



ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ



Ευφυώς Εξειδικευμένος Τουρισμός

Ένα νέο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης

ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΜΟΣΧΟΤΟΓΛΟΥ
(048/13)

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΣΠΥΡΟΣ ΑΒΔΗΜΙΩΤΗΣ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2017

Περιεχόμενα

Πρόλογος	4
Περίληψη	5
Εισαγωγή	6
Κεφάλαιο 1ο - Κοινωνική Επιχειρηματικότητα	9
1.1 Ορισμός	9
1.2 Κοινωνική Οικονομία στην Ελλάδα	9
1.2.1 Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης.....	10
1.2.2 Κοιν.Σ.Επ. Κοινωνικής Φροντίδας	10
1.2.3 Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικού και Παραγωγικού Σκοπού	10
1.3 Κοινωνική Οικονομία και Ευρωπαϊκή παράδοση	11
1.3.1 Ευρώπη 2020.....	11
1.4 Η κοινωνική οικονομία στην Ευρωπαϊκή παράδοση.....	12
1.4.1 Οι φορείς της κοινωνικής οικονομίας.....	13
1.4.2 Συνεταιριστικές επιχειρήσεις	13
1.4.3 Αλληλασφαλιστικοί οργανισμοί	13
1.4.4 Ενώσεις ή ιδρύματα	13
1.5 Κοινωνική επιχειρηματικότητα και καινοτομία.....	14
Κεφάλαιο 2ο – Έξυπνη Εξειδίκευση (Στρατηγική εφαρμογής Ευφυούς Εξειδίκευσης)	17
Κεφάλαιο 3ο – Τοπικά Σύμφωνα Ποιότητας - Η περίπτωση της Χαλκιδικής.....	19
1. Εισαγωγή.....	19
3.1 Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Νομού Χαλκιδικής	22
3.1.2 Τοπικό επιχειρηματικό περιβάλλον	22
3.1.3 Εντοπισμός των Συνεκτικών Στοιχείων της Περιοχής.....	23
3.1.4 Η μορφή του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας Χαλκιδικής (Τ.Σ.Π.Χ.) Σχεδιασμός	25
Κεφάλαιο 4ο – Ο ρόλος της Τεχνολογίας	31
4.1 Εισαγωγή.....	31
4.2 Web 2.0	32
4.3 Η αλυσίδα αξίας στον Τουρισμό.....	32

4.4 Η επίδραση της Τεχνολογίας Πληροφοριών και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) στην Νέα Επιχειρηματικότητα	34
4.5 Πληροφοριακά Συστήματα	35
4.6 Δίκτυα	35
4.7 Κοινωνικά Δίκτυα	37
Κεφάλαιο 5 ^ο – Αειφορία στον Τουρισμό.....	38
Κεφάλαιο 6 ^ο - Εφαρμογή του μοντέλου του Ευφυώς Εξειδικευμένου Τουρισμού.....	41
6.1 Η επιρροή της εφαρμογής του μοντέλου στην οικονομία και τις επιχειρήσεις.	42
6.2 Η επιρροή της εφαρμογής του μοντέλου στην κοινωνική οικονομία και στα Τοπικά Σύμφωνα Ποιότητας.....	42
Συμπέρασμα.....	46
Βιβλιογραφία	47

Πρόλογος

Η πτυχιακή αυτή εργασία συντάχτηκε στα πλαίσια του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας (Δ.Τ.Ε.Ε.Φ.) του Αλεξάνδρειου Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Θεσσαλονίκης (Α.Τ.Ε.Ι.Θ.).

Σκοπός της εργασίας είναι η ανάδειξη ενός νέου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης του Ευφύως Εξειδικευμένου Τουρισμού.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ στους γονείς μου, για την υπομονή, την αγάπη και γενικά για όλα που με πρόσφεραν αυτά τα χρόνια.

Επιπλέον, ευχαριστώ τον κ. Σπύρο Αβδημιώτη, καθηγητή του Τμήματος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας, για την στήριξή του κατά τη διάρκεια εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας και γενικά για όλα τα χρόνια κατά τη διάρκεια των μαθημάτων.

Περίληψη

Ο τουρισμός αποτελεί ένα παγκόσμιο κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο που διογκώνεται παρά την οικονομική ύφεση, δημιουργώντας θέσεις εργασίας και επενδύσεις. Στην Ελλάδα, ο τουρισμός αποτελεί την κύρια πηγή εσόδων για το κράτος, καθώς αποτελεί πόλο έλξης για όλο τον κόσμο. Ωστόσο, το βασικό κίνητρο του ταξιδιού παραμένει το «ήλιος και θάλασσα» κάνοντάς το ένα έντονα εποχικό και μη διαφοροποιημένο τουριστικό προϊόν το οποίο εξαρτάται σημαντικά από τους tour operators. Το φαινόμενο αυτό δημιουργεί στο τουριστικό προϊόν μια πτωτική τάση στον κύκλο ζωής του προϊόντος, και η αναζωογόνησή του και η διασφάλιση του μέγιστου δυνατού οφέλους για την τοπική και εθνική οικονομία αποτελεί επιτακτική ανάγκη. Στα πλαίσια αυτού του στρατηγικού ανασχεδιασμού αναπτύσσουμε ένα νέο μοντέλο τουρισμού που σκοπό έχει να διαφοροποιήσει το τουριστικό προϊόν, εξασφαλίζοντας μία σταθερότητα στην οικονομία, καθώς και στο φυσικό περιβάλλον του τόπου. Παράλληλα, νέες τεχνολογίες και καινοτομίες εισέρχονται στον τουρισμό. Το πρότυπο μοντέλο του τουρισμού ονομάζεται Ευφυώς Εξειδικευμένος Τουρισμός.

Λέξεις Κλειδιά: *«Ευφυώς Εξειδικευμένος Τουρισμός, Ευφυής Εξειδίκευση Νέες Τεχνολογίες, Κοινωνική Οικονομία, Κοινωνική Επιχειρηματικότητα, Τοπικά Σύμφωνα Ποιότητας»*

Εισαγωγή

Για την ελληνική οικονομία, κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης και συνεισφοράς στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν αποτελεί ο τουρισμός. Η Ελλάδα έχει σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που την καθιστούν έναν από τους σημαντικότερους προορισμούς παγκοσμίως, η πολιτιστική κληρονομιά, η εκτεταμένη ακτογραμμή, το φυσικό περιβάλλον είναι μερικά από τα πλεονεκτήματα έναντι των υπόλοιπων Ευρωπαϊκών χωρών.

Το βασικό κίνητρο και μοντέλο του ταξιδιού στην Ελλάδα είναι το δίπτυχο «ήλιος-θάλασσα» παραμένοντας έτσι το μοντέλο του τουρισμού έντονα εποχικό, μη διαφοροποιημένο και σε μεγάλο βαθμό έντονα εξαρτημένο από του tour operators, προσελκύοντας τουρίστες με χαμηλή μέση κατά κεφαλήν δαπάνη, ως αποτέλεσμα το συγκεκριμένο μοντέλο να αρχίζει να φθίνει. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, το μοντέλο του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα να παρουσιάζει σημαντική ελαστικότητα ζήτησης (μεγαλύτερη της μονάδας, >1), που σημαίνει ότι i) η αύξηση της τιμής των προϊόντων μειώνει τη ζητούμενη ποσότητα και ii) η αύξηση του εισοδήματος των δυνητικών τουριστών, αυξάνει τη ζητούμενη ποσότητα. Πρακτικά αυτό σημαίνει ότι ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί σημαντική εξαγωγική διέξοδο, ωστόσο, οτιδήποτε ανεβάζει το κόστος των διακοπών μειώνει τη ζήτηση.

Αντιθέτως, η ζήτηση αυξάνεται όταν υπάρχει μείωση των τιμών, ωστόσο, μια τέτοια πολιτική μπορεί να επιφέρει κινδύνους για πολλές επιχειρήσεις, όπως στο κλείσιμο της επιχείρησης, στην υποβάθμιση της ποιότητας των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών και επιπτώσεις στη φήμη και την εικόνα της επιχείρησης, καθώς και του προορισμού. Μια μείωση της φορολογίας στις τουριστικές επιχειρήσεις αφενός είναι επιβεβλημένη, καθιστώντας με αυτό τον τρόπο το τουριστικό προϊόν πιο ελκυστικό στους επισκέπτες, αφετέρου θα περιοριστούν οι ελλείψεις στις υποδομές, θα τονωθεί η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος έναντι του ανταγωνιστικού, θα ενισχυθεί η ποιότητα στις προσφερόμενες υπηρεσίες, θα αναδειχθούν νέες τουριστικές μορφές δραστηριότητας (εναλλακτικός τουρισμός) και θα υπάρξει καινοτομία και διαφοροποίηση του προϊόντος στις διεθνές αγορές.

Η έμφαση στην βιωσιμότητα-αιφορία, η θέσπιση κριτηρίων αναβάθμισης της ποιότητας των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, η δημιουργία νέων και καινοτόμων μορφών τεχνολογίας, η ενίσχυση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, της κοινωνικής οικονομίας και της επιχειρηματικότητας σε γενικά πλαίσια, η ανάπτυξη νέων μορφών τουριστικής δραστηριότητας, η αναβάθμιση και η προβολή νέων προορισμών αποτελούν κεντρικό πυλώνα για την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας και την δημιουργία καινοτόμων δραστηριοτήτων στην Ελλάδα.

Ο Ελληνικός Τουρισμός, θα πρέπει να επενδύσει στη διατήρηση των υφιστάμενων πόρων, στην βελτίωση των υπηρεσιών, αλλά και στην ανάδειξη

μορφών τουρισμού που θα διαφοροποιήσουν το προϊόν και θα το καταστήσουν μοναδικό. Πρέπει να ξεπεραστεί το παλιό μοντέλο τουρισμού που είναι μαζικό και μονότονο και έντονα εποχικό που έχει καθιερωθεί στην Ελλάδα. Ο τουρισμός θα πρέπει να αποκτήσει την ιδιαίτερη ταυτότητά του, αξιοποιώντας τις πολιτιστικές, φυσικές και κοινωνικές αξίες που έχει ο τόπος.

Ο τουρισμός αποτελεί σε παγκόσμιο επίπεδο μία από τις σημαντικότερες και δυναμικότερες παραγωγικές δραστηριότητες με σημαντικό όφελος στην οικονομία και σημαντικές επιδράσεις στο περιβάλλον και τον πολιτισμό. Ως εκ τούτου, η πολιτική του τουρισμού είναι απαραίτητο να αναπτύξει ένα νέο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης που θα λειτουργεί με βάση την προστασία της βιοποικιλότητας, τη διατήρηση της λειτουργικότητας του οικοσυστήματος, την προστασία των φυσικών πόρων και της πολιτιστικής κληρονομιάς, καθώς και τις κοινωνικές αρχές που θεσπίζει κάθε περιοχή. Το νέο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης ονομάζεται «Ευφυώς Εξειδικευμένος Τουρισμός».

Το νέο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης στηρίζεται σε τρεις άξονες: α) τη βέλτιστη δυνατή αξιοποίηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων του προορισμού ολοκληρωμένη προσέγγιση, με στόχο την εδαφική, οικονομική και κοινωνική συνοχή, β) την ενίσχυση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας που αποσκοπεί στη διεύρυνση της παραγωγικής βάσης και τη μείωση του κόστους παραγωγής και γ) στην ενίσχυση της ποιότητας, η οποία εκτείνεται και υλοποιείται σε δύο υπό-άξονες, την περιβαλλοντική προστασία και την εκπόνηση Τοπικών Συμφώνων Ποιότητας, η οποία αποσκοπεί στην διατήρηση των υψηλών επιπέδων υπηρεσιών και προσφοράς τοπικών προϊόντων που παράγει η τοπική κοινωνία.

Με αυτό τον τρόπο, αναπτύσσεται ένα καινοτόμο, σύγχρονο και έξυπνο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, το οποίο:

Θα είναι αποδεκτό σε βάθος χρόνου και θα εξασφαλίζει τη διατήρηση του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος

- Θα παράγει και θα αναπαράγει βιώσιμα και οικονομικά οφέλη τα οποία θα ενισχύουν την ποιότητα ζωής και απασχόλησης στην περιοχή
- Θα είναι ηθικά αποδεκτό με όρους κοινωνίας και επιστήμης συμβάλλοντας στη βιώσιμη προοπτική των μελλοντικών γενεών
- Θα συνδέει τον πρωτογενή τομέα παραγωγής και τη μεταποίηση με τον τριτογενή τομέα και
- Θα παράγει την πιστοποίηση των καταλυμάτων αναβαθμίζοντας την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών μειώνοντας στο ελάχιστο τη χρήση των ενεργειακών, υδάτινων και εν γένει περιβαλλοντικών πόρων.

Στόχοι του μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης είναι:

- Η διασύνδεση του πρωτογενούς τομέα μεταποίησης με τον τουρισμό και η αξιοποίηση της αγοραστικής δύναμης των περιηγητών προς όφελος της τοπικής οικονομίας

- Η διεύρυνση της παραγωγικής και μεταποιητικής δυναμικής, όπως και η μείωση του κόστους παραγωγής μέσω της κοινωνικής επιχειρηματικότητας
- Η βέλτιστη αξιοποίηση προϊόντων με ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
- Ειδικότερα, σε ότι αφορά στη δομή του τουριστικού προϊόντος, ορίζεται ως στόχος η μετάβαση από ένα μαζικό, μη διαφοροποιημένο, μονοθεματικό, έντονα εποχικό και χαμηλής οικονομικής απόδοσης τουριστικό μοντέλο «ήλιος-θάλασσα», σε ένα ποιοτικό, διαφοροποιημένο, πολυθεματικό, μη εποχικό τουριστικό μοντέλο
- Η άμβλυνση της εποχικότητας και η αύξηση της μέσης δαπάνης ανά επισκέπτη μέσω της προώθησης ξενοδοχειακών καταλυμάτων υψηλής ποιότητας υπηρεσιών και υποδομών και σύμφωνα με τις περιβαλλοντικές απαιτήσεις του τόπου (πράσινα ξενοδοχεία)
- Η διεύρυνση του φάσματος των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών
- Η διαφύλαξη και ενίσχυση της τοπικής και κοινωνικής ταυτότητας των περιοχών

Κεφάλαιο 1ο - Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

1.1 Ορισμός

Σύμφωνα με τον (Ν. 4019/2011) ως Κοινωνική Οικονομία ορίζουμε το σύνολο των οικονομικών, επιχειρηματικών, παραγωγικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων, οι οποίες αναλαμβάνονται από νομικά πρόσωπα ή ενώσεις προσώπων, των οποίων ο καταστατικό σκοπός είναι η επιδίωξη του συλλογικού οφέλους και η εξυπηρέτηση γενικότερων κοινωνικών συμφερόντων. Παράλληλα με την θέσπιση του νόμου εισάγεται και η Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση (ΚοινΣΕπ) ως φορέας της κοινωνική οικονομίας. Ως ΚοινΣΕπ, χαρακτηρίζεται ένας αστικός συνεταιρισμός με κοινωνικό σκοπό και διαθέτει εκ του νόμου την εμπορική ιδιότητα.

1.2 Κοινωνική Οικονομία στην Ελλάδα

Η οικονομική κρίση αποτελεί σήμερα το επίκεντρο του ενδιαφέροντος ιδιαίτερα για τις χώρες του Ευρωπαϊκού Νότου. Η Ευρωζώνη σήμερα έρχεται αντιμέτωπη με μια κρίση, τόσο στο δημόσιο χρέος, όσο και στα δημόσια ελλείμματα, με ιδιαίτερες σημαντικές επιπτώσεις στην αναπτυξιακή διαδικασία, στην ανταγωνιστικότητα και την αναπτυξιακή διαδικασία των χωρών που υπάρχει οικονομική κρίση.

Η προτεραιότητα που δίνεται στη μακροοικονομική σταθεροποίηση και οι χρόνιες ελλείψεις του κοινωνικού κράτους έχουν υπονομεύσει την κοινωνική συνοχή του κράτους, με την διεύρυνση των ανισοτήτων, την αποεπένδυση, την ανεργία, τη διαρροή εγκεφάλων και τη φτώχεια να φτάνουν σε νέα ύψη. Η δημόσια διοίκηση και οι κοινωνικοί εταίροι δεν έχουν ακόμα παρουσιάσει ένα στερεό πλαίσιο κοινωνικής πολιτική που θα μπορούσε να προσφέρει μια βιώσιμη ανάπτυξη και διέξοδο από την οικονομική κρίση της χώρας.

Θεραπεία για την Ελληνική οικονομική κρίση φαίνεται να είναι ο τρίτος τομέας της οικονομίας, ο οποίος μόλις το 2011 θεσπίστηκε στην Ελλάδα με τον νόμο 4019/2011 (βλ. ορισμό) και εισήγαγε στην ελληνική αγορά μια νέα νομική μορφή κοινωνικής επιχείρησης. Επιπλέον, τέθηκαν οι προϋποθέσεις για την αναγνώριση υφιστάμενων νομικών μορφών, φορέων κοινωνικής οικονομίας και επιχειρηματικότητας.

Σύμφωνα με την νομοθεσία η ΚοινΣΕπ δραστηριοποιείται σε τρεις κατηγορίες: την ένταξη, σε εργασία, την κοινωνική μέριμνα και την παροχή υπηρεσιών που καλύπτουν συλλογικές ανάγκες ή ενισχύουν την τοπική ανάπτυξη.

1.2.1 Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης

Αφορούν στην ένταξη στην οικονομική και κοινωνική ζωή των ατόμων που ανήκουν στις Ευάλωτες Ομάδες Πληθυσμού. Οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.), θεωρούνται αυτοδικαίως Κοιν.Σ.Επ. ένταξης και υπάγονται στις διατάξεις του Νόμου 4019/2011.

Ένταξη είναι η διαδικασία κοινωνικής ενσωμάτωσης ατόμων που ανήκουν στις ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού, κυρίως μέσω της προώθησής τους στην απασχόληση.

1.2.2 Κοιν.Σ.Επ. Κοινωνικής Φροντίδας

Αφορούν στην παραγωγή και παροχή προϊόντων και υπηρεσιών κοινωνικού-προνοιακού χαρακτήρα σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, όπως ηλικιωμένοι, βρέφη, παιδιά, άτομα με αναπηρία και άτομα με χρόνιες παθήσεις. Ο νομοθέτης στην προκειμένη περίπτωση έλαβε υπόψη ότι το Κοινωνικό Κράτος αδυνατεί να ανταπεξέλθει σε πολλές υπηρεσίες που θα έπρεπε να παρέχει προς τους πολίτες.

1.2.3 Κοιν.Σ.Επ. Συλλογικού και Παραγωγικού Σκοπού

Αφορούν την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών για την ικανοποίηση των αναγκών της συλλογικότητας (πολιτισμός, περιβάλλον, οικονομία, εκπαίδευση, παροχές κοινής ωφέλειας, αξιοποίηση τοπικών προϊόντων, διατήρηση παραδοσιακών δραστηριοτήτων και επαγγελμάτων κ.α.) που προάγουν το τοπικό και συλλογικό συμφέρον, την προώθηση της απασχόλησης, την ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής και την ενδυνάμωση της τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης.

Η κοινωνική οικονομία έχει τη δυνατότητα να αντλεί πόρους από πολλές πηγές, όπως το κεφάλαιο από τα μέλη των κοινωνικών επιχειρήσεων, τις δωρεές, τις επιχορηγήσεις (ΠΔΕ, ΟΤΑ, Διεθνείς και Εθνικοί οργανισμοί), έσοδα από δράσεις της επιχείρησης, το οποίο αποτελεί το βασικότερο στοιχείο για την βιωσιμότητα της επιχείρησης, κληροδοτήματα και παραχωρήσεις.

Ωστόσο, υπάρχουν όμως και προκλήσεις υπανάπτυξης του χώρου των Κοιν.Σ.Επ. Η κυριότερη είναι η εικόνα που δείχνει η επιχείρηση στην Κοινωνική Οικονομία. Για να επιτευχθεί η καλή αντίληψη της επιχείρησης προς την Κοινωνική Οικονομία χρειάζονται αξιόπιστα και επιτυχημένα παραδείγματα με όρους αξιοπιστίας και εντιμότητας. Στην Ελλάδα τα υφιστάμενα καλά παραδείγματα δεν αναδεικνύονται. Επιπλέον, υπάρχουν χαμηλά επίπεδα αυτόνομης ανάπτυξης του Τομέα κάτι που δείχνει μια εν γένει αδυναμία της Κοινωνίας των Πολιτών προς την Ελλάδα.

1.3 Κοινωνική Οικονομία και Ευρωπαϊκή παράδοση

Ο κοινός στόχος των χωρών της Ευρωπαϊκής ηπείρου για μία κοινή οικονομία και ένα κοινό πρότυπο ανάπτυξης ξεκίνησε στη δεκαετία του 1990 πρώτα με την διαδικασία της ευρωπαϊκής ενοποίησης και ύστερα με την δημιουργία μιας ενιαίας αγοράς, κλείνοντας με την καθιέρωση ενός κοινού νομίσματος (ευρώ). Η διαδικασία αυτή έλαβε χώρα το έτος 2000 με την ατζέντα της Λισσαβόνας, όπου οι ευρωπαίοι ηγέτες προσδιόρισαν έναν στόχο που θα κάνει την Ευρώπη πιο ανταγωνιστική, δυναμική, που θα την καθιστά ικανή για βιώσιμη-αιφορική οικονομική ανάπτυξη και φυσικά με περισσότερες θέσεις εργασίας και μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή. Ωστόσο, για την επίτευξη των στόχων απαιτείται επένδυση πάνω στο ευρωπαϊκό ανθρώπινο δυναμικό με τον εκσυγχρονισμό του κοινωνικού ευρωπαϊκού προτύπου και την καταπολέμηση των κοινωνικών αποκλίσεων.

Το εν λόγω θέμα αντιμετωπιζόταν ως μια πρόκληση για την Ευρώπη δημιουργώντας νέα σενάρια και μια προσέγγιση ικανή να μπορέσει να ανταπεξέλθει σε βάθος χρόνου στους μετασχηματισμούς της παγκόσμιας οικονομίας. Στη Λισσαβόνα, οι ευρωπαϊκές κυβερνήσεις αντιλήφθηκαν πως ήταν επιτακτική ανάγκη η προσαρμογή του νέου αυτού μοντέλου στο νέο αναπτυξιακό πλαίσιο κρίνοντας σωστό πως αυτό θα μπορούσε να επιτευχθεί μόνο με τον εκσυγχρονισμό των ίδιων εργαλείων (π.χ. τα συστήματα πρόνοιας) και σε οικονομικά στατιστικά που έδειχναν ανάπτυξη της οικονομίας και της απασχόλησης. Παρόλα αυτά, η οικονομική κρίση στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του 2000 απέδειξε πως τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν στο εν λόγω πρότυπο για την επίτευξη της κοινωνικής συνοχής άρχισαν να εξαντλούνται. Με πάνω από είκοσι χρόνια από τη δημιουργία της ενιαίας αγοράς και δέκα από την καθιέρωση του ευρώ, η αποκατάσταση της Ευρωπαϊκής οικονομίας απαιτεί την επανεξέταση του ιδρυτικού κοινωνικού συμφώνου.

Η νέα στρατηγική «Ευρώπη 2020» προέκυψε από την ανάγκη εξόδου από την οικονομική κρίση και από το ότι πλέον μία ανάκαμψη της Ευρωπαϊκής οικονομίας δεν μπορεί να βασιστεί ξανά σε παλαιότερα μοντέλα.

1.3.1 Ευρώπη 2020

Στα πλαίσια εξόδου από την οικονομική κρίση, τα πάλαια μέσα αδυνατούσαν να ανακάμψουν την κατάσταση, με αποτέλεσμα η Ευρώπη να έρχεται αντιμέτωπη με την αναστροφή βασικών αρνητικών τάσεων που προϋπήρχαν της κρίσης. Η αύξηση των ανισοτήτων, η έλλειψη κοινωνικής υπευθυνότητας εκ μέρους των παραγόντων της αγοράς και η εξάρτηση από τους δημόσιους προϋπολογισμούς για την αντιμετώπιση των συνεπειών είναι λίγες από τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει για άλλη μια φορά η Ευρώπη. Σε αυτό το πλαίσιο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανέλαβε το έργο της χαρτογράφησης του μέλλοντος της Ευρώπης, με μια νέα στρατηγική "Ευρώπη 2020" που σκοπό έχει να μετατρέψει την Ευρώπη σε μια έξυπνη (smart), διατηρήσιμη και χωρίς αποκλεισμούς οικονομία, με βιωσιμότητα και κατανόηση

απέναντι στις περιβαλλοντικές αλλαγές, με υψηλά επίπεδα απασχόλησης, παραγωγικότητας και κοινωνικής συνοχής.

Η στρατηγική "Ευρώπη 2020" υιοθετήθηκε από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο που έλαβε χώρα τον Ιούνιο του 2010 αντιπροσωπεύοντας την νέα στρατηγική ανάπτυξη της ΕΕ για την δεκαετία 2010-2020, η οποία συγκροτείται από τρεις αλληλοενισχυόμενες προτεραιότητες: α) την ανάπτυξη μιας οικονομίας βασιζόμενης στη γνώση και την καινοτομία, β) στην προώθηση μιας πιο αποδοτικής στη χρήση πόρων Ευρώπη, πιο πράσινη και πιο ανταγωνιστικής οικονομίας, γ) στην προώθηση μιας οικονομίας με υψηλά επίπεδα απασχόλησης, η οποία θα επιτυγχάνει κοινωνική και εδαφική συνοχή.

Επιπλέον για το 2010 είχαν τεθεί πέντε μετρήσιμοι στόχοι για την Ε.Ε. την οποία θα την έβγαζαν από την οικονομική κρίση μέσω του προγράμματος Ευρώπη 2020. Οι στόχοι είναι οι εξής:

- Το 75 % του πληθυσμού μεταξύ 20-64 ετών πρέπει να έχει απασχόληση.
- Το 3 % του ΑΕγχΠ της ΕΕ πρέπει να επενδύεται σε έρευνα και ανάπτυξη.
- Οι εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου θα πρέπει να είναι 20 % χαμηλότερες σε σχέση με το 1990 (ή ακόμα και 30 %, εφόσον οι συνθήκες το επιτρέπουν), το 20 % της ενέργειας θα πρέπει να προέρχεται από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, και η ενεργειακή αποδοτικότητα θα πρέπει να έχει αυξηθεί κατά 20 %.
- Το ποσοστό των ατόμων που εγκαταλείπουν πρόωρα τη σχολική εκπαίδευση θα πρέπει να πέσει κάτω από το 10 %, και τουλάχιστον 40 % των ατόμων ηλικίας 30-34 ετών θα πρέπει να έχει ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση.
- Οι άνθρωποι που πλήττονται ή κινδυνεύουν από φτώχεια ή κοινωνικό αποκλεισμό θα πρέπει να μειωθούν κατά τουλάχιστον 20 εκατομμύρια.

1.4 Η κοινωνική οικονομία στην Ευρωπαϊκή παράδοση

Ο όρος κοινωνική οικονομία εμφανίστηκε πρώτη φορά στη Γαλλία στο πρώτο τρίτο του 19^{ου} αιώνα και έπειτα με την πάροδο των αιώνων άρχισε να επεκτείνεται σε ολόκληρη την Ευρώπη, αποτελώντας μέχρι και σήμερα έναν σημαντικό παράγοντα στο ευρύτερο πλαίσιο της διαδικασίας της κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης, τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο.

Το κοινό στοιχείο των οργανισμών κοινωνικής οικονομίας, που τους διαχωρίζει από τις συμβατικές επιχειρήσεις, είναι ο γενικός στόχος των δραστηριοτήτων τους, ο οποίος δεν εξαντλείται στην επιδίωξη του κέρδους και τη διανομή του στους μετόχους. Επιπλέον, στους κυριότερους σκοπούς που επιδιώκουν οι οργανισμοί κοινωνικής οικονομίας είναι τόσο η παροχή αγαθών και υπηρεσιών στα μέλη της κοινωνίας τους όσο και η επίτευξη στόχων γενικού συμφέροντος (δραστηριότητες που αποσκοπούν προς όφελος της κοινωνίας, όπως η παροχή υπηρεσιών γενικού συμφέροντος). Ένα ακόμα κοινό χαρακτηριστικό αρκετών οργανισμών κοινωνικής οικονομίας είναι το ιδιοκτησιακό καθεστώς τους, καθώς τα

δικαιώματα ιδιοκτησίας δεν αναγνωρίζονται από επενδυτές αλλά από ενδιαφερόμενα μέλη, στον οποίων δίνεται ιδιαίτερη έμφαση η εμπλοκή και η συμμετοχή τους στον οργανισμό. Δικαιώματα ιδιοκτησίας μπορούν να αποκτήσουν εργαζόμενοι, πελάτες ακόμη και εθελοντές που συμμετέχουν ενεργά στον οργανισμό κοινωνικής οικονομίας.

Δεδομένων αυτών των χαρακτηριστικών, οι οργανισμοί κοινωνικής οικονομίας ιεραρχούν τον άνθρωπο και την εργασία πάνω από τα κεφάλαια, όσον αφορά την διανομή των εσόδων. Λόγω αυτών των χαρακτηριστικών οι οργανισμοί κοινωνικής οικονομίας διακρίνονται για τις δημοκρατικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων για τον οργανισμό και για την ίδια την κοινωνία. Αυτά είναι τα κοινά χαρακτηριστικά που μπορούν να εντοπιστούν σε διαφορετικούς τύπους οργανισμών κοινωνικής οικονομίας σε κάθε χώρα της Ευρώπης.

1.4.1 Οι φορείς της κοινωνικής οικονομίας

Βάση της ιστορίας, οι οργανισμοί κοινωνικής οικονομίας ταξινομούνται σε τέσσερις κατηγορίες: α) τις συνεταιριστικές επιχειρήσεις, β) τις αλληλασφαλιστικές εταιρίες, και γ) ιδρύματα και ενώσεις. Ωστόσο, λόγω των νομικών πλαισίων της κάθε χώρας, οι οργανισμοί διαφέρουν από χώρα σε χώρα.

1.4.2 Συνεταιριστικές επιχειρήσεις

Ο συνεταιρισμός είναι μια «αυτόνομη ένωση προσώπων, τα οποία συνεταιρίζονται οικειοθελώς, προκειμένου να ικανοποιήσουν τις κοινές τους οικονομικές, κοινωνικές και πολιτιστικές ανάγκες και επιδιώξεις, μέσω μιας συνιδιοκτήτης και δημοκρατικά διοικούμενης επιχείρησης» (Διεθνής Συνεταιριστική Ένωση – ICA, 1995). Αυτός ο ορισμός υιοθετήθηκε και από τη σύσταση 193/2002 της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (ΔΟΕ).

1.4.3 Αλληλασφαλιστικοί οργανισμοί

Αλλιώς εταιρία αλληλοβοήθειας ορίζεται ως η ένωση που προσφέρει ασφαλιστικές υπηρεσίες προς όφελος της κοινωνίας και των μελών της. Βασίζονται σε αμοιβαίες συμβάσεις προϋποθέτοντας ωστόσο ότι τα μέλη της οργάνωσης λαμβάνουν παροχές ως απόρροια της συμμετοχής τους.

1.4.4 Ενώσεις ή ιδρύματα

Η ένωση αποτελείται από μια ομάδα ανθρώπων που συνεργάζονται για συγκεκριμένο σκοπό-στόχο. Αυτοί οι στόχοι μπορεί να αποσκοπούν σε πολιτιστικά, ψυχαγωγικά, κοινωνικά ή οικονομικά θέματα.

1.5 Κοινωνική επιχειρηματικότητα και καινοτομία

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις χαρακτηρίστηκαν τα τελευταία χρόνια ως ένα νέο και πολύ σημαντικό φαινόμενο, όχι μόνο στην Ευρώπη, αλλά και σε άλλες ηπείρους. Στην Ευρώπη, η έννοια της κοινωνικής επιχείρησης χρησιμοποιείται για να προσδιορίσει έναν «διαφορετικό τρόπο» για το επιχειρείν, ο οποίος προκύπτει όταν οι επιχειρήσεις δημιουργούνται ειδικά για την επιδίωξη των κοινωνικών σκοπών. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δίνει τον όρο για την «κοινωνική επιχείρηση» το εξής περιεχόμενο: «ένας φορέας της κοινωνικής οικονομίας, του οποίου πρωταρχικός στόχος είναι όχι η δημιουργία κερδών για του ιδιοκτήτες ή τους εταίρους της, αλλά η ύπαρξη θετικού κοινωνικού αντίκτυπου. Δραστηριοποιείται στην αγορά παρέχοντας αγαθά και υπηρεσίες με επιχειρηματικό και καινοτόμο τρόπο, και χρησιμοποιεί τα κέρδη κυρίως για κοινωνικούς σκοπούς. Υπόκειται σε υπεύθυνη και διαφανή διαχείριση, ιδίως ενθαρρύνοντας τη συμμετοχή εργαζομένων, καταναλωτών και παραγόντων που επηρεάζονται από τις εμπορικές της δραστηριότητες» (Social Business Initiative, Οκτώβριος 2011).

Η έννοια της κοινωνικής επιχείρησης αλληλεπικαλύπτεται με τους παραδοσιακούς οργανισμούς κοινωνικής οικονομίας και διατρέχει διάφορες νομικές μορφές, καθώς υπηρεσία που λειτουργεί ως κοινωνική επιχείρηση μπορεί να επιλέξει να καταχωρηθεί ως ένωση, συνεταιρισμός, φιλανθρωπικό ίδρυμα κτλ., ως ιδιωτική επιχείρηση ή μια από τις ειδικές μορφές που δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια στο πλαίσιο των εθνικών νομοθεσιών. Εκείνο που κάνει τις κοινωνικές επιχειρήσεις να ξεχωρίζουν από τις παραδοσιακές ενώσεις είναι ότι κερδίζουν σημαντικό ποσοστό του εισοδήματός τους από εμπορικές συναλλαγές, αντί να εξαρτώνται από επιχορηγήσεις ή δωρεές. Αυτό που διακρίνει τις κοινωνικές επιχειρήσεις από τις συμβατικές επιχειρήσεις είναι ο πρωταρχικός κοινωνικός σκοπός τους, δηλαδή η επανεπένδυση του μεγαλύτερου μέρους των κερδών ή η αξιοποίησή τους με τέτοιο τρόπο ώστε να βοηθήσει την κοινωνία.

Η ίδρυση μιας κοινωνικής επιχείρησης γίνεται βάση του κανόνα όταν ένας κοινωνικός επιχειρηματίας ή μια ιδρυτική ομάδα πολιτών έχουν έναν συγκεκριμένο και σαφώς καθορισμένο κοινωνικό σκοπό και αποφασίζουν να τον επιδιώξουν μέσω ενός οργανισμού με ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά: Η δραστηριότητά του είναι γενικού συμφέροντος και διοικείται με επιχειρηματικό τρόπο, πασχίζοντας ακατάπαυστα να διατηρεί μια ισορροπία ανάμεσα στην κοινωνική και την οικονομική διάσταση. Η καινοτομία που εισάγουν οι κοινωνικές επιχειρήσεις έγκειται στην ικανότητά τους να κομίζουν μια επιχειρηματική και εμπορική διάσταση στην παροχή υπηρεσιών γενικού συμφέροντος και την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων. Αυτή η συγκεκριμένη ικανότητα επιτρέπει στους εν λόγω οργανισμούς να δραστηριοποιούνται σε ένα χώρο, ο οποίος σε πολλές χώρες θεωρείτο ως αποκλειστικό πεδίο του δημόσιου τομέα. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν καταστήσει εφικτή την παροχή κοινωνικών υπηρεσιών και υπηρεσιών γενικού

συμφέροντος με τέτοιο οικονομικό τρόπο, ο οποίος είναι βιώσιμος και από πολλές απόψεις πιο αποτελεσματικός και αποδοτικός σε σχέση με τον δημόσιο φορέα.

Η κοινωνικές επιχειρήσεις σε σχέση με τους παραδοσιακούς οργανισμούς κοινωνικής οικονομίας θεωρούνται περισσότερο προσανατολισμένες στην ικανοποίηση των αναγκών όχι μόνο των ιδιωτών ή των μελών που τις απαρτίζουν, αλλά και του γενικού συνόλου της κοινότητας (συμπεριλαμβανομένων και των αναγκών των πλέον ευπαθών τμημάτων της κοινωνίας), καθώς επικεντρώνονται περισσότερο στο **γενικό συμφέρον** παρά σε καθαρά αλληλοβοηθητικούς σκοπούς. Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις εργάζονται μόνο με τις φτωχές ή της ευπαθείς κοινωνικές ομάδες, αλλά παρέχουν και υπηρεσίες γενικού συμφέροντος, όπως υγειονομική περίθαλψη, παιδική μέριμνα και εκπαιδευτικές υπηρεσίες.

Ο χαρακτήρας της κοινωνικής αποστολής αυτών των επιχειρήσεων συνεπάγεται ότι τα κέρδη που αποκομίζει μια κοινωνικής επιχείρηση (ανεξάρτητα εάν χαρακτηρίζεται κερδοσκοπική ή μη κερδοσκοπική) κατά κύριο λόγο επανεπενδύονται στο οργανισμό και χρησιμοποιούνται για την εκπλήρωση της αποστολής και των σκοπών τους.

Ο περιορισμός στη διανομή κερδών και στοιχείων ενεργητικού [που συχνά αποκαλείται «κλείδωμα» (*asset lock*) και καθιερώνεται στο καταστατικό της εταιρείας ή επιτάσσεται από το νόμο], που χαρακτηρίζει τις κοινωνικές επιχειρήσεις σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες. Επιπλέον, στοχεύει στο να διασφαλίσει ότι τα περιουσιακά στοιχεία θα παραμείνουν στον οργανισμό και θα συνεχίσουν να διανέμονται για τον σκοπό του γενικού συμφέροντος που ο οργανισμός επιδιώκει. Σε περίπτωση διάλυσης της επιχείρησης, τα περιουσιακά στοιχεία μεταβιβάζονται σε άλλη κοινωνική επιχείρηση, πράγμα που εγγυάται ότι θα συνεχίσουν να υπηρετούν τους σκοπούς οι οποίοι σχετίζονται με την πρόνοια και την ανάπτυξη.

Ένα ιδιαίτερο γνώρισμα της ευρωπαϊκής παράδοσης των κοινωνικών επιχειρήσεων έγκειται στη δημιουργία ειδικών θεσμικών ρυθμίσεων που αποβλέπουν στην επιδίωξη κοινωνικών σκοπών με σταθερό και διαρκή τρόπο. Οι εν λόγω θεσμικές ρυθμίσεις είναι ευθυγραμμισμένες με τη ευρωπαϊκή παράδοση κοινωνικής οικονομίας και χαρακτηρίζονται από ισχυρή συλλογική και συμμετοχική διάσταση και στενούς δεσμούς με τις οργανώσεις και τις πρωτοβουλίες της κοινωνίας των πολιτών, ακόμη και όταν υιοθετούν οργανωτικές μορφές που δεν ανήκουν παραδοσιακά στην κοινωνική οικονομία.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις προκρίνουν δομές που προάγουν τη συμμετοχή ενός ευρύ φάσματος ενδιαφερόμενων μερών, που περιλαμβάνουν εκείνους που εμπλέκονται άμεσα στις δραστηριότητες της επιχείρησης είτε ως εργαζόμενοι είτε ως χρήστες ή εθελοντές. Ενώ αντίθετα οι παραδοσιακοί οργανισμοί κοινωνικής οικονομίας έχουν συσταθεί ως οργανισμοί με έναν μόνο τύπο παραγόντων. Πολλές

κοινωνικές επιχειρήσεις περικλείουν συνδυασμό διαφορετικών τύπων ενδιαφερόμενων μερών στο σύνολο των μελών τους ή στις δομές λήψης αποφάσεων.

Αυτό το χαρακτηριστικό, παρότι σχεδιάστηκε για να προωθήσει την συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων πολιτών, δεν αναιρεί το ενδεχόμενο ότι χαρισματικοί ηγέτες μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην ίδρυση και στην ανάπτυξη της επιχείρησης. Παράλληλα, όμως, η ύπαρξη μιας ποικιλόμορφης ομάδας μπορεί να εξασφαλίσει την επιβίωση της πρωτοβουλίας μετά το πέρας της εμπλοκής των ηγετών.

Κεφάλαιο 2ο – Έξυπνη Εξειδίκευση (Στρατηγική εφαρμογής Ευφύως Εξειδίκευσης)

Στην ιστορική περίοδο που διανύουμε, η Ευρώπη 2020 καλείται να αντιμετωπίσει τις διαρθρωτικές αδυναμίες που την θεςπίζουν, θεσμοθετώντας τη στρατηγική της έξυπνης εξειδίκευσης (smart specialization), μια προφανή και καινοτόμο από «κάτω προς τα πάνω» προσέγγιση, που απαντά στο ερώτημα «ποιοι είναι οι τομείς της οικονομίας που μπορούν να εντείνουν την ανταγωνιστικότητα;». Ορίζοντας ως θερμοκοιτίδες της καινοτομίας τις περιφέρειες, αναζητείται από την ίδια την πραγματική αγορά το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, με σκοπό τέτοιο ώστε να αξιοποιηθεί κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο, στο μεγαλύτερο δυνατό εύρος της τοπικής οικονομίας, επιτυγχάνοντας τα μέγιστα δυνατά αποτελέσματα.

Σε γενικές γραμμές η συγκεκριμένη στρατηγική επιλογή θεμελιώνεται μέσα από τρεις ενισχυόμενες μεταξύ τους προτεραιότητες όπως αυτές έχουν τεθεί από την ΕΕ:

- την έξυπνη και ευέλικτη ανάπτυξη, που βασίζεται στη γνώση και στην καινοτομία,
- τη βιώσιμη ανάπτυξη, που βασίζεται στην αειφορική διαχείριση των διαθέσιμων πόρων για μια πράσινη και ανταγωνιστική οικονομία, και
- την χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη, που βασίζεται στους υψηλούς ρυθμούς απασχόλησης, μέσω της ενίσχυσης της οικονομικής, της κοινωνικής και της εδαφικής συνοχής.

Η μεθοδολογία της έξυπνης εξειδίκευσης, όπως ονομάστηκε και εφαρμόζεται στις περιφέρειες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είναι «έξυπνη» ακριβώς επειδή συνδέει την έρευνα με την επιχειρηματική ευφυΐα και την καινοτομία με την οικονομική ανάπτυξη μέσω της επιχειρηματικής διαδικασίας της ανακάλυψης και τον καθορισμό των προτεραιοτήτων από τους φορείς πολιτικής χάραξης.

Σύμφωνα με τους Forey & Goenaga (2013), η στρατηγική της ευφύως εξειδίκευσης, αποσκοπεί στην ανάλυση της οικονομικής δραστηριότητας και την ανάδειξη των τομέων εκείνων που έχουν σημαντικό υφιστάμενο ή εν δυνάμει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, θέτοντας με τον τρόπο αυτό, το ασφαλές πλαίσιο για την ανάδειξη δράσεων καινοτομίας και την επίτευξη σημαντικών υποδομών ανάπτυξης. Η μεθοδολογία της Έξυπνης Εξειδίκευσης, είναι «έξυπνη» ακριβώς γιατί συνδέει την έρευνα με την επιχειρηματική ευφυΐα και την καινοτομία με την οικονομική ανάπτυξη, μέσω της επιχειρηματικής διαδικασίας της ανακάλυψης και τον καθορισμό των προτεραιοτήτων από τους φορείς χάραξης πολιτικής. Παράλληλα όμως με τον επιτυχή σχεδιασμό των προτεραιοτήτων της ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο, η εφαρμογή της Έξυπνης Εξειδίκευσης αποτελεί τον συνεκτικό δεσμό για την συνολική επανόρθωση της αναπτυξιακής προοπτικής των χωρών της ΕΕ. Ο ενσωματωμένος ρόλος της έξυπνης εξειδίκευσης στο πλαίσιο της πολιτικής για την

Ευρώπη 2020 έχει επισημανθεί από το Συμβούλιο της Ε.Ε. ως απαραίτητη προϋπόθεση για την προώθηση της καινοτομίας και την επίτευξη τοπικών και διασυνοριακών συνεργειών αριστείας στην επικράτεια της. (European Commission, 2012).

Όσον αφορά την εφαρμογή της στρατηγικής στο αναπτυξιακό πρότυπο του «Ευφυώς Εξειδικευμένου Τουρισμού», η συγκεκριμένη εντοπίζεται στην εκπόνηση στρατηγικής μελέτης που στοχεύει: i) στην χαρτογράφηση των διαθέσιμων παραγωγικών πόρων, ii) στην εξεύρεση των (υφιστάμενων ή εν δυνάμει) ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της περιοχής παρέμβασης, iii) στην ενίσχυση της επιχειρηματικής ευφυΐας και τέλος iv) στον χωρικό προσδιορισμό ζωνών και ενοτήτων, όπου υπάρχει ικανότητα έντασης παραγωγής και δημιουργίας συνθηκών οικονομίας κλίμακας. Τέλος, η ολοκλήρωση της μελέτης αποτελεί το θεμέλιο του στρατηγικού σχεδιασμού, που θα αναδείξει τα «δυνατά σημεία» της τοπικής οικονομίας του προορισμού και τη βέλτιστη δυνατή αξιοποίησή του εντός Αναπτυξιακών Χωρικών Ενοτήτων (Α.Χ.Ε.), προσανατολισμένων στην παραγωγική εξειδίκευση έντασης ποιότητας και παραγωγής.

Κεφάλαιο 3^ο – Τοπικά Σύμφωνα Ποιότητας - Η περίπτωση της Χαλκιδικής

1. Εισαγωγή

Τα Τοπικά Σύμφωνα Ποιότητας (ΤΣΠ) είναι μια κοινή συμφωνία μεταξύ των επιχειρήσεων και άλλων φορέων μιας περιοχής, που σαν στόχο έχει την διατήρηση ορισμένων κριτηρίων σχετικών με τις συνθήκες λειτουργίας τους, την ποιότητα παραγωγής των προϊόντων και την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν στον καταναλωτή. Η έννοια της ποιότητας θα πρέπει να αποτελείται και από στοιχεία που αφορούν τον τοπικό πολιτισμό, τις ιδιαίτερες πρακτικές παραγωγής και τέλος την ιδιοπροσωπία μιας περιοχής, τα οποία όλα μαζί εξασφαλίζουν τον ολοκληρωμένο χαρακτήρα του εγχειρήματος.

Ως Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας ορίζουμε την συλλογική προσπάθεια σωστής διαχείρισης του τοπικού περιβάλλοντος. Σε αυτή μπορούν να συμμετέχουν παραγωγοί τοπικών προϊόντων όπως αγρότες και κτηνοτρόφοι, δήμοι, επιμελητήρια, αγροτικοί και βιοτεχνικοί συνεταιρισμοί. Το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας διαχειρίζεται, με προδιαγραφές που εκπονεί και συμφωνούνται για τα μέλη του, τις προδιαγραφές παραγωγής και εμπορίας των προϊόντων και των υπηρεσιών, τις περιβαλλοντικές απαιτήσεις του τόπου, τις συνθήκες εργασίας, τη δημιουργία θέσεων εργασίας, τις υγειονομικές συνθήκες εργασίας και παραγωγής των προϊόντων και γενικά όλα αυτά που μπορούν να συμβάλλουν στην αειφορική ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας.

Επιπρόσθετα, τα Τοπικά Σύμφωνα Ποιότητας χαρακτηρίζεται ως ένας καινοτόμος θεσμός, που στηρίζεται στην αλληλογνωριμία, στην αμοιβαία αναγνώριση και τον σεβασμό, στην συνεργασία λειτουργώντας σε εθελοντική βάση. Μπορεί επίσης να βοηθήσει στην ανάδειξη και την αξιοποίηση της τοπικής ταυτότητας, των συγκριτικών πλεονεκτημάτων και των ιδιαίτερων και διαφορετικών χαρακτηριστικών του κάθε τόπου, να συμβάλει στην διαφύλαξη της καλής εικόνας και ονόματος του τόπου και να προωθήσει τη αειφορική του ανάπτυξη.

Ωστόσο υπάρχουν στάδια που είναι αναγκαία να ακολουθηθούν με σκοπό την δημιουργία – μορφοποίηση ενός τοπικού συμφώνου ποιότητας. Αυτά τα στάδια είναι τα εξής:

Συζήτηση του θέματος με τους τοπικούς – περιφερειακούς παράγοντες

Γνωστοποίηση της προτεινόμενης δράσης και συζήτηση με τα διοικητικά μέλη της περιφέρειας.

Συζήτηση του θέματος με την παραγωγική βάση

Καταγραφή των επιχειρήσεων που επιθυμούν την ένταξή τους στο Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας.

Σύσταση φορέα

Δημιουργία μιας αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρίας με σκοπό την παροχή υπηρεσιών για τη βελτίωση της ποιότητας των αγροδιατροφικών προϊόντων και την προώθησή τους μέσα από τη συμμετοχή τους σε εθνικές και διεθνείς εκθέσεις και προγράμματα προώθησης. Η εταιρία θα συμμετέχει σε εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα που βασίζονται στην αντιπροσωπευτικότητα και στοχεύει επίσης στη βέλτιστη αξιοποίηση των εθνικών και κοινοτικών πόρων μέσα από τα κατάλληλα επιχειρησιακά σχέδια. Ωστόσο, το κυρίαρχο στοιχείο της θα είναι η συμβολή της στην υπηρεσία του αγρότη, της τοπική κοινωνίας και στην επιστημονική τεκμηρίωση για τα προϊόντα και οι συνεργίες της με τον τουρισμό και την εστίαση.

Σχεδιασμός – Έκδοση προδιαγραφών

Ανάπτυξη ενός κανονισμού ελέγχου και πιστοποίησης σήματος σύμφωνα πάντα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα διαπίστευσης EN 45011 (σήμανση προϊόντος) και EN 45012 (πιστοποίηση σήματος). Επιπλέον, θα πρέπει να αναπτυχθεί ένα σύστημα απαιτήσεων ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών που θα αντιπροσωπεύει τις αξίες του σήματος, καθώς και την πολιτική απόκτησής του. Η ανάπτυξη, η εφαρμογή και η πιστοποίηση του εταιρικού συστήματος για την δυνατότητα πιστοποίησης και απονομής του σήματος στην κάθε επιχείρηση θα πρέπει να πληρεί τις προϋποθέσεις με το πεδίο εφαρμογής των αγροτών και των αγροτικών προϊόντων, την πρώτη και δεύτερη μεταποίηση αλλά και την εστίαση και τον τουρισμό προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι της επιχείρησης.

Το σύστημα ποιότητας θα καλύπτει τις απαιτήσεις όλων των διεθνών προτύπων με στόχο την ένταξή του στα σήματα ποιότητας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και την αμοιβαία αναγνωσιμότητά του σε επίπεδο κάλυψης απαιτήσεων εμπορικών συναλλαγών και απαιτήσεων υγιεινής, ασφάλειας και ιχνηλασιμότητας των καταναλωτών. Ακόμη, θα υπερκαλύπτει και τις απαιτήσεις τόσο του εθνικού προτύπου ολοκληρωμένης διαχείρισης ARGO όσο και του διεθνούς πρωτοκόλλου GLOBAL GAP ή οποιουδήποτε άλλου διεθνούς προτύπου κρίνεται εμπορικά αναγκαίο να έχει η κάθε επιχείρηση (Π.Ο.Π./Π.Γ.Ε., IFS, BRC, ISO). Όποιος φορέας (επιχείρηση) πιστοποιείται με το σήμα θα απολαμβάνει τα πλεονεκτήματα που θα προσφέρουν οι προωθητικές ενέργειες της εταιρίας.

Παρόλα αυτά, προβλέπεται ενδεικτικά η ανάπτυξη κανονισμού – προδιαγραφών για τις παρακάτω κατηγορίες επιχειρήσεων: i) Επιχειρήσεις πρωτογενούς τομέα (γεωργικές επιχειρήσεις παραγωγής φρούτων λαχανικών κ.λ.π.),

ii) Επιχειρήσεις τυποποίησης – μεταποίησης γεωργικών προϊόντων (τυποποιητήρια, συσκευαστήρια κ.λ.π.), iii) Επιχειρήσεις εμπορίας (super market κ.λ.π.) και iv) Επιχειρήσεις εστίασης.

Δημιουργία μητρώου πιστοποιημένων συμβούλων, πιστοποιητικών φορέων και εργαστηρίων

Θα δημιουργηθεί κατάλογος των συμβούλων που μετά από εκπαίδευση θα μπορούν να δραστηριοποιούνται στο σχεδιασμό και την ανάπτυξη των απαιτήσεων ποιότητας στις μεμονωμένες επιχειρήσεις.

Ταυτόχρονα θα καταρτιστεί κατάλογος με τους διαπιστευμένους φορείς πιστοποίησης που θα φέρουν την ευθύνη ελέγχου της ορθής εφαρμογής των απαιτήσεων και της χρήσης του σήματος.

Τέλος, θα δημιουργηθεί κατάλογος με τα διαπιστευμένα, σύμφωνα με το πρότυπο ISO 17025, εργαστήρια αναλύσεων για τη διενέργεια των απαιτούμενων αναλύσεων με έμφαση στα εργαστήρια που δραστηριοποιούνται στην ευρύτερη περιοχή.

Δημιουργία ιστότοπου (internet site)

- Θα δημιουργηθεί ιστότοπος στο διαδίκτυο που ως στόχο θα έχει την:
- Ενημέρωση ενδιαφερόμενων προς ένταξη στο σύστημα επιχειρήσεων
- Ενημέρωση καταναλωτικού κοινού και αγοράς για τις πιστοποιημένες επιχειρήσεις
- Προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών
- Επικοινωνία πολιτικής της εταιρείας

3.1 Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Νομού Χαλκιδικής

3.1.2 Τοπικό επιχειρηματικό περιβάλλον

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο γίνεται η περιγραφή της εφαρμογής του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας της Χαλκιδικής με ιδιαίτερη έμφαση στο τοπικό επιχειρηματικό περιβάλλον προκειμένου να δούμε την σκοπιμότητα, αλλά και την σημαντικότητα της συγκεκριμένης πρωτοβουλίας.

Η περιοχή εφαρμογής του ΤΣΠ είναι η περιοχή που εφαρμόζεται το τοπικό πρόγραμμα “Leader” του νομού Χαλκιδικής, συγκεκριμένα είναι το βόρειο και κεντρικό μέρος της Χαλκιδικής. Αναλυτικά, η περιοχή εφαρμογής του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας καταλαμβάνει τις ορεινές περιοχές του Νομού Χαλκιδικής, καθώς και επιλεγμένες μειονεκτικές περιοχές. Επιπλέον, από τη μεριά διοικητικής οργάνωσης η περιοχή περιλαμβάνει το σύνολο των διοικητικών ορίων έξι (6) Ο.Τ.Α. (Ανθεμόντα, Ζερβοχωρίων, Πολυγύρου, Αρναίας, Παναγιάς, Σταγείρων-Ακάνθου) και τα Δημοτικά Διαμερίσματα Κρήνης, Ν. Τενέδου Πετραλώνων, το δημοτικό διαμέρισμα Μεταμόρφωσης, Μεταγγιτσίου και Σημάντρων (σ.σ. Μουδανιών).

Όσον αφορά το επιχειρηματικό περιβάλλον των παραπάνω δημοτικών διαμερισμάτων, έχει διαπιστωθεί πως κύριος πυλώνας ανάπτυξης της οικονομίας της περιοχής αποτελεί ο πρωτογενής τομέας (σιτηρά, ελιές, καπνός). Στη συνέχεια, η μεταποιητική επεξεργασία των προϊόντων της περιοχής αποτελείται κυρίως από μικρομεσαίων βιοτεχνιών από δραστηριοποιούνται στον κλάδο της διατροφής και μεταποίησης των προαναφερθέντων αγροτικών προϊόντων.

Έτσι, οι κυριότερες μονάδες αυτού του κλάδου είναι τα τυροκομεία, οι επιχειρήσεις επεξεργασίας ελιάς και τα ελαιουργεία, οι βιοτεχνίες αρτοζαχαροπλαστικής και τα οινοποιεία. Ακολουθούν οι κλάδοι ξύλου και επίπλου και ο κλάδος των μη μεταλλικών προϊόντων. Μικρότερη συμμετοχή έχουν οι κλάδοι κατασκευής μηχανημάτων, μεταλλικών προϊόντων, ειδών ένδυσης και πλαστικών.

Ο τριτογενής τομέας παρουσιάζει αρκετά μεγάλη ανάπτυξη στην περιοχή. Τα τελευταία χρόνια η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού δείχνει θετικά αποτελέσματα, καθώς οι τουρίστες ζητούν και νέες μορφές τουρισμού πέρα από τις ακτές όπου ο Νομός Χαλκιδικής είναι γνωστός στο εσωτερικό και στο εξωτερικό. Έντονο χαρακτηρίζεται το φαινόμενο ανάπτυξης των μικρών ξενοδοχείων, των αγροτικών καταλυμάτων, των παραδοσιακών χώρων εστίασης και καφενείων. Ακόμη, και ο εμπορικός κλάδος παρουσιάζει ανάπτυξη με τα καταστήματα να στηρίζουν έντονα το αγροτουριστικό προϊόν.

3.1.3 Εντοπισμός των Συνεκτικών Στοιχείων της Περιοχής

Τα συνεκτικά στοιχεία της περιοχής που επηρεάζουν τη λειτουργία των επιχειρήσεων παραπέμπουν στο «τοπικό κεφάλαιο», δηλαδή σε όλα εκείνα τα στοιχεία που μαζί συνθέτουν τον τοπικό πλούτο της περιοχής. Στοιχεία όπως, τα τοπία, η πολιτιστική κληρονομιά, ο φυσικός πλούτος, η τεχνογνωσία, η ταυτότητα της περιοχής, η εικόνα της κλπ. Το τοπικό κεφάλαιο αποτελεί τον συνδετικό κρίκο ανάμεσα στο παρελθόν και το μέλλον της περιοχής, ανάμεσα στον εξωτερικό και τον εσωτερικό κόσμο στον οποίο καλείται να ανταπεξέλθει.

Συγκεκριμένα, τα συνεκτικά στοιχεία της περιοχής (θετικά και αρνητικά) έχουν ως εξής:

A. Φυσικοί-υλικοί πόροι (υπέδαφος, έδαφος, χλωρίδα, πανίδα)

- Έντονο ανάγλυφο, ανεπτυγμένο υδρογραφικό δίκτυο και εκτεταμένη δασοκάλυψη.
- Τοπία εξαιρετικής ομορφιάς και εναλλαγών. Ευνοϊκό κλίμα διαβίωσης με ήπιους χειμώνες και δροσερά καλοκαίρια.
- Έντονο γεωλογικό ενδιαφέρον και σημαντικός ορυκτός πλούτος.
- Πλούσια χλωρίδα και πανίδα.
- Φυσικό περιβάλλον λιγότερο επιβαρημένο σε σχέση με τις αναπτυγμένες περιοχές μαζικού τουρισμού της νότιας Χαλκιδικής.
- Περιορισμένες υποδομές προστασίας περιβάλλοντος και αξιοποίησης εναλλακτικών μορφών ενέργειας.
- Μη ορθολογική διαχείριση φυσικών πόρων.

B. Πολιτισμός / ταυτότητα

- Ύπαρξη πολλών παραδοσιακών επαγγελμάτων και προϊόντων.
- Χαρακτηρισμένοι παραδοσιακοί-ιστορικοί οικισμοί και οικισμοί με ενδιαφέρον για τον περιηγητή.
- Ύπαρξη ιστορικών και πολιτιστικών στοιχείων παγκόσμιας ακτινοβολίας (Αγ. Όρος, προ του Άθω περιοχή, Αρχαία Στάγαιρα - γενέτειρα Αριστοτέλη, Αρχαίο Σπήλαιο Πετραλώνων, Αρχαία Όλυνθος, Διώρυγα Ξέρξη).
- Πλούσια πολιτιστική κληρονομιά (παραδόσεις, ήθη και έθιμα).
- Περιορισμένη ανάδειξη και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς και του φυσικού πλούτου σε συγκεκριμένες αγορές-στόχους.

Γ. Ανθρώπινο δυναμικό

- Ικανός αριθμός οικονομικά ενεργού πληθυσμού για την ανάληψη πρωτοβουλιών.
- Ενδείξεις σταθεροποίησης και συγκράτησης του πληθυσμού.

- Χαμηλό επίπεδο κατάρτισης και εξειδίκευσης ανθρώπινου δυναμικού στις νέες συνθήκες των αγορών.

Δ. Δραστηριότητες και επιχειρήσεις

- Παραγωγή ιδιαίτερων τοπικών προϊόντων (ελιές, λάδι, κτηνοτροφικά, μέλι, κερύ, δένδρα). Έντονη δραστηριότητα στον αγροτικό τουρισμό.
- Χαμηλός προσανατολισμός της πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής προϊόντων στην παραγωγή προϊόντων ποιότητας και ονομασίας προέλευσης.
- Έλλειψη συστηματικής και οργανωμένης προβολής των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών. Χαμηλός βαθμός δικτύωσης των παραγωγικών μονάδων (οριζόντια και κάθετα).
- Έλλειψη δικτύωσης μεταξύ κλάδων μεταποίησης και υπηρεσιών.
- Χαμηλός προσανατολισμός του μεταποιητικού τομέα προς τις ανάγκες των αγορών της Νότιας –τουριστικά ανεπτυγμένης – Χαλκιδικής.
- Μικρή διαφοροποίηση των προϊόντων και υπηρεσιών.
- Χαμηλή ενεργοποίηση του τοπικού πληθυσμού για την ίδρυση νέων συλλογικών μορφών οργάνωσης και δικτύωσης. Απουσία ολοκληρωμένων πακέτων με δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού.
- Ανεπαρκής χρησιμοποίηση δυνατοτήτων εξασφάλισης οικονομιών κλίμακας.

Ε. Εξωτερικές σχέσεις

- Ευνοϊκή θέση σε σχέση με τις αγορές –τουριστικούς προορισμούς και με μεγάλους οδικούς άξονες (Π.Σ. Θεσ/νίκης, Νότια τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές της Χαλκιδικής και της Χερσονήσου του Άθω, Εγνατία Οδό).
- Συνεχώς αυξανόμενη προτίμηση των καταναλωτών για προϊόντα και υπηρεσίες ανώτερης ποιότητας, οικολογικά και ασφάλειας ή για προϊόντα με «ταυτότητα».
- Συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση νέων μορφών εναλλακτικού τουρισμού από εξειδικευμένους tour operators και τουριστικά γραφεία στην Ελλάδα και το εξωτερικό (αγροτουρισμό, οικολογικό, πολιτιστικό, αθλητικό, θρησκευτικό, εκπαιδευτικό κ.λ.π.).
- Αύξηση του ενδοπεριφερειακού ανταγωνισμού από άλλες περιοχές που παρέχουν παρόμοια προϊόντα και υπηρεσίες.
- Διεθνοποίηση των αγορών με όρους ανταγωνισμού.
- Αξιοποίηση διατοπικών, διακρατικών συνεργασιών και δικτυώσεων για την άρση της απομόνωσης και την διευκόλυνση της πρόσβασης στις αγορές.
- Συνεχής βελτίωση των βασικών και κοινωνικών υποδομών εξυπηρέτησης.
- Μονομερής και μη αποτελεσματική εξωστρέφεια της τοπικής οικονομίας.

Στ. Εικόνα της περιοχής

- Ο ορεινός όγκος του Χολομώντα με το φυσικό περιβάλλον προσδίδει μια ιδιαίτερη εικόνα στην περιοχή.
- Τα παραδοσιακά τοπικά προϊόντα (αρωματικά φυτά, μέλι, ελιά, τυρί κλπ) διαμορφώνουν την εικόνα της περιοχής.
- Υπάρχει αναγκαιότητα διαμόρφωσης μιας εικόνας συνολικά για την περιοχή η οποία θα προσπαθεί να αναδείξει ένα ελκυστικό προφίλ πέρα από τις ακτές με την προσφορά ενός εναλλακτικού μοντέλου αναψυχής το οποίο θα συνδυάζει τις δραστηριότητες, τη διαμονή, τα τοπικά προϊόντα, τις παραδόσεις και τον τρόπο ζωής της υπαίθρου με όρους ποιότητας.

3.14 Η μορφή του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας Χαλκιδικής (Τ.Σ.Π.Χ.) Σχεδιασμός

Το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Χαλκιδικής αποτελεί μια συμφωνία μεταξύ των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στη Χαλκιδική και συμμετέχουν ως μέλη-μέτοχοι στο Δίκτυο Επιχειρήσεων Χαλκιδικής Α.Ε.

Το πρώτο βήμα που γίνεται στο ΤΣΠ είναι η σύνταξη της πολιτικής ποιότητας του συμφώνου που προωθεί το δίκτυο. Το δεύτερο βήμα είναι, ο καθορισμός των διαδικασιών που απαιτούνται για την σύνταξη της πολιτικής του συμφώνου. Οι προδιαγραφές που θεσπίζονται στο ΤΣΠ διαφέρουν για κάθε κατηγορία – κλάδο επιχειρήσεων και στηρίζονται στην ακόλουθη αλυσίδα ποιότητας:



Επιπλέον, για την εφαρμογή του ΤΣΠ απαραίτητο είναι η δημιουργία διάφορων εντύπων ποιότητας όπως πιστοποιήσεις, έντυπα συμμόρφωσης, ελέγχου, επιθεωρήσεων και καταγραφής παραπόνων τα οποία συνιστούν τον Οδηγό Πιστοποίησης.

Τέλος, ο σχεδιασμός του ΤΣΠ περιλαμβάνει και τον Κανονισμό Πιστοποίησης, ο οποίος περιλαμβάνει τους βασικούς κανόνες ισχύς σήματος και διακοπής, τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των κατόχων του σήματος και την αναστολή – ανάκληση σήματος.

Σκοπός του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας

Ο σκοπός του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας είναι η Διασύνδεση και δέσμευση των Γεωκτηνοτρόφων, Μεταποιητικών, Ξενοδοχειακών μονάδων μιας ευρύτερης περιοχής, οι οποίοι παράγουν μεταποιούν και διαθέτουν τα τοπικά προϊόντα με ιδιαίτερα τοπικά χαρακτηριστικά με σκοπό την πλήρη ικανοποίηση των αναγκών των τουριστικών καταλυμάτων όσον αφορά την ικανοποίηση των επισκεπτών.

Ο στρατηγικός σκοπός αναμένεται να επιτευχθεί μέσα από την προσέγγιση των επιμέρους στόχων:

- Δημιουργία προϋποθέσεων σε τοπικό επίπεδο για την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών, υψηλής ποιότητας μέσα από τη διαμόρφωση και διατήρηση ενός προτύπου λειτουργίας των επιχειρήσεων,
- Σχεδιασμό και προώθηση ειδικού σήματος για τις παρεχόμενες από τους εταίρους – μέλη, υπηρεσίες και προϊόντα υψηλής ποιότητας,
- Προώθηση του εκσυγχρονισμού και της καινοτομίας,
- Διαφύλαξη των αισθητικών και καταναλωτικών προτύπων της περιοχής,
- Διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς,
- Προστασία του περιβάλλοντος από τις οικονομικές δραστηριότητες σε όλους τους κλάδους,
- Προστασία των καταναλωτών και των επισκεπτών από κερδοσκοπικές πρακτικές,
- Προστασία των μελών του Δικτύου αλλά και των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στο ΤΣΠ από τον αθέμιτο ανταγωνισμό,
- Διασφάλιση της αιφορικής ανάπτυξης της περιοχής,
- Ανάπτυξη επιχειρηματικών συνεργασιών οριζόντιας και κάθετης διασύνδεσης και δημιουργία συνεργιών και οικονομιών κλίμακας μεταξύ των επιχειρήσεων,

- Εκπαίδευση, κατάρτιση και ευαισθητοποίηση των μελών του Δικτύου αλλά και των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στο ΤΣΠ και του προσωπικού που απασχολούν,
- Διεύρυνση των αγορών για τα τοπικά προϊόντα,
- Συνεργασία με στόχο την καλύτερη διαχείριση των πελατών – επισκεπτών,
- Προώθηση εφαρμογής συστημάτων διαχείρισης ποιότητας (όπως HACCP και ISO),
- Προώθηση για υλοποίηση βασικών έργων υποδομής, από την τοπική αυτοδιοίκηση,
- Ανάδειξη των τοπικών και πιστοποιημένων προϊόντων,
- Δημιουργία "καλής πρακτικής" στην περιοχή.

Ωστόσο για να μπορέσει να πετύχει τους παραπάνω στόχους και να διατηρήσει την περιβαλλοντική ισορροπία είναι απαραίτητο να οργανωθεί και να προγραμματίσει την λειτουργία του με βάση τις αναμενόμενες εξελίξεις και τις ανάγκες που θα διαμορφώνονται. Σε κάθε περίπτωση η οργάνωση και η λειτουργία του ΤΣΠ διατρέχονται από τις παρακάτω συνιστώσες ορθής πρακτικής:

- Ολοκλήρωση: η επιδίωξη της ποιότητας και οι διαχειριστικές τεχνικές που στοχεύουν στην επίτευξή της θα πρέπει να περιλαμβάνουν όλες τις οικονομικές λειτουργίες μιας περιοχής.
- Αυθεντικότητα: οι καταναλωτές και οι επισκέπτες μιας περιοχής αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες, αυθεντικές γεύσεις και προορισμούς. Η ιδιαίτερη αγροτική κληρονομιά της περιοχής θα πρέπει να αποτελεί οδηγό οργάνωσης του ΤΣΠ σε κάθε επίπεδο.
- Διαφορετικότητα: οι καταναλωτές και οι επισκέπτες αναζητούν την διαφορετικότητα στα προϊόντα και τις υπηρεσίες. Η βιομηχανοποιημένη ομογενοποίηση δεν ανταποκρίνεται στις ανάγκες και τις επιθυμίες τους.
- Προσανατολισμός στην αγορά: η οργάνωση του ΤΣΠ θα πρέπει να στηρίζεται σε μια τεκμηριωμένη και ρεαλιστική αξιολόγηση της κάθε επιχείρησης σε επίπεδο αγοράς.
- Σφαιρικός χαρακτήρας παρεμβάσεων: η οργάνωση του ΤΣΠ θα πρέπει να καλύπτει ένα ευρύ και ολοκληρωμένο φάσμα δραστηριοτήτων.
- Χρόνος: η βελτίωση της ποιότητας απαιτεί χρόνο. Η επιτυχία εξαρτάται από τον προγραμματισμό μια σταθερής, εφικτής βελτίωσης χρόνο με το χρόνο.
- Βιωσιμότητα: θα πρέπει να εξασφαλίζεται μέσα από τη λειτουργία του ΤΣΠ η βιώσιμη ανάπτυξη των επιχειρήσεων και της περιοχής.
- Δέσμευση: θεμελιώδης προϋπόθεση για την οργάνωση του ΤΣΠ αποτελεί ο προσωπικός ενθουσιασμός και η δέσμευση όλων στο στόχο της ποιότητας.

- Παρακολούθηση: η διαχείριση της ποιότητας περιλαμβάνει τη συστηματική παρακολούθηση και αξιολόγηση του αντίκτυπου που έχει στους καταναλωτές, στους επισκέπτες, στις επιχειρήσεις και στην τοπική κοινωνία.
- Βελτίωση: η οργάνωση της ποιότητας αποτελεί μια διαδικασία συνεχούς βελτίωσης.
- Σεβασμός και εμπιστοσύνη: μεταξύ των συμμετεχόντων με παράλληλη δυνατότητα υπέρβασης των όποιων επιφανειακών αντιπαραθέσεων.
- Κατανόηση των αναγκών: οι επιχειρήσεις που δρουν στην περιοχή έχουν διαφορετικές ανάγκες οι οποίες θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη.
- Διευκρίνηση του ρόλου: η λειτουργία του καθενός που συμμετέχει είναι διαφορετική και όλοι μπορούν να συμβάλλουν ανάλογα με τις δυνατότητες τους.
- Συνοχή: οι ενέργειες θα πρέπει να έχουν συνοχή ώστε να αποφεύγεται ο κατακερματισμός των δράσεων.

Η οικοδόμηση, η ευρύτητα και ο δυναμισμός του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας

Η φιλοσοφία που διέπει την οικοδόμηση του ΤΣΠ Χαλκιδικής, καθώς και των ενεργειών που θα αναληφθούν να γίνουν στα πλαίσια της λειτουργίας του, θα πρέπει να λειτουργούν αρμονικά έτσι ώστε να εξυπηρετούνται οι σκοποί και οι στόχοι που έχει αναλάβει το ΤΣΠ να εφαρμόσει στην Χαλκιδική. Γίνεται σαφές λοιπόν ότι οι δράσεις του θα έχουν μια ευρύτητα που θα διαμορφώνεται ανάλογα με τις ανάγκες και τις προοπτικές εξέλιξης της περιοχής. Επιπλέον, ο δυναμισμός του θεσμού εξασφαλίζεται πλήρως από τις απεριόριστες δράσεις που το ΤΣΠ καλείται να σχεδιάσει και έπειτα να εφαρμόσει.

Αναλυτικά τα χαρακτηριστικά που δείχνουν την δυναμικότητα του ΤΣΠ είναι τα παρακάτω:

α) Συνδυασμό γεωργίας και τουρισμού

Η ανταγωνιστικότητα στην παραγωγή γεωργικών προϊόντων (κυρίως ειδών διατροφής) είναι γεγονός ότι έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια. Παράλληλα, οι ιδιοκτήτες κέντρων εστίασης, οφείλουν να ικανοποιήσουν την αυξανόμενη ζήτηση των καταναλωτών για τοπικά προϊόντα. Πρόκειται για δύο στοιχεία (τοπικά γεωργικά προϊόντα και συρροή περιηγητών) τα οποία συναντώνται σε αρκετά μεγάλη έκταση στην περιοχή. Το ΤΣΠ Χαλκιδικής δίνει το έναυσμα της συνεργασίας μεταξύ των παραγωγών των ιδιοκτητών κέντρων εστίασης, των τουριστικών οργανισμών και των παραγωγών τοπικών προϊόντων.

β) Εμπορική διασύνδεση των επιχειρήσεων με τις μεγάλες αγορές

Λόγω των πολυάριθμων μικρών επιχειρήσεων τοπικών προϊόντων στην περιοχή είναι αναγνωρισμένη η ανάγκη της δικτύωσης και της από κοινού προώθησης των προϊόντων τους. Το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας μπορεί να αποτελέσει τον οργανισμό διασύνδεσης των τοπικών επιχειρήσεων μέσω της διάρθρωσης της προσφοράς τους με όρους ποιότητας. Η παραπάνω συνένωση των συμφερόντων έχει σαν πρωταρχικό σκοπό την εξασφάλιση της εμπορίας των προϊόντων της περιοχής. Οι επιχειρήσεις από την πλευρά τους αναμένεται να συμμετέχουν ενεργά στη δραστηριότητα αυτή προσαρμόζοντας τα προϊόντα τους στις απαιτήσεις της ζήτησης για ποιότητα, όπως αυτή διαμορφώνεται σε περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.

γ) Επαφές με την ύπαιθρο

Η αστικοποίηση και τα επακόλουθα της, όπως για παράδειγμα η έλλειψη επαφής των νέων με την ύπαιθρο και την γεωργία είναι φαινόμενο που εμφανίζεται σε μεγάλη έκταση στην ελληνική επικράτεια. Η δυναμική του ΤΣΠ έγκειται στο γεγονός ότι επιτρέπει να δημιουργηθούν νέες σχέσεις μεταξύ αστών και υπαίθρου. Ένα τοπικό σήμα ποιότητας με ισχυρή αναγνωρισιμότητα στην αγορά κινητοποιεί το σύνολο των τοπικών φορέων (γεωργοί, επιχειρήσεις, εκπαιδευτικοί, γονείς) γύρω από τον στόχο της σύσφιξης των σχέσεων ανάμεσα στην πόλη και την ύπαιθρο δημιουργώντας και προωθώντας μια συγκεκριμένη ελκυστική εικόνα της υπαίθρου.

δ) Βελτίωση ποιότητας ζωής

Οι ενέργειες του Δικτύου για το ΤΣΠ ξεκινούν από την αποτελεσματική οργάνωση για την διάγνωση των αναγκών της περιοχής και κατά προέκταση την αξιοποίηση των τοπικών ικανοτήτων και την καθιέρωση μιας σειράς υπηρεσιών και δραστηριοτήτων που συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην βελτίωση της ποιότητας ζωής στην ύπαιθρο.

Σημασία και προοπτικές

Γίνεται φανερό πως η σημασία ανάληψης της συγκεκριμένης πρωτοβουλίας στην περιοχή είναι εξαιρετικά μεγάλη. Αποτελεί μια καινοτόμο προσπάθεια για τον ίδιο τον νομό που εφαρμόζεται με σκοπό να ανιχνευθούν, να σχεδιασθούν και να υλοποιηθούν όλες οι απαραίτητες ενέργειες που χρειάζονται έτσι ώστε με αυτό τον τρόπο να εξασφαλισθεί η ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που παράγει ο τόπος. Το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Χαλκιδικής δημιουργήθηκε με σκοπό να παίξει πρωταρχικό ρόλο στην διαμόρφωση της ανάπτυξης, αρχικά της περιοχής όπου εφαρμόζεται το τοπικό πρόγραμμα Leader + και έπειτα στην ευρύτερη περιοχή του Νομού.

Γενικά, φαίνεται να έχει σημαντικές προοπτικές καθώς αναμένεται να:

- δημιουργήσει μια σειρά προτύπων λειτουργίας και οργάνωσης των τοπικών επιχειρήσεων
- καθιερώσει την περιοχή στη συνείδηση των καταναλωτών και των επισκεπτών
- παίζει σημαντικό ρόλο στην γενικότερη ανάπτυξη της περιοχής
- εξελιχθεί γρήγορα σε έναν πετυχημένο και ισχυρό θεσμό με ποικιλόμορφες δραστηριότητες που θα ελέγχει και θα καθορίζει τις εξελίξεις που αφορούν όλους του τομείς της οικονομίας στην περιοχή,
- αναλάβει σειρά σημαντικών πρωτοβουλιών και δράσεων, οι επιπτώσεις των οποίων δεν θα αφορούν μόνο έναν συγκεκριμένο κλάδο,
- αποτελέσει σημείο αναφοράς για την ανάπτυξη αντίστοιχων πρωτοβουλιών από άλλους κλάδους.

Επιπλέον, η οργάνωση με όρους ποιότητας των επιχειρήσεων-μετόχων του Δικτύου, θα έχει θετική επίδραση στη διάδοση των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρουν, θα αυξήσει την πελατεία, θα ενισχύσει την απασχόληση και γενικά θα μεγιστοποιήσει τα επιχειρηματικά τους οφέλη.

Κεφάλαιο 4^ο – Ο ρόλος της Τεχνολογίας

4.1 Εισαγωγή

Η δυναμική εξέλιξη του τουρισμού είναι άρτια συνδεδεμένη με τη χρήση των νέων τεχνολογιών, συγκεκριμένα τα τελευταία χρόνια όπου ο τουρισμός έχει εξελιχθεί σε μια βιομηχανία δημιουργίας εμπειριών. Τα κοινωνικά δίκτυα, οι εφαρμογές σε κινητά τηλέφωνα, η τεχνολογία της επαυξημένης πραγματικότητας, οι online εφαρμογές, οι δομές διαδραστικότητας (Web 2.0) και η δικτύωση των πραγμάτων, η επανάσταση του σημασιολογικού ιστού, τα σύγχρονα μέσα λήψης αποφάσεων, διαμορφώνουν μια νέα πραγματικότητα στην οποία η νέα τεχνολογία δεν είναι απλά τα μέσο μεταφοράς της πληροφορίας, αλλά δημιουργεί προστιθέμενη αξιά τόσο στην προώθηση, όσο και τη διαχείριση του προορισμού. Οι νέες τεχνολογίες, το διαδίκτυο και οι εφαρμογές του είναι τα μέσα με τα οποία ο καταναλωτής διαμορφώνει εξ' αρχής μια αφηρημένη εικόνα του προορισμού, την οποία συγκεκριμενοποιεί κατά τη διάρκεια της παραμονής του και συντηρεί για πολύ καιρό στον τόπο διαμονής του, εκπέμποντας την λεκτικά και γραπτώς στον κοινωνικό του περίγυρο. Οι τεχνολογίες επικοινωνίας και πληροφόρησης καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την εικόνα του προορισμού και συνδράμουν σημαντικά στην διάδοσή της.

Παρόλα αυτά, πέραν του διαδικτύου, οι νέες τεχνολογίες θα μπορούσαν να έχουν καταλυτική συμβολή στην επεξεργασία δεδομένων που προκύπτουν από πολλές και διαφορετικές πηγές, δημιουργώντας τις προϋποθέσεις για τον έλεγχο της φέρουσας ικανότητας και την έκταση της ανθρώπινης παρέμβασης στον προορισμό. Στην περίπτωση της φέρουσας ικανότητας θα μπορούσε να ξεπεραστεί η χρήση προηγμένων τεχνολογιών επεξεργασίας δεδομένων, οι οποίες α) θα έχουν τη δυνατότητα να επεξεργάζονται ταυτόχρονα δεδομένα σε πραγματικό χρόνο και πιθανώς να είναι από διαφορετικές πηγές τα συγκεκριμένα δεδομένα, παράγοντας στατιστικά και πραγματοποιώντας ανάλυση των δεδομένων, β) θα έχουν την δυνατότητα να επεξεργάζονται τεράστιους όγκους δεδομένων (περισσότερο από Gigabytes, δηλαδή Terabytes και Petabytes) με υποδομές χαμηλού σχετικά κόστους. Οι τεχνικές αυτές θα είναι ανεξάρτητες με τη μορφή των αρχικών δεδομένων και δεν δεσμεύονται από τυχόν πολυπλοκότητά τους.

Στην περίπτωση της επεξεργασίας σύνθετων και πολυσχιδών δεδομένων, καθίσταται απαραίτητη η συνεργασία με φορείς ελέγχου του τουρισμού με τα Πανεπιστήμια και τα Τεχνολογικά Ιδρύματα της χώρας (κυρίως τμήματα πληροφορικής). Η συνεργασία αυτή με τους επιστημονικούς φορείς εξασφαλίζει τη χρήση καίριας τεχνολογίας και των κατάλληλων μέσων για την επεξεργασία των δεδομένων, δημιουργεί όλες τις προϋποθέσεις ορθής διαχείρισης της πληροφορίας που θα παραχθεί καταλήγοντας στην παραγωγή ουσιαστικής γνώσης η οποία αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της καινοτομίας και της διαφοροποίησης.

4.2 Web 2.0

Το διαδίκτυο έχει αλλάξει δραματικά την συμπεριφορά του καταναλωτή όσον αφορά την τουριστική ζήτηση. Οι καταναλωτές αναζητούν ταξιδιωτικές πληροφορίες και τουριστικούς τόπους, καθώς και πραγματοποιούν διαδικτυακές αγορές (διαδικτυακές κρατήσεις αεροπορικών εισιτηρίων, κρατήσεις δωματίων σε ξενοδοχεία κ.α.) αγνοώντας τους ταξιδιωτικούς πράκτορες. Η εξέλιξη του διαδικτύου, γνωστή και ως εξέλιξη της κοινωνίας έχει συμβάλλει στην δημιουργία νέων τάσεων επικοινωνίας. Οι παραδοσιακές τάσεις επικοινωνίας μέσω της τεχνολογίας δεν έχουν πλέον μεγάλη επιρροή στην κοινωνία. Ο νέος καταναλωτής απαιτεί πιο ειδικές μορφές ηλεκτρονικής επικοινωνίας, μέσω των οποίων θα μπορέσει να αντλήσει και πληροφορίες. Αυτό το νέο μέσο επικοινωνίας ονομάζεται Social Media.

Τα SocialMedia είναι μια ομάδα από διαδικτυακές πλατφόρμες και εφαρμογές οι οποίες κατασκευάστηκαν πάνω στην αντίληψη του Web 2.0, το οποίο δίνει την δυνατότητα δημιουργίας και ανταλλαγής βίντεο, εικόνων και άλλων διαφόρων πραγμάτων από ένα χρήστη-δημιουργό σε έναν άλλον χρήστη-παρατηρητή. Το Web 2.0 παρέχεται στον καταναλωτή μαζί με χιλιάδες εργαλεία και μέσα ώστε ο καταναλωτής να σχεδιάσει όχι μόνο με τον πιο φθηνό ταξίδι, αλλά και το πιο δημιουργικό για τον ίδιο.

Σύμφωνα με την Wikipedia, το Web 2.0 επιτρέπει στους χρήστες να έρθουν σε επαφή και να συνεργαστούν μεταξύ τους με ένα κοινωνικό δίκτυο το οποίο δημιουργία μια ψηφιακή κοινωνία. Το Web 2.0 αποτελεί την δεύτερη γενιά των διαδικτυακών υπηρεσιών (ή web-basedservices) τα οποία είναι διαδραστικά και εύκολα στην χρήση τους. Ο ορισμός Travel 2.0 αντιπροσωπεύει την έννοια του Web 2.0 στην εφαρμογή του στην μεγαλύτερη βιομηχανία του κόσμου: τα ταξίδια και τον τουρισμό.

Στην τουριστική βιομηχανία το Web 2.0 δραστηριοποιείται σε θέματα όπως το περιβάλλον, τα σχέδια για ένα ταξίδι, οι κριτικές των προορισμών και των ξενοδοχείων, οι ταξιδιωτικοί οδηγοί και οι προτάσεις για εστιατόρια ή εκθέματα που θέλει να συναντήσει ο καταναλωτής στον προορισμό που θέλει να επισκεφθεί.

4.3 Η αλυσίδα αξίας στον Τουρισμό

Η αλυσίδα αξίας είναι ένα σύστημα από ανεξάρτητες επιχειρησιακές λειτουργίες, οι οποίες συνδέονται μεταξύ τους. Κάθε κρίκος της αλυσίδας αξίας είναι πολύ σημαντικός για την ποιότητα και την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Επιπλέον, λαμβάνει υπόψη τις δραστηριότητες που εκτελεί μια επιχείρηση για να παρέχει στους πελάτες της το προϊόν ή την υπηρεσία της και τις συσχετίσεις που

υπάρχουν όταν το αποτέλεσμα μιας δραστηριότητας επηρεάζει το κόστος ή την αποδοτικότητα μιας άλλης δραστηριότητας που εκτελείται ταυτόχρονα.

Μια επιχείρηση επιτυγχάνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα εκτελώντας αυτές τις δραστηριότητες με χαμηλότερο κόστος σε σχέση με τους ανταγωνιστές, χωρίς όμως να επηρεάσει την ποιότητα των προϊόντων ή των υπηρεσιών που παράγει και έπειτα διανέμει στους καταναλωτές.

Τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που παράγει μια επιχείρηση διέρχονται όλων των δραστηριοτήτων της αλυσίδας αξίας σειριακά αυξάνοντας σε κάθε στάδιο την εσωτερική τους αξία. Οι κύριες διαδικασίες είναι οι εξής:

- **Εισερχόμενα (Inbound Logistics):** Υποδοχή, αποθήκευση, διακίνηση πρωτογενών υλών, απογραφή, επιστροφές στους προμηθευτές και αποθεματικός έλεγχος.
- **Παραγωγής (Operations):** Μεταποίηση των εισροών σε τελικό προϊόν, συσκευασία εάν είναι προϊόν, έλεγχος, συντήρηση του εξοπλισμού και των εγκαταστάσεων.
- **Υπηρεσίες μετά την πώληση (Services):** Παροχή υπηρεσιών για την αύξηση ή την διατήρηση την αξίας του προϊόντος, εγκατάσταση, επισκευή, εκπαίδευση, παροχή ανταλλακτικών, προσαρμογή του προϊόντος στην ανάγκη του καταναλωτή.

Παράλληλα, οι υποστηρικτικές διαδικασίες περιλαμβάνουν τις εξής:

- **Προμήθειες-Αγορές (Procurement):** Απόκτηση υλικών της παραγωγικής διαδικασίας, εξωτερικές υπηρεσίες κτλ.
- **Έρευνα και Ανάπτυξη (Technology – Research and Development):** Σχεδιασμός προϊόντων, βελτίωση εκτέλεσης υπολοίπων λειτουργιών στην αλυσίδα αξίας. Κάθε δραστηριότητα περιλαμβάνει τεχνολογία και τεχνογνωσία.
- **Διοίκηση Ανθρώπινων πόρων (Human Resources Management):** Στελέχωση, εκπαίδευση και ανάπτυξη του προσωπικού.
- **Εσωτερική υποδομή (Firm Infrastructure):** Γενική διοίκηση, χρηματοοικονομική διοίκηση, ανάπτυξη στρατηγικής και στρατηγικός σχεδιασμός, νομική υποστήριξη.

Συμπερασματικά, η αλυσίδα αξίας δεν αποτελεί μόνο ένα άθροισμα δραστηριοτήτων, αλλά ένα σύνολο αλληλοσυσχετίσεων που είναι οργανικά δεμένο μεταξύ του. Οι συσχετίσεις που προκύπτουν ορίζονται ως σχέσεις μεταξύ του τρόπου με τον οποίο εκτελείται κάποια δραστηριότητα και του κόστους ή της απόδοσης της άλλης. Συμπληρωματικά, θα πρέπει να γίνει αναφορά για το ότι υπάρχει ένα υπερσύνολο της αλυσίδας της αξίας, που ονομάζεται σύστημα αξίας (Value System), το οποίο περιλαμβάνει τις προαναφερθείσες αλυσίδες αξίας (και πολλές φορές

ταυτίζεται), διότι η ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης δεν στηρίζεται μόνο στην δική της αλυσίδα αξίας, αλλά και σε εκείνες των προμηθευτών της, των καναλιών διανομής, ακόμη και των αγοραστών – καταναλωτών της, αποκτώντας ειδικευόμενους ρόλους η κάθε επιχείρηση στο ευρύτερο αυτό σύστημα.

4.4 Η επίδραση της Τεχνολογίας Πληροφοριών και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) στην Νέα Επιχειρηματικότητα

Καθώς διανύουμε την εποχή της τεχνολογικής επανάστασης και της εισχώρησης της πληροφορικής σε κάθε τομέα, καθοριστικό ρόλο πλέον παίζει η ταχύτητα διακίνησης των πληροφοριών. Οι τεχνολογικές εφαρμογές που έχουν δημιουργηθεί σήμερα, καθώς και τα σύγχρονα εργαλεία ΤΠΕ, έχουν μηδενίσει πλέον τις αποστάσεις, και μέσω του ηλεκτρονικού επιχειρείν (e-business) οι εταιρίες έχουν δυνατότητα δραστηριοποίησης σε παγκόσμια κλίμακα.

Η αλλαγή της επιχειρηματικότητας προς την πλευρά της εξωστρέφειας, οι νέες απαιτήσεις της αγοράς, οδηγούν τις επιχειρήσεις σε λύσεις συνεργασίας μέσα από την ανάπτυξη ενός νέου και σύγχρονου μοντέλου επιχείρησης. Πέρα από τις ενδοεπιχειρησιακές λειτουργίες, η επιχειρησιακή δραστηριότητα διευρύνεται όταν το πληροφοριακό της σύστημα ολοκληρώνεται με το εξω-επιχειρησιακό περιβάλλον προσφέροντας με αυτό τον τρόπο την δυνατότητα σύνδεσης και επικοινωνίας με προμηθευτές, διανομείς, μεσάζοντες και πελάτες. Οι επιχειρήσεις κάθε είδους και κάθε μεγέθους εάν αξιοποιήσουν τις δυνατότητες αυτές τότε θα μπορέσουν να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους και να αυξήσουν το πεδίο δράσης τους και να επεκταθούν με νέους καινοτόμους τρόπους και εκτός συνόρων.

Επιπλέον, το ηλεκτρονικό εμπόριο, αφορά κάθε σύγχρονη επιχείρηση και καθιστά επιτακτική την ανάγκη διασύνδεσης επιχείρησης και επιχειρησιακών συνεργατών, είτε αυτοί ονομάζονται πελάτες είτε προμηθευτές. Η διασύνδεση αυτή πραγματοποιείται με την αλληλεπίδραση των Συστημάτων Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων ERP, με Συστήματα Διαχείρισης Εφοδιαστικής Αλυσίδας (Supply Chain Management – SCM) και με Συστήματα Διαχείρισης των Σχέσεων με τους πελάτες (Customer Relationship Management – CRM). Τα συστήματα ERP αυτοματοποιούν και ολοκληρώνουν τις κυριότερες επιχειρησιακές διαδικασίες της επιχείρησης.

Ακόμη, για το σημαντικό κρίκο της αλυσίδας αξίας:

- Τα συστήματα διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας (SCM) αναφέρονται στον προγραμματισμό και υλοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας με στόχο τη μείωση του κόστους αποθεμάτων και γενικότερα του κόστους παραγωγής,
- τη μείωση του χρόνου ροής πρώτων υλών,
- ενδιάμεσων και τελικών προϊόντων προς τον πελάτη και
- τη βελτίωση της ικανοποίησης του τελικού καταναλωτή.

4.5 Πληροφοριακά Συστήματα

Πληροφοριακά συστήματα (Information Systems ή IS) ονομάζεται ένα σύνολο διαδικασιών, ανθρώπινου δυναμικού και αυτοματοποιημένων υπολογιστικών συστημάτων, που προορίζονται για τη συλλογή, εγγραφή, ανάκτηση, επεξεργασία, αποθήκευση και ανάλυση των πληροφοριών. Τα συγκεκριμένα συστήματα μπορούν να περιλαμβάνουν λογισμικό, υλικό και τηλεπικοινωνιακό σκέλος.

Τα πληροφοριακά συστήματα είναι το μέσο για την αρμονική συνεργασία ανθρώπινου δυναμικού, δεδομένων, διαδικασιών και τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών. Προέκυψαν ως μια γέφυρα μεταξύ των πρακτικών εφαρμογών της επιστήμης υπολογιστών και του επιχειρησιακού κόσμου.

Το νέο μοντέλο της σημερινής επιχείρησης, επεκτείνεται πέρα από τη διαχείριση των επιχειρησιακών πόρων σε δραστηριότητες διαχείρισης πληροφοριών και επικοινωνίας μεταξύ πελατών, προμηθευτών και λοιπών συνεργατών σε παγκόσμιες αγορές.

Ένα ολοκληρωμένο πληροφοριακό σύστημα περιλαμβάνει τα εξής:

- Αρχές, διαδικασίες, οργανωτική δομή
- Προσωπικό
- Δεδομένα
- Υλικό, εγκαταστάσεις, δίκτυα επικοινωνιών και
- Λογισμικό

Ένα πληροφοριακό σύστημα, βοηθάει στον έλεγχο, στο συντονισμό, στην ανάλυση προβλημάτων, στη λήψη αποφάσεων και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων. Η ύπαρξη ενός πληροφοριακού συστήματος ξεκινάει από τη στιγμή που η επιχείρηση ή ο οργανισμός θα αποφασίσει για τη δημιουργία του. Στη συνέχεια, θα προσδιοριστούν οι βασικές απαιτήσεις των λειτουργιών του πληροφοριακού συστήματος και σχεδιάζονται έτσι ώστε να καλύπτουν τις απαιτήσεις μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού.

Τα πληροφοριακά συστήματα βοηθούν στην:

- ταχύτερη και ακριβή επεξεργασία δεδομένων
- μεγάλη αποθηκευτική ικανότητα και
- στην ταχύτερη επικοινωνία μεταξύ τοποθεσιών

4.6 Δίκτυα

Τα δίκτυα φέρουν διάφορους χαρακτηρισμούς που καθορίζουν και την κατηγορία τους:

- Ανάλογα με το φυσικό μέσο διασύνδεσής τους χαρακτηρίζονται ως ενσύρματα ή ασύρματα.

- Ανάλογα με τον τρόπο πρόσβασης σε αυτά χαρακτηρίζονται ως δημόσια ή ιδιωτικά δίκτυα.
- Ανάλογα με την γεωγραφική κάλυψη του δικτύου χαρακτηρίζονται ως τοπικά (LAN και WLAN), μητροπολιτικά (MAN και WMAN), ευρείας κάλυψης (WAN και WWAN) και προσωπικά (PAN και WPAN).

Με το Internet, Intranet και Extranet να αποτελούν τις πιο δημοφιλείς πλατφόρμες δικτύου, σήμερα το επιχειρείν έχει φτάσει να είναι τελικά ηλεκτρονικό επιχειρείν. Για το λόγο αυτό είναι αδύνατο πλέον να λείπουν οι κατάλληλες υποδομές, που αποτελούν τα δίκτυα, τα οποία θα υποστηρίξουν την ολοκλήρωση αυτή. Ο λόγος για τα: Internet, Intranet και Extranet.

Το Internet αποτελεί το γνωστό παγκόσμιο δίκτυο, το οποίο παρέχει άμεση διασύνδεση σε οποιονδήποτε χρησιμοποιεί ένα τοπικό δίκτυο (Local Area Network – LAN) ή πάροχο υπηρεσιών σύνδεσης με το διαδίκτυο (Internet Service Provider – ISP). Το Internet είναι ένα δίκτυο δημόσιας χρήσης το οποίο συνδέεται μέσω πυλών (gateways). Οι τελικοί χρήστες συνδέονται με παρόχους τοπικής πρόσβασης (LAN ή ISP), οι οποίοι με την σειρά τους συνδέονται με παρόχους υπηρεσιών Internet, με παρόχους πρόσβασης δικτύου και τελικά με τον δικτυακό κορμό του Internet. Συμπερασματικά το Internet αποτελεί μια από τις κύριες βάσεις ανάπτυξης των επιχειρήσεων και των οργανισμών.

Ως Intranet ορίζουμε ένα ιδιωτικό δίκτυο ηλεκτρονικών υπολογιστών που χρησιμοποιεί τις τεχνολογίες του Διαδικτύου, όπως είναι τα πρωτόκολλα επικοινωνίας της σουίτας TCP/IP, το σύστημα μεταφοράς αρχείων FTP και τις τεχνολογίες του Παγκόσμιου Ιστού. Επιπλέον, αποτελεί ένα δίκτυο υπολογιστών που βρίσκεται εγκατεστημένο σε μια επιχείρηση, προκειμένου να οργανώσει, να συγκεντρώσει πληροφορίες και να καλύψει τις ανάγκες των υπολογιστών μιας επιχείρησης, οι οποίοι συνδέονται μεταξύ τους ενσύρματα ή ασύρματα. Η δικτύωση αυτή πλαισιώνεται γύρω εξειδικευμένες εφαρμογές λογισμικού, που οι περισσότερες από τις είναι ίδιες με εκείνες που χρησιμοποιούνται στο Internet. Κύριο χαρακτηριστικό του Intranet είναι η ιδιωτικότητα, οπότε δικαίωμα εισόδου έχουν μόνο όσοι γνωρίζουν κωδικό πρόσβασης. Τα συγκεκριμένα δικαιώματα είναι διαβαθμισμένα. Με άλλα λόγια η πρόσβαση δεν επιτρέπεται σε όλους και σε όλο το περιεχόμενο του Intranet, το οποίο μπορεί να περιλαμβάνει ολόκληρη την επιχείρηση.

Ως Extranet, ορίζουμε το τμήμα του Intranet το οποίο μπορεί να προσεγγίσει πελάτες, προμηθευτές και εξωτερικούς συνεργάτες της επιχείρησης μέσω του Διαδικτύου, φυσικά πάντα με τη χρήση κωδικού πρόσβασης. Στην ουσία πρόκειται για ένα μικρό ιδιωτικό τοπικό δίκτυο που επικοινωνεί τόσο με το Intranet όσο και με το Internet. Με άλλα λόγια λειτουργεί ως μέσο σύνδεσης τους. Το Extranet αφορά κυρίως τις επιχειρήσεις ή τα δίκτυα των επιχειρήσεων που διαθέτουν ένα εκτεταμένο εμπορικό δίκτυο σε διαφορετικά γεωγραφικά σημεία. Με τη χρήση αυτού το δικτύου δίνεται η δυνατότητα η επιχείρηση να προσφέρει υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας

στους συνεργάτες της. Επιπλέον, είναι δυνατή η υποστήριξη των συνεργατών και η εξυπηρέτηση των εταιρικών πελατών.

4.7 Κοινωνικά Δίκτυα

Τα κοινωνικά δίκτυα σύμφωνα με τους Boyd and Ellison (2007) είναι πλατφόρμες στις οποίες οι χρήστες μπορούν και προβάλλουν είτε δημόσια, είτε σε περιορισμένο κοινό το προφίλ τους μέσω ενός κοινωνικού συστήματος. Αυτές οι πλατφόρμες επιτρέπουν τους χρήστες να δημιουργήσουν μια λίστα από άλλους χρήστες που προβάλλουν ίδια ενδιαφέρονται, καθώς και να διατηρήσουν μια επικοινωνιακή επαφή μεταξύ τους.

Ακόμη μια ερμηνεία του όρου κοινωνικά δίκτυα σύμφωνα με τους Buhalis και Jun (2011) είναι ότι τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν μια εικονική περιοχή στην οποία οι χρήστες του διαδικτύου μπορούν να δημιουργήσουν το δικό τους προφίλ και έπειτα να γράψουν διάφορα άρθρα, απόψεις και γνώμες. Επιπλέον, μπορούν να μοιραστούν εικόνες, βίντεο ακόμα και ιδέες.

Ωστόσο, πέραν του διαδικτύου που αναφερθήκαμε παραπάνω, οι νέες τεχνολογίες θα μπορούσαν να συμβάλουν ακόμη και στην επεξεργασία δεδομένων που προκύπτουν από πολλές πηγές, δημιουργώντας προϋποθέσεις ελέγχου της φέρουσας ικανότητας και το ποσοστό παρέμβασης του ανθρώπου στον προορισμό. Στην περίπτωση της φέρουσας ικανότητας και της ανάπτυξης συστήματος που θα εντοπίζει έγκαιρα και θα προειδοποιεί για υπέρβασης στο πλέγμα των αποδεκτών τιμών της φέρουσας ικανότητας, θα μπορούσε να ξεπεραστεί με τη χρήση νέων τεχνολογιών επεξεργασίας δεδομένων, οι οποίες:

- Θα έχουν την δυνατότητα επεξεργασίας δεδομένων σε πραγματικό χρόνο και πιθανώς από πολλαπλές διαφορετικές πηγές δεδομένων ταυτόχρονα.
- Θα έχουν την δυνατότητα να επεξεργάζονται έναν τεράστιο όγκο δεδομένων (Terabytes/Petabytes) με κόστος χαμηλό και υπολογιστές με βασικές λειτουργίες.

Στην περίπτωση επεξεργασίας σύνθετων και πολύπλοκων δεδομένων, απαραίτητη είναι η συνεργασία των φορέων ελέγχου του τουρισμού με τα Πανεπιστήμια και Τεχνολογικά Ιδρύματα. Η συνεργασία αυτή, εξασφαλίζει τη χρήση καίριας τεχνολογίας και των κατάλληλων μέσω για την επεξεργασία των δεδομένων, δημιουργεί προϋποθέσεις ορθής διαχείρισης της πληροφορίας που θα παραχθεί, καταλήγοντας στην παραγωγή γνώσης η οποία αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της διαφοροποίησης και της καινοτομίας.

Κεφάλαιο 5^ο – Αειφορία στον Τουρισμό

Αειφόρος (ή βιώσιμη) **ανάπτυξη** είναι η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του σήμερα χωρίς να διακυβεύει τις ανάγκες και το μέλλον των επερχόμενων γενεών.

Σκοπός της αειφόρου ανάπτυξης είναι η προώθηση της ανάπτυξης η οποία βελτιώνει τόσο το φυσικό όσο και το ανθρωπογενές περιβάλλον με τρόπο που συμβατός με:

- Την απαίτηση διατήρησης των φυσικών αποθεμάτων.
- Την ανάγκη αποτροπής ή καταστροφής του φυσικού οικοσυστήματος.
- Την προσπάθεια επίτευξης μιας μεγαλύτερης κοινωνικής ισότητας.
- Την προσπάθεια αποφυγής επιβολής επιπλέον κόστους και κινδύνων που θα επηρεάσουν τις επόμενες γενιές.

Αειφορία (ή βιωσιμότητα) σημαίνει ότι το φυσικό περιβάλλον θα πρέπει να διατηρείται σε τέτοια επίπεδα ώστε να έχει πάντα την ικανότητα να εκτελεί διάφορες λειτουργίες. Για το λόγο αυτό συντάχθηκαν κάποιες βασικές αρχές οι οποίες αποτελούν ένα σημαντικό παράγοντα για την αειφόρο ανάπτυξη. Οι βασικές αρχές είναι:

- Φέρουσα Ικανότητα (Carrying Capacity)
- Βιοποικιλότητα (Biodiversity)
- Δια-γενεαλογική Δικαιοσύνη (Intergenerational Equity)
- Δια-χωρική Υπευθυνότητα (Trans frontier Responsibility)
- Συμμετοχή (Participation)
- Κρίσιμο Φυσικό Κεφάλαιο (Critical Natural Capital)
- Ολιστική Προσέγγιση (Holistic Approach)
- Αρχή της Προληπτικότητας (Precautionary Principle)

Οι στρατηγικοί στόχοι και οι πολιτικές ανάπτυξης του Ευφυώς Εξειδικευμένου Τουρισμού οριοθετούνται στην αποδέσμευση από την τυποποίηση και την μαζικότητα με παράλληλη ανάπτυξη περισσότερο ήπιας και βιώσιμης μορφής τουρισμού και τουριστικού προϊόντος αποσκοπώντας στον περιορισμό της ελαστικότητας ζήτησης και την τόνωση της ανταγωνιστικότητας του. Σε κάθε μορφή βιώσιμης τουριστικής δραστηριότητας, οι υπηρεσίες που παρέχονται είναι υψηλού επιπέδου, προσωποποιημένες και στοχεύουν στην παροχή μιας ολοκληρωμένης εμπειρίας. Η στροφή σε νέα τουριστικά προϊόντα και η προσαρμογή του προϊόντος από ένα προϊόν έντασης σε ένα προϊόν ποιότητας, έχει ως αποτέλεσμα την αλλαγή των παραγωγικών δομών, θέτοντας στο επίκεντρο τον άνθρωπο και όχι αυτό καθ'αυτό το τουριστικό προϊόν.

Οι στόχοι και οι στρατηγικές εντάσσονται στα πλαίσια μιας παγκόσμιας αλλαγής στις παραγωγικές δομές που περνάει από την μαζική τυποποίηση στην στοχευόμενη παραγωγή που καταλαβαίνει τις ανάγκες των καταναλωτών. Μέχρι τα μέσα της

δεκαετίας του '70 στη Δυτική Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική κυριαρχούσε ένα υπόδειγμα οικονομικής και κοινωνικής οργάνωσης που ονομάζεται «φορντιστικός καπιταλισμός». Ένα παραγωγικό πλαίσιο που στηρίζεται στην τυποποίηση του αντικειμένου εργασίας και στον διαχωρισμό ανάμεσα στη σύλληψη και την υλοποίησή του. Με το συγκεκριμένο παραγωγικό μοντέλο, άνοιξε ο δρόμος για την παραγωγή προϊόντων σε μεγάλες μαζικές ποσότητες που χαρακτηρίζονταν από μικρή ποικιλία και μεγάλη τυποποίηση.

Ο τουρισμός, ωστόσο, δεν μπόρεσα να ξεφύγει από αυτό το μοντέλο ανάπτυξης. Η καθετοποίηση και η αυτοματοποίηση των παραγωγικών διαδικασιών, έδωσε εξαιρετική ώθηση στην τουριστική βιομηχανία, μειώνοντας το κόστος παραγωγής και αυξάνοντας την μαζικότητα του φαινομένου. Το μοντέλο αυτής της τουριστικής ανάπτυξης ονομάζεται συμβατικό ή μαζικό, δηλαδή μαζική παραγωγή και κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος.

Παρόλα αυτά το τουριστικό σύστημα μαζικής παραγωγής εμφάνισε αδυναμίες και αμφισβητήθηκε έντονα και κάτω από τις νέες συνθήκες που διαμορφώθηκαν στην οικονομία, έγινε η μετάβαση σε ένα μοντέλο ανάπτυξης που θα έθετε νέες βάσεις ευημερίας με έντονο προσανατολισμό στις νέες τεχνολογίες και την ποιότητα. Στα πλαίσια αυτής της αλλαγής, δημιουργήθηκε ένα μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης προσαρμοσμένο στον άνθρωπο και στις ανάγκες του, ενώ το επίκεντρο είναι η αποτελεσματικότερη εξατομικευμένη εμπειρία που λαμβάνει ο επισκέπτης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την αλλαγή των υπάρχων πολιτικών και στρατηγικών τουριστικής ανάπτυξης.

Ωστόσο, σημαντικές επιπτώσεις από την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού έχει υποστεί το φυσικό περιβάλλον, το οποίο υπέστη σημαντική αλλοίωση λόγω της αλλαγής χρήσης γης σε βάρος της εκτεταμένης εκμετάλλευσης των φυσικών, κοινωνικών και οικονομικών πόρων. Για τον έλεγχο, καθώς και την πιθανή επίλυση του συγκεκριμένου προβλήματος, έχουν αναπτυχθεί έννοιες όπως η φέρουσα ικανότητα και το σημείο αποδεκτής αλλαγής. Η φέρουσα ικανότητα και το σημείο αποδεκτής αλλαγής είναι έννοιες αλληλοεξαρτώμενες και συμπληρωματικές που προσπαθούν να θέσουν ένα όριο στην ανάπτυξη, συμβάλλοντας στον καθορισμό ορίων συγκέντρωσης ανθρώπων που μπορεί ένας προορισμός να φιλοξενήσει χωρίς να προκαλείται καταστροφή του φυσικού, κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντος. Ειδικότερα, η φέρουσα ικανότητα καθορίζει το μέγεθος της τουριστικής δραστηριότητας που μπορεί να γίνει αποδεκτή, ενώ το σημείο αποδεκτής αλλαγής επικεντρώνεται στο κρίσιμο σημείο όπου ο όγκος των αφίξεων συνεπάγεται με τις αρνητικές συνέπειες, μη αποδεκτές από την τοπική κοινωνία και τους επισκέπτες. Το επίπεδο πέρα από το οποίο η τουριστική δραστηριότητα καθίσταται μη βιώσιμη εξαρτάται από διάφορους παράγοντες: α) από την ευαισθησία του τουριστικού περιβάλλοντος, φυσικού και κοινωνικού, β) από τη δομή της οικονομίας του τόπου υποδοχής και γ) από το είδος της τουριστικής δραστηριότητας που υπάρχει στη συγκεκριμένη περιοχή.

Θα πρέπει λοιπόν να γίνει σαφές, ότι η βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος καθορίζεται από την ένταση της χρήσης των πηγών του, χωροταξιακά και χρονικά, ακολουθώντας πάντα μια συγκεκριμένη και ισορροπημένη πολιτική ανάπτυξης που στοχεύει στη διαφύλαξη των περιβαλλοντικών πόρων, την κοινωνική συνοχή και την πολύπλευρη οικονομική ανάπτυξη. Οι βιώσιμες μορφές τουρισμού προέρχονται από δράσεις ελεγχόμενης ανάπτυξης προσαρμοσμένες σε υφιστάμενα κριτήρια.

- Ενθαρρύνουν την ουσιαστική αλληλεπίδραση μεταξύ κατοίκων και τουριστών,
- Στοχεύουν στην ελαχιστοποίηση των επιπτώσεων στην πολιτιστική κληρονομιά του τόπου,
- Επιζητούν κάλυψη των θέσεων εργασίας από ντόπιο εργατικό δυναμικό και
- Προσφέρουν μια διαφοροποιημένη εμπειρία σε ένα συγκεκριμένο γεωγραφικό χώρο, σε όλη την διάρκεια του έτους.

Συμπερασματικά, οι καταναλωτές, ενός βιώσιμου τουριστικού προϊόντος αναπτύσσουν συμπεριφορές χαμηλής επιβαρυντικής αξίας, είναι προετοιμασμένοι διανοητικά για να επισκεφθούν τον προορισμό, έχουν επαφές με την τοπική κουλτούρα, διαμορφώνουν στάση υπευθυνότητας και συχνά επισκέπτονται ξανά τον προορισμό. Αντιθέτως, οι καταναλωτές ενός μαζικού και μη βιώσιμου τουριστικού προϊόντος, επιβαρύνουν με υψηλό (κοινωνικό, οικονομικό και περιβαλλοντικό) κόστος τον προορισμό, είναι ελάχιστα προετοιμασμένοι διανοητικά, δεν αναπτύσσουν σχέσεις με τον τοπικό πληθυσμό, δεν είναι στην πλειοψηφία τους υπεύθυνοι και σπάνια επισκέπτονται ξανά τον προορισμό.

Κεφάλαιο 6^ο - Εφαρμογή του μοντέλου του Ευφυώς Εξειδικευμένου Τουρισμού

Ο στόχος του προτεινόμενου μοντέλου είναι να προσφέρει μια ευφυή υποδομή υποστήριξης αποφάσεων, η οποία περιλαμβάνει ευρεία δίκτυα συλλογής δεδομένων, προηγμένες τεχνολογίες ανάλυσης δεδομένων και τεχνολογίας γνώσης. Ο αναμενόμενος αντίκτυπος του μοντέλου είναι να βοηθηθούν οι δημόσιες αρχές, οι οργανισμοί διαχείρισης προορισμών και οι οργανισμοί ανάπτυξης τουρισμού να αναπτύξουν την κατάλληλη τουριστική πολυμορφία για να διατηρήσουν την υπάρχουσα ανταγωνιστικότητα του προορισμού ή να ενισχύσουν την ικανότητα τουριστικής ανάπτυξης του τόπου.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι τα δεδομένα εισόδου του προορισμού στο μοντέλο της ευφυούς ανάπτυξης θα προκύψουν από τη μέτρηση, την αξιολόγηση και την παρακολούθηση των δεικτών φέρουσας ικανότητας, θα υποστηριχθεί και θα αναπτυχθεί η πολιτιστική, κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα.

Επιπρόσθετα, η προσαρμογή των δεικτών που θα εξελιχθούν με την εφαρμογή του μοντέλου και σε συνεργασία με τους τοπικούς φορείς πολιτικής χάραξης και τα ενδιαφερόμενα μέρη θα έχει ως άμεσο όφελος την επιτάχυνση των συνεργειών και τη δημιουργία ενός μοντέλου συνεργασίας πολλαπλών ελίκων μεταξύ της κοινότητας υποδοχής, της ακαδημαϊκής κοινότητας, των τοπικών φορέων και των τοπικών διοικήσεων.

Επιπλέον, η ανάπτυξη του έξυπνου μοντέλου υποστήριξης αποφάσεων θα επιτρέψει στους τοπικούς φορείς να ενισχύσουν τις γνώσεις τους σχετικά με τις πολλαπλές πτυχές του προορισμού, παρέχοντας τη δυνατότητα στους τοπικούς φορείς πολιτικής χάραξης και στη διοίκηση να διατηρούν τους πόρους και να δρομολογούν ταυτόχρονα πολιτικές για έξυπνη, χωρίς αποκλεισμούς και μακροπρόθεσμη ανάπτυξη του προορισμού.

Συγκεκριμένα, η εφαρμογή του μοντέλου επιφέρει τα εξής αποτελέσματα:

i) Μια κοινή πλατφόρμα για ένα ευρύ φάσμα τουριστικής ανάπτυξης που βασίζεται στις ΤΠΕ (Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνίας). Θα αναπτύξει μια ολοκληρωμένη πλατφόρμα για τις υπηρεσίες λήψης αποφάσεων του τουριστικού προορισμού. Η υλοποίηση των υπηρεσιών θα είναι αρθρωτή, επιτρέποντας τη σύνθεση ποικίλων στοιχείων, όσον αφορά την αξιολόγηση, την παρακολούθηση και τον έλεγχο της μεταφορικής ικανότητας του προορισμού. Επιπλέον, η πλατφόρμα υποστηρίζεται από έξυπνες προσαρμοσμένες μεθόδους και ένα πλαίσιο γνώσεων ικανό να προσαρμόσει τις διαδικασίες καθοδήγησης στις ανάγκες και το πλαίσιο που στηρίζεται ο προορισμός.

ii) Βελτίωση της βιωσιμότητας των προορισμών, επιτρέποντας την καλύτερη χρήση και διαχείριση των πόρων. Αναμένεται σημαντική επίδραση στη μείωση της κατάχρησης και της εξάντλησης των περιβαλλοντικών, κοινωνικών και οικονομικών πόρων, δεδομένου ότι η καθοδήγηση του Ευφυούς Συστήματος στοχεύει στη διατήρηση της μεταφορικής ικανότητας. Ομοίως, η ανοχή της κοινότητας υποδοχής για την ανάπτυξη του τουρισμού θα ελέγξει επαρκώς, την κοινωνική συνοχή και τη σταθερότητα.

iii) Αυξημένη ανταγωνιστικότητα των προορισμών. Το προγραμματισμένο ευφυές ΣΥΑ (Decision Supported Systems DSS - Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων) θα προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα στον προορισμό προς την ανταγωνιστικότητά του, λόγω του γεγονότος ότι ο σχεδιασμός δεδομένων που σχεδιάζεται σε συνεργασία με την τοπική κοινότητα και προέρχεται από τον ίδιο τον προορισμό, θα αυξήσει την αειφορία, την αποδοχή και τις προοπτικές επιτυχίας του ανώτερου τουρισμού Προσανατολισμένη αλυσίδα αξίας.

iv) Ταχεία καθιέρωση προτύπων λειτουργικότητας και επικοινωνία των εμπλεκόμενων φορέων της τοπικής κοινωνίας, της διοίκησης, της ακαδημαϊκής κοινότητας και των επιχειρήσεων που σχετίζονται με τον τουρισμό. Το μοντέλο του Ευφυώς Εξειδικευμένου Τουρισμού υιοθετεί ένα εκτεταμένο πλαίσιο συνεργιών. Παρόλο που οι συμβατικοί μηχανισμοί και τα υπάρχοντα πρότυπα θα χρησιμοποιηθούν για τη βελτίωση των δεδομένων από διάφορες πηγές, η πρόκληση που πρέπει να αντιμετωπίσει είναι η ενσωμάτωση δεδομένων διαφορετικής φύσης. Για το σκοπό αυτό θα αναπτυχθούν και θα καθιερωθούν νέες συνεργίες.

6.1 Η επιρροή της εφαρμογής του μοντέλου στην οικονομία και τις επιχειρήσεις.

Ειδικότερα, τα οφέλη που δημιουργούνται στην οικονομία και τις επιχειρήσεις από την εφαρμογή του μοντέλου μπορούν να περιγραφούν ως:

- i) Η αποφυγή του τουρισμού γίνεται αντικείμενο μονοκαλλιέργειας (μαζικός τουρισμός), επιτρέποντας την άνθηση των άμεσων, έμμεσων ή μη σχετικών με τον τουρισμό δραστηριοτήτων (εναλλακτικός τουρισμός).
- ii) Η βιώσιμη χρήση των πόρων, περιβαλλοντικών, οικονομικών, κοινωνικών και πολιτιστικών διατηρώντας υψηλά τα πρότυπα ποιότητας της τοπικής κοινωνίας.
- iii) Στρατηγική και προσαρμογές πολιτικής, προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης των βιώσιμων αλυσίδων αξίας.
- iv) Οι ενέργειες μεταξύ των ενδιαφερομένων θα μπορούσαν να μειώσουν την παραγωγή κόστους χωρίς να επηρεαστεί το κεφάλαιο ή η οικονομία της επιχείρησης.
- v) Οικονομικό όφελος στην Τουριστική Βιομηχανία.

6.2 Η επιρροή της εφαρμογής του μοντέλου στην κοινωνική οικονομία και στα Τοπικά Σύμφωνα Ποιότητας.

Σε συνδυασμό με την πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ενίσχυση της κοινωνικής οικονομίας και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, το μοντέλο του Ευφυώς Εξειδικευμένος Τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στην εδραίωση του κοινωνικού παράγοντα με την ενίσχυση των συνεργειών μεταξύ της πρωτογενούς, της δευτερογενούς παραγωγής και της υπηρεσίας της τοπικής οικονομίας. Οι καινοτόμες τεχνολογίες υποστηρίζουν την κοινή γνώση της ανοχής και της διατήρηση της κοινωνικής, περιβαλλοντικής και οικονομικής βιωσιμότητας. Η κοινωνική οικονομία, που είναι σε θέση να αναγνωρίσει το πλαίσιο ικανότητας μεταφοράς, θα μπορούσε να καθορίσει τους κοινωνικούς της στόχους, μέσα στα πλαίσια της δύναμης και της ικανότητας των πόρων.

Η εφαρμογή του μοντέλου μπορεί να καλύψει ακόμη και το φάσμα ολόκληρης της Ευρωπαϊκής Ένωσης και η επίτευξή του απαιτεί υψηλό επίπεδο εμπειρογνωμοσύνης που μπορεί να βρεθεί μόνο σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Η εφαρμογή του μοντέλου σε πάνω από μία χώρες παρέχει μια γενική προσέγγιση που είναι απαραίτητη για μελλοντική επέκταση. Τέλος, το μέγεθος της ευρωπαϊκής αγοράς αποτελεί ελκυστικό παράγοντα για τους συμμετέχοντες που ενδιαφέρονται για την εμπορική εκμετάλλευση των αποτελεσμάτων.

Το νέο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης που εισάγεται στην τουριστική βιομηχανία αναπτύσσεται έχοντας βάση στα παρακάτω:

Στην καταγραφή και την ανάδειξη τοπικών προϊόντων, τα οποία αποτελούν χαρακτηριστικό μια περιοχής και είναι μοναδικά και ιδιαίτερα λόγω των ανθρωπογεωγραφικών παραγόντων της περιοχής.

Στην μελέτη της παραγωγής, συντήρησης, μεταποίησης, τυποποίησης, διακίνησης και κατανάλωσης προϊόντων σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο με στόχο την προώθηση λύσεων, οι οποίες βρίσκονται στην κατεύθυνση της προστασίας του περιβάλλοντος.

Στην συμβολή των τοπικών προϊόντων στη βιοποικιλότητα των τοπικών οικοσυστημάτων, καθώς και στην πολυμορφία της γεωργίας. Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τη βιολογική αξία του τοπικού φυτικού, ζωτικού και υδρόβιου υλικού.

Στην συμβολή των τοπικών πολιτισμικών προϊόντων μιας περιοχής. Ο ρόλος τους στην πολιτισμική ανάπτυξη μέσω των τοπικών ηθών, εθίμων και παραδόσεων που σχετίζονται με την παραγωγή, την κατανάλωσή τους, καθώς και τις διατροφικές συνήθειες.

Στην θέση των τοπικών προϊόντων στην τοπική και περιφερειακή, οικολογικά βιώσιμη οικονομία και κοινωνία. Η δυνατότητα συμβολής τους στην άμβλυνση κοινωνικοοικονομικών ανισοτήτων μεταξύ των τοπικών κοινωνιών που απαρτίζουν

την κοινωνία ολόκληρη της περιοχής, ενδυναμώνοντας με αυτό τον τρόπο την κοινωνική συνοχή του τόπου. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη διασύνδεση τους με τον αγροτουρισμό και ευρύτερα με την υπόλοιπες μορφές εναλλακτικού τουρισμού.

Στις παραδοσιακές και αιφορικές πρακτικές κατά την προετοιμασία των τοπικών προϊόντων ή υπηρεσιών, όπου η τοπική κοινωνία θα μοιράσει στους επισκέπτες της κατά την επίσκεψή τους στον προορισμό.

Στην έμφαση της διατροφικής αξίας των τοπικών προϊόντων που παράγονται βάση της ποιότητας των πρώτων υλών, την βιοποικιλότητα, την εποχικότητα, τις αρχές και τους κανόνες υγιεινής και την γευστική και αισθητική ποικιλία της τοπικής γαστρονομίας.

Στην ολοκληρωμένη διαχείριση των απορριμμάτων που δημιουργούνται από την αρχή της παραγωγής του τοπικού προϊόντος, μέχρι και την κατανάλωσή του από τους επισκέπτες. Νέες μορφές ανακύκλωσης χωρίς να υφίσταται σοβαρά προβλήματα ή βιωσιμότητα της περιοχής.

Στην συμβολή των συνεταιριστικών οργανώσεων και των τοπικών ομάδων παραγωγών στην παραγωγή, μεταποίηση, τυποποίηση και εμπορία των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών, ακολουθώντας πάντα αιφορικές πρακτικές.

Η βασική επιδίωξη του νέου μοντέλου ανάπτυξης του τουρισμού είναι η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος, και η παροχή ενός αποτελεσματικού εργαλείου προς τον επιχειρηματικό κλάδα της περιοχής επιδιώκοντας τη διαμόρφωση συνθηκών, οι οποίες θα εξυπηρετούν τους στόχους για:

Τη μετάβαση από ένα μαζικό, μη διαφοροποιημένο, έντονα εποχικό και χαμηλής οικονομικής απόδοσης τουριστικό μοντέλο σε ένα ποιοτικό, διαφοροποιημένο και εναλλακτικό μοντέλο με νέες μορφές τουρισμού και οικονομικά αποδοτικότερο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης. Το συγκεκριμένο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης θα απευθύνεται σε κοινό με υψηλότερες απαιτήσεις, το οποίο δεν αρκείται στην καθιερωμένο τουριστικό πρότυπο «ήλιος-θάλασσα», με παράλληλη αξιοποίηση των τουριστικών πόρων, φυσικών και ανθρωπογενών.

Την άμβλυνση της εποχικότητας του τουρισμού της χώρας και την αύξηση της μέσης κατά κεφαλής δαπάνης ανά επισκέπτη μέσω της προώθησης ξενοδοχειακών καταλυμάτων υψηλής ποιότητας υπηρεσιών και υποδομών και της προώθησης σύγχρονων και καινοτόμων τουριστικών προϊόντων που θα αποσκοπούν στην αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας του προορισμού.

Την προώθηση της αιφόρου τουριστικής ανάπτυξης της χώρας, σύμφωνα με τις περιβαλλοντικές, πολιτιστικές, οικονομικές και κοινωνικές ιδιαιτερότητες κάθε περιοχής, με ιδιαίτερη βαρύτητα στην προστασία, την ανάδειξη και την

αποκατάσταση του φυσικού περιβάλλοντος, της πολιτιστικής κληρονομιάς και του τοπίου και ειδικότερα στην προστασία των υδατικών πόρων του εδάφους και τη διατήρηση της βιοποικιλότητας της κάθε περιοχής όπου υπάρχει τουριστική δραστηριότητα και όχι μόνο.

Της αξιοποίησης κατά προτεραιότητα, ιδιαίτερων στοιχείων των περιβαλλοντικών και πολιτισμικών πόρων, σε περιοχές όπου αναπτύσσεται μαζικός τουρισμός, στην διαφοροποίησή του τοπικού τουριστικού μοντέλου και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου στις περιοχές αυτές.

Τη δημιουργία ενός ενιαίου δικτύου φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, όπου θα αναδεικνύεται και θα αξιοποιείται το σύνολο των ιστορικών μνημείων και παραδόσεων (αρχαιολογικοί χώροι, ιστορικοί τόποι, ήθη και έθιμα κ.α.) και θα συνδέονται με τη σύγχρονη κοινωνική και πολιτιστική δραστηριότητα, αλλά και την τοπική οικονομική δραστηριότητα με έμφαση στα τοπικά προϊόντα υψηλών προδιαγραφών.

Τη διασφάλιση της εξωγενούς ζήτησης, με αποτέλεσμα την ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου μέσα από επενδύσεις.

Την επιλεκτική ενίσχυση των ευκαιριών προσέλκυσης επισκεπτών σε περιοχές με υψηλό βαθμό εξάρτησης της τοπικής οικονομίας από την τουριστική δραστηριότητα, φυσικά λαμβάνοντας υπόψη και την αποφυγή επιβάρυνσης των τοπικών πόρων και τη διασφάλιση του αποδεκτού επιπέδου υποδομών και εγκαταστάσεων που το περιβάλλον της περιοχής μπορεί να αντέξει.

Τη διεύρυνση του φάσματος των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, με την ανάπτυξη των ευκαιριών νέων επενδύσεων πέραν των παραδοσιακών τουριστικών επενδύσεων, λαμβάνοντας υπόψη τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές, οικονομικές και πολιτιστικές ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής.

Την ενίσχυση της τοπικής και κοινωνικής ταυτότητας των περιοχών, στις οποίες αναπτύσσεται τουριστική δραστηριότητα.

Τέλος, με την εφαρμογή του νέου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης εξασφαλίζονται τα απαιτούμενα των τεχνικών και κοινωνικών υποδομών όλων των διαβαθμίσεων, που απαιτούνται για την επιτυχή λειτουργία της τουριστικής δραστηριότητας στην περιοχή.

Συμπέρασμα

Η βασική επιδίωξη του νέου αναπτυξιακού προτύπου είναι η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τοπικού και εθνικού προϊόντος και η παροχή ενός εργαλείου προς κάθε επιχείρηση του τουρισμού και προς τη δημόσια διοίκηση.

Συγκεκριμένα, η εφαρμογή του νέου μοντέλου τουρισμού επιδιώκει να διαμορφώσει καταστάσεις, οι οποίες θα αποσκοπούν στην εξυπηρέτηση των εξής στόχων: i) μετάβαση από το μαζικό, μονοθεματικό και χαμηλής οικονομικής απόδοσης τουριστικό προϊόν σε ένα ποιοτικό, διαφοροποιημένο και πολυθεματικό τουριστικό προϊόν, το οποίο θα είναι οικονομικά αποδοτικότερο και θα απευθύνεται σε κοινό με υψηλότερες απαιτήσεις που δεν αρκείται μόνο στο τουριστικό πρότυπο «ήλιος-θάλασσα», με παράλληλη αξιοποίηση των τουριστικών πόρων, φυσικών και ανθρωπογενών, ii) την κατάργηση της εποχικότητας του τουρισμού και την αύξηση της μέσης δαπάνης ανά επισκέπτη, iii) την αξιοποίηση του κοινωνικού κεφαλαίου, την ενίσχυση της κοινωνικής οικονομίας, iv) ανάπτυξη των ευκαιριών προσέλκυσης επενδυτών και πέραν των παραδοσιακών τουριστικών επενδύσεων, με την προϋπόθεση της διαφύλαξης της βιωσιμότητας της τοπικής περιοχής, των πολιτιστικών ιδιαιτεροτήτων, καθώς και τις οικονομικές και κοινωνικές ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής, v) με το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας, διαφυλάσσεται και ταυτόχρονα ενισχύεται η τοπική και κοινωνική ταυτότητα της κάθε περιοχής όπου αναπτύσσεται τουριστική δραστηριότητα, τέλος vi) η τεχνολογία έχει μετατρέψει τον τουρισμό σε μια βιομηχανία δημιουργίας εμπειριών. Οι νέες τεχνολογίες, το διαδίκτυο και οι εφαρμογές αποτελούν πλέον τα μέσα με τα οποία διαμορφώνεται εξ' αρχής μια εικόνα του προορισμού, αυξάνει την παραγωγικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων και αναπτύσσει τεχνολογικά την κάθε περιοχή όπου το τουριστικό προϊόν λαμβάνει χώρα.

Συμπερασματικά, θα μπορούσε να ειπωθεί, ότι ο Ευφυώς Εξειδικευμένος Τουρισμός είναι ένα πρότυπο τουριστικής πολιτικής και ανάπτυξης, το οποίο θέτει τις βάσεις για διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, τόνωση της ανταγωνιστικότητας, ενώ παράλληλα, θέτει τις βάσεις για ενιαία και αρμονική σύνδεση των παραγωγικών τομέων της οικονομίας με σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Αβδημιώτης, Σ. (2016). *Ευφρώς Εξειδικευμένος Τουρισμός: Μια νέα προσέγγιση τουριστικής ανάπτυξης*. 3ο Διεπιστημονικό Συνέδριο Τουρισμός Πολιτική και Επικοινωνία, Κώς, 20-22 Οκτωβρίου 2016. Αθήνα.

Emertis A.E. (2015). *Promote indigenous development by enhancing local branding through primary, secondary and tertiary economic sector clusters and innovation nodes*. Επιλογή ψηφιακών εργαλείων, μεταφορά τεχνογνωσίας.

Δίκτυο επιχειρήσεων Χαλκιδικής Α.Ε. (2016). *Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Χαλκιδικής*.

Ξενόγλωσση

Avdimiotis, S. and Christou, E. (2004), “GIS applications in tourism planning: A tool for sustainable development involving local communities”. *Journal of Environmental Protection and Ecology [JEPE]*, vol. 5, Issue 2.

Carlo Borzaga, Gianluca Salvatori, Riccardo Bodini, Giulia Galera and Gerhard Bräunling (2013). *Social Economy and Social Entrepreneurship*. Social Europe Guide Volume 4. European Commission.