

Εκθέσεις βιωσιμότητας στον Ελληνικό Τουρισμό

του Ιωάννη Πασσά & του Αλέξανδρου Γαρεφαλάκη



Ιωάννης Πασσάς
Επίκουρος Καθηγητής,
Χρηματοοικονομική Λογιστική
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού,
Σχολή Επιστημών Διοίκησης και Οικονομίας
Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο

Email: ipassas@hmu.gr
Τηλ.: 2810379615



Αλέξανδρος Γαρεφαλάκης
Αναπληρωτής Καθηγητής Λογιστική (ESG)
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού,
Σχολή Επιστημών Διοίκησης και Οικονομίας
Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο

Email: agarefalakis@hmu.gr
Τηλ.: 2810379623

Εισαγωγή

Ο τουρισμός στην Ελλάδα δεν είναι απλώς ένας οικονομικός κλάδος ή ένας αριθμός στατιστικών αξίσεων. Είναι οι άνθρωποι που εργάζονται στα ξενοδοχεία και στα εστιατόρια, τα νησιά που γεμίζουν ζωή το καλοκαίρι και ησυχία τον χειμώνα, τα χωριά που προσπαθούν να κρατήσουν τον χαρακτήρα και την ταυτότητά τους μέσα στην ανάπτυξη, αλλά και το φυσικό περιβάλλον που όλοι απολαμβάνουμε, συχνά χωρίς να συνειδητοποιούμε πόσο εύθραυστο είναι.

Μέσα σε αυτή τη σύνθετη πραγματικότητα, ο τουρισμός καλείται να ισορροπήσει ανάμεσα στην οικονομική ευημερία και στη φροντίδα του τόπου και των ανθρώπων. Οι εκθέσεις βιωσιμότητας λειτουργούν σαν ένας καθρέφτης αυτής της προσπάθειας: αποτυπώνουν τις επιλογές, τις πρακτικές και τις προθέσεις του ελληνικού τουρισμού, δείχνοντας πώς μπορεί να αναπτύσσεται χωρίς να φθείρει όσα τον κάνουν πραγματικά ξεχωριστό και αναντικατάστατο.

Τι είναι μια έκθεση βιωσιμότητας;

Μια έκθεση βιωσιμότητας είναι ένας τρόπος να πει μια επιχείρηση την αλήθεια για τη λειτουργία της. Δεν αφορά μόνο το πόσα κέρδη είχε, αλλά και το πώς τα πέτυχε,

ποιες επιλογές έκανε στην καθημερινή της λειτουργία και ποιες συνέπειες είχαν αυτές οι επιλογές στον τόπο, στο περιβάλλον και στους ανθρώπους. Πρόκειται για ένα εργαλείο επικοινωνίας, αλλά και αυτοαξιολόγησης, που δείχνει πώς μια επιχείρηση αντιλαμβάνεται τον ρόλο και την ευθύνη της μέσα στην κοινωνία.

Στον τουρισμό, μια έκθεση βιωσιμότητας αποκτά ιδιαίτερη σημασία, καθώς ο κλάδος επηρεάζει άμεσα φυσικούς πόρους, τοπικές κοινωνίες και πολιτιστικά στοιχεία. Ένα ξενοδοχείο, για παράδειγμα, δεν λειτουργεί σε κενό· καταναλώνει νερό και ενέργεια, απασχολεί εργαζομένους, συνεργάζεται με προμηθευτές και επηρεάζει την καθημερινότητα των κατοίκων της περιοχής. Η έκθεση βιωσιμότητας επιχειρεί να αποτυπώσει αυτή τη συνολική εικόνα, εξηγώντας πώς λαμβάνονται αποφάσεις και ποιο είναι το αποτύπωμά τους στον χρόνο.

Παράλληλα, οι εκθέσεις αυτές λειτουργούν ως γέφυρα ανάμεσα στην επιχείρηση και τους ενδιαφερόμενους φορείς, όπως οι εργαζόμενοι, οι τοπικές κοινωνίες, οι επισκέπτες και οι θεσμοί. Μέσα από απλή και κατανοητή γλώσσα, παρουσιάζουν στόχους, δράσεις και αποτελέσματα, επιτρέποντας στον αναγνώστη να σχηματίσει μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα για τη φιλοσοφία και τις αξίες της επιχείρησης.

Σημαντικό στοιχείο μιας έκθεσης βιωσιμότητας είναι ότι δεν περιορίζεται στην παρουσίαση θετικών πρακτικών. Συχνά περιλαμβάνει και σημεία προβληματισμού, αναγνωρίζοντας δυσκολίες, περιορισμούς ή στόχους που δεν επιτεύχθηκαν. Αυτή η διάσταση αυτοκριτικής ενισχύει την αξιοπιστία της έκθεσης και δείχνει ότι η βιωσιμότητα δεν είναι μια στατική κατάσταση, αλλά μια συνεχής διαδικασία μάθησης και προσαρμογής.

Τελικά, μια έκθεση βιωσιμότητας δεν αποτελεί απλώς ένα έγγραφο δημοσιοποίησης στοιχείων. Είναι μια αφήγηση ευθύνης και προσανατολισμού στο μέλλον, που αποτυπώνει την προσπάθεια του τουριστικού κλάδου να λειτουργήσει με μεγαλύτερη συνείδηση, διαφάνεια και σεβασμό προς τον τόπο που τον φιλοξενεί.

Γιατί έχουν σημασία στον ελληνικό τουρισμό;

Ο ελληνικός τουρισμός αποτελεί έναν από τους βασικότερους πυλώνες της εθνικής οικονομίας, επηρεάζοντας άμεσα την απασχόληση, το εισόδημα και την ανάπτυξη σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Ταυτόχρονα, όμως, είναι ένας κλάδος με έντονες αντιφάσεις. Από τη μία πλευρά δημιουργεί ευκαιρίες και δυναμική ανάπτυξης, ενώ από την άλλη ασκεί σημαντικές πιέσεις στο περιβάλλον, στις υποδομές και στην κοινωνική συνοχή των περιοχών που τον φιλοξενούν. Οι εκθέσεις βιωσιμότητας έρχονται να

αναδείξουν αυτή τη διττή φύση του ελληνικού τουρισμού με πιο ξεκάθαρο και συστηματικό τρόπο.

Σε πολλές τουριστικές περιοχές της Ελλάδας, η ανάπτυξη είναι έντονα συγκεντρωμένη σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους, κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες. Αυτό οδηγεί σε υπερφόρτωση των φυσικών πόρων, σε αυξημένη παραγωγή απορριμμάτων και σε έντονη πίεση στις τοπικές υποδομές, ενώ τον υπόλοιπο χρόνο παρατηρείται μειωμένη οικονομική δραστηριότητα. Οι εκθέσεις βιωσιμότητας συμβάλλουν στην κατανόηση αυτών των φαινομένων, καταγράφοντας δεδομένα και πρακτικές που δείχνουν αν και πώς οι επιχειρήσεις προσπαθούν να αντιμετωπίσουν την εποχικότητα και να προωθήσουν πιο ισορροπημένες μορφές τουριστικής ανάπτυξης.

Παράλληλα, στον ελληνικό τουρισμό η εικόνα της χώρας και των προορισμών της παίζει καθοριστικό ρόλο. Η ποιότητα του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, η αυθεντικότητα των εμπειριών και η σχέση με τις τοπικές κοινωνίες επηρεάζουν άμεσα την ελκυστικότητα της Ελλάδας ως προορισμού. Οι εκθέσεις βιωσιμότητας λειτουργούν ως εργαλείο ενίσχυσης αυτής της εικόνας, καθώς παρουσιάζουν έμπρακτα τη δέσμευση των τουριστικών επιχειρήσεων και οργανισμών σε πρακτικές υπευθυνότητας και μακροπρόθεσμου σχεδιασμού.

Επιπλέον, σε ένα διεθνές περιβάλλον όπου οι ταξιδιώτες γίνονται ολοένα και πιο ευαισθητοποιημένοι απέναντι σε ζητήματα περιβάλλοντος και κοινωνικής ευθύνης, οι εκθέσεις βιωσιμότητας αποκτούν στρατηγική σημασία. Δεν αποτελούν απλώς ένα μέσο ενημέρωσης, αλλά και έναν τρόπο διαφοροποίησης και ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για τον ελληνικό τουρισμό. Μέσα από αυτές, γίνεται σαφές αν η ανάπτυξη βασίζεται σε βραχυπρόθεσμα οφέλη ή αν εντάσσεται σε ένα ευρύτερο όραμα βιώσιμης προόδου, που λαμβάνει υπόψη τόσο τις σημερινές ανάγκες όσο και τις προσδοκίες των επόμενων γενεών.

Περιβάλλον: προστατεύοντας το αυτονόητο

Το περιβάλλον είναι συχνά το πρώτο και πιο άμεσα αντιληπτό θέμα σε μια έκθεση βιωσιμότητας, και όχι τυχαία. Ο ελληνικός τουρισμός βασίζεται σχεδόν εξ ολοκλήρου στο φυσικό κεφάλαιο της χώρας: τη θάλασσα, το κλίμα, τα τοπία, τη βιοποικιλότητα και τους παραδοσιακούς οικισμούς. Αυτά τα στοιχεία δεν αποτελούν απλώς σκηνικό των διακοπών, αλλά τον ίδιο τον λόγο για τον οποίο η Ελλάδα επιλέγεται ως προορισμός. Όταν το περιβάλλον υποβαθμίζεται ή εξαντλείται, ο τουρισμός χάνει σταδιακά το συγκριτικό του πλεονέκτημα και υπονομεύει το ίδιο του το μέλλον.

Οι εκθέσεις βιωσιμότητας επιχειρούν να καταγράψουν πώς οι τουριστικές επιχειρήσεις διαχειρίζονται αυτή

τη σχέση εξάρτησης από το περιβάλλον. Αναφέρονται σε πρακτικές εξοικονόμησης ενέργειας, περιορισμού των εκπομπών, μείωσης της χρήσης πλαστικών, ορθολογικής διαχείρισης απορριμμάτων και, κυρίως, συνετής χρήσης του νερού. Για περιοχές όπως τα νησιά, όπου οι φυσικοί πόροι είναι περιορισμένοι και η ζήτηση αυξάνεται κατακόρυφα την τουριστική περίοδο, τέτοιες πρακτικές δεν είναι απλώς περιβαλλοντική επιλογή, αλλά ζήτημα επιβίωσης.

Ιδιαίτερη σημασία έχει επίσης η προσαρμογή των περιβαλλοντικών πρακτικών στις ιδιαιτερότητες κάθε προορισμού. Άλλες ανάγκες και προκλήσεις αντιμετωπίζει ένα μικρό νησί με περιορισμένα αποθέματα νερού (βλ. Σαντορίνη) και άλλες ένας ορεινός ή ηπειρωτικός προορισμός. Οι εκθέσεις βιωσιμότητας, μεταξύ άλλων, δείχνουν αν οι επιχειρήσεις λαμβάνουν υπόψη αυτές τις διαφορές ή αν εφαρμόζουν γενικές λύσεις χωρίς ουσιαστικό αντίκτυπο αποσκοπώντας μόνο στο κέρδος.

Κοινωνία: οι άνθρωποι στο επίκεντρο

Η κοινωνική διάσταση της βιωσιμότητας συχνά είναι λιγότερο ορατή από την περιβαλλοντική, όμως είναι εξίσου καθοριστική για τη μακροπρόθεσμη επιτυχία του τουρισμού. Πίσω από κάθε τουριστική εμπειρία υπάρχουν άνθρωποι: εργαζόμενοι που στηρίζουν την καθημερινή λειτουργία των επιχειρήσεων, κάτοικοι που μοιράζονται τον τόπο τους με επισκέπτες και τοπικές κοινωνίες που επηρεάζονται άμεσα από τον ρυθμό και τη μορφή της τουριστικής ανάπτυξης. Οι εκθέσεις βιωσιμότητας επιχειρούν να φωτίσουν αυτή την ανθρώπινη πλευρά του τουρισμού, δίνοντας έμφαση όχι μόνο στους αριθμούς, αλλά και στις συνθήκες ζωής και εργασίας.

Ένα βασικό ζήτημα που αναδεικνύεται στις εκθέσεις βιωσιμότητας αφορά την εργασία στον τουριστικό κλάδο. Στην Ελλάδα, η εποχικότητα, τα εκτεταμένα ωράρια και η ένταση της τουριστικής περιόδου δημιουργούν προκλήσεις στους εργαζομένους. Μέσα από τις εκθέσεις, παρουσιάζονται πρακτικές που σχετίζονται με την ασφάλεια στην εργασία, τη δίκαιη αμοιβή, την εκπαίδευση και την επαγγελματική εξέλιξη. Όταν μια επιχείρηση επενδύει στους ανθρώπους της, ενισχύει όχι μόνο την ποιότητα των υπηρεσιών της, αλλά και τη συνολική εικόνα του προορισμού. Ωστόσο, δεν περιορίζεται μόνο στους εργαζομένους. Αφορά και τη σχέση του τουρισμού με τις τοπικές κοινωνίες. Σε πολλές περιοχές της Ελλάδας, ο τουρισμός μεταβάλλει την καθημερινότητα των κατοίκων, επηρεάζοντας τη χρήση του δημόσιου χώρου, το κόστος ζωής και τον χαρακτήρα των οικισμών. Οι εκθέσεις βιωσιμότητας εξετάζουν αν οι τουριστικές επιχειρήσεις λειτουργούν με σεβασμό προς αυτές τις κοινωνικές ισορροπίες ή αν ενισχύουν φαινόμενα αποκλεισμού και υπερφόρτωσης.

Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στη στήριξη της τοπικής οικονομίας και της πολιτιστικής ταυτότητας. Η συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς, η προώθηση τοπικών προϊόντων και η ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς αποτελούν πρακτικές που ενισχύουν τη σύνδεση του τουρισμού με τον τόπο. Όταν οι κάτοικοι βλέπουν ότι ο τουρισμός συμβάλλει ουσιαστικά στη διατήρηση της ταυτότητάς τους και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής τους, η αποδοχή της τουριστικής δραστηριότητας γίνεται πιο ισχυρή και βιώσιμη.

Οικονομία και διαφάνεια: χτίζοντας εμπιστοσύνη

Η βιωσιμότητα δεν αφορά μόνο το τι γίνεται, αλλά και το πώς αποφασίζεται. Οι εκθέσεις περιγράφουν τον τρόπο διοίκησης, τη λήψη αποφάσεων και το κατά πόσο μια επιχείρηση λειτουργεί με συνέπεια και διαφάνεια. Στον ελληνικό τουρισμό, όπου δραστηριοποιούνται τόσο μεγάλες επιχειρήσεις όσο και μικρές οικογενειακές μονάδες, η εμπιστοσύνη είναι κρίσιμο στοιχείο. Η διαφάνεια βοηθά να αποφεύγονται συγκρούσεις, να ενισχύεται η συνεργασία και να δημιουργείται ένα πιο υγιές επιχειρηματικό περιβάλλον.

Μια επιχείρηση που λογοδοτεί για τις πράξεις της δείχνει ότι δεν φοβάται τον έλεγχο, αναλαμβάνει, προνοεί και αναγνωρίζει το ρίσκο (βλ. το δυστύχημα στα Τέμπη ή στο εργοστάσιο Βιολάντα) και ότι ενδιαφέρεται για τη μακροπρόθεσμη παρουσία της στον τόπο. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό σε έναν κλάδο που επηρεάζεται έντονα από κρίσεις και απρόβλεπτες αλλαγές.

Γιατί είναι σημαντικό να υπάρχουν;

Οι εκθέσεις βιωσιμότητας δεν είναι τεχνικά εγχειρίδια. Είναι μια ευκαιρία να δει ο ενδιαφερόμενος πίσω από την εικόνα του «τέλειου προορισμού». Να καταλάβει αν μια τουριστική δραστηριότητα σέβεται τον τόπο που επισκέπτεται και τους ανθρώπους που ζουν εκεί. Αυτή η γνώση ενισχύει τη συνειδητή επιλογή. Ο ταξιδιώτης δεν είναι πια παθητικός καταναλωτής εμπειριών, αλλά ενεργό μέρος μιας αλυσίδας που μπορεί να επηρεάσει θετικά ή αρνητικά έναν προορισμό.

Αντί επιλόγου

Οι εκθέσεις βιωσιμότητας στον ελληνικό τουρισμό δεν αποτελούν τελικό στόχο, αλλά ένα εργαλείο. Ένα εργαλείο αυτογνωσίας και εξέλιξης. Μέσα από αυτές, ο τουρισμός παρουσιάζεται ως μια ζωντανή διαδικασία που μαθαίνει, προσαρμόζεται και προσπαθεί να βελτιωθεί, με ακεραιότητα. Σε μια χώρα όπου ο τουρισμός είναι άρρηκτα δεμένος με την ταυτότητα και την καθημερινότητα, η βιωσιμότητα δεν είναι απλώς μια τάση. Είναι αναγκαιότητα. Και οι εκθέσεις βιωσιμότητας αποτελούν ένα από τα μέσα για να διασφαλιστεί ότι η ανάπτυξη θα συνεχίσει να υπηρετεί όχι μόνο την οικονομία, αλλά και τον άνθρωπο και τον τόπο.