώσιμης ανάπτυξης – οικονομική βιωσιμότητα, περιβαλλοντική διαχείριση, κοινωνική ευημερία. Η κατακλείδα του παρόντος κεφαλαίου επικεντρώνεται στις απαντήσεις που δίνονται στα βασικά ερευνητικά ερωτήματα που απασχόλησαν την παρούσα διατριβή.

#### **9.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ**

Η περίοδος δραστηριοποίησης μιας ξενοδοχειακής μονάδας σε συνδυασμό κυρίως με το μέγεθός της αποδεικνύονται οι πιο καταλυτικοί παράγοντες που επηρεάζουν την οικονομική της αποδοτικότητα. Οι μονάδες Πόλης εμφανίζονται να είναι εκείνες, σε σύγκριση με τις μονάδες τύπου Resort οι οποίες μπορούν να διατηρούν γενικότερα πιο υψηλές τιμές καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και να δέχονται τουρίστες κυρίως μεμονωμένους ή επαναλαμβανόμενους και κατ' επέκταση να έχουν υψηλότερες κατά κεφαλή εισροές.

Οι οικογενειακές μονάδες επίσης εμφανίζονται περισσότερο ευέλικτες στο να προσελκύουν μεμονωμένους ή επαναλαμβανόμενους τουρίστες και έτσι να αποφεύγουν τη μεγαλύτερη εκροή εσόδων που προκύπτει από τη διάθεση των κλινών σε tour operators, βάσει συμβολαίων.

Όπως προκύπτει και από τη γενικότερη εικόνα του τουρισμού που διαμορφώνεται στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια (Παπανίκος 2000, 2001, JBR, 2000-2007) - και με βάση τα κριτήρια του μεγέθους και της κατηγορίας

της ξενοδοχειακής μονάδας, στη Λέσβο φαίνεται ότι σταδιακά οι μεγάλες μονάδες και οι μονάδες υψηλότερων κατηγοριών είναι εκείνες που προχωρούν σε μεγαλύτερες εκπτώσεις προς τους tour operators προκειμένου να αυξήσουν την πληρότητά τους και ενδεχομένως με τον τρόπο αυτό τη συνέχιση της δραστηριότητάς τους.

Η περίοδος δραστηριοποίησης καθώς και το μέγεθος της ξενοδοχειακής μονάδας και στην περίπτωση της λογιστικής απεικόνισης των εσόδων αναδεικνύονται οι κυριότεροι παράγοντες διαφοροποίησης εισροής των εσόδων. Είναι γεγονός ότι οι μονάδες Πόλης απολαμβάνουν τη ροή εσόδων καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, σε αντίθεση με τα Resort ξενοδοχεία. Επιπρόσθετα, είναι προφανές ότι οι μονάδες που λειτουργούν εποχιακά έχουν να καλύψουν και επιπλέον έξοδα συντήρησης και φύλαξής τους κατά τη διάρκεια των μηνών που μένουν αδρανείς, και που τα έσοδά τους είναι μηδενικά.

Οι οικογενειακές μονάδες και στην περίπτωση των λογιστικών εσόδων φαίνεται να είναι περισσότερο αποδοτικές σε σύγκριση με τις μεγαλύτερες σε μέγεθος μονάδες. Σε ό,τι αφορά το κριτήριο της κατηγορίας του καταλύματος, είναι φυσικό, όπως άλλωστε φάνηκε και στο αντίστοιχο κεφάλαιο, ότι τα ακαθάριστα έσοδα συνάδουν με την κατηγορία της μονάδας, εξαιτίας κυρίως της τιμής πώλησης των δωματίων.

Σε ό,τι αφορά την επιχειρηματική σύνδεση των μονάδων με τους τοπικούς παραγωγούς και προμηθευτές, προκύπτει από την έρευνα ότι τουλάχιστον τα αγροτικά και κτηνοτροφικά προϊόντα που παράγονται στο νησί της Λέσβου προτιμούνται από τους ξενοδόχους. Σε ό,τι αφορά την προμήθεια αναλώσιμων υλικών και ξενοδοχειακού εξοπλισμού οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις επιλέγουν τους τοπικούς αντιπροσώπους ως προμηθευτές τους παρόλο που τα εν λόγω υλικά παράγονται κυρίως στα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας ή στο εξωτερικό.

Τέλος, σε ό,τι αφορά την κατανομή των εργατικών εξόδων, αυτό το οποίο θα πρέπει να τονιστεί είναι ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες στη Λέσβο ανεξάρτητα από το μέγεθός τους, δεν παύουν να είναι οικογενειακής φύσης. Καταγράφεται σε μεγάλο βαθμό αδήλωτη εργασία, η οποία προέρχεται κυρίως από τα μέλη της οικογένειας που κατέχουν την επιχείρηση. Και στην

περίπτωση κατανομής των εργατικών εξόδων φαίνεται ότι οι μονάδες Πόλης καταφέρνουν να διατηρούν τα εν λόγω έξοδα σε πιο χαμηλά επίπεδα σε σύγκριση με τις μονάδες που λειτουργούν εποχιακά. Αυτό συμβαίνει κυρίως διότι οι μονάδες Πόλης λειτουργούν σε μεγάλο βαθμό με σταθερό προσωπικό καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, έχουν σταθερότερες πληρότητες και κατ' επέκταση μεγαλύτερη ευελιξία στον προγραμματισμό που αφορά στην πρόσληψη εποχιακού και εκτάκτου προσωπικού.

### **9.3 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ**

Το πρώτο συμπέρασμα που μπορεί κανείς να διατυπώσει στον τομέα της περιβαλλοντικής διαχείρισης είναι ότι καμία από τις υπό μελέτη μονάδες δεν έχει λάβει σοβαρά υπόψη το συγκεκριμένο ζήτημα, καθώς δεν υπάρχει θέληση για ένταξη σε συγκεκριμένο πρόγραμμα περιβαλλοντικής διαχείρισης ή για την απόκτηση κάποιου πιστοποιητικού ή σήματος. Οι επενδύσεις οι οποίες έχουν πραγματοποιηθεί μέχρι σήμερα αφορούν στην ανανέωση του εξοπλισμού και στην ανακαίνιση των μονάδων. Περιβαλλοντικά, οι όποιες παρεμβάσεις γίνονται, συνδέονται κυρίως με τη μείωση του λειτουργικού κόστους των μονάδων.

Όπως τονίστηκε και στο αντίστοιχο κεφάλαιο, οι γραφειοκρατικές διαδικασίες και τα κωλύματα που παρουσιάστηκαν στη ροή των χρηματοδοτήσεων, για την ένταξη των μονάδων σε κάποιο χρηματοδοτικό πρόγραμμα ή αναπτυξιακό νόμο αποτέλεσαν εμπόδιο για την πραγματοποίηση περισσότερων επενδύσεων που να αφορούν τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και την ανάληψη φιλοπεριβαλλοντικών δράσεων.

Οι πιο δημοφιλείς παρεμβάσεις που γίνονται για την εξοικονόμηση ενέργειας από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις είναι εκείνες της εγκατάστασης καρτών παροχής και λαμπτήρων εξοικονόμησης ηλεκτρικού ρεύματος.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι στην ουσία οι Tour Operator δεν υποκίνησαν με κανένα τρόπο τις μονάδες να αναλάβουν πρωτοβουλίες ένταξης σε κάποιο ολοκληρωμένο σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης. Εντούτοις παρατηρείται ότι οι Μονάδες Πόλης εμφανίζονται να υπερέχουν

των μονάδων Resort στην ανάληψη δράσεων για την εξοικονόμηση ενέργειας.

Σε ό,τι αφορά την εφαρμογή πρακτικών περιορισμού των απορριμμάτων οι πιο δημοφιλείς πρακτικές συνδέονται με τη χρήση οικολογικών απορρυπαντικών και αναγωγώσιμων συσκευών σαπουνιού. Ωστόσο, όπως διευκρινίστηκε και στο αντίστοιχο κεφάλαιο, ακόμα και σήμερα η εφαρμογή πρακτικών περιορισμού των απορριμμάτων παραμένει σε χαμηλά επίπεδα για το σύνολο των μονάδων. Πάντως φαίνεται ότι όσο μεγαλύτερη σε μέγεθος και υψηλότερης κατηγορίας είναι μια μονάδα, τόσο περισσότερο «ευαίσθητη» εμφανίζεται στο ζήτημα περιορισμού των απορριμμάτων της. Στον αντίποδα τα ξενοδοχεία Resort, παρόλο που κανείς θα περίμενε το αντίθετο υστερούν και σε αυτόν τον τομέα σε σχέση με τα ξενοδοχεία Πόλης.

Ένα επιπλέον ζήτημα που είναι άμεσα συνδεδεμένο με τη βιωσιμότητα των νησιωτικών περιοχών αφορά στην κατανάλωση του νερού που πραγματοποιείται κατά τους θερινούς μήνες. Παρόλο που τα στοιχεία τα οποία μας παραχωρήθηκαν είναι ελλιπή, αυτό το οποίο θα πρέπει να τονιστεί είναι ότι το εν λόγω ζήτημα επιβαρύνει κυρίως τις μονάδες εκείνες που δραστηριοποιούνται εκτός της πόλης της Μυτιλήνης. Η μεγάλη πλειοψηφία των μονάδων Resort έχει προχωρήσει σε γεωτρήσεις για την άντληση νερού πέρα από τις ποσότητες που προμηθεύονται από το δημοτικό δίκτυο, γεγονός που καθιστά ανεξέλεγκτη την κατανάλωση του νερού στις μονάδες αυτές.

Τέλος θα πρέπει να τονιστεί και το γεγονός ότι γενικά δεν υπάρχει συντονισμένη δράση από τις τοπικές αρχές, εκτός του αστικού κέντρου της Μυτιλήνης, για την αποκομιδή ανακυκλώσιμων απορριμμάτων, γεγονός που επιβαρύνει ακόμη περισσότερο το περιβάλλον στις παραθεριστικές περιοχές.

#### **9.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΗΜΕΡΙΑ**

Η μη έντονη τουριστική ανάπτυξη της Λέσβου και ο οικογενειακός χαρακτήρας των επιχειρήσεων είναι ίσως τα χαρακτηριστικά εκείνα που

επηρεάζουν τους κοινωνικούς δείκτες ευημερίας των μονάδων, άλλοτε θετικά και άλλοτε αρνητικά.

Όπως συμβαίνει ευρύτερα στον ξενοδοχειακό κλάδο της χώρας, έτσι και στη Λέσβο τα σκήπτρα της απασχόλησης τα κρατούν οι γυναίκες (ΣΕΤΕ 2010).

Ενθαρρυντικό για την τοπική κοινωνία και οικονομία είναι το γεγονός ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εργαζομένων είναι μόνιμοι κάτοικοι της Λέσβου, γεγονός που προσφέρει ευκαιρίες απασχόλησης και συγκράτησης του τοπικού πληθυσμού ενώ παράλληλα δεν επιτρέπει μεγάλη διαρροή εισοδημάτων προς άλλες περιοχές της χώρας ή το εξωτερικό.

Η περίοδος λειτουργίας των καταλυμάτων είναι καθοριστική για τον τύπο της απασχόλησης όπως αυτό είναι αναμενόμενο και συμβαίνει σε όλες τις τουριστικές περιοχές της χώρας. Οι εργαζόμενοι στις μονάδες Πόλης, οι οποίες λειτουργούν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου είναι βέβαιο ότι εργάζονται σε ένα πιο ασφαλές εργασιακό περιβάλλον, καθώς είναι στην πλειοψηφία τους μόνιμοι απασχολούμενοι. Δεν συμβαίνει βέβαια το ίδιο με τα Resort ξενοδοχεία, όπου οι εργαζόμενοι απασχολούνται σχεδόν στο σύνολό τους ως εποχικοί υπάλληλοι κατά τους μήνες λειτουργίας των εν λόγω μονάδων.

Η ένταση της απασχόλησης είναι βέβαιο ότι επηρεάζεται από ορισμένα χαρακτηριστικά των μονάδων σε συνδυασμό με τον οικογενειακό χαρακτήρα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Λέσβου. Ο βαθμός απασχόλησης είναι ανάλογος της κατηγορίας και της περιόδου λειτουργίας του καταλύματος. Σε ό,τι αφορά το κριτήριο του μεγέθους της μονάδας, η κατάσταση είναι περισσότερο περίπλοκη, παρά ταύτα οι οικογενειακές μονάδες εμφανίζονται να απασχολούν γενικά περισσότερους εργαζομένους ανά κλίνη.

Άμεσα συνδεδεμένη με την οικογενειακή φύση των τουριστικών επιχειρήσεων και με το τουριστικό προφίλ της Λέσβου παραμένει η απασχόληση καταρτισμένου και εκπαιδευμένου διοικητικού και κατώτερου προσωπικού σε θέματα τουρισμού, εστίασης και catering. Όπως αναφέρθηκε και στο αντίστοιχο κεφάλαιο, παραμένουν εξαιρετικά χαμηλά τα ποσοστά των διευθυντών αλλά και των υπαλλήλων που έχουν λάβει τουριστική εκπαίδευση. Τα όποια σεμινάρια πραγματοποιούνται, είναι κυρίως

ενδοεπιχειρησιακής φύσης και οργανώνονται σε μεγάλο βαθμό από τις μεγαλύτερες σε μέγεθος και υψηλότερες σε κατηγορία μονάδες.

## **9.5 ΟΙ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΤΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Τα ευρήματα της επιτόπιας έρευνας στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Λέσβου, σε συνδυασμό με το προφίλ που έχει διαμορφωθεί στο συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό δίνουν απάντηση και στα βασικά ερευνητικά ερωτήματα που απασχόλησαν την παρούσα διατριβή.

Είναι γεγονός ότι η περιοχή της Λέσβου από άποψη ξενοδοχειακών κλινών και τουριστικών αφίξεων εντάσσεται στις αναπτυσσόμενες τουριστικά νησιωτικές περιοχές της χώρας. Παρά το γεγονός αυτό, η τουριστική εικόνα της Λέσβου έχει αρκετά κοινά στοιχεία αναφορικά με τον τρόπο οργάνωσης του τουρισμού με περιοχές που είναι περισσότερο ανεπτυγμένες τουριστικά.

Από τη μια πλευρά υπάρχει η αστική περιοχή της Μυτιλήνης, όπου οι μονάδες που λειτουργούν είναι στη πλειοψηφία τους Αστικά Ξενοδοχεία, ενώ στον αντίποδα υπάρχουν στο νησί τουριστικές περιοχές όπου η συντριπτική πλειοψηφία των μονάδων είναι τύπου Resort.

Η ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας αναδεικνύει τον τρόπο οργάνωσης του τουρισμού ως το σημαντικότερο παράγοντα που επηρεάζει τη βιωσιμότητα της ξενοδοχειακής μονάδας και κατ' επέκταση τη βιωσιμότητα του προορισμού όπου αυτή δραστηριοποιείται.

Η εξάρτηση των μονάδων από τους tour operators, η χρονική διάρκεια της δραστηριοποίησής τους και ο τρόπος διοικητικής οργάνωσής τους ανάγονται σε θεμελιώδη στοιχεία που επηρεάζουν τη βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος της Λέσβου. Από τα ευρήματα της έρευνας προέκυψε ότι και στους τρεις βασικούς άξονες που συνθέτουν τη βιώσιμη ανάπτυξη, οι μονάδες που δραστηριοποιούνται εποχιακά υστερούν σε βασικά σημεία έναντι των

μονάδων που δραστηριοποιούνται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και δεν εξαρτώνται από τη σύναψη συμβολαίων με tour operators.

Είναι γεγονός ότι τα ξενοδοχεία πόλης εμφανίζονται να είναι όχι μόνο οικονομικά αποδοτικότερα αλλά ταυτόχρονα περισσότερο «ευαίσθητα» περιβαλλοντικά και επιπλέον να έχουν καλύτερες επιδόσεις σε επίπεδο κοινωνικής ευημερίας.

Η κατηγορία της μονάδας στην περίπτωση της Λέσβου μπορεί να θεωρηθεί επίσης – αλλά όχι στον ίδιο βαθμό με την περίοδο λειτουργίας της - ως παράγοντας που επηρεάζει την αποδοτικότητά της. Παρά τον περιορισμένο αριθμό του δείγματος στις μονάδες Α' κατηγορίας, φαίνεται ότι η κατηγορία της μονάδας επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό τις επιδόσεις της στους τρεις άξονες ανάλυσης της βιωσιμότητάς της.

Αντίστοιχη είναι και η εικόνα που διαμορφώνεται ανάλογα με το μέγεθος της ξενοδοχειακής μονάδας. Οι οικογενειακές μονάδες εμφανίζονται να είναι οικονομικά αποδοτικότερες και να απασχολούν περισσότερους εργαζομένους, ωστόσο υστερούν σε σχέση με τις μεγαλύτερες σε μέγεθος μονάδες στην υιοθέτηση φιλοπεριβαλλοντικών πολιτικών.

Η έλλειψη τουριστικής εκπαίδευσης σε συνδυασμό με το οικογενειακό καθεστώς που επικρατεί στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αποτελούν ακόμα δύο σημαντικούς παράγοντες που επηρεάζουν το τουριστικό προϊόν της περιοχής. Όπως αναδεικνύεται από την επιτόπια έρευνα στις περισσότερες των περιπτώσεων η ιδιοκτησία της επιχείρησης ταυτίζεται με τη διεύθυνσή της. Γενικότερα οι ιδιοκτήτες – διευθυντές και οι υπάλληλοι των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, όπως έχει τονιστεί στερούνται τουριστικής εκπαίδευσης με συνέπεια αφενός οι προσφερόμενες υπηρεσίες να είναι χαμηλότερου επιπέδου και αφετέρου οι αποφάσεις οι οποίες λαμβάνονται για το μέλλον του ξενοδοχειακού κλάδου να μην είναι πάντα οι πιο κατάλληλες.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **1. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Αλεξιάκης, Π., Ξυδέας, Ε. (1998). *Οικονομική Θεωρία της Επιχείρησης*. Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλα.
- Ανδριώτης, Κ. (2005). *Τουριστική Ανάπτυξη & Σχεδιασμός*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης.
- Βαρβαρέσος, Σ. (1998). *Τουρισμός: Έννοιες, μεγέθη, δομές*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
- Βαρβαρέσος, Σ. (1997). *Τουρισμός. Οικονομικές Προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
- Ευρωπαϊκή Ένωση, ΥΠΕΧΩΔΕ. (1998). *Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου για τις Ελληνικές Ξενοδοχειακές Εγκαταστάσεις – EMAS – H/GR*. Euroconsultants s.a.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (1997). *Αποδοτική Διαχείριση για μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις*.
- Εφημερίς της Κυβερνήσεως. *Τεύχος πρώτο, Αρ. φύλλου 43, 7 Μαρτίου 2002*.
- Κάντζος, Κ. (1997). *Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Καραχοντζίτης, Δ. Κομνηνάκης, Μ. (1994) *Το μάνατζμεντ της Τουριστικής Επιχείρησης – Θεωρία και πρακτική Προσέγγιση*. Αθήνα: Εκδόσεις Γαλαίος,
- Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π. (2001). *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Κονδύλη Α. (2000). *Προγράμματα Σπουδών στην Περιβαλλοντική Μηχανική και την Τεχνολογία Περιβάλλοντος*. Πρακτικά Συνεδρίου: Τεχνολογίες Ήπιων Μορφών Ενέργειας και Περιβάλλοντος, Αθήνα, pp. 529-538.
- Λαγός, Δ. (2005). *Τουριστική Οικονομική*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Middleton, V. και Hawkins, R. (2004). *Τουριστικό Μάρκετινγκ για Βιώσιμη Ανάπτυξη*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. (2008). *Ελληνικά Ξενοδοχεία*.
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. (2002). *Ελληνικά Ξενοδοχεία*.



- Παπανίκος, Γ. (2000). *Οι ελληνικές μικρές και μεσαίες Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις ΙΤΕΠ.
- Παπανίκος, Γ. (2001). *Περιφερειακή Ανάλυση των Ελληνικών Ξενοδοχείων*. Αθήνα: Εκδόσεις ΙΤΕΠ.
- Παυλίδης, Π. (1993). *Ξενοδοχειακό Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Καλαμάς.
- Παπαδημητροπούλου, Α. (2008). *Απόδοση Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων στη Σάμο*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου: Μεταπτυχιακή διατριβή.
- Ρογδάκη, Ε. (1999). *Ανάλυση και διερεύνηση των Οικονομικών καταστάσεων των Επιχειρήσεων*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου: Πανεπιστημιακές Παραδόσεις.
- Σωτηριάδης, Μ. (1999). *Οικονομική διοίκηση Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
- Σπιλάνης, Ι. (1996). *Για μια Ευρωπαϊκή Πολιτική Νησιών. Κείμενα Έρευνας και Τεκμηρίωσης Αρ.41*. Ελληνικό Κέντρο Ευρωπαϊκών Μελετών.
- Σπιλάνης, Ι. *Οικονομία και πολιτική περιβάλλοντος του Jean-Philippe Barde*. Μεταφρασμένα Αποσπάσματα, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, τμήμα Περιβάλλοντος, τομέας Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών Περιβάλλοντος.
- Τσακλάγκανος, Α. (1997). *Οικονομική των επιχειρήσεων. Management I – II*. Αθήνα: Εκδόσεις Κυριακίδη
- Τσακλάγκανος, Α. (1996). *Εισαγωγή στην οικονομική των Επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Κυριακίδη
- Τσάρτας, Π., Σταυρινούδης, Θ., Ζαγκότση, Σ., Κυριακάκη, Α. & Βασιλείου, Μ. (2010). *Τουρισμός και Περιβάλλον*. Αθήνα: WWF Ελλάς.
- Τσάρτας, Π. (1996). Αειφορική ανάπτυξη και τουρισμός: προβληματισμοί και προτάσεις για ένα διαφορετικό τύπο τουριστικής ανάπτυξης. Στο: Κ. Λάσκαρις (επιμ.) *Sustainable Development: θεωρητικές προσεγγίσεις μιας κρίσιμης έννοιας*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου.
- Χυτήρης, Λ. (1996). *Το μάνατζμεντ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις: Interbooks.
- Υπουργεία Εθνικής Οικονομίας, Οικονομικών, Εμπορίου.(1987). *Ελληνικό Γενικό Λογιστικό Σχέδιο*. Αθήνα: Εκδόσεις ΕΛΚΕΠΑ.

## 2. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Baber, E. (2005). Sustainable hotel business practices. *Journal of Retail and Leisure Property*, 5(1): 70-77.
- Bachvarov, M. (1999). Troubled sustainability: Bulgarian seaside resorts. *Tourism Geographies*, 1(2): 192-203.
- Blancas, F.J., Oyola, M.L. & Gonzalez M. (2015). A European Sustainable Tourism Labels proposal using a composite indicator. *Environmental Impact Assessment Review*, 54: 39–54.
- Bohdanowicz, P., Simanic, B. & Martinac, I. (2005). Environmental training and measures at Scandic hotels, Sweden. *Tourism Review International*, 9(1): 7-19.
- Brachya, V., Juhasz, F., Pavasovic, A., Trumbic, I. (1994). *Guidelines for Integrated Management of Coastal and Marine Areas with Special Reference to the Mediterranean Basin*. Split, Croatia, PAP/RAC (MAP-UNEP).
- Bramwell, B. & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5): 411-421.
- Bramwell, B. (2015). Theoretical activity in sustainable tourism research. *Annals of Tourism Research* 54: 204–218.
- Britton, S. (1982). The Political Economy of Tourism in the Third World. *Annals of Tourism Research*, 11:713-719.
- Budeanu, A., Miller, G., Moscardo, G. & Ooi, C.S. (2016). Sustainable tourism, progress, challenges and opportunities: an introduction. *Journal of Cleaner Production* 111: 285 – 294.
- Buhalis, D. (1999). Tourism on the Greek Islands: Issues of Peripherality, Competitiveness and Development, *International Journal of Tourism Research*, 1:341-358.
- Castellani, V. & Sala, S. (2010). Sustainable performance index for tourism policy development. *Tourism Management*, 31(6): 871-880.
- Cernat, L. & Gourdon, J. (2012). Paths to success: Benchmarking cross-country sustainable tourism. *Tourism Management*, 33(5): 1044-1056.

- Chan, W.W. & Lam, J.C. (2003). Energy-saving supporting tourism sustainability: A case study of hotel swimming pool heat pump. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(1): 74-83.
- Ching-biu Tse, A. (2003), Disintermediation of Travel Agents in the Hotel Industry. *Hospitality Management*, 22: 453-460.
- Erdogan, N. & Baris, E. (2007). Environmental protection programs and conservation practices of hotels in Ankara, Turkey. *Tourism Management*, 28(2): 604-614.
- European Commission. (1999). *Rational Use of Energy in the Tourist Industry*.
- Gortazar, L. & Marin, C. (1999). *Tourism and Sustainable Development: from theory to practice – the island experience*, Gobierno de Canarias – Insula, Spain.
- Goodman, A. (2000). Implementing Sustainability in Service Operations at Scandic Hotels. *Interfaces, Interfaces*, 30(3): 202-214.
- Hall, M.C. (2011). Policy learning and policy failure in sustainable tourism governance: from first- and second-order to third-order change? *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5): 649-671.
- Hardy, A., Beeton, R.J.S. & Pearson, L. (2002). Sustainable Tourism: An Overview of the Concept and its Position in Relation to Conceptualisations of Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(6): 475-496.
- Harris, R., Griffin, T. & Williams, P. (2002). *Sustainable Tourism: A Global Perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Heung, V.C.S., Fei, C. & Hu, C. (2006). Customer and employee perception of a green hotel – the case of five-star hotels in China. *China Tourism Research*, 2(3): 246-297.
- Jackson, G. & Morpeth, N. (1999). Local Agenda 21 and Community Participation in Tourism Policy and Planning: Future or Fallacy. *Current Issues in Tourism*, 2(1): 1-38.
- Janusz, G.K. & Bajdor, P. (2013). Towards to Sustainable Tourism – Framework, Activities and Dimensions. *Procedia Economics and Finance*, 6: 523-529.

- Jayawardena, C., Pollard, A., Chort, V., Choi, C. & Kibicho, W. (2013). Trends and sustainability in the Canadian tourism and hospitality industry. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 5(2): 132-150.
- Johnston, C.S. (2014). Towards a theory of sustainability, sustainable development and sustainable tourism: Beijing's hutong neighbourhoods and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(2): 195-213.
- Karatzoglou, B. & Spilanis, I. (2010). Sustainable tourism in Greek islands: the integration of activity-based environmental management with a destination environmental scorecard based on the adaptive resource management paradigm. *Business Strategy and the Environment*, 19(1): 26-38.
- Kasim, A. (2009). Managerial attitudes towards environmental management among small and medium hotels in Kuala Lumpur. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(6): 709-725.
- Kirk, D. (1996). *Environmental Management for Hotels – A student's handbook*, UK: Butterworth – Heinemann..
- Lagos, D. & Stamatiou, E. (2006). Sustainable Tourism Development through Endogenous Growth Models. *European Regional Science Association (ERSA) conference*.
- Lee, K.F. (2001). Sustainable tourism destinations: the importance of cleaner production. *Journal of Cleaner Production*, 9(4): 313-323.
- Lee, T.H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34: 37-46.
- Lee, T.H., Hsieh H.P. (2016). Indicators of sustainable tourism: A case study from a Taiwan's wetland. *Ecological Indicators*, 67:779-787.
- Leslie, D. & Hughes, G. (1997). Agenda 21, local authorities and tourism in the UK. *Managing Leisure*, 2(3): 143-154.
- Liu, C.H.S., Horng, J.S., Chou, S.F. (2015). A critical evaluation of sustainable tourism from the integrated perspective: Conducting moderated–mediation analysis. *Tourism Management Perspectives*, 16: 43–50.

- Lozano-Oyola, M., Blancas, F.J., Gonzales, M. & Caballero, R. (2012). Sustainable Tourism Indicators as Planning Tools in Cultural Destinations. *Ecological Indicators*, 18: 659-675.
- Marin C, Jafari.J. (2002). Sustainable hotels for sustainable destinations. *Annals of Tourism Research*, 20(1): 266-268.
- McNamara, K.E. & Gibson, C. (2008). Environmental Sustainability in Practice? A Macro-scale Profile of Tourist Accommodation Facilities in Australia's Coastal Zone. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(1): 85-100.
- Melissen, F., Ginneken, Van R. & Wood, R.C. (2016). Sustainability challenges and opportunities arising from the owner-operator split in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 54: 35–42.
- Mensah, I. (2006). Environmental management practices among hotels in the greater Accra region. *International Journal of Hospitality Management*, 25(3): 414-431.
- Middleton, V. & Hawkins, R. (1998). *Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Mihalic, T., Zabkar, V. & Cvelbar, L.K. (2012). A hotel sustainability business model: evidence from Slovenia. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(5): 701-719.
- Miller, G., Rathouse, K., Scarles, C., Holmes, K. & Tribe, J. (2010). Public understanding of sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3): 627-645.
- Minoli, D.E, Goode, M.H., & Smith M.T. (2015). Are eco labels profitably employed in sustainable tourism? A case study on Audubon Certified Golf Resorts. *Tourism Management Perspectives*, 16: 207–216.
- Miththapala, S., Jayawardena, C. & Dileep Mudadeniya, D. (2013). Responding to trends: Environmentally-friendly sustainable operations (ESO) of Sri Lankan hotels. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 5(5): 442-455.
- Organization of American States. (1997). *Sustaining Tourism by managing its natural and heritage resources*.
- Pace, L.A. (2015). How do tourism firms innovate for sustainable energy consumption? A capabilities perspective on the adoption of energy

- efficiency in tourism accommodation establishments. *Journal of Cleaner Production*, 111: 409 – 420.
- Pryce, A. (2001). Sustainability in the hotel industry. *Travel & Tourism Analyst*, 6: 95-114.
- Risteskia, M., Kovevska, J. & Arnaudov, K. (2012). Spatial Planning and Sustainable Tourism as Basis for Developing Competitive Tourist Destinations. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 44: 375-386.
- Rodriguez-Anton, J.M., Alonso-Almeida, M.d.M., Celemin, M.S. & Rubio, L. (2012). Use of different sustainability management systems in the hospitality industry. The case of Spanish hotels. *Journal of Cleaner Production*, 22(1): 76-84.
- Sandaruwani, J.A., & Gnanapala, A C. (2016) Food wastage and its impacts on sustainable business operations: a study on Sri Lankan tourist hotels. *Procedia Food Science* 6, 133 – 135.
- Saufi, A., O'Brien, D. & Wilkins, H. (2014). Inhibitors to host community participation in sustainable tourism development in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(5): 801-820.
- Sloan, P., Legrand, W. & Chen, J.S. (2009). *Sustainability in the Hospitality Industry. Principles of Sustainable Operations*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Sloan, P., Legrand, W., Tooman, H. & Frendt, J. (2009). Best practices in sustainability: German and Estonian Hotels. *Advances in Hospitality and Leisure*, 5: 89-107.
- Sorensson, A. & von Friedrichs, Y. (2013). An importance-performance analysis of sustainable tourism: A comparison between international and national tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(1): 14-21.
- Smerecnik, K.R. & Andersen P.A. (2011). The diffusion of environmental sustainability innovations in North American hotels and ski resorts. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Spilanis, I., Kizos, T., Koulouri, M., Kondyli, J., Vakoufaris, H. and Gatsis, I. (2009). Monitoring Sustainability in Insular Areas. *Ecological Indicators*, 19(2): 171-196.

- Spilanis, I. & Vayanni, H. (2004). Sustainable Tourism: Utopia or Necessity? The Role of New Forms of Tourism in the Aegean Islands. In: B. Bramwell (ed.) *Coastal Mass Tourism: Diversification and Sustainable Development in Southern Europe*. Clevedon, UK: Channel View Publications.
- Spilanis, I., Kondili, J., Gryllaki, S. (2003). *Measuring the Attractiveness of Small Islands. A Tool for Sustainability* paper submitted for presentation at the International Conference on sustainability indicators.
- Spilanis I., Kondili J., Gryllaki S. (1998). *Measuring the attractiveness of small islands. A tool for sustainability*. International Conference on Sustainability Indicators, Valleta, Malta, 6-8 November 2003
- Swarbrooke, J. (1998). *Sustainable Tourism Management*. UK: Cabi Publishing.
- Tao, T.C.H & Wall, G. (2009). Tourism as a sustainable livelihood strategy. *Tourism Management*, 30(1): 90-98.
- Tsartas, P., Spilanis, I. Kizos, A., Vagiani, E. Arvanitis, P. & Gkoumas, A. (2007). *Tourism and Sustainability*. MEDOCC. Chios: University of the Aegean, Laboratory for Tourism Research & Studies.
- Tsartas, P. (2003). Tourism Development in Greek Insular and Coastal Areas: Sociocultural Changes and Crucial Policy Issues. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2&3): 116-132.
- TUV Rheinland. (2005). *Certification of environmental management systems*.
- UN (1999). *From Theory to Practice: Indicators of Sustainable Development*.
- UNEP (2002). *Industry as a partner for sustainable development*. United Kingdom: UNEP.
- UNEP (2002). *Sustainable Consumption: A Global Status Report*.
- UNEP (2003). *Tourism and Local Agenda 21. The Role of Local Authorities in Sustainable Tourism*. Paris: UNEP.
- UNWTO (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook. Enhancing Capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries*. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO (2014). *World Tourism Barometer*, Volume 12, January 2014.

- Waligo, V.M, Clarke, J. & Hawkins, R. (2013). Implementing Sustainable Tourism: A multi-stakeholder involvement management perspective. *Tourism Management*, 36: 342-353.
- Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- WTO (1994). *National and Regional Tourism Planning - Methodologies and Case Studies*. Madrid: World Tourism Organization.
- WTO (1998). *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*. Madrid: WTO.
- WTTC (1998). *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry: Towards an environmentally sustainable development*. World Travel and Tourism Council. Progress Report No. 1.
- WTTC (2013). *Travel & Tourism Economic Impact 2013*. London: World Travel & Tourism Council.
- Zhang, J.J., Joglekar, N.R. & Verma, R. (2012). Exploring resource efficiency benchmarks for environmental sustainability in hotels. *Cornell Hospitality Quarterly*, 53(3): 229-241.

### 3. ΠΗΓΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- Ελληνική Δημοκρατία – Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών – Ελληνική Στατιστική Αρχή. (2011). Διαθέσιμο στο:  
<http://www.statistics.gr>.
- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) (2014). Παγκόσμια Τουριστική Κίνηση. Διαθέσιμο στο:  
<http://sete.gr/GR/TOYRISMOS/Pangosmia%20Touristiki%20Kinisi/>
- TUV Rheinland. (2005) Διαθέσιμο στο:  
<http://www.de.tuv.com/en/>
- Ελληνική Δημοκρατία – Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών – Ελληνική Στατιστική Αρχή. (2011). Διαθέσιμο στο:  
<http://www.statistics.gr>.



**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**  
**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**



## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

### ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Όνομα  
Ξενοδοχείου:.....  
Όνομα  
Εταιρείας:.....  
Πόλη:.....  
Τηλέφωνο:..... fax: ..... mail:.....  
Όνομα Ερωτώμενου:.....

#### 1) Το κατάλυμα είναι (1 μόνο επιλογή):

Μέρος Αλυσίδας:   Ναι     
Franchise:           Ναι     
Ανεξάρτητο:       Ναι   

#### 2) Αριθμός Δωματίων

Μονόκλινα     Δίκλινα     Σου    

Bungalows:

### ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

#### 3) Ποσοστό διανυκτερεύσεων το 2007 για κάθε τύπο τουριστών

Μεμονωμένοι	
Business ή σταθεροί πελάτες	
Μέσω συμβολαίου allotment	
Μέσω συμβολαίου guarantee	
Μέσω συμβολαίου κοινωνικού τουρισμού	
Μέσω άλλου συμβολαίου Διευκρινίστε..... .....	
Μέσω πρακτορείου	
Μέσω internet	

#### 4) Ποια είναι η τιμή πόρτας ανά δωμάτιο / κλίνη;

Τύπος Δωματίου	Τιμή πόρτας		
	Χαμηλή Περίοδος	Μέση Περίοδος	Υψηλή Περίοδος
Μονόκλινο			

Δίκλινο			
Σουίτα			
Bungalows			

5) Ποια ήταν η τιμή ανά κλίνη (ή ανά δωμάτιο) ή το ποσοστό της έκπτωσης, για κάθε μια από τις παρακάτω κατηγορίες πελατών το 2007;

Τύπος Κράτησης	Περίοδος		
	Χαμηλή	Μέση	Υψηλή
<b>Μέσω συμβολαίου allotment</b>			
<b>Μέσω συμβολαίου guarantee</b>			
<b>Μέσω συμβολαίου για κοινωνικό τουρισμό</b>			
<b>Για business ή σταθερούς πελάτες</b>			
<b>Για μεμονωμένους πελάτες</b>			
<b>Μέσω άλλου συμβολαίου</b>			
<b>Μέσω πρακτορείου</b>			
<b>Μέσω internet</b>			

6) Με ποιους tour operator

του εξωτερικού και τουριστικά γραφεία εσωτερικού συνεργάζεται η επιχείρησή σας και ποιο κατά προσέγγιση ποσοστό από τις διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών αντιστοιχεί στον καθένα;

Επωνυμία Tour Operator	Ποσοστό στις διανυκτερεύσεις που του αναλογεί

7α) Παρακαλούμε αναφέρετε τον αριθμό των αφίξεων και διανυκτερεύσεων ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών για το έτος 2007.

Αφίξεις ημεδαπών το **2007**: .....  
**2007**:.....

Αφίξεις αλλοδαπών το

Διανυκτερεύσεις ημεδαπών το **2007**:.....  
**2007**:.....

Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών το

**7β) Ποια ήταν η μέση ετήσια πληρότητα του καταλύματός σας το 2007;**

Μέση ετήσια πληρότητα το **2007**: .....%

**8) Τι ποσοστό αναλογεί σε τοπικούς και σε ξένους παραγωγούς για την αγορά α) τροφίμων και ποτών και β) αναλωσίμων**

	Από τοπικούς παραγωγούς (%)	Από ξένους παραγωγούς (%)
Τρόφιμα και ποτά		
Αναλώσιμα		

Ποια είδη είναι τοπικά.....

### ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

9) Έχετε προχωρήσει σε επενδύσεις που αποσκοπούν στη βελτίωση της ποιότητας λειτουργίας της επιχείρησής;

Ναι

Όχι

(Πηγαίνετε στην ερώτηση 15)

**10) Οι επενδύσεις αυτές σε τι αποσκοπούν;**

Α) Σε απόκτηση σήματος ολικής ποιότητας

Ποιο; .....

β) Σε απόκτηση σήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης

Ποιο; .....

γ) Σε μείωση του λειτουργικού κόστους

δ) Σε άνοδο όχι κατηγορίας του καταλύματος

ε) Άλλο.....

.....

### **ΑΝ ΕΧΕΙ ΣΗΜΑ (ΕΡΩΤΗΣΗ 11 ΚΑΙ 12):**

11) Η κατοχύρωση του σήματος αποτελεί στοιχείο της διαφημιστικής προβολής της επιχείρησής;

Ναι

Όχι

Διευκρινίστε:

**Στο internet**

Σε διαφημιστικά Φυλλάδια

Σε οδηγούς των tour operators

Άλλο.....

.....

.....

12) Εντοπίσατε κάποιο θετικό αποτέλεσμα για την επιχείρησή σας ύστερα από προβολή του σήματος;

	ΠΟΣΟΣΤΟ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ
Στην πληρότητα	
Στην τιμή ενοικίασης των δωματίων	
Στην περίοδο λειτουργίας του καταλύματος	

13) Οι επενδύσεις που έχουν πραγματοποιηθεί ποιες από τις παρακάτω παρεμβάσεις αφορούν;

Ηλιακούς θερμοσίφωνες

Κάρτες παροχής ρεύματος δωματίου

Λαμπτήρες εξοικονόμησης ρεύματος

Μπαταρίες εξοικονόμησης νερού

Ανανέωση εξοπλισμού

Σύνδεση με βιολογικό καθαρισμό

Άλλες παρεμβάσεις (παρακαλώ διευκρινίστε)

.....  
.....  
.....  
.....

14) Με τι είδους κεφάλαια έγιναν οι παραπάνω παρεμβάσεις;

Ίδια

Δανειακά

Επιχορήγηση

Χρηματοδότηση από Τουρ Οπερέιτορ

Άλλο (διευκρινίστε).....

15) Στην επιχείρησή σας γίνεται χρήση προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον και ποιων;

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
--	-----	-----

Χρήση ανακυκλωμένου χαρτιού		
Χρήση οικολογικών απορρυπαντικών		
Προσφορά των ειδών πρωινού με τη μορφή buffet και όχι σε ατομικές πλαστικές συσκευασίες		
Αναγωμώσιμες συσκευασίες υγροσάπουνου/σαμπουάν		
Άλλο		

#### ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

16) Ποια ήταν η κατανομή του προσωπικού που απασχόλησε η επιχείρησή σας το 2007, ανάλογα με το είδος της απασχόλησης και το φύλο

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ	
	ΑΝΔΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ
Μόνιμο Προσωπικό		
Εποχιακό Προσωπικό		
Έκτακτο Προσωπικό		

17) Από το συνολικό προσωπικό που απασχόλησε η επιχείρησή σας το 2007 πόσοι διαμένουν μόνιμα στο νησί σας και πόσοι προέρχονται από άλλες περιοχές;

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΟΝΙΜΩΝ ΚΑΤΟΙΚΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗ ΜΟΝΙΜΩΝ ΚΑΤΟΙΚΩΝ
Μόνιμο Προσωπικό		
Εποχιακό Προσωπικό		
Έκτακτο Προσωπικό		

18) Παρακαλώ συμπληρώστε τον παρακάτω πίνακα που αφορά το εκπαιδευτικό επίπεδο του προσωπικού που απασχόλησε η επιχείρησή σας το 2007

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΒΑΘΜΙΔΑ	ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	ΚΑΤΩΤΕΡΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

	(Διεύθυνση – Υπεύθυνοι τμημάτων κ.τ.λ)	(Καμαριέρες, Σερβιτόροι, Μπάρμαν κ.τ.λ)
ΣΤΟΙΧΕΙΩΔΗΣ (ΔΗΜΟΤΙΚΟ)		
ΜΕΣΗ / ΤΕΧΝΙΚΗ		
ΑΕΙ		
ΤΕΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
ΑΛΛΟ ΤΕΙ		
ΣΧΟΛΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΩΝ		

19) Πραγματοποιούνται σε ενδοεπιχειρησιακό ή διεπιχειρησιακό επίπεδο ή σε συνεργασία με άλλους τοπικούς φορείς σεμινάρια εκπαίδευσης των υπαλλήλων σας;

**Ναι**

**Όχι**

**ΑΝ ΝΑΙ**

20) Ποιες ειδικότητες αφορούσαν τα σεμινάρια αυτά και τι ποσοστό των υπαλλήλων έχει επιμορφωθεί;

ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΕΣ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ	Αριθμός / Ποσοστό υπαλλήλων που συμμετείχε