



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΠΡΑΣΙΝΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΟΥΣ ΝΟΜΟΥΣ ΗΛΕΙΑΣ ΚΑΙ
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητές: Ζαχαρίας Μαρθαλαμάκης /334

Παναγιώτης Μάλλιος /506

Επιβλέπων: Νικόλαος Τριχάς

©

2012

Υπεύθυνη Δήλωση: Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως

αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι Κρήτης.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	5
ΛΙΣΤΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.....	6
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	10
1.1 ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	10
1.2 ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	13
1.3 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	19
1.4 ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΕ ΧΡΗΣΗ ΗΠΙΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	20
1.4.1 ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	21
1.4.2 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	22
1.4.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ.....	23
1.4.4 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	27
2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	27
2.2 ΠΕΔΙΟ ΚΑΙ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΣΚΗΣΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	29
2.2.1 ΠΛΑΙΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ.....	29
2.2.2 ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ.....	29
2.2.3 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	30
2.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ	31
2.4 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ‘ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ’	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	37
3.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	37
3.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ.....	39
3.3 ΤΟ BUSINESS CASE ΤΗΣ ΕΚΕ.....	43
3.4 ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	45
3.5 ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	47
3.5.1 ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	47

3.5.2 ΠΟΙΟΤΗΤΑ.....	48
3.5.3 ΠΡΟΤΥΠΑ ISO 9001, ISO 9002, ISO 9003 ΚΑΙ ISO 9001:2000	50
3.5.4 HACCP (HAZARD ANALYSIS OF CRITICAL CONTROL POINTS) ..	51
3.5.5 ΕΛΟΤ EN ISO 14001	51
3.5.6 EMAS	52
3.5.7 ECOLABEL	53
3.5.8 GREEN KEY	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ..	56
4.1 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ: ΜΙΑ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ.....	56
4.2 ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ (CASE STUDIES): ΥΠΕΥΘΥΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΟΥΣ ΝΟΜΟΥΣ ΗΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	62
4.2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	62
4.2.2 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ ALDEMAR HOTELS & SPA	63
4.2.3 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ GRECOTEL HOTELS & RESORTS.....	68
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΛΟΓΙΑ	72
5.1 ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	72
5.2 ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	72
5.2.1 ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ	73_Toc307856192
5.3 Η ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΚΑΙ Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	73
5.4 Ο ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	75
5.5 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	77
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	
ΕΡΕΥΝΑΣ	79
6.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ.....	79
6.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	119
6.2.1 ΓΕΝΙΚΑ – ΣΥΝΔΥΑΣΤΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	119
6.2.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΛΕΙΑΣ	121
6.2.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	122
6.2.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΚΥΡΙΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΔΥΟ ΝΟΜΩΝ	124
6.3 ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ	124_Toc307856205
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	126
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	131

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 5.1 Αριθμός ξενοδοχείων στο νομό Ηρακλείου και Ηλείας.....	76
Πίνακας 6.1 Ταυτότητα επιχειρήσεων δείγματος.....	79
Πίνακας 6.2 Πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης που εφαρμόζουν τα ξενοδοχεία.....	85
Πίνακας 6.3 Ενέργειες για εξασφάλιση ενεργειακής απόδοσης κτιρίου & εγκαταστάσεων.....	88
Πίνακας 6.4.1 Επεμβάσεις επιχείρησης για να επιτύχει εξοικονόμηση ενέργειας.....	91
Πίνακας 6.4.2 Επεμβάσεις επιχείρησης για να επιτύχει εξοικονόμηση ενέργειας.....	92
Πίνακας 6.4.3 Επεμβάσεις επιχείρησης για να επιτύχει εξοικονόμηση ενέργειας.....	93
Πίνακας 6.5.1 Εφαρμογή από την επιχείρηση συστημάτων εξοικονόμησης νερού.....	98
Πίνακας 6.5.2 Εφαρμογή από την επιχείρηση συστημάτων εξοικονόμησης νερού.....	99
Πίνακας 6.6.1 Εφαρμογή από την επιχείρηση ενεργειών για τη διαχείριση απορριμμάτων.....	103
Πίνακας 6.6.2 Εφαρμογή από την επιχείρηση ενεργειών για τη διαχείριση απορριμμάτων.....	104
Πίνακας 6.7 Μέτρα για την μέτρηση επιπέδων ηχορύπανσης βάση νομοθεσίας.....	106
Πίνακας 6.8 Εκπαίδευση/ ενημέρωση προσωπικού σε περιβαλλοντικά θέματα.....	108
Πίνακας 6.9 Ενθάρρυνση πελατών για φιλική περιβαλλοντική συμπεριφορά.....	111
Πίνακας 6.10 Ένταξη της επιχείρησης σε πρόγραμμα επιδότησης για ενεργειακή αναβάθμιση.....	113
Πίνακας 6.11 Ενέργειες ενημέρωσης και προβολής των περιβαλλοντικών πρακτικών της εταιρείας.....	116
Πίνακας 6.12.1 Τα οφέλη που οι ξενοδόχοι θεωρούν ότι έχει κερδίσει η επιχείρησή τους από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής.....	117
Πίνακας 6.12.2 Τα οφέλη που οι ξενοδόχοι θεωρούν ότι έχει κερδίσει η επιχείρησή τους από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής.....	118
Πίνακας 6.12.3 Τα οφέλη που οι ξενοδόχοι θεωρούν ότι έχει κερδίσει η επιχείρησή τους από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής.....	118

ΛΙΣΤΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 5.1 Βαθμός ανταπόκρισης στον νομό Ηρακλείου.....	76
Γράφημα 5.2 Βαθμός ανταπόκρισης στον νομό Ηλείας.....	77
Γράφημα 6.1 Κατηγορία ξενοδοχείων δείγματος.....	80
Γράφημα 6.2 Αριθμός δωματίων ξενοδοχείων δείγματος.....	81
Γράφημα 6.3 Τύπος ιδιοκτησίας ξενοδοχείων δείγματος.....	81
Γράφημα 6.4 Τύπος ξενοδοχείων δείγματος.....	82
Γράφημα 6.5 Τοποθεσία δείγματος ξενοδοχείων.....	82
Γράφημα 6.6 Πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης που εφαρμόζουν τα ξενοδοχεία.....	83
Γράφημα 6.7 Ενέργειες για εξασφάλιση ενεργειακής απόδοσης κτιρίου & εγκαταστάσεων	86
Γράφημα 6.8 Επεμβάσεις επιχείρησης για να επιτύχει εξοικονόμηση ενέργειας.....	90
Γράφημα 6.9 Εφαρμογή από την επιχείρηση των παρακάτω συστημάτων εξοικονόμησης νερού	96
Γράφημα 6.10 Εφαρμογή από την επιχείρηση κάποια από τις παρακάτω ενέργειες για διαχείριση απορριμμάτων	100
Γράφημα 6.11 Μέτρα για την μέτρηση επιπέδων ηχορύπανσης βάσει νομοθεσίας .	105
Γράφημα 6.12 Εκπαίδευση/ ενημέρωση προσωπικού σε περιβαλλοντικά θέματα...	107
Γράφημα 6.13 Ενθάρρυνση πελατών για φιλική περιβαλλοντική συμπεριφορά	109
Γράφημα 6.14 Ένταξη της επιχείρησης σε πρόγραμμα επιδότησης για ενεργειακή αναβάθμιση	112
Γράφημα 6.15 Ενέργειες ενημέρωσης και προβολής των περιβαλλοντικών πρακτικών της εταιρείας	114

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα εργασία γίνεται αναφορά στην βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, αλλά και στο κατά πόσο υπάρχουν ή όχι «πράσινα ξενοδοχεία» στους νομούς Ηρακλείου και Ηλείας και ποιες μεθόδους χρησιμοποιούν για να το πραγματοποιήσουν αυτό.

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας γίνεται αναφορά στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, στις προϋποθέσεις για να υπάρξει, καθώς και τα προβλήματα που δημιουργεί η ανάπτυξη του τουρισμού στο περιβάλλον και τους τρόπους αντιμετώπισής τους.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται η πράσινη επιχειρηματικότητα. Τι είναι, ποιες οι προϋποθέσεις και προοπτικές ανάπτυξης, καθώς και αναφορά στο πρόγραμμα «Πράσινος Τουρισμός».

Το τρίτο κεφάλαιο ασχολείται με την εταιρική και κοινωνική ευθύνη, τι είναι, πιο το business case και πόσο σχετίζεται με το μέγεθος μιας επιχείρησης. Επίσης εξηγεί τη σημαίνει ποιότητα στον τουρισμό και ποια τα πρότυπα της.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται βιβλιογραφική ανασκόπηση ακαδημαϊκών άρθρων, δημοσιευμένων σε επιστημονικά ξενόγλωσσα περιοδικά, που αφορούν σε περιβαλλοντικές πολιτικές, βιώσιμη και αειφόρο ανάπτυξη που ακολουθούν οι ξενοδοχειακές μονάδες. Επίσης παρουσιάζονται οι περιβαλλοντικές πολιτικές δύο ξενοδοχείων - ένα σε κάθε υπό διερεύνηση Νομό.

Το πέμπτο κεφάλαιο αφορά την ερευνητική μεθοδολογία, δηλαδή ποιος είναι ο στόχος της έρευνας, η διαμόρφωση και δομή του ερωτηματολογίου, το δείγμα της έρευνας και οι περιορισμοί της.

Στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας, καθώς και τα συμπεράσματά της γενικά, συνδυαστικά, συγκριτικά.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παγκόσμια τουριστική αγορά βρίσκεται σε μια φάση ισχυρού μετασχηματισμού, ακολουθώντας τις έντονες μεταβολές που λαμβάνουν χώρα στη διεθνή επιχειρηματικότητα και την παγκόσμια οικονομία. Η ανταγωνιστικότητα μεταξύ των τουριστικών προορισμών ισχυροποιείται και απαιτούνται επιπλέον προσπάθειες προκειμένου να ενισχυθεί η ελκυστικότητα και τελικά η επισκεψιμότητα προορισμών και η πληρότητα των καταλυμάτων. Είναι ζωτικής σημασίας πλέον, η ουσιαστική αξιοποίηση όλων των συγκριτικών πλεονεκτημάτων, τα οποία προέρχονται τόσο από το φυσικό όσο και από το ανθρωπογενές περιβάλλον, προκειμένου να εξασφαλιστεί η τουριστική ανάπτυξη της χώρας.

Η τουριστική βιομηχανία προωθεί ένα πολύ συγκεκριμένο προϊόν: τα μέρη - προορισμούς που επισκέπτονται οι άνθρωποι. Στις τουριστικές περιοχές, οι τουριστικοί πόροι, φυσικοί (νερό, αέρας, ακτές) και ανθρωπογενείς (πολιτιστική κληρονομιά, δομημένο περιβάλλον), δέχονται ολοένα και μεγαλύτερη πίεση από τον τουρίστα. Η προστασία, λοιπόν, των προορισμών αυτών, των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους, των φυσικών τους πόρων, της πολιτιστικής τους παράδοσης, των τοπικών κοινοτήτων, τίθεται ολοένα και περισσότερο στις μέρες μας ως ζήτημα κεντρικής σημασίας, τη στιγμή που η υπερεκμετάλλευση τους μπορεί σταδιακά να οδηγήσει στο μαρασμό του τομέα.

Η διαπίστωση αυτή δεν είναι καινούργια. Η προστασία του περιβάλλοντος κατά την τουριστική δραστηριότητα, συνδέθηκε με το ευρύτερο οικολογικό αίτημα της κοινωνίας, ενώ από πολύ νωρίς άρχισε να απασχολεί και τους φορείς του τουρισμού, αφού αποτελεί έναν από τους πλέον ορατούς παράγοντες που επιδρούν στην ποιότητα του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και την ανάπτυξη του τουρισμού. Το αίτημα για διαφύλαξη του περιβάλλοντος υπογραμμίζεται σε μια σειρά από διεθνή κείμενα, όπως η Διακήρυξη της Μανίλας για τον Παγκόσμιο Τουρισμό (1980), η Διάσκεψη του Ρίο για το περιβάλλον (1992) και η Agenda 21 (1995).

Η Agenda 21 για την ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία - προς μια περιβαλλοντικά βιώσιμη ανάπτυξη, αποτελεί ένα κείμενο δράσης που συμφώνησαν

και υπέγραψαν από κοινού ήδη από το 1996 ο Παγκόσμιος οργανισμός Τουρισμού, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού, όπως και το Συμβούλιο της Γης, ενώ ενσωματώθηκε και στη συνθήκη του Μάαστριχ. Το κείμενο αυτό έχει σε γενικές γραμμές ως αποδέκτες κυβερνήσεις, εθνικούς οργανισμούς, τις τουριστικές επιχειρήσεις αλλά και το ίδιο το κοινό που ταξιδεύει. Βασικό του μέλημα είναι να μεταφέρει κατά πόσο το σύνολο των τουριστικών φορέων έχει συνειδητοποιήσει ότι η τουριστική βιομηχανία έχει πέρα από κάθε καθήκον και άμεσο συμφέρον για προστασία μεταξύ των άλλων και του τουριστικού περιβάλλοντος, αφού αποτελεί ένα βασικό υπόβαθρο για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων τουριστικού προσανατολισμού.

Το κατά πόσο ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει κινητήριο μοχλό προς την αειφόρο ανάπτυξη ή μακροπρόθεσμα επιβαρυντικό παράγοντα για το περιβάλλον, την τοπική κοινωνία κτλ, είναι ένα ζήτημα που προσελκύει όλο και περισσότερο το ενδιαφέρον μη κυβερνητικών οργανισμών, διεθνών, εθνικών και τοπικών φορέων, κυβερνήσεων και – αναπόφευκτα ίσως – βασικών συντελεστών και παραγόντων της τουριστικής δραστηριότητας. Αρχίζει και γίνεται αποδεκτό ότι η βιωσιμότητα πρέπει να αποτελεί τον κύριο στόχο μιας σύγχρονης τουριστικής πολιτικής που συνυπολογίζει όλες τις παραμέτρους - και όχι μόνο την οικονομική - και προσμετρά τα όποια κέρδη τόσο μεσοπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα. Αργά και σταθερά, ο τουριστικός κλάδος φαίνεται να αποδέχεται τις μελανές πτυχές του και στρέφεται προς την αναζήτηση μεθόδων και πρακτικών που θα του επιτρέψουν να εξασφαλίσει την ίδια τη βιωσιμότητά του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

1.1 ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Μετά το 1980 πληθαίνουν οι προσπάθειες να προωθηθεί ένα πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης του οποίου βασικό χαρακτηριστικό θα είναι η βιώσιμη ανάπτυξη. Οι περιοχές - στόχοι είναι κυρίως δύο, αφενός αυτές που έχουν υιοθετήσει το πρότυπο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού και αφετέρου εκείνες που βρίσκονται στα πρώτα στάδια της ανάπτυξής τους και μπορούν με τον ανάλογο παραγραμματισμό να αποκτήσουν βιώσιμα αναπτυξιακά χαρακτηριστικά.

Με τον όρο «βιώσιμη» τουριστική ανάπτυξη περιγράφεται ο τύπος της τουριστικής ανάπτυξης που δραστηριοποιείται ισόρροπα στην τοπική, κοινωνική, οικονομική, πολιτισμική και περιβαλλοντική δομή της κάθε τουριστικής περιοχής, διαμορφώνοντας παράλληλα όρους (υπηρεσίες, υποδομές, τεχνογνωσία) για την συνεχή ανατροφοδότηση της [Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001].

Οι κυρίαρχες παράμετροι της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι οι ακόλουθες:

- Ειδικός σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης, με στόχο την ισορροπία ανάμεσα στην κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον.
- Ενίσχυση όλων των μέτρων (τοπικές αναπτυξιακές πρωτοβουλίες, λειτουργικές διασυνδέσεις ανάμεσα στους διαφορετικούς κλάδους της οικονομίας, έρευνα, εκπαίδευση, μάρκετινγκ) που συμβάλλουν στις διαδικασίες ανατροφοδότησης της ανάπτυξης.
- Ειδικό θεσμικό πλαίσιο που θα προωθεί τις διαδικασίες της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και την τοπική συμμετοχή.
- Προώθηση μέτρων και πολιτικών που συμβάλλουν στην προστασία και την ανάδειξη του τοπικού φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος.
- Χρήση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως βασικού άξονα της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης.

Οι σημαντικές ελλείψεις που παρουσιάζει ο σχεδιασμός και προγραμματισμός της τουριστικής ανάπτυξης, ακόμη και σε αναπτυγμένες χώρες, έχει οδηγήσει στην εφαρμογή προγραμμάτων βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης με διαφορετικό βαθμό επιτυχίας. Σε άλλες περιπτώσεις το υιοθετούμενο πρότυπο έχει λίγα μόνο χαρακτηριστικά της αειφόρας, ενώ σε άλλες περιπτώσεις περισσότερα. Η υιοθέτηση και προώθηση αυτού του προτύπου από υπερεθνικούς και εθνικούς φορείς που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη, αποτελεί σημαντική ένδειξη ότι ο αειφορικός τουρισμός σταδιακά θα επεκτείνεται στο διεθνή χώρο. Τη διαπίστωση αυτή ενισχύει και η παράλληλη δυναμική τάση ανάπτυξης των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού που συμβάλλουν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Πιο συγκεκριμένα [Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001]:

1. Οι **ειδικές μορφές** τουρισμού χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού και κυρίαρχου κινήτρου στη ζήτηση (π.χ. συνέδρια, οικολογία, πολιτισμός) και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής στις τουριστικές περιοχές που αποσκοπεί στην εξυπηρέτηση των τουριστών της κάθε ειδικής μορφής.
2. Οι **εναλλακτικές μορφές** τουρισμού, αποτελούν τμήμα των ειδικών μορφών και χαρακτηρίζονται επίσης από την ύπαρξη ενός κυρίαρχου ειδικού κινήτρου στη ζήτηση το οποίο συνδέεται με συγκεκριμένα θέματα όπως: φυσιολατρία, ταξίδια περιπέτειας, αθλητισμός, περιήγηση, περιβάλλον, γνωριμία με την τοπική παράδοση. Στις εναλλακτικές μορφές, οι τουρίστες συχνά επιλέγουν ένα τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού στον οποίο κυριαρχεί η αυτονομία στις επιλογές και η περιήγηση με μικρή ή ελάχιστη χρήση υπηρεσιών οργανωμένου τουρισμού. Επιπλέον, και στις εναλλακτικές μορφές καταγράφεται η ανάπτυξη μιας ειδικής υποδομής που εξυπηρετεί τους συγκεκριμένους τουρίστες. Τέλος, κοινός παρανομαστής, τόσο στη ζήτηση όσο και στην προσφορά των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αποτελεί ο σεβασμός της τοπικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής δομής.

Στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές χρησιμοποιούνται στα πλαίσια ενός προγραμματισμού που έχει δύο στόχους: αφενός την προσφορά μεγαλύτερου αριθμού εξειδικευμένων υπηρεσιών που καλύπτουν τη ζήτηση ειδικών ομάδων τουριστών και αφετέρου τη συγκρότηση

ενός πρότυπου ανάπτυξης που εντάσσεται ισόρροπα στην υπάρχουσα δομή, είτε βελτιώνοντας την προϋπάρχουσα κατάσταση (π.χ. στις περιοχές με οργανωμένο τουρισμό διακοπών), είτε διαμορφώνοντας μια νέα παραγωγική δομή στον τουριστικό τομέα όπου κυριαρχούν οι υποδομές και οι υπηρεσίες των ειδικών και εναλλακτικών μορφών. Στο πλαίσιο αυτό ενισχύεται η συγκροτημένη ανάπτυξη αυτών των μορφών κατά ομάδες ή πλέγματα. Στόχος είναι η διαμόρφωση μιας υποδομής προσφοράς που θα ανταποκρίνεται σε διαφορετικούς τύπους ζήτησης και θα συμβάλλει στη βασική αρχή της αειφορίας: την ανατροφοδότηση της ανάπτυξης. Σκόπιμο είναι αυτά τα πλέγματα των ειδικών και εναλλακτικών μορφών να συγκροτούνται με βάση κάποια κοινά χαρακτηριστικά των κινήτρων των τουριστών. Τα χαρακτηριστικά συγκροτούν και τις ανάλογες «ομάδες-στόχους» του μάρκετινγκ της περιοχής. Βασική παράμετρος επιτυχίας αυτής της πολιτικής αποτελεί η τήρηση των αρχών της αειφορίας οι οποίες προαναφέρθηκαν και ο μακροχρόνιος προγραμματισμός.

Η εντυπωσιακή ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε πολλές περιοχές του κόσμου έχει συμβάλλει, ιδιαίτερα τις δυο τελευταίες δεκαετίες, στην ανάπτυξη ενός προτύπου που συγκροτείται από υποδομές και υπηρεσίες που εξυπηρετούν αυτόν τον τύπο τουρισμού. Το πρότυπο αυτό εντοπίζεται κυρίως σε περιοχές της υπαίθρου σε πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτιστικούς πόρους. Σε ορισμένες περιπτώσεις, το πρότυπο στηρίζεται στην ανάπτυξη μιας μόνον εναλλακτικής μορφής (π.χ. οικοτουρισμός), ενώ σε άλλες στην ανάπτυξη περισσότερων (π.χ. αγροτουρισμός, πολιτιστικός κλπ). Συχνά η ανάπτυξη αυτού του προτύπου- σε σχέση με την τοπική παραγωγική, κοινωνική και περιβαλλοντική δομή- αποκτά μαζικά χαρακτηριστικά, με αποτέλεσμα να έχει δυσμενείς επιπτώσεις, ιδιαίτερα σε οικολογικά και κοινωνικά «ευαίσθητες» περιοχές της υπαίθρου όπου παρατηρείται μια μαζικοποίηση του εναλλακτικού τουρισμού. Το γεγονός αυτό έρχεται σε αντίθεση με τον ουσιαστικό στόχο μιας τέτοιας ανάπτυξης, την ένταξη στην κοινωνική παραγωγική δομή της περιοχής με παράλληλα προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Είναι άρα δεδομένο ότι και στην περίπτωση αυτού του προτύπου, όπως και στα προηγούμενα, καταγράφεται η ανάγκη για ορθολογικό σχεδιασμό, προγραμματισμό, οργάνωση και διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης [Σωπασή, 2010].

1.2 ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η οικονομική ευμάρεια που διαθέτει ένα αυξανόμενο ποσοστό κατοίκων του πλανήτη μας, η ανάπτυξη των μέσων μαζικής μεταφοράς και των μέσων ενημέρωσης είναι μερικοί από τους παράγοντες που συνεισφέρουν στην ανάδειξη του τουρισμού ως ενός από τους πιο ισχυρούς και ραγδαία αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς της παγκόσμιας κοινωνίας του 21 ου αιώνα.

Η τουριστική βιομηχανία αντλεί την δύναμή της από εύθραυστες πηγές όπως το περιβάλλον, η ιστορία και ο πολιτισμός και συχνά χαρακτηρίζεται ως νόμισμα με δύο όψεις. Από τη μία, συνεισφέρει στην οικονομική άνθιση μιας περιοχής δημιουργώντας θέσεις εργασίας και εισροή συναλλάγματος ενώ από την άλλη, είναι παράγοντας περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιβαρύνσεων που συχνά εμποδίζουν την ομαλή λειτουργία της τοπικής κοινωνίας και του τοπικού τουρισμού. Παραδείγματα από την παγκόσμια πραγματικότητα δείχνουν ότι η άκρατη, η ασχεδίαστη ή η λανθασμένη ανάπτυξη του τουρισμού επιφέρει, βραχυπρόθεσμα, γρήγορα οικονομικά οφέλη καταλήγοντας ωστόσο, μακροπρόθεσμα, σε χαμηλής ποιότητας τουριστική δραστηριότητα.

Πολλοί τουριστικοί προορισμοί στην Ελλάδα και αλλού, έχουν ως στόχο τη συνεχή αύξηση του οικονομικού κέρδους που αποφέρει ο τουρισμός, έτσι συχνά προσανατολίζονται στην αναζήτηση ολοένα και μεγαλύτερου αριθμού τουριστών χρησιμοποιώντας ως μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης τον μαζικό τουρισμό. Όμως, η μεγάλη πληθυσμιακή συγκέντρωση σε περιοχές με συγκεκριμένες περιβαλλοντικές και κοινωνικές δυνατότητες δημιουργεί διαταραχές στις συνήθειες της τοπικής κοινωνίας και δυσλειτουργίες όπως: συνωστισμό, μόλυνση του περιβάλλοντος, κατασπατάληση ή καταστροφή φυσικών και πολιτιστικών πηγών και ανταγωνισμό μεταξύ τοπικού πληθυσμού και τουριστικής βιομηχανίας για την χρησιμοποίηση αγαθών πρώτης ανάγκης (νερό, καύσιμα, κλπ.), έργων υποδομής (δρόμοι, νοσοκομεία, κλπ.), τόπων αναψυχής (μουσεία, πάρκα, παραλίες κλπ.). Αυτές οι αρνητικές επιπτώσεις εμποδίζουν την συνεχή και ομαλή διεξαγωγή της τουριστικής διαδικασίας αφού σύμφωνα με έρευνες του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) η πλειοψηφία των τουριστών σήμερα επιθυμεί να επισκέπτεται περιοχές με υψηλή περιβαλλοντική ποιότητα και έντονα στοιχεία τοπικού πολιτισμού.

Αρκετοί διεθνείς οργανισμοί σχετικοί με τον τουρισμό, το περιβάλλον και τον πολιτισμό (Π.Ο.Τ, UNEP , UNESCO κλπ.) προτείνουν ως διέξοδο από τα παραπάνω προβλήματα, κάθε είδους τουριστική δραστηριότητα να σχεδιάζεται, να διευθύνεται και να αναπτύσσεται ώστε:

α) να είναι περιβαλλοντικά ανεκτή σε βάθος χρόνου,

β) να αποφέρει βιώσιμα οικονομικά οφέλη στις περιοχές που αναπτύσσεται,

γ) να είναι ηθικά και κοινωνικά σύμφωνη με τις τοπικές κοινωνίες και

δ) να εξασφαλίζει την διατήρηση του φυσικού και πολιτιστικού κεφαλαίου για τις μελλοντικές γενιές.

Απαραίτητες προϋποθέσεις για την επιτυχή εφαρμογή, λειτουργία και αποδοτικότητα των παραπάνω χαρακτηριστικών σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ, την Ευρωπαϊκή Ένωση και άλλους διεθνείς οργανισμούς, είναι:

- η συνεργασία όσων εμπλέκονται στη τουριστική διαδικασία,
- η τοπική συμμετοχή στο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης,
- η εκπαίδευση των επαγγελματιών, των πολιτών και των τουριστών και
- η υψηλή ποιότητα των προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών και εγκαταστάσεων.

Τι εξυπηρετεί όμως καθεμιά από τις παραπάνω προϋποθέσεις;

Συνεργασία: Λαμβάνοντας υπόψη ότι ο τουρισμός είναι μια περίπλοκη διαδικασία η οποία σχετίζεται με διαφορετικούς τομείς της κοινωνίας και της οικονομίας, γίνεται εμφανές ότι για την βιώσιμη ανάπτυξή του απαιτείται αμοιβαίος σεβασμός, ενότητα και μόνιμη συνεργασία μεταξύ όλων των ιδιωτικών και δημόσιων φορέων, που οι δραστηριότητές τους άπτονται του τουρισμού άμεσα ή έμμεσα σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Μέσω αυτής της συνεργασίας κάθε αναπτυξιακός σχεδιασμός, που αφορά τουριστικές υποδομές, επενδύσεις (δημόσιες ή ιδιωτικές), αλλά και κάθε άλλο στοιχείο που συμβάλλει στην ανάπτυξη και διεύθυνση του τουρισμού γίνεται απόρροια κοινής πολιτικής και στόχων. Είναι ουσιαστικό η συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα να στηρίζεται στην καλή θέληση όλων των μερών για την επιτυχία

ενός κοινού σκοπού (βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη) και όχι στην ικανοποίηση ιδιοτελών συμφερόντων.

Σύμφωνα με την Hevre Barioulet (2001), μερικά ζητήματα που πρέπει να βρίσκουν λύση με βάση την αρχή της συνεργασίας στις τουριστικές περιοχές είναι:

- Ο έλεγχος της κατανάλωσης του νερού και των μη ανανεώσιμων πηγών ενέργειας με σκοπό την μείωση της μη ορθολογικής χρήσης τους.
- Η μείωση των απορριμμάτων και η εξασφάλιση της ανακύκλωσής τους.
- Ο έλεγχος και η μείωση των προβλημάτων κυκλοφοριακής συμφόρησης και ρύπανσης ιδιαίτερα σε περιοχές φυσικού και πολιτιστικού κάλλους και η χρήση μέσων μεταφοράς φιλικών προς το περιβάλλον.
- Η οργάνωση και ο έλεγχος της πρόσβασης των τουριστών σε οικολογικά ευάλωτες περιοχές.
- Η συγχρηματοδότηση προγραμμάτων περιβαλλοντικής προστασίας.
- Η χορήγηση κινήτρων και βοήθειας στις τουριστικές επιχειρήσεις ώστε, να υιοθετούν περιβαλλοντικές πολιτικές ανάπτυξης.

Τοπική συμμετοχή: Οι ανάγκες, οι προσδοκίες, τα ιδιαίτερα περιβαλλοντικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά και τα προβλεπόμενα οφέλη από τον τουρισμό διαφέρουν σημαντικά από την μια περιοχή στην άλλη. Έτσι δεν υπάρχει ένα είδος σχεδιασμού βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης που να ταιριάζει σε περισσότερους από έναν τουριστικούς προορισμούς. Αν και γενικές κατευθυντήριες γραμμές μπορούν να ορισθούν σε εθνικό επίπεδο, ωστόσο οι τοπικές κοινωνίες με συμμετοχή εκπροσώπων όλων των τοπικών φορέων (δημόσιο, τουριστική βιομηχανία, μη-κυβερνητικές περιβαλλοντικές και πολιτιστικές οργανώσεις, οργανώσεις πολιτών, επιστημονικοί φορείς κ.λπ.) και συχνή επικοινωνία με τον τοπικό πληθυσμό είναι εκείνοι που θα σχεδιάσουν και θα αναπτύξουν το είδος του τουρισμού που θέλουν να προσφέρουν. Χρήσιμο εργαλείο για την πραγμάτωση μιας τέτοιας διαδικασίας έχει αποδειχθεί η δημιουργία και εφαρμογή της Τοπικής Ατζέντας 21.

Με την εξασφάλιση της τοπικής συμμετοχής στον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης επιτυγχάνεται:

- ✓ ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας η οποία επιφέρει κέρδη κυρίως στην τοπική κοινωνία και όχι σε εξωτερικούς οικονομικούς παράγοντες, (π.χ. πολυεθνικές εταιρίες ξενοδοχείων, τουριστικών γραφείων κλπ.),
- ✓ καλύτερη αποδοχή του τουρισμού από τους κατοίκους της περιοχής,
- ✓ ενεργητική συμμετοχή των κατοίκων για την διατήρηση των τοπικών τουριστικών πηγών.

Εκπαίδευση: Η άρτια επαγγελματική κατάρτιση όχι μόνο των διευθυντικών στελεχών του τουρισμού αλλά όλων όσων απασχολούνται σε αυτόν, συνεισφέρει στην καλύτερη προσφορά τουριστικών υπηρεσιών και στην ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, ο εμπλουτισμός των επαγγελματικών εκπαιδευτικών ή επιμορφωτικών προγραμμάτων με θέματα που αφορούν τις έννοιες, τα κριτήρια, τα οφέλη, και τις πρακτικές του βιώσιμου τουρισμού βοηθά τους ανθρώπους που ασχολούνται με αυτόν να προβληματιστούν, να αναζητήσουν τους παράγοντες που συνεισφέρουν στην βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος και να κατανοήσουν σε βάθος τις διαφορετικές πρακτικές μεταξύ μαζικού τουρισμού και εναλλακτικών τουριστικών μοντέλων (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, ιστορικός τουρισμός, πολιτισμικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός κ.λπ.). Μερικά από τα γενικά θέματα μιας τέτοιας εκπαίδευσης/επιμόρφωσης μπορούν να είναι:

- Έννοια, αρχές, και πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.
- Είδη και χαρακτηριστικά εναλλακτικών μορφών τουριστικής ανάπτυξης.
- Ζητήματα περιβαλλοντικής προστασίας.
- Ζητήματα προστασίας πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Είδη προς εξαφάνιση (του ζωικού και φυτικού βασιλείου) και σχετική νομοθεσία.
- Ζητήματα διεθνούς περιβαλλοντικής νομοθεσίας.
- Πιστοποιητικά περιβαλλοντικής ποιότητας (π.χ. μπλε σημαίες) και κριτήρια απόκτησής τους.

Η εκπαίδευση και η ευαισθητοποίηση των πολιτών σε θέματα κοινωνικής, πολιτιστικής και περιβαλλοντικής βιωσιμότητας είναι ένας ακόμα σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης βιώσιμων κοινωνιών και κατ' επέκταση βιώσιμου τουρισμού. Σε μια τέτοια εκπαιδευτική διαδικασία μπορούν να συνεισφέρουν όλοι οι τυπικοί και άτυποι εκπαιδευτικοί φορείς (εκπαιδευτικά ιδρύματα, μη κυβερνητικοί οργανισμοί,

οργανώσεις πολιτών, μέσα μαζικής ενημέρωσης, ενώσεις καταναλωτών κ.λπ.) που διαθέτει μια κοινωνία με κάθε τυπικό και άτυπο εκπαιδευτικό μέσο (περιβαλλοντική εκπαίδευση, εκπαίδευση καταναλωτών, αγωγή υγείας, διαφήμιση, ενημερωτικές εκστρατείες, δημόσιες συζητήσεις κ.λπ.). Στόχος τέτοιου είδους γενικού ενδιαφέροντος εκπαιδευτικών προγραμμάτων και δραστηριοτήτων πρέπει να είναι η ενημέρωση / ευαισθητοποίηση των πολιτών με σκοπό την προβολή και την υιοθέτηση νέων συμπεριφορών και πρακτικών που προάγουν την βιωσιμότητα.

Τέλος, εκτός από τους εργαζόμενους στον τουρισμό και τους πολίτες των τουριστικών περιοχών είναι χρήσιμο να ενημερώνονται και να ευαισθητοποιούνται οι επισκέπτες τους. Πληροφορίες σχετικές με το περιβάλλον, τον πολιτισμό, τις τοπικές συνθήκες και τις ανάγκες του κάθε τουριστικού προορισμού, θα τους βοηθήσουν να ενταχθούν ομαλότερα στο κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον που πρόκειται να επισκεφθούν. Τέτοια ενημέρωση επιτυγχάνεται με την προμήθεια σχετικών πληροφοριών στους τόπους μόνιμης διαμονής των τουριστών, με συμφωνίες μεταξύ των τουριστικών προορισμών και των τουριστικών πρακτόρων, με φυλλάδια πληροφοριών σε περιοχές διακίνησης επιβατών (αεροδρόμια, λιμάνια, σταθμοί λεωφορείων και τρένων) και σε τουριστικά καταλύματα (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, κάμπινγκ, κ.λπ.).

Ποιότητα: Η διατήρηση του κύρους του τουριστικού προϊόντος κάθε περιοχής γίνεται όλο και δυσκολότερη στα πλαίσια του συνεχώς αυξανόμενου ανταγωνισμού σε διεθνές επίπεδο. Η προσφορά ποιοτικού τουρισμού που εξασφαλίζει την προστασία των τουριστικών πηγών και ικανοποιεί τις επιθυμίες των επισκεπτών και των μόνιμων κατοίκων πρέπει να είναι κύριο μέλημα όλων των φορέων (δημόσιων και ιδιωτικών) που σχεδιάζουν και διευθύνουν την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής με στόχο την βιωσιμότητά της.

Η έννοια ποιοτικός τουρισμός δεν ταυτίζεται απαραίτητα με την έννοια πολυτελής-ακριβός τουρισμός. Αναφέρεται στο είδος τουριστικής δραστηριότητας η οποία προστατεύει τις τουριστικές πηγές, προσελκύει τουρίστες που σέβονται την τοπική κοινωνία και το περιβάλλον της και προσφέρει τουριστικά αξιοθέατα, ανέσεις και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στην αξία των χρημάτων που δαπανώνται γι' αυτά.

Τουριστικές περιοχές που επιθυμούν την μακροχρόνια σταθερή ζήτηση του προϊόντος τους:

- Λαμβάνουν σοβαρά υπόψη την ποιότητα που προσφέρουν.
- Διεξάγουν έρευνες για την:

α) καλύτερη επίλυση των προβλημάτων τους,

β) δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων,

γ) ασφαλή και αποτελεσματικότερη εκμετάλλευση των τουριστικών πηγών τους.

3) Προωθούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού συμβατές με τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης.

4) Επιφέρουν τουριστικές καινοτομίες.

5) Χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες φιλικές προς το περιβάλλον.

- Παρακολουθούν τακτικά τη διαμόρφωση των διεθνών κριτηρίων ποιότητας έτσι ώστε να ενημερώνονται για το τι συμβαίνει στον κόσμο.
- Λαμβάνουν έγκαιρα απαραίτητα διορθωτικά μέτρα, αν χρειάζονται.
- Ενημερώνονται και διδάσκονται από επιτυχημένες πρακτικές που υιοθετήθηκαν σε άλλους τουριστικούς προορισμούς.

Πέρα όμως από τις προϋποθέσεις που πρέπει να ακολουθήσει μια κοινωνία για την επιτυχή βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη δεν θα πρέπει να παραβλέπει ότι ανεξάρτητα από το είδος τουριστικού μοντέλου που θα υιοθετήσει η τουριστική διαδικασία είναι ασταθής και ευάλωτη ιδιαίτερα σε περιόδους φυσικών θεομηνιών, οικονομικής ύφεσης, και κοινωνικής ανασφάλειας. Γι' αυτό το λόγο περιοχές με τουριστικό ενδιαφέρον πρέπει να αντιμετωπίζουν με μεγάλο σκεπτικισμό την οικονομική υπερεξάρτησή τους από τις δραστηριότητες του τουρισμού. Η ισόρροπη ανάπτυξη των τουριστικών και των άλλων οικονομικών δραστηριοτήτων μιας κοινωνίας (γεωργία, κτηνοτροφία, αλιεία, παραδοσιακές τέχνες, τοπικές βιοτεχνίες, προσφορά κοινωνικών υπηρεσιών κ.λ.π.) είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που θεμελιώνουν την γενικότερη κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα και τη μακροχρόνια ευημερία μιας περιοχής [Αβδελλή, 2006].

1.3 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Είναι πολύ σημαντικό για τον τουρισμό, περισσότερο από κάθε άλλη αναπτυξιακή δραστηριότητα, να λειτουργεί σε ένα υγιές περιβάλλον. Αυτό όμως έρχεται σε σύγκρουση με τη ραγδαία ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος. Στην Ευρώπη υπάρχουν περισσότερα από ένα εκατομμύριο τουριστικά καταλύματα, ενώ ο τουρισμός αντιπροσωπεύει το 5% του ΑΕΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παράλληλα, τόσο οι επιχειρηματίες των καταλυμάτων, όσο και οι ίδιοι οι τουρίστες είναι ολοένα και πιο ενημερωμένοι για τις πιθανές επιδράσεις του τουρισμού στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον, καθώς η αλληλεπίδραση μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος βρίσκεται τα τελευταία χρόνια στο διεθνές προσκήνιο. Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις είναι αποτέλεσμα των πιέσεων που δημιουργεί ο τουρισμός στο περιβάλλον, δεδομένου ότι, όπως και κάθε άλλη ανθρώπινη δραστηριότητα, χρειάζεται (μαζί με το κεφάλαιο και το ανθρώπινο δυναμικό) γη και φυσικούς πόρους ως εισροές για την παραγωγική διαδικασία, ενώ ταυτόχρονα με την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών παράγονται και κάθε είδους απόβλητα. Το «πρασίνισμα» του τουρισμού έχει στόχο τη μείωση των πιέσεων προς το περιβάλλον μέσα από τη βελτίωση των επιδόσεων των οικονομικών δραστηριοτήτων. Ο στόχος αυτός εξυπηρετείται και από την αξιοποίηση των φυσικών πόρων για τη δημιουργία τουριστικών προϊόντων ειδικού ενδιαφέροντος.

Οι περιβαλλοντικές πιέσεις που προέρχονται από τον τουρισμό είναι δύο ειδών:

Οι **μόνιμες**, οι οποίες προέρχονται από τη δημιουργία τουριστικών υποδομών και αναδομών, αλλά και των γενικών υποδομών που χρησιμοποιούνται από τον τουρισμό. Οι κατασκευές αυτές αλλάζουν τις χρήσεις γης, «αστικοποιώντας» το περιβάλλον, δημιουργώντας επιπτώσεις τόσο στο τοπίο (σε ό,τι αφορά στις εκτός οικισμών περιοχές) όσο και στην ποιότητα του αστικού περιβάλλοντος (εντός οικισμού παρεμβάσεις).

Οι **εποχικές**, οι οποίες προέρχονται από τη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων κάθε είδους και αφορούν την κατανάλωση νερού και ενέργειας, την παραγωγή υγρών, στερεών και αέριων αποβλήτων, αλλά και θορύβου.

Ισχυρότερες πιέσεις από τον τουρισμό δέχονται οι οικολογικά ευαίσθητες περιοχές όπως τα νησιά, οι παράκτιες και οι ορεινές περιοχές. Ειδικότερα στην Ελλάδα οι νησιωτικές περιοχές συγκεντρώνουν περισσότερο από το 60% της τουριστικής δραστηριότητας.

Κατά συνέπεια, οι επιπτώσεις στο περιβάλλον είναι χωρικά εστιασμένες και αφορούν:

- ❖ Την υποβάθμιση του τοπίου και την αλλοίωση των πολιτιστικών χαρακτηριστικών και μνημείων που έχουν σημαντική επίπτωση στην ποιότητα της τουριστικής εμπειρίας και έχουν υποβαθμίσει άμεσα την ποιότητα του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος.
- ❖ Την υποβάθμιση της φύσης (κυρίως των περιοχών με ειδικό ενδιαφέρον για τη βιοποικιλότητά τους) που δεν έχουν επιπτώσεις μόνο στην ικανότητα του περιβάλλοντος να παρέχει αγαθά και υπηρεσίες, αλλά και του τουρισμού να αναπτύξει νέα προϊόντα ειδικού ενδιαφέροντος και υψηλής προστιθέμενης αξίας.
- ❖ Την ενίσχυση της τάσης απερήμωσης -ειδικά στη μεσογειακή λεκάνη- που θα έχει σοβαρότατες συνέπειες στην ικανότητα συντήρησης της ζωής σε μεγάλες περιοχές, ειδικά αν συνεχιστούν οι κλιματικές αλλαγές.
- ❖ Τη μείωση των υδατικών αποθεμάτων και την καταστροφή του υδροφόρου ορίζοντα σε πολλές νησιωτικές και παράκτιες περιοχές, που οδηγεί σε οικολογικές διαταραχές και σε έργα υψηλού κόστους.

Η αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών προβλημάτων μπορεί να επιτευχθεί είτε (α) μέσα από αμιγώς περιβαλλοντικές πολιτικές, οι οποίες βρίσκουν εφαρμογή στον τουρισμό, είτε (β) μέσα από τουριστικές πολιτικές, οι οποίες λαμβάνουν υπόψη τα περιβαλλοντικά προβλήματα και αξιοποιούν τους περιβαλλοντικούς πόρους [Σπιλάνης, 2010].

1.4 ΒΙΩΣΙΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΕ ΧΡΗΣΗ ΗΠΙΩΝ ΜΟΡΦΩΝ

Την τελευταία δεκαετία, στο πλαίσιο της μεταστροφής της τουριστικής ζήτησης προς περισσότερο «ενεργητικές διακοπές», παρατηρείται έντονη αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος για άσκηση δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στο φυσικό

περιβάλλον. Σταδιακά, περιοχές της υπαίθρου αναδεικνύονται σε προορισμούς άσκησης πολλαπλών τουριστικών δραστηριοτήτων, προσελκύοντας επισκέπτες που αναζητούν καθαρό περιβάλλον και αυθεντικές εμπειρίες [Τσάρτας & συν., 2010].

Οι δραστηριότητες αυτές είναι συνυφασμένες με το ειδικό κίνητρο που ωθεί στην άσκησή τους και εντάσσονται, συνήθως, στο πλαίσιο των ειδικών/ εναλλακτικών μορφών τουρισμού. **Ήπιες μορφές τουρισμού** που η άσκησή των δραστηριοτήτων τους συνδέεται άμεσα ή έμμεσα με το **φυσικό περιβάλλον** αποτελούν:

- Ο Οικοτουρισμός
- Ο Αγροτουρισμός
- Ο Τουρισμός περιπέτειας
- Ο Πολιτιστικός τουρισμός

1.4.1 ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο οικοτουρισμός, αναπτύσσεται σε περιοχές με αξιόλογο φυσικό περιβάλλον, οικοσυστήματα με πλούσια βιοποικιλότητα, ιδιαίτερα μνημεία της φύσης, εθνικά πάρκα, σπάνια χλωρίδα και πανίδα και γενικότερα, προστατευόμενες περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους [ΙΤΑ, 2008].

Η ανάπτυξή του ως μορφής τουρισμού είναι, κυρίως, αποτέλεσμα της δυσαρέσκειας που υπήρχε από τις κλασικές μορφές τουρισμού που, κατά κοινή αποδοχή, καταστρατηγούσαν τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά των τουριστικών προορισμών, υιοθετώντας μια απόλυτα κερδοσκοπική προσέγγιση με μοναδικό στόχο τη μεγιστοποίηση του οικονομικού οφέλους. Ο οικοτουρισμός ενσάρκωσε την ελπίδα ότι θα μπορούσε να συμβάλλει στην προστασία των πολύτιμων οικοσυστημάτων των τουριστικών προορισμών, προσφέροντας μια εναλλακτική πηγή εισοδήματος σε αντιστάθμισμα των οικονομικών δραστηριοτήτων που έπρεπε να απαγορευτούν ως ασύμβατες με την προστασία των φυσικών πόρων [Σβορώνου, 2003].

Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού έχει τα εξής χαρακτηριστικά [Fennell, 2001]:

1. Αφορά έναν τύπο δραστηριοτήτων που ελαχιστοποιεί τις αρνητικές συνέπειες για το περιβάλλον και τους ντόπιους κατοίκους.

2. Αυξάνει την ενημέρωση και την κατανόηση για τα φυσικά και πολιτιστικά συστήματα μιας περιοχής καθώς και για την επακόλουθη ενασχόληση των επισκεπτών σε θέματα που επηρεάζουν τα συστήματα αυτά.
3. Συμβάλλει στην προστασία και τη διαχείριση των νομικά προστατευόμενων, αλλά και μη, φυσικών περιοχών.
4. Μεγιστοποιεί την αρχική και συνεχή συμμετοχή των ντόπιων κατοίκων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, βάσει της οποίας καθορίζεται ο τύπος και ο όγκος των τουριστικών/ επισκεπτών που θα δεχτούν στην περιοχή.
5. Κατευθύνει τα συνολικά οφέλη στους ντόπιους κατοίκους, οι οποίοι συμπληρώνουν αντί να αντικαθιστούν ή να εγκαταλείπουν παραδοσιακές παραγωγικές δραστηριότητες (πχ. γεωργία, αλιεία κα.).
6. Προσφέρει ευκαιρίες στους ντόπιους και στους επισκέπτες να «γνωρίσουν» το φυσικό περιβάλλον και τα θαύματα της φύσης, αποκτώντας ένα χαρακτήρα γνωστικό.

1.4.2 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο Αγροτουρισμός ως μορφή τουρισμού αναπτύσσεται στην ύπαιθρο και έχει βασικό γνώρισμα την προσπάθεια σύζευξης του πρωτογενή τομέα με τον τουρισμό, αποβλέποντας στο κοινό όφελος και των δύο τομέων. Η ανάπτυξή του είναι άμεσα συνδεδεμένη με τις προσπάθειες συγκράτησης του πληθυσμού στις αγροτικές περιοχές και εξασφάλισης συμπληρωματικού εισοδήματος στους αγρότες.

Ως ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στον αγροτικό χώρο στοχεύει [ΙΤΑ, 2008]:

- Να συμβάλει ώστε ο επισκέπτης να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτιστικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του αγροτικού χώρου.
- Να φέρει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση καθώς και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο στις οποίες θα μπορεί να συμμετέχει, να ψυχαγωγηθεί και να νιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης.

- Να κινητοποιήσει τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις του τόπου, συμβάλλοντας, έτσι στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου

Στις Ευρωπαϊκές χώρες, το κυρίαρχο μοντέλο ανάπτυξης του αγροτουρισμού συνδυάζει τη διανομή του επισκέπτη σε μια αγροτική φάρμα με τη συμμετοχή στις αγροτικές (γεωργικές, κτηνοτροφικές κ.α.) ασχολίες της φάρμας. Στην Ελλάδα, αυτή η μορφή αγροτουρισμού απουσιάζει παντελώς, εκτός ελαχίστων εξαιρέσεων.

Στην χώρα μας, η ανάπτυξη του αγροτουρισμού είναι ταυτισμένη με τη διαμονή σε κάποιον ξενώνα εντός ή πλησίον του αγροτικού οικισμού, ο οποίος συχνά απλά διαχειρίζεται από αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς. Κατά συνέπεια, δεν αποτελεί, ουσιαστικά, αγροτουρισμό αλλά τουρισμό υπαίθρου. Οι τουρίστες δεν ασκούν κάποιας μορφής αγροτική δραστηριότητα. Σπάνια συμμετέχουν στις καθημερινές ασχολίες της αγροτικής οικογένειας, ενώ πολύ συχνά δεν έρχονται ποτέ σε επαφή με τα μέλη της τοπικής κοινωνίας. Θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως μια μορφή μαζικού τουρισμού με διαφοροποιήσεις σε ορισμένα χαρακτηριστικά, όπως ο τύπος καταλύματος. Έτσι, ο τρόπος ανάπτυξης του αγροτουρισμού στην Ελλάδα παρουσιάζει σημαντικές αποκλίσεις από την ευρύτερη φιλοσοφία στην οποία θα πρέπει να βασίζεται η ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού η οποία έχει συγκεκριμένους στόχους και πλαίσιο εφαρμογής [Τσάρτας Π. & συν., 2010].

1.4.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ

Ο Τουρισμός Περιπέτειας περιλαμβάνει την άσκηση δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου που αναπτύσσονται σε ένα ασυνήθιστο, εξωτικό, απομακρυσμένο προορισμό και εμπεριέχουν σε κάποιες περιπτώσεις ένα βαθμό «επικινδυνότητας».

Δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στον τουρισμό περιπέτειας είναι [Τσάρτας & συν., 2010]:

- Παρατήρηση της φύσης.
- Παρατήρηση αγρίων ζώων (πουλιών, κητωδών κ.α.).
- Δραστηριότητες υδάτινης περιπέτειας (πλεύση σε ποταμό με κανό ή καγιάκ, ράφτινγκ κ.α.).
- Δραστηριότητες χειμερινής περιπέτειας (σκι κ.α.).
- Δραστηριότητες χειρσαίας περιπέτειας (ορειβασία, αναρρίχηση κ.α.).
- Δραστηριότητες εναέριας περιπέτειας (ανεμοπτερισμός κ.α.).
- Δραστηριότητες που η άσκησή τους προκαλεί φθορές στο φυσικό περιβάλλον (κίνηση οχημάτων 4x4 εκτός δρόμου κ.α.).

Οι δραστηριότητες εξελίσσονται κυρίως σε εξωτερικούς χώρους και διακρίνονται σε ακραίας και ήπιας περιπέτειας. Αυτές της **ακραίας περιπέτειας** εμπεριέχουν έναν σημαντικό βαθμό κινδύνου, γι' αυτό και οι συμμετέχοντες θα πρέπει να διαθέτουν εμπειρία και να είναι κατάλληλα προετοιμασμένοι (σωματικά και πνευματικά) προκειμένου να αντεπεξέλθουν στις επικείμενες προκλήσεις του προορισμού (αναρρίχηση, κατάβαση απότομων βράχων). Σε αντίθεση, οι δραστηριότητες **ήπιας περιπέτειας** χαρακτηρίζονται από περιορισμένο βαθμό επικινδυνότητας, χαμηλότερο επίπεδο απαιτούμενης φυσικής κατάστασης των συμμετεχόντων και ευρύτερο πλαίσιο προσφερόμενων εμπειριών (ιππασία, ράφτινγκ). Οι δραστηριότητες διακρίνονται σε επίπεδα, βάσει της επικινδυνότητας και του βαθμού δυσκολίας που παρουσιάζουν.

Ως μορφή τουρισμού είναι ιδιαίτερα δημοφιλής στα άτομα νεαρής ηλικίας, χωρίς να αποκλείονται άλλες ηλικιακές ομάδες, και μπορεί να συνδεθεί με άλλες μορφές τουρισμού όπως ο οικοτουρισμός, αθλητικός τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, αγροτουρισμός κ.α.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι κάποιες από τις παραπάνω δραστηριότητες απαγορεύονται σε προστατευόμενες περιοχές (Εθνικά Πάρκα, περιοχές Natura 2000 κλπ.), καθώς ενδέχεται να προκαλέσουν όχληση σε ευαίσθητα οικοσυστήματα και στα είδη χλωρίδας και πανίδας που φιλοξενούν. Επομένως ο επισκέπτης οφείλει να ενημερωθεί για τυχόν απαγορεύσεις και να συμμορφωθεί με τους κανόνες διαχείρισης των περιοχών αυτών.

1.4.4 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο τουρισμός και ο πολιτισμός είναι δυο έννοιες αλληλένδετες. Όταν πραγματοποιούμε ένα ταξίδι, κυρίαρχο κίνητρο, μεταξύ άλλων, είναι και η γνωριμία με στοιχεία του υλικού και πνευματικού πολιτισμού του τόπου που επισκεπτόμαστε. Υπό αυτήν έννοια, ως πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί η περιήγηση που έχει στόχο την επαφή και εκτίμηση της ιστορικής, καλλιτεχνικής και πνευματικής κληρονομιάς, καθώς και των σύγχρονων πολιτιστικών δημιουργημάτων μιας περιοχής [Βενετσανοπούλου, 2006].

Στοιχεία του πολιτισμού που μπορούν, παράλληλα, να αποτελούν και τουριστικούς πόρους είναι [Τσάρτας, 1996]:

- Μορφές τέχνης (μουσική, χορός, γλυπτική κ.α.).
- Έθιμα, παραδόσεις που σχετίζονται με την τοπική παράδοση.
- Γαστρονομία, τοπική κουζίνα.
- Ιστορία, θρησκεία (πνευματικά και υλικά στοιχεία).
- Δομημένο περιβάλλον (αρχιτεκτονική, παραδοσιακοί οικισμοί, ιστορικά κέντρα)
- Φυσικό περιβάλλον είτε συνδυασμός φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος (τοπία).
- Πολιτικές εκδηλώσεις

Κατά συνέπεια, ο πολιτιστικός τουρισμός συνιστά την «κατανάλωση» μιας ευρείας γκάμας πολιτιστικών προϊόντων που προσφέρονται σε έναν τόπο. Αποτελεί δε μια εξειδικευμένη δραστηριότητα. Οι τουρίστες επισκέπτονται μια συγκεκριμένη περιοχή με σκοπό να εκφράσουν το ειδικό ενδιαφέρον τους για συγκεκριμένα πολιτιστικά προϊόντα. Ο πολιτιστικός τουρισμός εμπεριέχει την έννοια της μάθησης και της ευρύτερης παιδείας. Οι επισκέπτες μετέρχονται σε κοινωνούς της πολιτιστικής κληρονομιάς, των διακριτών χαρακτηριστικών και της κουλτούρας- σε όλες τις εκφράσεις της- του τόπου που επισκέπτονται, συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο στη διαφύλαξη και ανάδειξη της μοναδικότητάς του.

Συνοψίζοντας, θα πρέπει να αναφέρουμε ότι απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή ώστε να μην συγχέονται οι δραστηριότητες και οι τουρίστες των εναλλακτικών μορφών

τουρισμού με αυτούς άλλων μορφών. Λόγου χάρη, το γεγονός ότι οι τουρίστες στις διακοπές τους περιστασιακά συμμετείχαν, παρακολούθησαν, άσκησαν έναν αριθμό πολιτιστικών δραστηριοτήτων (π.χ. επισκέψεις σε μουσεία, παρακολούθηση καλλιτεχνικών εκδηλώσεων), δεν τους καθιστά αυτόματα και τουρίστες πολιτιστικού τουρισμού. Αντίστοιχα, η περιήγηση στο φυσικό περιβάλλον ή σε ένα προστατευόμενο οικοσύστημα δεν συνεπάγεται το χαρακτηρισμό των τουριστών ως «οικοτουρίστες».

«Εναλλακτικές μορφές τουρισμού» σημαίνει ανάδειξη και προβολή των διακριτών χαρακτηριστικών του τόπου, ενίσχυση των παραδοσιακών παραγωγικών δραστηριοτήτων, συμμετοχή και διάχυση των ωφελειών στον τοπικό πληθυσμό. Ταυτόχρονα, σημαίνει:

- ευαισθητοποίηση και εκπαίδευση σε θέματα ορθολογικής διαχείρισης των πόρων της περιοχής (π.χ. νερού), των τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών (π.χ. είδος και ένταση των προσφερόμενων υπηρεσιών), των επισκεπτών (π.χ. επιτρεπόμενος μέγιστος αριθμός επισκεπτών)
- ανάπτυξη μηχανισμών πρόληψης, παρακολούθησης και ελέγχου των επιπτώσεων (επίπεδα μόλυνσης νερού, αέρα, φυσικού, δομημένου περιβάλλοντος κ.α.)
- υιοθέτηση κώδικα συμπεριφοράς επισκεπτών, διάχυση τουριστών και δραστηριοτήτων στο χώρο και το χρόνο.

Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι αλληλένδετη αφενός με την υιοθέτηση μιας διαφορετικής αντίληψης για τον τουρισμό, αφετέρου με την εφαρμογή πλαισίου αρχών και κανόνων. Διαφορετικά, συνάδουν σε άλλες μορφές τουρισμού [Τσάρτας & συν., 2010]

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Αναδυόμενη νέα εναλλακτική μορφή οικονομικής δραστηριότητας, η πράσινη επιχειρηματικότητα, βασίζεται καταρχήν σε ουσιαστικές ανάγκες της κοινωνίας σχετικές με την ποιότητα ζωής και του περιβάλλοντος. Δεν είναι όμως νέο ιδεολόγημα ή πρακτική, καθώς υπήρχε ήδη στους πρώτους πολιτισμούς (α΄ φάση, προϊστορική, εποχή αρμονίας με τη φύση) που συνδέονταν στενά με τη φύση και λειτουργούσαν αειφορικά και συνεργατικά με αυτήν στα όρια της μικροκοινωνίας ή σε μεγαλύτερες κλίμακες (π.χ. στο δάσος, σε παραθαλάσσιους τόπους, κλπ.). Από την άλλη πλευρά, η νοοτροπία κατάκτησης της φύσης - συνήθως εξαίρεση στον κανόνα - συνδεόταν με την υπέρβαση του ορίου της αναπτυξιακής χρήσης του εδάφους.

Η β΄ φάση, η ιστορική ξεκινάει με τις πρωτοβουλίες και δράσεις προστασίας της φύσης και της βιοποικιλότητας, μετά την εμφάνιση περιβαλλοντικών προβλημάτων. Αυτές εκφράστηκαν με τις μέσω διαταγμάτων συστηματικές προσπάθειες προστασίας της πανίδας, και σεβασμό στη φύση με την προσαρμογή του χρόνου της συγκομιδής στις απαιτούμενες συνθήκες για την προστασία της τοπικής βιοποικιλότητας, ενώ εστιάστηκε στη σχέση ανθρώπου-κοινωνίας-φύσης.

Συνεχίστηκε με την προβολή της προβληματικής για την οικολογική αρμονία και την περιβαλλοντική διαχείριση των πόλεων. Εδώ εντάσσονται οι ρυθμίσεις και πολιτικές ρύθμισης ύδρευσης, άρδευσης (Μεσοποταμία), αποχέτευση (αρχαία Ρώμη) με την κατασκευή αντίστοιχων έργων, διαχείρισης των λυμάτων και των απορριμμάτων, αλλά και αργότερα από το Μεσαίωνα και μετά, των προβλημάτων ρύπανσης στις πόλεις, που εντάθηκαν λόγω και της πυκνοκατοίκησης αυτών. Παράλληλα, αναπτύχθηκαν οι πρώτες περιβαλλοντικές αρχές που συνδέονταν α) με την αξίωση για ποιότητα ζωής και β) με την εξέλιξη της οικονομικής δραστηριότητας σε πρότυπο επιχειρηματικότητα, με ελαχιστοποίηση της εκμετάλλευσης της φύσης.

Στην γ' φάση παρουσιάστηκαν τα πρώτα θεσμικά πλαίσια **πράσινης επιχειρηματικότητας** και οικονομικής πολιτικής για το περιβάλλον. Με εκκίνηση το 19ο αιώνα ουσιαστική ενεργοποίηση στον 20ο αιώνα στις ΗΠΑ και την Ευρώπη [Τερκενλή, 1996] εκφράστηκε κυρίως με τη θέσπιση προστατευτικών περιοχών (Fontainebleau στη Γαλλία, ίδρυση στις ΗΠΑ των πρώτων εθνικών δρυμών, στο Yosemite στην Καλιφόρνια το 1864 και στο Yellowstone του Wyoming το 1872). Η επιστημονική και πολιτική ευαισθητοποίηση που ακολούθησε δυναμικά, μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, ταυτίστηκε με τις πρώτες διατυπώσεις συνδυασμού οικολογικών επιστημονικών θεωριών με τις σύγχρονες οικονομικές θεωρίες [Σταματίου, 1997].

Στην δ' φάση ανήκουν χρονικά σοβαρότατα περιβαλλοντικά ζητήματα που οδήγησαν σε Διεθνείς Διασκέψεις και στις πολιτικές της Ε.Ε, οι οποίες αποτελούν, πλέον, το πλαίσιο θεσμοθέτησης και λειτουργίας για την πράσινη επιχειρηματικότητα. Παράλληλα η περιβαλλοντική ζωνοποίηση οικονομικών δραστηριοτήτων (η καθιέρωση του δικτύου οικοτόπων Natura κατόπιν 92/43 Οδηγίας της ΕΕ, υδροβιότοποι Ramsar μέσω της ομώνυμης Συνθήκης 1971, κλπ) και τομεακές πολιτικές για το περιβάλλον [Φλογαίτη, 1998], και καθώς και η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και οι πολιτικές για τις ιδιωτικές οικονομικές δραστηριότητες διαμόρφωσαν ευνοϊκό πλαίσιο υποδοχής της πράσινης επιχειρηματικότητας.

Στην Ελλάδα, η νομοθετική διαδικασία για την προστασία και διαχείριση [Αραβαντινός, 1997]. Η οικεία νομοθεσία με το Ν. 1650/1986 περί προστασίας περιβάλλοντος (που προβλέπει κατηγορίες προστατευόμενων περιοχών), το Ν. 2742/1999 για το χωροταξικό σχεδιασμό και την αειφόρο ανάπτυξη, η ΚΥΑ 3044/02 που επισπεύδει τη δημιουργία των φορέων διαχείρισης, καθώς τα Προεδρικά Διατάγματα για τους διαχειριστικούς φορείς κ.α., είχαν επίσης σημαντική συμβολή [ΥΠΕΧΩΔΕ, 2003]. Το ίδιο και Ευρωπαϊκές Οδηγίες (όπως η 60/2000 για τα νερά), προδιαγράφουν όρους λειτουργίας της πράσινης επιχειρηματικότητας.

Θεσμοί όπως η Ανεξάρτητη Αρχή του Συνηγόρου του Πολίτη, με τον αντίστοιχο Κύκλο του της Ποιότητας Ζωής έχουν καθοριστικό ρόλο στις εξελίξεις περιβαλλοντικών θεμάτων και στην ερμηνεία και προς τις προϋποθέσεις πλαισίου λειτουργίας, αποδοχής και υποδοχής της πράσινης επιχειρηματικότητας.

2.2 ΠΕΔΙΟ ΚΑΙ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΣΚΗΣΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

2.2.1 ΠΛΑΙΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

Πρωτεύονται ρόλο διαδραματίζει ο **τόπος άσκησης** της πράσινης επιχειρηματικότητας, γι' αυτό απαραίτητη κρίνεται η ανάδειξη της φυσικής και πολιτικής ταυτότητάς του. Η διασφάλιση της προστασίας ενός τόπου και η συνετή διαχείριση και αξιοποίηση των πόρων του μέσω τήρησης κριτηρίων και ελέγχου, αποτελεί εγγύηση αναγνωσιμότητας της ταυτότητας και ποιότητας για τις παρεχόμενες υπηρεσίες και το παραγόμενο προϊόν.

Η **ταυτότητα** σχετίζεται με τη διαμόρφωση και ανάδειξη ιδιαιτεροτήτων-καινοτομιών, που μπορούν και πρέπει να κατοχυρώνονται με τη συμβολή οικονομικών (αγορά, νομοί αγοράς, προσφοράς-ζήτηση, κ.α.), νομικών (καθεστώς προστασίας, νομοθεσία, κ.α.) πολιτικών (θέση κινήτρων, λήψη αποφάσεων, διοίκηση περιοχής, κ.α.), πολιτιστικών (πολιτιστική κληρονομιά, παράδοση, κ.α.) και οικολογικών παραμέτρων (οικοσύστημα, βιοποικιλότητα, κ.α.).

Η **ποιότητα** συνδέεται με την τήρηση των κριτηρίων και όρων της βιώσιμης ανάπτυξης και την πιστοποίηση της συμβατότητάς της με το περιβάλλον.

Από τις δύο αυτές συνιστώσες εξαρτάται η **ανταγωνιστικότητα** της πράσινης επιχειρηματικότητας [Ζήσης, 2003].

Αναφορικά με την εξεύρεση των απαραίτητων χρηματοδοτικών κονδυλίων, αυτά αναζητούνται από προγράμματα επιδότησης ή άλλα, ή από αυτοχρηματοδότηση και απαιτούν συνετό σχεδιασμό διαχείρισης και κατανομής δαπανών. Τα απαιτούμενα κονδύλια για τις υποδομές προέρχονται συνήθως από το δημόσιο τομέα.

2.2.2 ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Η **συμβατικότητα** με τα **τοπικά χαρακτηριστικά** και η **ικανότητα ανάδειξής τους** είναι προαπαιτούμενα στοιχεία, κυρίως για την μικρής κλίμακας πράσινη επιχειρηματικότητα. Στη μεγάλης κλίμακας πράσινη επιχειρηματικότητα, πέραν της συνεκτίμησης των παραπάνω, έμφαση δίνεται στην υψηλή περιβαλλοντική αναγκαιότητα των επιχειρήσεων (βιομηχανίες ανακύκλωσης, αιολικά πάρκα, στην

περίπτωση των οποίων συνυπολογίζεται το αιολικό δυναμικό, η απόσταση από τους οικισμούς, κλπ.). Σε υπερτοπικής σημασίας αντίστοιχες δραστηριότητες εστιασμός δίνεται στη συμμετοχή τους στην εθνικού επιπέδου περιβαλλοντική προσαρμογή της οικονομίας με τις ελάχιστες δυνατές τοπικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις (πχ. θέματα χρήσης, μορφής, τύπου ενέργειας, κλπ.).

2.2.3ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Με μικρή, μόλις προϋστορία, η πράσινη επιχειρηματικότητα δεν διαθέτει τις απαραίτητες υποδομές για τη διαμόρφωση αγοράς. Για την ολοκληρωμένη ανάπτυξη της **απαιτείται χάραξη πολιτικής και στρατηγικής κλίμακας**, με σκοπό την άμεση και αποτελεσματική λειτουργία του θεσμού.

Παρότι παρουσιάζει συγκριτικά πλεονεκτήματα ποιότητας, η πράσινη επιχειρηματικότητα, στα πλαίσια της ανταγωνιστικότητας, μειονεκτεί σοβαρά ως προς το υψηλό κόστος παροχής υπηρεσιών και παραγωγής προϊόντων, της μη σύνδεσής της με τη μαζική παραγωγή και με τις οικονομίες κλίμακας στην παραγωγή των προϊόντων, των αγαθών και των υπηρεσιών.

Κύριες προϋποθέσεις οικονομικής βιωσιμότητας πράσινης επιχειρηματικότητας:

- Διαθεσιμότητα φυσικών πόρων [Ζήσης, 2003].
- Συμμόρφωση επενδυτών με αρχές Π.Ε. και αποδοχή κοινωνικού περιβάλλοντος.
- Θεμιτή αξιοποίηση πόρων.
- Καταλληλότητα επιχειρηματικού σχεδίου μακροχρόνιας προοπτικής και με εναλλακτικές προτάσεις διαχείρισης.
- Επενδύσεις σχετικές με την ανάπτυξη της περιοχής (κυρίως με έργα του Δημόσιου τομέα και της Αυτοδιοίκησης που συμβάλλουν σε ευνοϊκό περιβάλλον).
- Θεσμοθετική υποστήριξη-ένταξη (δίκτυα σήμανσης ποιότητας, σύνδεση-συνεργασία με περιβαλλοντικές ΜΚΟ).

2.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ

Σημαντική μπορεί να είναι η συμβολή της πράσινης επιχειρηματικότητας στην ανάπτυξη της χώρας [Ζήσης, 2003], αλλά και σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

Κύριοι προσδιοριστικοί παράγοντες της τοπικής βιώσιμης ανάπτυξης είναι:

- ✓ Η φέρουσα ικανότητα, οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική.
- ✓ Το πολύπλευρο τοπικό συγκριτικό πλεονέκτημα.
- ✓ Η ενδοπεριφερειακή δυναμική.
- ✓ Η περιφερειακή απορρόφηση ανθρώπινων πόρων και καινοτομίας.

Παραδείγματα δραστηριοτήτων με ανάπτυξη στο χώρο και επίδραση στο περιβάλλον και με περιθώρια μεγαλύτερης «πράσινης» ενσωμάτωσης αποτελούν:

- **Ο τουρισμός.** Στενά συνδεδεμένη με το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον και σταθερά ανερχόμενη οικονομική δραστηριότητα, διέπεται από κριτήρια ποιότητας και αειφορικής περιβαλλοντικής διαχείρισης (θέση προδιαγραφών από Μελέτες Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων, Ειδικές Περιβαλλοντικές Μελέτες, κ.α.) και επίσης, φέρουσας ικανότητας [Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001]. Μορφές όπως ο εναλλακτικός και οικοτουρισμός και με εστιασμό στην ανάδειξη του τοπίου και του παραδοσιακού ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, συνεισφέρουν στην περιβαλλοντική προστασία και στην οικονομία των προστατευόμενων περιοχών [Λαγός, 2005].
- **Η αγροτική ανάπτυξη.** Άμεσα συνδεδεμένη με τη χρήση της και τη διαχείριση φυσικών πόρων, στην οικολογική εκδοχή της βασίζεται, μεταξύ άλλων: στην ανάπτυξη πολιτικών διασφάλισης ποιότητας, σε πολυλειτουργική αγροτουριστική αξιοποίηση του αγροτοπεριβαλλοντικού τοπίου, στην ανάπτυξη της οικογεωργίας για την ενίσχυση της τοπικής βιοποικιλότητας.
- **Η ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων.** Με συμβολή στην ελκυστικότητα προστατευόμενων τόπων και στη διασφάλιση ποιότητας, αυθεντικότητας και ταυτότητας, με την προστασία ιστορικών, αισθητικών, λειτουργικών και άλλων αξιών (αρχαιολογικοί χώροι, τοπίο, χρήσεις γης, κ.α.), η άρτια διαχείριση του παραδοσιακού ανθρωπογενούς περιβάλλοντος προσδίδει μεγάλη προστιθέμενη αξία στην περιοχή. Έμφαση πρέπει να δώσει στην ποιοτική αναβάθμιση και **οικολογική διοχέτευση του ελεύθερου χρόνου**, καθώς και στην **περιβαλλοντική αρχιτεκτονική**, η οποία συνδυάζει

τη βιοκλιματική και την περιβαλλοντική αισθητική με τους χώρους διαμονής-εργασίας- δημόσιους χώρους.

Απαραίτητη είναι η αναφορά σε έργα στην Ελλάδα που πραγματοποιήθηκαν με τη χρηματοδοτική υποστήριξη της Ε.Ε και παρείχαν δυνητικό πλαίσιο δράσης «πράσινων» δραστηριοτήτων. Ειδικότερα το πρόσφατο Γ΄ΚΠΣ περιλάμβανε άξονες προτεραιότητας που συνδέονταν με την ποιότητα ζωής, την ανάπτυξη της υπαίθρου, την περιφερειακή ανάπτυξη, κ.α. [Ζήσης, 2003], και οι οποίοι, βέβαια, θα μπορούσαν να εμπλουτισθούν, ποσοτικά και ποιοτικά. Ενδεικτικά ανά τομείς- διαχειριστικούς φορείς:

- Υπουργείο Ανάπτυξης: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας (ΕΠΑΝ), Πρόγραμμα GMES (Παγκόσμια Παρακολούθηση Περιβάλλοντος και Ασφάλειας).
- Υπουργείο Αιγαίου: Νησιά και θαλάσσια πάρκα προστατευόμενων περιοχών.
- Υπουργείο Πολιτισμού: Επιχειρησιακό πρόγραμμα «Πολιτισμός».
- Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων: Εκπαίδευση και Αρχική Επαγγελματική Κατάρτιση (συμπεριλαμβανομένης της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης).
- Υπουργείο Γεωργίας: Αγροτική Ανάπτυξη και Περιβάλλον.
- Υπουργείο Μεταφορών: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Σιδηρόδρομοι και οι Συγκοινωνίες στα αεροδρόμια», με στόχο τη μείωση των επιπτώσεων στο περιβάλλον και την εξοικονόμηση ενέργειας).
- ΥΠΕΧΩΔΕ: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα « Οδικοί άξονες, λιμάνια, αστική ανάπτυξη», Επιχειρησιακό Πρόγραμμα « Περιβάλλον (ΕΠΠΕΡ), που αποτελεί το κέντρο της στρατηγικής περιβαλλοντικής χρηματοδότησης.

Δεν πρέπει να παραληφθεί αναφορά σε κοινοτικές πρωτοβουλίες ή (αυτόνομα) επιχειρησιακά προγράμματα, όπως: το Leader plus για την ανάπτυξη της Υπαίθρου από το Υπουργείο Γεωργίας, η URBAN για την οικονομική και κοινωνική αποκατάσταση πόλεων και αστικών κέντρων, το Ταμείο Συνοχής για την χρηματοδότηση έργων περιβάλλοντος, κ.α.

2.4 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ‘ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ’

Το πρόγραμμα «Πράσινος Τουρισμός», εντάσσεται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα 2007-2013». Είναι ένα πρόγραμμα του Υπουργείου Πολιτισμού για ενίσχυση τουριστικών επιχειρήσεων που επιδιώκει την αναβάθμιση και τη μετατροπή πολλών τουριστικών μονάδων σε «πράσινες» επιχειρήσεις που σέβονται το περιβάλλον και εκμεταλλεύονται στο έπακρο τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Το υπουργείο στοχεύει με το πρόγραμμα «Πράσινος Τουρισμός» στα εξής :

- Στην ανάπτυξη της περιβαλλοντικής συνείδησης των εμπλεκόμενων στην τουριστική διαδικασία και της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης των τουριστικών επιχειρήσεων.
- Στην αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών των τουριστικών μονάδων, τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και των περιβαλλοντικών τους επιδόσεων.
- Στην δημιουργία υποδομών και σχεδίων δράσεων που πληρούν τα κριτήρια οικολογικής πιστοποίησης.

Στην κατεύθυνση αυτή, οι τουριστικές μονάδες που θα ενισχυθούν μέσω της Πράξης «Πράσινος Τουρισμός» καλούνται να βελτιώσουν τις λειτουργικές τους υποδομές και τις επιχειρησιακές τους διαδικασίες, με οικολογικό προσανατολισμό, αξιοποιώντας τα ιδιαίτερα τοπικά, γεωγραφικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά τους.

Επιχειρησιακό πρόγραμμα : ΕΠ "Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα"

Είδος ενίσχυσης : Οικονομική Ενίσχυση - Επιδότηση

Περιοχή υλοποίησης : Ολόκληρη η Ελλάδα

Τομείς ενδιαφέροντος : Τουρισμός , Περιβάλλον

Κατηγορία δικαιούχων : Άλλοι

Σε ποιους απευθύνεται

Φυσικά ή Νομικά Πρόσωπα (Ανώνυμη Εταιρεία, Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης, Ομόρρυθμη Εταιρεία ή Ετερόρρυθμη Εταιρεία, Κοινωνία Αστικού Δικαίου, καθώς και νομικά πρόσωπα μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα) που εκμεταλλεύονται τουριστικά καταλύματα που λειτουργούν νόμιμα σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις. Εξαιρούνται και δεν έχουν δικαίωμα υποβολής επενδυτικής πρότασης οι δημόσιες επιχειρήσεις και οργανισμοί ή/και οι θυγατρικές τους.

Όροι και προϋποθέσεις

Επιλέξιμες προς χρηματοδότηση θεωρούνται οι τουριστικές μονάδες για τις οποίες συντρέχουν σωρευτικά οι παρακάτω προϋποθέσεις:

- Η επιχείρηση δραστηριοποιείται ως τουριστικό κατάλυμα.
- Η επιχείρηση λειτουργεί νόμιμα, διατηρώντας σε ισχύ όλες τις προβλεπόμενες από το νόμο άδειες λειτουργίας.
- Η επιχείρηση είναι υφιστάμενη με ημερομηνία έναρξης δραστηριότητας πριν την 1/1/2009.
- Η επιχείρηση δεν έχει λάβει κατά την τελευταία τριετία επιχορηγήσεις από προγράμματα και δράσεις κρατικών ενισχύσεων που εμπίπτουν στον κανόνα de Minimis, οι οποίες αθροιστικά μαζί με την αιτούμενη επιχορήγηση υπερβαίνουν τα 200.000 ευρώ.
- Η επιχείρηση δεν έχει λάβει άλλες κρατικές ενισχύσεις για τις ίδιες επιλέξιμες δαπάνες αν από τη σώρευση με ενισχύσεις ήσσονος σημασίας προκύπτει ένταση ενίσχυσης μεγαλύτερη από αυτήν που καθορίζεται με βάση συγκεκριμένα δεδομένα εκάστης περίπτωσης σε Κανονισμό περί απαλλαγής κατά κατηγορία ή απόφαση που έχει εκδώσει η Επιτροπή.
- Η επιχείρηση δεν είναι προβληματική.
- Δεν εκκρεμεί σε βάρος της επιχείρησης διαδικασία ανάκτησης, μέρους ή όλου, χορηγηθείσας ενίσχυσης.
- Η επιχείρηση έχει υποβάλει μία (1) μόνο πρόταση έργου για κάθε Αριθμό Φορολογικού Μητρώου και έχει καταθέσει το σύνολο των δικαιολογητικών που αναλύονται στην παράγραφο 4.4.2 του παρόντος Οδηγού.
- Το ύψος του προϋπολογισμού του προτεινόμενου επενδυτικού σχεδίου δεν πρέπει να υπερβαίνει τον κύκλο εργασιών / ακαθάριστων εσόδων της επιχείρησης κατά το οικονομικό έτος 2009.
- Στο πλαίσιο του Προγράμματος "Πράσινος Τουρισμός" ενισχύονται έργα ύψους επένδυσης από 15.000 - 400.000 €.

Το ύψος της Δημόσιας Χρηματοδότησης ως ποσοστό επί του συνολικού προϋπολογισμού του επενδυτικού σχεδίου ορίζεται στο 40%. Επιπλέον προσαύξηση κατά 5% δίνεται σε επενδυτικά σχέδια που υλοποιούνται σε νησιά με πληθυσμό κάτω των 3.100 κατοίκων.

Τι χρηματοδοτείται

Οι κατηγορίες επιλέξιμων δαπανών είναι οι εξής:

1. Βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης και αξιοποίηση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (Α.Π.Ε.) με στόχο την εξοικονόμηση ενέργειας.
2. Ανάπτυξη και εφαρμογή συστημάτων εξοικονόμησης ύδατος.
3. Διαχείριση απορριμμάτων (στερεά και υγρά απόβλητα).
4. Ανάπτυξη πράσινων πολιτικών και διαδικασιών και ενσωμάτωση προτύπων.
5. Ενημέρωση και προβολή

Προϋπολογισμός € 30.000.000

30.000.000 € Αναλυτικά:

- 19.766.920 € από το ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» (Αν. Μακεδονία-Θράκη, Ήπειρος, Θεσσαλία, Ιόνια Νησιά, Δ. Ελλάδα, Πελοπόννησος, Β. Αιγαίο, Κρήτη)
- 2.690.960 € από το ΠΕΠ Αττικής
- 1.584.852 € από το ΠΕΠ «Μακεδονίας-Θράκης» (Κεντρική Μακεδονία)
- 1.571.479 € από το ΠΕΠ «Μακεδονίας-Θράκης» (Δυτική Μακεδονία)
- 2.828.826 € από το ΠΕΠ «Θεσσαλίας-Στερεάς Ελλάδας-Ηπείρου» (Στερεά Ελλάδα)
- 1.556.963 € από το ΠΕΠ «Κρήτης και Νήσων Αιγαίου» (Νότιο Αιγαίο)

Περίοδος υποβολής από 20/12/2010 έως 25/2/2011

Η υποβολή των προτάσεων και η αποστολή τους θα γίνεται σε έναν από τους εταίρους του ΕΦΕΠΑΕ, με βάση την περιφερειακή αρμοδιότητα του καθενός, καθώς και στα συνεργαζόμενα με τον ΕΦΕΠΑΕ Τραπεζικά Ιδρύματα και Αναπτυξιακούς Φορείς.

Η επενδυτική πρόταση υποβάλλεται με το «Έντυπο Υποβολής», το οποίο παράγεται κατά τη διαδικασία ηλεκτρονικής υποβολής από το Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα που παρέχει το Υπουργείο Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας. Οι προτάσεις υποβάλλονται ηλεκτρονικά από την 20η Δεκεμβρίου 2010 και μέχρι την 25η Φεβρουαρίου 2011, μέσω του διαδικτυακού τύπου www.ependyseis.gr/mis. Ως

προθεσμία ηλεκτρονικής υποβολής των προτάσεων ορίζεται η 24η ώρα της ημέρας που έχει καθοριστεί ως καταληκτική ημερομηνία ηλεκτρονικής υποβολής. Μετά τη λήξη της ημερομηνίας της ηλεκτρονικής υποβολής των προτάσεων, που ορίζεται κατά την προκήρυξη της πράξης δεν γίνεται αποδεκτή καμία υποβολή προτάσεων [<http://www.espa.gr>].

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

3.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η σύγχρονη διεθνής τάση, με την οποία ευθυγραμμίζονται όλο και περισσότερες επιχειρήσεις ανά τον κόσμο και πλέον και στην Ελλάδα, αφορά την υιοθέτηση πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) ή εταιρική υπευθυνότητα βασίζεται στην παραδοχή ότι η βιώσιμη ανάπτυξη δεν μπορεί να επιτευχθεί αν δεν αποδεχτούν οι εταιρίες την ευθύνη τους απέναντι στην κοινωνία γενικότερα [Kalisch, 2001].

Παρόλο που τα τελευταία χρόνια ως αίτημα έρχεται όλο και πιο έντονα στο διεθνές προσκήνιο, η εταιρική κοινωνική ευθύνη ως έννοια δεν είναι μια σύγχρονη σύλληψη. Η άποψη ότι οι επιχειρήσεις έχουν κάποιες υποχρεώσεις απέναντι στην κοινωνία όπου λειτουργούν είναι παλιά. Μόνο που πρόκειται για μια δυναμική ιδέα, η οποία μεταλλάσσεται σύμφωνα με τα εκάστοτε κοινωνικά, πολιτιστικά, πολιτικά και οικονομικά δεδομένα.

Στις ΗΠΑ η ιδέα της ΕΚΕ πρωτοεμφανίστηκε στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Οι επιχειρήσεις την εποχή εκείνη έγιναν αντικείμενα επιθέσεων λόγω του μεγάλου μεγέθους τους, της ισχύος τους και των αντικοινωνικών και ανταγωνιστικών τους πρακτικών. Οι πολέμιοι προσπάθησαν να χαλιναγωγήσουν την επιχειρηματική δύναμη μέσω αντιτράστ νόμων, τραπεζικών ρυθμίσεων και προστατευτικής για τον καταναλωτή νομοθεσίας. Τότε είναι που προβάλλεται από ορισμένα στελέχη επιχειρήσεων η ιδέα της αξιοποίησης της ισχύος της επιχείρησης για κοινωνικούς σκοπούς και εθελοντικές δράσεις, πέρα από την επίτευξη κερδών. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι «...ανώτερα αμερικανικά στελέχη μετακινήθηκαν από την άρνηση της δύναμης στην άρνηση του εγωισμού...» [Mitchell, 1989]. Πρόκειται λοιπόν, για μια προσπάθεια σύζευξης του επιχειρηματικού κέρδους με την ανάληψη κοινωνικών ευθυνών, στο πλαίσιο της θεώρησης του διευρυμένου ρόλου που διαδραματίζουν οι

επιχειρήσεις στην κοινωνία. Στη βάση αυτών των πρώιμων ιδεών, αναπτύχθηκαν δύο γενικές αρχές, πάνω στις οποίες θεμελιώθηκε η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Πρόκειται για την αρχή της αγαθοεργίας (Charity Principle) και την αρχή της διαχείρισης (Stewardship Principle).

Η πρώτη, αναφέρεται στην υποχρέωση της επιχείρησης να στηρίζει άτομα και ειδικές ομάδες που πληθυσμού που βρίσκονται σε μειονεκτική θέση, αλλά και οργανισμούς κοινωνικής προσφοράς. Πρόκειται, στην ουσία, για τη βάση της επιχειρησιακής φιλανθρωπίας (corporate philanthropy). Η δεύτερη, εστιάζει περισσότερο στα ίδια τα στελέχη μιας επιχείρησης ως προς τη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων και την ανάληψη δράσεων, με βάση το συμφέρον των πολιτών, που επηρεάζεται από τις πρακτικές και την πολιτική της επιχείρησης. Αυτός ο τρόπος σκέψης οδήγησε τελικά στη θεώρηση της διαχείρισης των συμμετόχων (theory of stakeholder management).

Σύμφωνα με τη θεώρηση αυτή, γίνεται διάκριση μεταξύ shareholders, δηλαδή μετόχων/ ιδιοκτητών που έχουν τους τίτλους ιδιοκτησίας της επιχείρησης και stakeholders, που είναι όλοι οι εμπλεκόμενοι στη λειτουργία μιας επιχείρησης, αν και δεν αποτελούν συστατικά μέλη της, τα συμφέροντά τους διακυβεύονται (stake) ή τα δικαιώματά τους αναμιγνύονται ή τελικά συμμετέχουν σε σημαντικό βαθμό στην οικονομική και παραγωγική δραστηριότητα [Holme & Watts, 2000]. Πρόκειται για τους εργαζόμενους και τα εργατικά σωματεία, τους πελάτες, τους προμηθευτές, τους θεσμικούς επενδυτές, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τις μη κυβερνητικές οργανώσεις, τους ακτιβιστές, τις δημόσιες αρχές, την τοπική κοινότητα στην οποία δραστηριοποιείται η εταιρεία, την κοινωνία εν γένει.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αρχίζει να αποκτά αυξανόμενη σημασία από τη δεκαετία του 1960 [Hopkins, 2004], όταν οι Αμερικανοί καταναλωτές αποκτούν μια κλιμακούμενη ανησυχία για τα συστατικά των προϊόντων που αγοράζουν και τις συνέπειές τους στην υγεία τους, αυξάνεται το οικολογικό τους αίσθημα και ευαισθητοποιούνται σχετικά με την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Σε αντίθεση με τις ΗΠΑ, η έννοια της ΕΚΕ, εμφανίζεται σχετικά πρόσφατα στον ευρωπαϊκό χάρτη [Bronchain, 2003]. Τα πρώτα βήματά της, εντοπίζονται το 1993, όταν ο Πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Delors ζήτησε από τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις να λάβουν μέρος στον αγώνα κατά του κοινωνικού αποκλεισμού. Βέβαια, η ανακοίνωση της γαλλικής αυτοκινητοβιομηχανίας RENAULT, στις 28

Φεβρουαρίου 1997, για το κλείσιμο του εργοστασίου της στην πόλη Vilvoorde του Βελγίου, αποτέλεσε τον σημαντικό καταλύτη. Στη Σύνοδο του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου στη Λισσαβόνα, τον Μάρτιο του 2000 όπου τέθηκε ως στρατηγικός στόχος «να καταστεί η Ευρωπαϊκή Ένωση η πιο ανταγωνιστική και δυναμική οικονομία της γνώσης ανά την υφήλιο, ικανή για βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και με μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή», αλλά και στην Ατζέντα Κοινωνικής Πολιτικής που υιοθέτησε το Συμβούλιο της Νίκαιας το Δεκέμβριο του ίδιου χρόνου, όπου έγινε ιδιαίτερη αναφορά στην έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης [Bronchain, 2003], ως παράγοντα που μπορούσε να συμβάλλει θετικά προς αυτή την κατεύθυνση.

3.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Ο όρος **εταιρική κοινωνική ευθύνη** αναφέρεται στις ενέργειες των επιχειρήσεων που αποσκοπούν στην συμβολή αντιμετώπισης περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων. Συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις αποτελούν οντότητες οι οποίες είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με το κοινωνικό σύνολο μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται, επηρεάζοντας και επηρεαζόμενες από τα δεδομένα της εποχής και του χώρου δράσης τους. Οφείλουν επομένως να αναγνωρίζουν την ευθύνη που τους αναλογεί, απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον. Να σέβονται δηλαδή τις αρχές και τις αξίες που χαρακτηρίζουν τον πολιτισμό μας (τον σεβασμό προς τον άνθρωπο - την ανθρώπινη αξιοπρέπεια και την παροχή ίσων ευκαιριών, τον σεβασμό στο περιβάλλον που κληρονομήσαμε και την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και της ποιότητας ζωής) [<http://el.wikipedia.org>].

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε έξι (6) κατηγορίες ανάλογα με τη φύση της ανάλογης πρωτοβουλίας-προγράμματος: Προώθηση Σκοπού, Μάρκετινγκ Σκοπού, Κοινωνικό Μάρκετινγκ, Εταιρική Φιλανθρωπία, Εταιρικός Εθελοντισμός, Κοινωνικά Υπεύθυνες Πρακτικές. Οι όροι αυτοί (εκτός του κοινωνικού μάρκετινγκ) δεν είναι ακόμα παγιωμένοι στη ελληνική ακαδημαϊκή κοινότητα λόγω της σχετικής νεότητας του επιστημονικού αυτού αντικειμένου και της έλλειψης ζωηρού ενδιαφέροντος από τους Έλληνες ακαδημαϊκούς [<http://el.wikipedia.org>].

Μέχρι σήμερα, οι ορισμοί που έχουν αποδοθεί στην ΕΚΕ, είναι πολυάριθμοι και από ότι φαίνεται η λίστα τείνει να αυξηθεί ακόμα περισσότερο.

Μπορούμε να πούμε ότι, παρά την πληθώρα ορισμών, τα βασικά κριτήρια [Bronchain, 2003] που πρέπει να πληρούνται από μια επιχείρηση, για να θεωρείται κοινωνικά υπεύθυνη, είναι τα παρακάτω:

- Ακολουθεί πρακτικές που υιοθετούνται σε εθελούσια βάση και πάνε πέρα από το υπάρχον νομοθετικό πλαίσιο και τις συμβατικές υποχρεώσεις της επιχείρησης.
- Υπάρχει συνδιαλλαγή με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους (εργαζόμενοι, μέτοχοι, συνεργάτες, προμηθευτές, επενδυτές, καταναλωτές, κοινότητες μέσα στις οποίες είναι δραστηριοποιημένη κλπ-stakeholders).
- Ενσωματώνει στην επιχειρηματική της λειτουργία τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες και ενδιαφέροντά της.

Τα βασικά αυτά κριτήρια φαίνεται να συμφωνούν και με τον ορισμό που δίνει το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ, το οποίο μετράει περίπου επτά χρόνια λειτουργίας, από την ίδρυσή του τον Ιούνιο του 2000. Σύμφωνα με αυτό τον ορισμό, ΕΚΕ είναι « *η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους (εργαζόμενοι, μέτοχοι, συνεργάτες, προμηθευτές, επενδυτές, καταναλωτές, κοινότητες μέσα στις οποίες είναι δραστηριοποιημένες κλπ)*» [<http://www.crshellas.gr>].

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τον Ιούλιο του 2001, με το **Πράσινο Βιβλίο** της, ξεκίνησε ένα δημόσιο διάλογο για την ΕΚΕ, προκειμένου να διαμορφώσει ένα ενιαίο σε ευρωπαϊκό επίπεδο πλαίσιο αναφοράς. Σύμφωνα με το Πράσινο Βιβλίο, αλλά και την Ανακοίνωση « Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη- Μια συνεισφορά των επιχειρήσεων στην βιώσιμη ανάπτυξη» [<http://eur-lex.europa.eu>], που υιοθέτησε τον Ιούλιο του 2002, η εταιρική κοινωνική ευθύνη ορίζεται ως «η έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα

μέρη καθώς συνειδητοποιούν διαρκώς περισσότερο ότι η υπεύθυνη συμπεριφορά οδηγεί σε βιώσιμη επιχειρηματική επιτυχία».

Το World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) – ένας συνασπισμός 175 επιχειρήσεων, τις οποίες ενώνει η κοινή δέσμευση προς τη βιώσιμη ανάπτυξη μέσω τριών πυλώνων, της οικονομικής μεγέθυνσης, της οικολογικής ισορροπίας και της κοινωνικής προόδου- ορίζει ως ΕΚΕ τη συνεχή δέσμευση από την πλευρά της επιχείρησης να συμπεριφέρεται ηθικά και να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη, καθώς και στην παράλληλη βελτίωση της ποιότητας ζωής των εργαζομένων και των οικογενειών τους, της τοπικής κοινότητας και του κοινωνικού συνόλου σε γενικό επίπεδο [<http://www.wbcsd.org>].

Γίνεται εμφανές ότι η ΕΚΕ, δεν αφορά απλώς σε αποσπασματικές ενέργειες φιλανθρωπικού χαρακτήρα, αλλά επεκτείνεται πολύ πέρα από τις χορηγίες και φιλανθρωπίες, πρακτικές που ανέκαθεν ασκούσαν οι εταιρίες και οι οποίες είναι αποσυνδεδεμένες από τον σκληρό επιχειρηματικό τους πυρήνα. Αντίθετα, είναι μια έννοια που πρέπει να διέπει το σύνολο των ενεργειών και των συναλλαγών μιας επιχείρησης.

Διακρίνουμε λοιπόν τόσο μια εξωτερική όσο και μια εσωτερική διάσταση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, αφού αναφέρεται σε όλες τις πτυχές της εταιρικής δραστηριότητας και στον αντίκτυπό τους, αφενός μεν στους μετόχους και επιχειρηματίες, αφετέρου δε στους υπαλλήλους, αλλά συγχρόνως και στις τοπικές κοινότητες και το περιβάλλον. Αφορά τομείς όπως οι εργασιακές σχέσεις, η μέριμνα για το ανθρώπινο δυναμικό, τα ανθρώπινα δικαιώματα, η ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών, η δέσμευση προμηθευτών σε κοινές αξίες, η διαχείριση των φυσικών πόρων, η υποστήριξη των τοπικών κοινοτήτων και οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις.

Συγκεκριμένα, ως προς την εξωτερική εταιρική ευθύνη η ΕΚΕ αφορά την ένταξη των επιχειρήσεων στο ευρύτερο περιβάλλον τους, φυσικό και κοινωνικό και την προσφορά τους σε αυτό. Η προσφορά αυτή μπορεί να εκφράζεται μέσα από περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές της επιχείρησης, όπως πρακτικές και πολιτικές που επιδιώκουν τη μείωση της κατανάλωσης πόρων ή των ρυπογόνων εκπομπών και των αποβλήτων, αλλά και μέσα από τις χορηγικές δραστηριότητες, την υποστήριξη φιλανθρωπικών εκδηλώσεων, τη συμμετοχή στην επίλυση τοπικών προβλημάτων, τη

συνεργασία της επιχείρησης με μη κυβερνητικούς οργανισμούς, συνδικαλιστικά σωματεία και δημόσιες αρχές, στην παροχή υπηρεσιών και προϊόντων υψηλής ποιότητας που δείχνουν σεβασμό προς τους πελάτες-καταναλωτές, την ανάληψη δράσεων που στηρίζουν την τοπική κοινωνία και τους επιχειρηματικούς της εταίρους, την τήρηση της διαφάνειας σε όλες τις επιχειρηματικές διαδικασίες και την ενημέρωση του κοινού. Εδώ μπορεί να ενταχθεί και η διαχείριση της επιχειρηματικής αλλαγής (π.χ. κλείσιμο κάποιας εργοστασιακής μονάδας) με τρόπο υπεύθυνο απέναντι όχι μόνο στους άμεσα αλλά και έμμεσα θιγόμενους.

Η εσωτερική διάσταση της εταιρικής υπευθυνότητας, αναφέρεται στο ενδοεπιχειρησιακό περιβάλλον. Τέτοιες πρακτικές αφορούν την επένδυση στο ανθρώπινο κεφάλαιο της επιχείρησης μέσω της εφαρμογής πολιτικών ίσων αμοιβών ή και παροχής μετοχικού κεφαλαίου στους υπαλλήλους, πολιτικές υπεύθυνων προσλήψεων, πρόνοια για υπαλλήλους που ανήκουν σε ειδικές πληθυσμιακές κατηγορίες ή μειονεκτικές κοινωνικές ομάδες, παροχές στις οικογένειες των εργαζόμενων, πολιτικές κατά των διακρίσεων, παροχή ίσων ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης, προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης, τη διαχείριση της επιχειρηματικής αλλαγής (π.χ. περικοπή στο προσωπικό, κλείσιμο κάποιας εργοστασιακής εγκατάστασης) με τρόπο υπεύθυνο απέναντι σε όσους θίγονται από τις αλλαγές και τις αποφάσεις της επιχείρησης μέριμνα για τις συνθήκες υγιεινής και ασφάλισης των υπαλλήλων, κ.ο.κ. Ειδικά όσον αφορά την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων, αναφέρεται κανείς σε δράσεις και πρωτοβουλίες που ξεπερνούν τις νομικές δεσμεύσεις της επιχείρησης, όπως η χρήση εθελοντικών συστημάτων ελέγχου και σχεδίων πιστοποίησης των συστημάτων διαχείρισης.

Γενικότερα, τέτοιες πρακτικές εξυπηρετούν τη μείωση της ανεργίας, την καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού, την πρόοδο του εργατικού δυναμικού, την εξασφάλιση ικανοποιητικών συνθηκών εργασίας, ενώ συγχρόνως, συμβάλλουν στην καλλιέργεια της επιχειρησιακής κουλτούρας.

Η εσωτερική διάσταση της εταιρικής υπευθυνότητας, στην πράξη μπορεί να συσχετιστεί με τη διαχείριση ανθρωπινών πόρων (human resources management-HR). Το HR στην ιδανική του μορφή, συνιστά τον πλέον αποτελεσματικό παράγοντα διαχείρισης της αλλαγής και, αναμφίβολα, η ενσωμάτωση της κοινωνικής υπευθυνότητας στην επιχειρησιακή κουλτούρα είναι μια διαδικασία μεταλλαγής και

μεταμόρφωσης μιας επιχείρησης σε όλα τα επίπεδα. Κοινωνοί αυτής της αλλαγής ή αντίθετα βασικό εμπόδιο έναντι της, αποτελούν, άλλωστε, οι άνθρωποι που απασχολούνται σε μια επιχείρηση, από τα πιο χαμηλά έως τα πιο υψηλά επίπεδα της ιεραρχίας.

3.3 TO BUSINESS CASE ΤΗΣ ΕΚΕ

Η αντίληψη των επιχειρήσεων ότι η βιώσιμη επιχειρηματική επιτυχία και η προστιθέμενη αξία στους μετόχους δεν είναι εφικτή μέσω μιας βραχυπρόθεσμης πολιτικής αύξησης των κερδών, αλλά αντιθέτως, μέσω μιας προσανατολισμένης στην αγορά υπεύθυνης συμπεριφοράς, κερδίζει συνεχώς έδαφος. Ένας ολοένα αυξανόμενος αριθμός εταιριών, σε διεθνές επίπεδο, αντιλαμβάνεται την αναγκαιότητα να ενσωματώσει κοινωνικές πολιτικές, ως απάντηση σε μια ποικιλία κοινωνικών, περιβαλλοντικών και οικονομικών πιέσεων.

Αν και δεν μπορεί κανείς να διαφωνήσει με τον Niall Fitzgerald, πρόεδρο της Unilever, ο οποίος σε παρουσίασή του στο London Business School υποστήριξε πως *«η πραγματικότητα για την εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι ότι δεν υπάρχει προηγούμενη εμπειρία στην οποία μπορεί να βασιστεί κανείς και οι αποφάσεις πρέπει να στηρίζονται περισσότερο στην κρίση μας και λιγότερο σε δοκιμασμένες φόρμουλες»* [Lockwood, 2004], αρκετοί ερευνητές επισημαίνουν τη θετική επίδραση της ΕΚΕ σε πολυάριθμες διαστάσεις της επιχειρηματικής δραστηριότητας:

- ✓ την ενίσχυση της εταιρικής εικόνας και φήμης, που είναι και ένα από τα πιο σημαντικά άυλα περιουσιακά στοιχεία των επιχειρήσεων,
- ✓ τη δημιουργία πιστής και αφοσιωμένης πελατείας,
- ✓ την ανάπτυξη και είσοδο της επιχείρησης σε νέες αγορές,
- ✓ την προσέλκυση των κοινωνικά ευαίσθητων καταναλωτών, επενδυτών και μετόχων (τη στιγμή που η αγορά υπεύθυνων επενδύσεων γνωρίζει ολοένα και μεγαλύτερη άνθηση και αυξάνονται οι κυβερνητικές και κοινωνικές πιέσεις),
- ✓ την προσέλκυση υψηλού επιπέδου ανθρώπινου δυναμικού¹

¹ Για παράδειγμα, όπως αναφέρεται στο κείμενο των Mike Pierce & Katherine Madden, *Driving Success: Human Resources and sustainable development*, τα τρία πέμπτα των αποφοίτων και δυνητικών υπαλλήλων, σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2004 από την Accenture, δήλωσαν ότι το ηθικό μάντζμεντ αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα κατά την αναζήτηση εργασίας. Ομοίως, πάνω από τα δύο τρίτα των φοιτητών σε μια παγκόσμια έρευνα που διεξήγαγε η Globescan το 2003 επισήμαναν ότι ο μισθός δεν είναι πιο σημαντικός από την κοινωνική και περιβαλλοντική φήμη μιας εταιρείας όταν επιλέγουν τον εργοδότη τους. Και σε έρευνα της KPMG βρέθηκε ότι μεταξύ των

- ✓ την αύξηση της ικανοποίησης των υπαλλήλων και κατ' επέκταση της παραγωγικότητάς τους,
- ✓ την προώθηση της καινοτομίας και την δημιουργικότητα
- ✓ την καλύτερη διαχείριση κρίσεων κ.α.

Πρόκειται βέβαια περισσότερο για μια ποιοτική προσέγγιση του οφέλους που αποκομίζει μια επιχείρηση και η αλήθεια είναι ότι το κέρδος της ΕΚΕ για την ίδια την επιχείρηση είναι μάλλον μακροπρόθεσμο και εξαιρετικά δύσκολο να αποτιμηθεί με οικονομικά μεγέθη.

Την τελευταία δεκαετία έχει διεξαχθεί ένας αυξανόμενος αριθμός ερευνών, προκειμένου να αποσαφηνιστεί αν υπάρχει πραγματική σχέση ανάμεσα στις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές και στη θετική χρηματοοικονομική απόδοση. Σε κάθε περίπτωση, πάντως, όπως επισημαίνει και ο Hopkins [Hopkins, 2004], *«η ισχυρή αιτιώδης σύνδεση της ΕΚΕ με οικονομικούς δείκτες όπως οι τιμές των μετόχων, η αγοραία αξία, δεν είναι εύκολη, είτε υπό στατιστική είτε υπό ποσοτική οπτική. Ένας συσχετισμός, δεν σημαίνει απαραίτητα και αιτιώδη σύνδεση, θα μπορούσε κάλλιστα να οφείλεται σε τυχαίους παράγοντες. Από την άλλη βέβαια, το να μη υπάρχει συσχετισμός σίγουρα δεν αποτελεί καλό σημάδι»*.

Αντίθετα, η ενσωμάτωση της ΕΚΕ στην επιχειρηματική λειτουργία, συνεπάγεται κάποιο κόστος, άμεσο και έμμεσο, αφού μια επιχείρηση καλείται να επενδύσει χρόνο και χρήμα (ειδικά το τελευταίο είναι πολύ εύκολο να υπολογιστεί). Συγχρόνως, η ασαφής οριοθέτηση της ΕΚΕ ως νέας πρακτικής, η έλλειψη νομοθεσίας και η αβεβαιότητα ως προς την αξιοπιστία και την αποτελεσματικότητα των εργαλείων και των πολιτικών δράσης που αφορά, μπορεί να δημιουργήσουν επιπρόσθετο κόστος για την επιχείρηση και να την αποπροσανατολίσουν. Δεν είναι τυχαίο ότι η ΕΚΕ είναι και ένα ζήτημα που απασχολεί τις κερδοφόρες επιχειρήσεις.

Παραδοσιακά η ΕΚΕ θεωρείται ευκολότερα υλοποιήσιμη από τις μεγάλες επιχειρήσεις, αν και η προσπάθεια για την προώθησή της στο μικρομεσαίο χώρο, γνωρίζει αυξανόμενη ένταση το τελευταίο διάστημα. Η επόμενη ενότητα, εστιάζει αναλυτικότερα σε αυτό το ζήτημα.

υπαλλήλων που νιώθουν ότι οι εργοδότες τους δεν είναι ηθικά ακέραιοι και αξιόπιστοι, μόνο το 20% θα πρότεινε σε άλλους δυνητικούς υπαλλήλους το συγκεκριμένο χώρο εργασίας.

3.4 ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Είναι πλέον αποδεκτό ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις διαφοροποιούνται ποιοτικά από τις μεγάλες. Το μέγεθος της επιχείρησης, αποτελεί έναν από τους κατεξοχήν παράγοντες που σχετίζονται με την ΕΚΕ. Κι αυτό είναι λίγο ως πολύ αυτονόητο. Οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν μεγαλύτερη ορατότητα ως προς τις δράσεις τους και των αντίκτυπό τους, εκλύουν περισσότερο την προσοχή του κοινού και κατά συνέπεια δέχονται μεγαλύτερες πιέσεις από την κοινωνία και τους μετόχους τους για να επιδεικνύουν ηθική και κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις πολύ πιο συστηματικά δημοσιοποιούν οικονομικά στοιχεία τους, καθώς και πληροφορίες αναφορικά με τα μέτρα και τις δράσεις τους για το περιβάλλον και την κοινωνία. Άλλωστε, αυτή η ορατότητά τους είναι που τους εξασφαλίζει και τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν συγχρόνως τις δράσεις τους σε αυτά τα πεδία για την κοινωνική και διαφημιστική τους προβολή.

Από την άλλη, οι μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις, θεωρείται από πολλούς ότι αντιμετωπίζουν ιδιαίτερους ενδογενείς περιορισμούς. Οι Bramwell et al. [1996] σημειώνουν χαρακτηριστικά ότι *«γενικά υστερούν σε πόρους που θα τους επέτρεπαν να διατηρούν μια στενή σχέση με τις εξελίξεις και την ανάλογη δραστηριοποίησή τους σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης»*.

Γενικότερα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις τείνουν να αντιμετωπίζονται ως «αδύναμοι»² παίκτες στο επιχειρηματικό παιχνίδι και άρα είναι πολύ εύκολο να συμπεράνει κανείς ότι δεν έχουν τα κονδύλια, το χρόνο, τη δομή και τα κίνητρα για να υλοποιήσουν προγράμματα στο πεδίο της ΕΚΕ. Επίσης, ορισμένοι ισχυρίζονται ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις θέτουν σαν προτεραιότητα τα επιχειρηματικά τους συμφέροντα, όπως για παράδειγμα την κερδοφορία, σε σχέση με τα περιβαλλοντικά θέματα [Middleton, 1998].

Από την άλλη πλευρά, ωστόσο, στην μικρή κλίμακα εμφανίζονται ή και υπερισχύουν χαρακτηριστικά που επιβάλλονται με μη οικονομικούς όρους και δεν εξηγούνται

² Στην έκθεση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού για την εταιρική και κοινωνική ευθύνη, διαβάζουμε χαρακτηριστικά για την αδυναμία και την καθυστέρηση του ξενοδοχειακού κλάδου στην υιοθέτησή της: « One reason for this, is the highly fragmented nature of the industry, the great majority of which consists of independent small and medium sized businesses scattered across the globe, often running on fragile operating margins». World Travel and Tourism Council. Corporate Social Leadership in Travel and Tourism.

καθάρá μέσω της οικονομικής θεωρίας. Πρόκειται για χαρακτηριστικά που εν μέρει καταρρίπτουν τον αρχέτυπο ορισμό-μύθο της οικονομικής επιστήμης για τον Homo economicus και την επικράτηση της λογικής του οικονομικού συμφέροντος σε όλα τα επίπεδα της ανθρώπινης ζωής. Κάτι ανάλογο συμβαίνει και με μορφώματα που θα μπορούσαμε να ονομάσουμε «επιχειρήσεις ειδικού τύπου», πίσω από την δημιουργία των οποίων υπάρχει μια ειδική συνθήκη που τις διαφοροποιεί από τον ορισμό της επιχείρησης ως οικονομικό μόρφωμα με στόχο την μεγιστοποίηση του κέρδους. Αυτή η συνθήκη μπορεί να σχετίζεται με μια ιδέα και την εφαρμογή- προώθηση της στην κοινωνία.

Ο Swarbrooke [1999], υποστηρίζει ότι οι μικροεπιχειρηματίες ενδέχεται να επιδεικνύουν ένα έντονο συναίσθημα προσκόλλησης για τον τόπο τους και το μέλλον της περιοχής στην οποία δραστηριοποιούνται. Στη βάση αυτής της άποψης, θα μπορούσαμε να θεωρήσουμε ότι οι μικροεπιχειρηματίες δύνανται να επιδεικνύουν και μια σχετική ευαισθητοποίηση για την ανάληψη μέτρων και δράσεων υπέρ του περιβάλλοντος και της τοπικής κοινωνίας.

Πολλές μικρές και οικογενειακές επιχειρήσεις, ορμώμενες από τις πεποιθήσεις και τις ηθικές αξίες των ιδιοκτητών ή της διοίκησής τους μπορεί να υιοθετούν πρακτικές εταιρικής υπευθυνότητας. Μπορεί επίσης, ακριβώς επειδή λειτουργούν σε ένα δεδομένο κοινωνικό περιβάλλον να αναλαμβάνουν δράσεις ενίσχυσης και υποστήριξης της τοπικής κοινωνίας. Όπως παρατηρεί και ο Lyman [1991] οι σχέσεις που διαμορφώνουν οι οικογενειακές επιχειρήσεις με τους προμηθευτές τους, τους διανομείς τους και γενικότερα τους συνεργάτες τους είναι ισχυρότερες και μακροβιότερες. Επειδή ο αριθμός των εργαζομένων είναι μικρός οι εργασιακές σχέσεις δύνανται να είναι πολύ αρμονικές και στενές, οι αποδοχές υψηλότερες [Goffe & Scase, 1985], ο βαθμός εμπιστοσύνης των υπαλλήλων από τη διοίκηση μπορεί να είναι μεγαλύτερος, όπως και η ευαισθησία που αυτή επιδεικνύει αναφορικά με τα προβλήματά τους, τις ανάγκες τους κ.ο.κ.

Σε κάθε περίπτωση, αντιτείνεται ότι ακόμα κι όταν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στο πεδίο της εταιρικής ευθύνης, οι δράσεις που αναλαμβάνουν εστιάζουν σε μία από τις δύο διαστάσεις της (είτε εσωτερική είτε εξωτερική κοινωνική ευθύνη) και διεξάγονται με μη συστηματικό και ανεπίσημο τρόπο, ενώ αρκετά συχνά δεν έχουν επίγνωση ότι αναλαμβάνουν δράσεις κοινωνικής υπευθυνότητας. Η τελευταία παρατήρηση δεν πρέπει να προσκαλεί στον αναγνώστη

εντύπωση. Πέρα από τους υποψιασμένους στο χώρο, για το ευρύ κοινό, η έννοια της εταιρικής ευθύνης παραμένει θολή, αν όχι άγνωστη.

Οι επιχειρήσεις στην Ευρώπη, και φυσικά στην Ελλάδα, ανήκουν στον μεγαλύτερο ποσοστό τους στην κατηγορία των μικρομεσαίων, συμπεριλαμβανομένων των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Αντιλαμβάνεται, λοιπόν, κανείς ότι πρόκειται για το πεδίο στο οποίο πρέπει να κερδηθεί το στοίχημα της ΕΚΕ, τη στιγμή που θεωρείται ένα αποτελεσματικό εργαλείο για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητά τους.

Γι' αυτό άλλωστε και αρκετές ερευνητικές προσπάθειες έχουν επικεντρωθεί στην αναζήτηση καλών πρακτικών και εργαλείων για την προώθηση, την ενσωμάτωση και φυσικά την εφαρμογή των αρχών της ΕΚΕ από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Στη χώρα μας, έχει σχεδιαστεί και υλοποιηθεί από το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, το πρόγραμμα «Ερμής», στο πλαίσιο της ευρωπαϊκής εκστρατείας για την προώθηση της ΕΚΕ στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

3.5 ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

3.5.1 ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Έλεγχος σε μια παραγωγική διαδικασία χαρακτηρίζεται η συνεχής διαδικασία αξιολόγησης της απόδοσης και η λήψη διορθωτικών μέτρων όπου αυτό κρίνεται απαραίτητο. Για την πραγματοποίηση του ελέγχου απαιτούνται τρία στοιχεία: τα πρότυπα ή οι στόχοι που εκφράζουν το επιθυμητό επίπεδο ποιότητας, τα μέσα με τα οποία θα γίνουν οι απαραίτητες μετρήσεις και τέλος η σύγκριση μεταξύ των αποτελεσμάτων που μετρήθηκαν και των προτύπων, για να διαπιστωθεί η ύπαρξη ή μη αποκλίσεων μεταξύ πραγματικών και επιθυμητών αποτελεσμάτων. Από τη σύγκριση αυτή γίνεται ανατροφοδότηση και λαμβάνονται διορθωτικά μέτρα, εφόσον έχουν εντοπιστεί αποκλίσεις.

Ως έλεγχος ποιότητας ορίζεται το σύνολο των λειτουργικών τεχνικών διαδικασιών που επιβεβαιώνουν την ποιότητα ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας βάσει συγκεκριμένων προδιαγραφών.

Ο έλεγχος ποιότητας εφαρμόζεται κατά κύριο λόγο σε τρία στάδια: 1) κατά την παραλαβή των εισερχόμενων προϊόντων και υλικών, 2) κατά τη διάρκεια της διαδικασίας κατασκευής/ παραγωγής του προϊόντος ή της υπηρεσίας και 3) στο τέλος της κατασκευαστικής ή παραγωγικής διαδικασίας.

Ο έλεγχος ποιότητας βασίζεται στη διενέργεια των επιθεωρήσεων. Έμφαση στις επιθεωρήσεις ελέγχου ποιότητας δόθηκε κατά την Βιομηχανική Επανάσταση. Σκοπός των επιθεωρήσεων ελέγχου είναι ο διαχωρισμός των ελαττωματικών και σκάρτων προϊόντων και η απομάκρυνσή τους πριν από τη διανομή των προϊόντων στους πελάτες. Στην περίπτωση του παρατηρηθούν αστοχίες, η παραγωγική διαδικασία πρέπει να διακοπεί για να γίνουν οι απαραίτητες ενέργειες διόρθωσης, πράγμα το οποίο σημαίνει ακόμα πιο πολύπλοκες διαδικασίες ελέγχου. Το ελαττωματικό προϊόν που εντοπίζεται διορθώνεται ή καταστρέφεται [ΕΑΠ, 2001].

3.5.2 ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) όρισε την ποιότητα στον τουρισμό ως εξής:....το αποτέλεσμα μιας διεργασίας που υποδηλώνει την ικανοποίηση από όλα τα νόμιμα προϊόντα και τις απαιτούμενες υπηρεσίες, απαιτήσεις και προσδοκίες του καταναλωτή, σε μια αποδεκτή τιμή, σε συνδυασμό με τα βαθύτερα συστατικά της ποιότητας όπως είναι ασφάλεια, υγιεινή, προσβασιμότητα, διαφάνεια, αυθεντικότητα και αρμονία της τουριστικής δραστηριότητας σε σχέση με το ανθρώπινο και φυσικό περιβάλλον.

Σε μια τουριστική επιχείρηση «ποιότητα» σημαίνει:

- Να κάνεις τα συνηθισμένα με εξαιρετικό τρόπο
- Να κάνεις ότι κάνεις με την καρδιά σου
- Ότι ο πελάτης έρχεται ξανά
- Ότι μια υπηρεσία λειτουργεί ανάλογα με τις ανάγκες των ομάδων των φιλοξενούμενων
- Ότι μια υπηρεσία λειτουργεί με βάση τις προσδοκώμενες από τον φιλοξενούμενο απαιτήσεις.

Η διατήρηση του κύρους του τουριστικού προϊόντος κάθε περιοχής γίνεται όλο και δυσκολότερη στα πλαίσια του συνεχώς αυξανόμενου ανταγωνισμού σε διεθνές επίπεδο. Η προσφορά ποιοτικού τουρισμού που εξασφαλίζει την προστασία των τουριστικών πηγών και ικανοποιεί τις επιθυμίες των επισκεπτών και των μονίμων κατοίκων πρέπει να είναι κύριο μέλημα όλων των φορέων (δημόσιων και ιδιωτικών) που σχεδιάζουν και διευθύνουν την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής με στόχο την βιωσιμότητά της.

Η έννοια ποιοτικός τουρισμός δεν ταυτίζεται απαραίτητα με την έννοια πολυτελής-ακριβός τουρισμός. Αναφέρεται στο είδος τουριστικής δραστηριότητας η οποία προστατεύει τις τουριστικές πηγές, προσελκύει τουρίστες που σέβονται την τοπική κοινωνία και το περιβάλλον της και προσφέρει τουριστικά αξιοθέατα, ανέσεις και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στην αξία των χρημάτων που δαπανώνται γι' αυτά.

Τουριστικές περιοχές που επιθυμούν την μακροχρόνια σταθερή ζήτηση του προϊόντος τους:

1. Λαμβάνουν σοβαρά υπόψη την ποιότητα που προσφέρουν.
2. Διεξάγουν έρευνες για την: α) καλύτερη επίλυση των προβλημάτων τους, β) δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων, γ) ασφαλή και αποτελεσματικότερη εκμετάλλευση των τουριστικών πηγών τους.
3. Προωθούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού συμβατές με τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης.
4. Επιφέρουν τουριστικές καινοτομίες.
5. Χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες φιλικές προς το περιβάλλον.
6. Παρακολουθούν τακτικά τη διαμόρφωση των διεθνών κριτηρίων ποιότητας έτσι ώστε να ενημερώνονται για το τι συμβαίνει στον κόσμο.
7. Λαμβάνουν έγκαιρα απαραίτητα διορθωτικά μέτρα, αν χρειάζονται.
8. Ενημερώνονται και διδάσκονται από επιτυχημένες πρακτικές που υιοθετήθηκαν σε άλλους τουριστικούς προορισμούς [Αβδελλή, 2006].

3.5.3 ΠΡΟΤΥΠΑ ISO 9001, ISO 9002, ISO 9003 ΚΑΙ ISO 9001:2000

Τα πρότυπα ISO 9001, ISO 9002 και ISO 9003 είναι τρία μοντέλα συστήματος ποιότητας που το καθένα περικλείει διαφορετική αυστηρότητα. Χρησιμοποιούνται για συμβατικές καταστάσεις- επομένως για εξωτερική χρήση. Αποσκοπούν στο να επιβεβαιώσουν τη συμμόρφωση του προϊόντος σε καθορισμένες απαιτήσεις.

ISO 9001: Συστήματα ποιότητας- Μοντέλο για τη διασφάλιση ποιότητας στο σχεδιασμό, την ανάπτυξη, την παραγωγή, την εγκατάσταση και την εξυπηρέτηση.

Το πρότυπο αυτό εφαρμόζεται από τις επιχειρήσεις οι οποίες σχεδιάζουν τα προϊόντα. Θέτει τις προδιαγραφές- απαιτήσεις για επιχειρήσεις οι οποίες περιλαμβάνουν στις λειτουργίες τους τα στάδια του σχεδιασμού και της ανάπτυξης, της παραγωγής, της εγκατάστασης και της εξυπηρέτησης. Στο πρότυπο αυτό τονίζεται ότι δεν επιδιώκεται η ανάπτυξη ομοιόμορφων συστημάτων ποιότητας από όλες τις επιχειρήσεις αλλά ότι κάθε επιχείρηση πρέπει να προσαρμόσει το σύστημα ποιότητας στις ανάγκες της αγοράς στην οποία λειτουργεί, στις δικές της ανάγκες και στις ανάγκες των πελατών της.

ISO 9002: Συστήματα διασφάλισης ποιότητας- Μοντέλο για τη διασφάλιση ποιότητας στην παραγωγή, εγκατάσταση και εξυπηρέτηση.

Είναι κατάλληλο για επιχειρήσεις οι οποίες δεν περιλαμβάνουν στις λειτουργίες τους το σχεδιασμό και την ανάπτυξη των προϊόντων τους. Στα υπόλοιπα σημεία είναι ίδιο με το πρότυπο ISO 9001.

ISO 9003: Συστήματα διασφάλισης ποιότητας- Μοντέλο για τη διασφάλιση ποιότητας στην τελική επιθεώρηση και δοκιμή.

Το πρότυπο αυτό είναι κατάλληλο για επιχειρήσεις οι οποίες δεν περιλαμβάνουν στις λειτουργίες τους σχεδίαση, έλεγχο διαδικασιών, προμήθεια (αγορά) και εξυπηρέτηση (servicing). Στα υπόλοιπα σημεία είναι ίδιο με το ISO 9001. Απευθύνεται στις επιχειρήσεις οι οποίες χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο την επιθεώρηση και τον έλεγχο των τελικών προϊόντων/ υπηρεσιών για να διασφαλίσουν ότι ικανοποιούν συγκεκριμένες προδιαγραφές ποιότητας.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να επισημάνουμε ότι το πρότυπο ISO 9001 δεν είναι υψηλότερου επιπέδου των άλλων δύο. Απλώς, η επιχείρηση επιλέγει ανάμεσα στα

ISO 9001, 9002 και 9003, το πρότυπο σύστημα ποιότητας με το οποίο θα πιστοποιηθεί, ανάλογα με τις λειτουργίες της και τις δραστηριότητές της οι οποίες καλύπτονται από το σύστημα ποιότητας [ΕΑΠ, 2001].

ISO 9001:2000 Το πρότυπο αυτό αποτελεί την τελευταία αναθεώρηση της σειράς προτύπων ISO 9000 που εξέδωσε ο Διεθνής Οργανισμός Προτύπων (International Standards Organization – ISO) στα πλαίσια μιας προσπάθειας ευρείας εφαρμογής των αρχών Διοίκησης Ολικής Ποιότητας. Στόχος του πιστοποιητικού αυτού είναι η εξασφάλιση ότι στα πλαίσια ενός συνολικού συστήματος διοίκησης υπάρχουν, είναι τυποποιημένες και τηρούνται ορισμένες ελάχιστες απαιτήσεις που άπτονται (έμμεσα ή άμεσα) με την ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων/ υπηρεσιών της επιχείρησης.

3.5.4 HACCP (HAZARD ANALYSIS OF CRITICAL CONTROL POINTS)

Η ανάλυση επικινδυνότητας στα κρίσιμα σημεία ελέγχου -HACCP- είναι ένα σύστημα το οποίο εφαρμόζεται στις βιομηχανίες τροφίμων για την ασφάλεια των τροφίμων. Η ασφάλεια των τροφίμων μπορεί να επιτευχθεί εάν αναγνωριστούν οι κίνδυνοι και ελεγχθούν τα κρίσιμα σημεία καθ' όλη την παραγωγική διαδικασία, ώστε να επιτευχθεί η εξάλειψη των κινδύνων ή η ελαχιστοποίηση της πιθανότητας εμφάνισής τους. Το HACCP είναι ένα προληπτικό σύστημα το οποίο επικεντρώνεται στα σημεία τα οποία σχετίζονται με κινδύνους στα τρόφιμα καθ' όλη την παραγωγική διαδικασία, μέχρι την τελική τους χρήση από τους καταναλωτές. Η ανάπτυξη του συστήματος HACCP γίνεται με την εφαρμογή των 7 αρχών της. Οι 7 αρχές της HACCP είναι: *αναγνώριση κινδύνων, καθορισμός των κρίσιμων σημείων ελέγχου CCPs, καθορισμό των κρίσιμων ορίων για κάθε CCP, παρακολούθηση των κρίσιμων ορίων, διορθωτικές ενέργειες, καταγραφή και επαλήθευση του συστήματος* [ΕΑΠ, 2001].

3.5.5 ΕΛΟΤ EN ISO 14001

Το πρότυπο ΕΛΟΤ EN ISO 14001 είναι το πλέον διαδεδομένο παγκοσμίως πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης, το οποίο θέτει τις απαιτήσεις για την ανάπτυξη και εφαρμογή ενός αποτελεσματικού Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης. Το πρότυπο μπορεί να εφαρμοστεί από οποιονδήποτε οργανισμό ενδιαφέρεται να

βελτιώσει την περιβαλλοντική του επίδοση, ανεξάρτητα από το μέγεθος ή τον τομέα στον οποίον δραστηριοποιείται.

Το ΕΛΟΤ EN ISO 14001 αποτελεί τη βάση για την εφαρμογή και άλλων σχημάτων πιστοποίησης περιβαλλοντικού χαρακτήρα, όπως είναι το Κοινοτικό Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Οικολογικού Ελέγχου (EMAS). Επιπροσθέτως, έχει σχεδιαστεί ώστε να είναι συμβατό με άλλα πρότυπα συστημάτων διαχείρισης, όπως ΕΛΟΤ EN ISO 9001, ώστε να είναι δυνατή η ενοποίηση διαφορετικών συστημάτων διαχείρισης σε ένα ενιαίο ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης.

Οφέλη από την εφαρμογή ενός Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης κατά ΕΛΟΤ EN ISO 14001 είναι μεταξύ άλλων:

- Η βελτίωση της περιβαλλοντικής επίδοσης.
- Η επίτευξη μεγαλύτερου βαθμού συμμόρφωσης με τη νομοθεσία και η αποφυγή προστίμων.
- Η πρόληψη της ρύπανσης.
- Η εξοικονόμηση πόρων και η μείωση του κόστους.
- Η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, η προσέλκυση νέων πελατών και η είσοδος σε νέες αγορές.
- Η βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης προς ευρύ κοινό, αρμόδιες αρχές, δανειστές, επενδυτές.
- Η βελτίωση της επικοινωνίας με εξωτερικούς ενδιαφερόμενους φορείς.
- Η ευαισθητοποίηση του προσωπικού σε περιβαλλοντικά θέματα και η αυξημένη προθυμία για ανάληψη ευθυνών [<http://www.elot.gr>].

3.5.6 EMAS

Το Κοινοτικό Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Οικολογικού Ελέγχου (EMAS) αποτελεί κοινοτική πρωτοβουλία που αποσκοπεί στη συνεχή βελτίωση της περιβαλλοντικής επίδοσης των οργανισμών. Πρόκειται για κανονισμό εθελοντικής εφαρμογής (Κανονισμός 76/2001/ΕΚ) και οι οργανισμοί που επιδιώκουν τη συμμετοχή τους σε αυτό πρέπει να συμμορφώνονται με την περιβαλλοντική

νομοθεσία, να εφαρμόζουν Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και να δημοσιοποιούν την περιβαλλοντική τους επίδοση μέσω Περιβαλλοντικής Έκθεσης.

Το EMAS θέτει τις απαιτήσεις για την ανάπτυξη και εφαρμογή ενός αποτελεσματικού Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, όπως και το πρότυπο ΕΛΟΤ EN ISO 14001, το οποίο έχει υιοθετηθεί αυτούσιο στον Κανονισμό του EMAS, ως παράρτημα Α-Ι. Η κύρια διαφοροποίηση του Κανονισμού EMAS σε σχέση με το ΕΛΟΤ EN ISO 14001 είναι η απαίτηση για δημοσιοποίηση της περιβαλλοντικής επίδοσης του οργανισμού μέσω της επικυρωμένης Περιβαλλοντικής Δήλωσης αλλά και οποιασδήποτε άλλης επικυρωμένης πληροφορίας.

Το EMAS μπορεί να εφαρμοστεί από οποιονδήποτε οργανισμό ενδιαφέρεται να βελτιώσει την περιβαλλοντική του επίδοση, ανεξάρτητα από το μέγεθος ή τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται, εφόσον βρίσκεται εντός ενός κράτους μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης [<http://www.elot.gr>].

3.5.7 ECOLABEL

Το ECOLABEL είναι το μοναδικό σημείο περιβαλλοντικής ποιότητας που πιστοποιείται από ανεξάρτητο οργανισμό και ισχύει σε όλη την Ευρώπη, αποτελεί δε μια μοναδική ευκαιρία για αυτούς που το έχουν αποκτήσει να ανταποκριθούν στις προσδοκίες των πελατών που έχουν οικολογικές ευαισθησίες.

Για τα τουριστικά καταλύματα στα οποία έχει απονεμηθεί το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα σημαίνει ότι η Επιχείρηση:

- Έχει περιορίσει την κατανάλωση ενέργειας,
- Έχει περιορίσει την κατανάλωση νερού,
- Έχει μειώσει τα παράγωγα αποβλήτων,
- Προωθεί τη χρήση ανανεώσιμων πόρων και ουσιών που είναι λιγότερο επιβλαβείς για το περιβάλλον. Προωθεί τη περιβαλλοντική ενημέρωση της εκπαίδευσης.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις που μπορούν να υποβάλλουν τον φάκελο υποψηφιότητας για την απόκτηση του Οικολογικού Σήματος είναι αυτές που καθορίζονται στην απόφαση 99/35/ΕΚ:

Συλλογικά τουριστικά καταλύματα

- Ξενοδοχεία
- Ξενοδοχεία-Μοτέλ
- Ξενοδοχεία στους αυτοκινητόδρομους
- Παραθαλάσσια ξενοδοχεία
- Λέσχες διαμονής

Απαιτούμενα κριτήρια για την απόκτηση του οικολογικού σήματος

Για την απόκτηση του Οικολογικού Σήματος για υπηρεσίες τουριστικού καταλύματος η επιχείρηση πρέπει να πληροί μια σειρά οικολογικών κριτηρίων υποχρεωτικών και προαιρετικών. Πρέπει να πληρούνται τα 37 υποχρεωτικά κριτήρια. Για τα 47 προαιρετικά κριτήρια έχει προβλεφθεί μια ειδική βαθμολογία. Η ελάχιστη βαθμολογία που πρέπει να συγκεντρώσει μια επιχείρηση είναι 16,5 βαθμοί για ένα κατάλυμα που προσφέρει βασικές υπηρεσίες. Για κάθε πρόσθετη υπηρεσία (σίτιση, δραστηριότητες εκγύμνασης, χώρος πρασίνου) προστίθενται 1, 2 ή 3 βαθμοί και η ελάχιστη βαθμολογία διαμορφώνεται στους 17,5, 18,5 και 19,5 βαθμούς αντίστοιχα. Για κάθε κριτήριο ο αιτών (ο υποψήφιος) πρέπει να υποβάλει δηλώσεις, αναλύσεις, αποδείξεις συμμόρφωσης και γενικότερα κάθε αποδεικτικό στοιχείο [<http://www.eber.gr>].

3.5.8 GREEN KEY

Το πρόγραμμα Green Key είναι ένα Διεθνές Βραβείο - Οικολογικό Σήμα Ποιότητας, για τουριστικές επιχειρήσεις, που ενεργεί ως ερέθισμα για τη μετατροπή κάθε τουριστικής μονάδας, μικρής ή μεγάλης, σε «πράσινη».

Η επιβράβευση με το σήμα Green Key προϋποθέτει την τήρηση αριθμού οικολογικών απαιτήσεων, των κριτηρίων δηλαδή του προγράμματος.

Σήμερα, είναι διαθέσιμα τα κριτήρια για:

ξενοδοχεία, ξενώνες, χώρους κατασκήνωσης (campings), συνεδριακά κέντρα.

Τα κριτήρια του προγράμματος εστιάζουν στην περιβαλλοντική διαχείριση της τουριστικής μονάδας και στην περιβαλλοντική εκπαίδευση, που πρέπει να οργανώνεται και να πραγματοποιείται για τους επισκέπτες, το προσωπικό, τους προμηθευτές και τους συνεργάτες της μονάδας που βραβεύεται με το Green Key, και αν είναι δυνατόν, για την τοπική κοινωνία επίσης, μέσα στην οποία η μονάδα λειτουργεί. Συγκεκριμένα τα κριτήρια του Προγράμματος καλύπτουν τομείς που σχετίζονται με:

- ✓ την κατανάλωση ενέργειας
- ✓ την κατανάλωση νερού
- ✓ τη διαχείριση απορριμμάτων και αποβλήτων
- ✓ τη χρήση φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων προσωπικής καθαριότητας και απορρυπαντικών
- ✓ τη ποιότητα τροφής και ποτών
- ✓ την μετατροπή των ελεύθερων χώρων σε χώρους πρασίνου
- ✓ την περιβαλλοντική εκπαίδευση

Το Green Key δημιουργήθηκε από το Ίδρυμα για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, γνωστό ως FEE (Foundation for Environmental Education), μια διεθνή μη κυβερνητική οργάνωση με αποστολή την περιβαλλοντική εκπαίδευση ανά τον κόσμο [<http://www.priority.com.gr>].

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

4.1 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ: ΜΙΑ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

Σε αυτό το υποκεφάλαιο γίνεται αναφορά σε ξενόγλωσσα δημοσιεύματα που αναφέρονται στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, στην αειφόρο ανάπτυξη και γενικά στην περιβαλλοντική πολιτική που ακολουθούν ή όχι διάφορες ξενοδοχειακές μονάδες σε όλο τον κόσμο, ξεκινώντας από τα πιο παλιά, με βάση την ημερομηνία δημοσίευσης άρθρα, μέχρι τα πιο πρόσφατα.

Μέσα από αυτά τα άρθρα διαπιστώνουμε ότι η ‘πράσινη ανάπτυξη’ που στην χώρα μας τώρα αρχίζει να κάνει τα πρώτα της βήματα, είναι ένα θέμα που απασχολούσε την υπόλοιπη Ευρώπη, την Αυστραλία, την Αμερική και την Κίνα αρκετά χρόνια πριν.

Η πιο παλιά αναφορά για περιβαλλοντικούς προβληματισμούς γίνεται στην Σκωτία και συγκεκριμένα στο περιοδικό *International Journal of Hospitality Management* (1998, τεύχος 17). Το άρθρο του Kirk έχει τίτλο «*Συμπεριφορές στην περιβαλλοντική διαχείριση που κατέχει μια ομάδα διευθυντών ξενοδοχείων στο Εδιμβούργο*». Αναφέρεται σε μια ταχυδρομική έρευνα διευθυντών ξενοδοχείων με κριτήρια (μέγεθος, ιδιοκτησία και ταξινόμηση) και τη στάση απέναντι στην περιβαλλοντική διαχείριση. Αποδείχτηκε πως δεν υπήρχε καμία σχέση μεταξύ των χαρακτηριστικών του ξενοδοχείου και της παρουσίασης μιας γραπτής πολιτικής για το περιβάλλον. Γενικά οι ιδιοκτήτες πίστευαν πως τα πιο σημαντικά οφέλη θα προέρχονταν από τη βελτίωση των δημοσίων σχέσεων και την καλύτερευση των σχέσεων με την τοπική κοινωνία. Παρόλα αυτά τα μεγαλύτερα οφέλη οικονομικά και στο μάρκετινγκ αποδείχθηκε ότι τα είχαν οι ιδιοκτήτες που έκαναν περιβαλλοντική διαχείριση.

Η Κίνα είναι από τις πρώτες χώρες στην οποία πραγματοποιήθηκαν αρκετές τέτοιες έρευνες. Συγκεκριμένα το 2000, στο περιοδικό Energy and Buildings τεύχος 31, κυκλοφόρησε άρθρο των Deng και Burnett, με τίτλο «Μια μελέτη της ενεργειακής απόδοσης των ξενοδοχειακών κτιρίων στο Hong Kong». Η έρευνα αυτή αφορά την ενεργειακή απόδοση σε 16 ποιοτικά ξενοδοχεία στο Hong Kong, όπου η συνολική κατανάλωση ενέργειας κυριαρχείται από ηλεκτρισμό και ότι κατά μέσο όρο περίπου το 1/3 της ολικής ενέργειας χρησιμοποιείται για τον κλιματισμό. Επίσης εξετάζει παράγοντες που επηρεάζουν την χρήση ενέργειας σε ξενοδοχειακά κτήρια, όπως το έτος κατασκευής κτλ, και προτείνονται μέθοδοι για την επαρκώς αξιολόγηση της ενεργειακής απόδοσης.

Ένα άλλο άρθρο που επίσης αφορά την Κίνα, δημοσιεύθηκε στο περιοδικό Hospitality Management, τεύχος 27, του 2000, με τίτλο «Εμπόδια στο σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης στον ξενοδοχειακό κλάδο». Αυτή η διερευνητική μελέτη πραγματοποιήθηκε με στόχο τη διερεύνηση των φραγμών στην EMS στην ξενοδοχειακή βιομηχανία του Hong Kong. Από τα 330 ερωτηματολόγια που ταχυδρομήθηκαν, 83 επιστράφηκαν. Εντοπίστηκαν 6 παράγοντες που εμποδίζουν τα ξενοδοχεία από την χρήση συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης (ΣΠΔ) και ερμηνεύονται. Αυτά είναι: 1) η έλλειψη γνώσεων και δεξιοτήτων, 2) η έλλειψη επαγγελματικών συμβούλων, 3) η αβεβαιότητα της έκβασης, 4) φορείς πιστοποίησης/επαληθευτές, 5) η έλλειψη πόρων και 6) η εφαρμογή και το κόστος συντήρησης.

Άρθρο των Gil, Jimenez και Lorente με τίτλο «Μια ανάλυση της περιβαλλοντικής διαχείρισης, του οργανωτικού πλαισίου και τις επιδόσεις των Ισπανικών ξενοδοχείων», δημοσιεύθηκε στο περιοδικό Omega, τεύχος 29, του 2001. Αυτό το άρθρο εξετάζει τους παράγοντες που καθορίζουν την ανάπτυξη των πρακτικών περιβαλλοντικής διαχείρισης και τις συνέπειες για τις επιχειρήσεις, όσον αφορά στις οικονομικές επιδόσεις, βασισμένα στην Ισπανική ξενοδοχειακή βιομηχανία. Τα ευρήματα δείχνουν μια θετική σχέση μεταξύ των πρακτικών περιβάλλοντος διαχείρισης και των οικονομικών επιδόσεων των επιχειρήσεων.

Συγκεκριμένα το 2002, στο περιοδικό International Journal of Hospitality Management τεύχος 21, κυκλοφόρησε άρθρο των Deng και Burnett, με τίτλο «Η χρήση νερού σε ξενοδοχεία του Hong Kong». Το έγγραφο αναφέρεται σε μια έρευνα χρήσης νερού σε 17 ξενοδοχεία του Hong Kong με λεπτομερή ανάλυση της χρήσης σε ένα από τα ξενοδοχεία που μελετήθηκαν. Τα πλυντήρια, ο αριθμός των

επισκεπτών και οι συσκευασίες φαγητού που φτιάχνονται επηρεάζουν τη χρήση νερού. Συνίσταται ένα πρόγραμμα διαχείρισης υδάτων, που βασίζεται στις εμπειρίες των ξενοδοχείων του Hong Kong, ώστε να επιτευχθεί μείωση του λειτουργικού κόστους και περιβαλλοντική προστασία.

Το 2006 στο περιοδικό International Journal of Hospitality Management τεύχος 25, δημοσιεύθηκε ένα άρθρο της Paulina Bohdanowicz με τίτλο «Περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και πρωτοβουλίες της Σουηδικής και Πολωνικής ξενοδοχειακής βιομηχανίας - τα αποτελέσματα της έρευνας». Η μελέτη αυτή ερευνά την επιρροή των γεωπολιτικών οικονομιών και το κοινωνικό πολιτικό πλαίσιο μιας χώρας σε σχέση με τις περιβαλλοντικές τάσεις και τις προοικολογικές πρωτοβουλίες που έχουν ενσωματωθεί σε αυτόν τον τομέα. Για να απεικονίσει τις διαφορές εστίασε σε ξενοδοχεία της Σουηδίας και της Πολωνίας και συνολικά συμμετείχαν 349 ξενοδοχεία σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Η έρευνα αυτή αποκαλύπτει πως οι ξενοδόχοι γενικά αναγνωρίζουν την ανάγκη να προστατέψουν το περιβάλλον και εμπλέκονται σε μια σειρά δραστηριοτήτων. Η οικονομική κατάσταση και οι οικολογικές προσπάθειες που κίνησε η κυβέρνηση δείχνουν πως είχαν επίδραση σε κάποιες πτυχές της συμπεριφοράς και των πράξεων των ξενοδόχων.

Άρθρο του Mensah στο περιοδικό International Journal of Hospitality Management τεύχος 25, που κυκλοφόρησε το 2006, με τίτλο «Πρακτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης μεταξύ των ξενοδοχείων στην ευρύτερη περιοχή της Άκρας», αφορούσε έρευνα που έγινε σε ξενοδοχεία διαφόρων κατηγοριών στην ευρύτερη περιοχή της Άκρας στην Γκάνα πάνω στις πρακτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως σε ένα δείγμα 52 διευθυντών ξενοδοχείων που συμπλήρωσαν τα ερωτηματολόγια, τα ξενοδοχεία των τριών αστέρων και άνω ήταν στην πρώτη γραμμή υιοθέτησης και άσκησης πρακτικών περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Το περιοδικό Annals of Tourism Research, τεύχος 33, του 2006, παρουσιάζει μια μελέτη των Le, Hollenhorst, Harris, McLaughlin και Shook, με τίτλο «ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ – Μια μελέτη σε ξενοδοχεία του Βιετνάμ». Ο στόχος αυτής της έρευνας ήταν να προσδιορίσει τους παράγοντες που επηρέασαν τις προθέσεις των 190 βιετναμέζικων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που ερευνήθηκαν το 2003, να υιοθετήσουν πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον. Ζητήθηκε από τους

διευθυντές να εκτιμήσουν τα πλεονεκτήματα και τα εμπόδια για υιοθέτηση πρακτικών βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Τα χαρακτηριστικά της καινοτομίας ήταν οι πιο σημαίνοντες παράγοντες και ήταν σε μεγάλο βαθμό με την πιθανότητα υιοθέτησης, έπειτα ακολουθούσαν τα εξωτερικά περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά, και τέλος τα οργανωτικά χαρακτηριστικά είχαν μια πιο αδύναμη σχέση ως προς την πιθανότητα υιοθέτησης εκτός από την στάση απέναντι σε επίπεδο αλλαγής του κινδύνου που λαμβάνει.

Το 2006, δημοσιεύθηκε στο περιοδικό *Tourism Management*, τεύχος 27, ένα άρθρο των Chan και Wong, με τίτλο «*Κίνητρα για το πρότυπο ISO 14001 στον ξενοδοχειακό κλάδο*». Αυτή η μελέτη ερευνά και αναγνωρίζει δύο μεταβλητές την εταιρική διακυβέρνηση και την νομοθεσία, για να προβλέψουν το κίνητρο των ξενοδοχείων να υιοθετήσουν το πρότυπο ISO 14001.

Στο περιοδικό *Tourism Management* (τεύχος 28) το 2007, δημοσιεύθηκε ένα άρθρο των Erdogan και Baris, με τίτλο «*Περιβαλλοντικά προγράμματα προστασίας και πρακτικές για τη διατήρηση των ξενοδοχείων στην Άγκυρα, Τουρκία*». Η μελέτη σχεδιάστηκε για να διερευνήσει τον χαρακτήρα της περιβαλλοντικής προστασίας, την διαχείριση των αποβλήτων, αγορών, χρήση της ενέργειας και πρακτικών για τη διατήρηση των ξενοδοχείων στην Άγκυρα. Τα στοιχεία συλλέχθηκαν μέσω ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι πολιτικές και οι πρακτικές των ξενοδοχείων στην Άγκυρα γενικά είχαν έλλειψη χαρακτηριστικών σχετικά με την διατήρηση και την προστασία του περιβάλλοντος και ότι οι υπεύθυνοι των ξενοδοχείων είχαν κυρίως έλλειψη της απαραίτητης περιβαλλοντικής γνώσης και έλλειψη ενδιαφέροντος να γνωρίζουν τους βασικούς στόχους μιας κοινωνικής και περιβαλλοντικής υπευθυνότητας.

Στην Ελλάδα διαφαίνεται κάποιο ενδιαφέρον, με ένα άρθρο των Karagiorgas, Tsoutsos και Moia-Pol το 2007, στο περιοδικό *Energy and Buildings* τεύχος 39, με τίτλο «*Μια προσομοίωση παρακολούθησης της κατανάλωσης ενέργειας σε ξενοδοχεία της Μεσογείου - Εφαρμογή στην Ελλάδα*». Σε αυτό το έγγραφο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των ελέγχων με τη μορφή των ειδικών δεικτών ενέργειας σε 10 ξενοδοχεία στην Ελλάδα που έχουν ομαδοποιηθεί σε διάφορες κατηγορίες αστερών και τυπολογίας ξενοδοχείων (βουνού, πόλης και παράκτια). Εφαρμόζεται ένα βασικό μοντέλο ροής ενέργειας μέσω επαφής του ξενοδοχείου ξεκινώντας, από διάφορα καύσιμα μέσω 8 κέντρων κόστους και τελικά φτάνοντας τα 5 κατά την τελική χρήση

των υπηρεσιών. Το βασικό μοντέλο στηρίζεται στο ενεργειακό μείγμα καλούπι (μήτρα) το οποίο έχει σχέση με τα κέντρα κόστους (εγκαταστάσεις) στις τελικές υπηρεσίες.

Στις ΗΠΑ πραγματοποιήθηκε μια έρευνα της Scanlon με τίτλο «*Ανάλυση και αξιολόγηση των περιβαλλοντικών πρακτικών που πραγματοποιούν ξενοδοχεία και θέρετρα*» με στόχο να εξετάσει τις περιβαλλοντικές πρακτικές λειτουργίας των ξενοδοχείων και θέρετρων για να προσδιοριστούν κοινές λειτουργικές δραστηριότητες και παραδείγματα 'βέλτιστων πρακτικών'. Μεταξύ άλλων η έρευνα δείχνει την έλλειψη συστηματοποιημένης μέτρησης και τεκμηρίωσης των ποσοστών κατανάλωσης και το κόστος σε εξατομικευμένες ιδιότητες, καθώς και το ότι η εκπαίδευση των ξενοδόχων και επιχειρηματιών είναι το κλειδί για την κατανόηση των οφελών από την υλοποίηση των περιβαλλοντικών πρακτικών διαχείρισης. Η μελέτη δημοσιεύθηκε στο περιοδικό *International Journal of Hospitality Management* τεύχος 26, το 2007.

Το 2008, δημοσιεύθηκε μια έρευνα των Yahya, Mairna, Shireen, Kholoud και Mousa στο περιοδικό *Energy Conversion & Management* τεύχος 49, με τίτλο «*Δυνατότητες της εξοικονόμησης ενέργειας στον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ιορδανία*». Η έρευνα σχεδιάστηκε και διανεμήθηκε στους ιδιοκτήτες ξενοδοχείων και στους υπεύθυνους τμημάτων, προκειμένου να κατανοήσουν την περιβαλλοντική διαχείριση στον τομέα των τουριστικών καταλυμάτων της Ιορδανίας σε όλες τις κατηγορίες ξενοδοχείων. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι σε μερικά διαβαθμισμένα ξενοδοχεία είχε ήδη εγκατασταθεί εξοπλισμός εξοικονόμησης ενέργειας αν και παρατηρήθηκε ότι οι ιδιοκτήτες ξενοδοχείων ενός αστέρα δεν ήταν πρόθυμοι να κάνουν τέτοιες αλλαγές, σε αντίθεση με τα ξενοδοχεία 2-5 αστέρων. Η έρευνα επίσης πρότεινε στρατηγικές για την μείωση της κατανάλωσης ενέργειας.

Το περιοδικό *Renewable Energy*, τεύχος 33, 2008, φιλοξενεί μια έρευνα των Dalton, Lockington και Baldock, με τίτλο «*Μια έρευνα για τις συμπεριφορές των τουριστών προς τις ανανεώσιμες πηγές ενεργειακού εφοδιασμού κατά την διαμονή τους σε ξενοδοχεία της Αυστραλίας*». Τα αποτελέσματα της έρευνας που παρουσιάζονται περιγράφουν τη στάση των Αυστραλών τουριστών στην παραγωγή σε μικρή κλίμακα ανανεώσιμων πηγών προμήθειας ενέργειας (ΑΠΕ) για διαμονή σε ξενοδοχεία. Η μέση αναλογία των θετικών απαντήσεων σε όλα τα ερωτήματα ήταν πάνω από το 50%, γεγονός που υποδηλώνει την θετική στάση των τουριστών. Παρ' ότι όμως

έχουν τέτοια στάση, υπήρξαν μεικτές απόψεις όσον αφορά την προθυμία τους να πληρώσουν το προϊόν. Ομοίως, η κατανομή των απαντήσεων ανάλογα με τη χώρα καταγωγής, δείχνει ότι οι Αυστραλοί είχαν πιο θετική στάση για τις ΑΠΕ από επισκέπτες του εξωτερικού.

Το άνω περιοδικό στο ίδιο τεύχος, παρουσιάζει μια άλλη έρευνα από τους Dalton, Lockington και Baldock, με τίτλο *«Ανάλυση σκοπιμότητας για αυτοδύναμες ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και επιλογές εφοδιασμού από ένα μεγάλο ξενοδοχείο»*. Η ανάλυση χρησιμοποιεί τα δεδομένα του φορτίου ηλεκτρικής ενέργειας από ένα ξενοδοχείο που βρίσκεται σε μια υποτροπική παραλιακή περιοχή του Queensland, Αυστραλία. Τα κριτήρια αξιολόγησης της ανάλυσης είναι καθαρά το κόστος που παρουσιάζεται, στους παράγοντες ανανεώσιμων πηγών και ο χρόνος αποπληρωμής. Η ανάλυση δείχνει ότι οι ΑΠΕ είναι τεχνικά εφικτό και οικονομικά βιώσιμο ως αντικατάσταση των συμβατικών θερμικών ενεργειακού εφοδιασμού για επιχειρήσεις μεγάλης κλίμακας.

Στο ίδιο περιοδικό στο τεύχος 34, του 2009, δημοσιεύτηκε άρθρο των Beccali, La Gennusa, Lo Coco και Rizzo, με τίτλο *«Μια εμπειρική προσέγγιση για την ιεράρχηση περιβαλλοντικών μέτρων και μέτρων ενεργειακής εξοικονόμησης στον τομέα των ξενοδοχείων»*. Η έρευνα αυτή αναφέρεται σε ένα μικρό σύνολο δεικτών, που αφορούν την ενέργεια και τις περιβαλλοντικές επιδόσεις, που έχουν καθοριστεί και υπολογιστεί για τις διάφορες ομάδες ξενοδοχείων σε περιοχή της Ιταλίας. Τα ξενοδοχεία ομαδοποιούνται με βάση τα χαρακτηριστικά του τόπου, το άνοιγμα περιόδων, τον αριθμό κλινών και την ηλικία του κτηρίου. Η προσέγγιση αυτή μπορεί να φανεί χρήσιμη στην πολεοδομία για τον καθορισμό, την εφαρμογή και την παρακολούθηση της ενεργειακής απόδοσης καθώς και των πολιτικών αειφορίας.

Το 2009, στο τεύχος 41 του περιοδικού Energy and Buildings, παρουσιάστηκε μια ενεργειακή ανάλυση τεσσάρων ξενοδοχείων στο Ρέθυμνο (Κρήτη) και Κασσάνδρα (Χαλκιδική). Η μελέτη αυτή των Xydis, Koroneos και Polyzakis, πραγματεύεται το πόσο αυξημένη είναι η ανάγκη για κατανάλωση ενέργειας σε ένα κτήριο ξενοδοχείου που φυσικά ποικίλει, ανάλογα με τη χρήση του κτηρίου, το έτος κατασκευής, την θέρμανση κ.α. Αλλά και το σημαντικό ρόλο που παίζουν στη βιώσιμη ανάπτυξη των συστημάτων ξενοδοχείου, η θερμική απόδοση, οι απώλειες ενέργειας, τα ηλεκτρικά φορτία κ.α.

Τέλος, το περιοδικό Journal of Cleaner Production, στο τεύχος 17 του 2009, παρουσιάζει ένα άρθρο των Molina-Azorin, Claver-Cortes, Pereira-Moliner και Tari, με τίτλο «Περιβαλλοντικές πρακτικές και οικονομικές επιδόσεις των επιχειρήσεων: μια εμπειρική ανάλυση στην Ισπανική ξενοδοχειακή βιομηχανία». Αυτό το άρθρο εξετάζει τη σχέση μεταξύ οικολογικών πρακτικών και των οικονομικών επιδόσεων των επιχειρήσεων στην ισπανική ξενοδοχειακή βιομηχανία χρησιμοποιώντας δύο μεθόδους: την ανάλυση συστάδων και παλινδρόμησης. Διαπιστώθηκε ότι ξενοδοχεία που έδειξαν μια ισχυρή δέσμευση στις περιβαλλοντικές πρακτικές αποδείχθηκε ότι πέτυχαν υψηλότερα επίπεδα απόδοσης. Καθώς και ότι μέσα από την ανάλυση παλινδρόμησης διαπιστώθηκε ότι οι περιβαλλοντικές πρακτικές έχουν σημαντικό αντίκτυπο σε διάφορες μεταβλητές επιδόσεις.

4.2 ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ (CASE STUDIES): ΥΠΕΥΘΥΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΟΥΣ ΝΟΜΟΥΣ ΗΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

4.2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Δειλά δειλά ξεκινάει η εφαρμογή εξοικονόμησης πόρων στον ξενοδοχειακό τομέα και στην Ελλάδα. Κατάλληλα κίνητρα για «πράσινα» ξενοδοχεία θα είναι οι επιδοτήσεις και η βράβευση τους με το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα. Ο φιλοπεριβαλλοντικός τουρισμός αποτελεί μονόδρομο για την Ελλάδα, στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι η ανάγκη να ακολουθήσει φιλοπεριβαλλοντικές πολιτικές τουριστικής ανάπτυξης τα επόμενα χρόνια, με δεδομένες τις κλιματικές αλλαγές που ήδη επηρεάζουν και τη χώρα μας. Στην Ελλάδα πολλές πράσινες αλλαγές είναι επιδοτούμενες. Οι ξενοδοχειακές μονάδες που χρησιμοποιούν νέες μορφές ενέργειας και εξοικονόμησης ενέργειας, έχουν πρόσθετα πλεονεκτήματα στις επενδυτικές ενισχύσεις που δίνονται στο πλαίσιο του Δ' ΚΠΣ. Το ΚΑΠΕ έχει πραγματοποιήσει ημερίδα με θέμα: «Ευκαιρίες του Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητας-ΕΠΑΝ για τον Τουρισμό, την Ενέργεια και το Περιβάλλον». Εκεί συζητήθηκαν οι δυνατότητες ενίσχυσης των επενδυτικών πρωτοβουλιών που συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος μέσω της εφαρμογής συστημάτων ανανεώσιμων πηγών και εξοικονόμησης ενέργειας στον τουριστικό τομέα και ειδικότερα στα ξενοδοχεία, σε συνδυασμό με την προώθηση του θεσμού των

«Πράσινων Σημαιών». Η εκτεταμένη εφαρμογή τεχνολογιών εξοικονόμησης ενέργειας καθώς και φιλικών προς το περιβάλλον ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στον ξενοδοχειακό τομέα θα συμβάλει σημαντικά στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού ξενοδοχειακού κλάδου διασφαλίζοντας ταυτόχρονα την ουσιαστική προστασία του περιβάλλοντος [<http://www.buildings.gr>].

4.2.2 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ ALDEMAR HOTELS & SPA

Το 2000, ο Όμιλος εισήγαγε το «**Mare Verde**», ένα σύγχρονο πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με άξονα το περιβάλλον και τον άνθρωπο.

Σήμερα πλέον, αποτελεί σημείο αναφοράς και κορμό ανάπτυξης της εταιρίας, ενώ και για τα χρόνια που ακολουθούν αναμένεται μεγαλύτερη εμβάθυνση και ευαισθητοποίηση σε θέματα τόσο περιβάλλοντος όσο και εκπαίδευσης.

Περιβάλλον

Στο κέντρο του προγράμματος ΕΚΕ της Aldemar βρίσκεται το περιβάλλον. Αναλυτικά, η Aldemar επιδίδεται σε μια σειρά ενεργειών για να πιστοποιήσει το ουσιαστικό της ενδιαφέρον όχι μόνο για την περιβαλλοντική διαχείριση της επιχείρησης αλλά και του συνόλου.

- *Διαχείριση των ενεργειακών πόρων μέσω της εγκατάστασης συστημάτων τεχνολογίας αιχμής. Μηχανισμός ρύθμισης της κατανάλωσης νερού για τις βρύσες, κεντρικοί ηλεκτρικοί διακόπτες σε όλα τα δωμάτια, λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας και χρήση της ηλιακής ενέργειας συνεισφέρουν και στην εξοικονόμηση ενέργειας για όλες τις λειτουργίες των ξενοδοχείων και στα υψηλά επίπεδα ικανοποίησης των επισκεπτών. Το 1999 εφαρμόστηκε το μεγαλύτερο, στην Ελληνική Ξενοδοχεία, πρόγραμμα εξοικονόμησης ενέργειας (ηλιακοί συλλέκτες) στα τρία ξενοδοχεία της Κρήτης. Το πρόγραμμα επεκτάθηκε και στις εγκαταστάσεις των ξενοδοχείων της Ρόδου & της Πελοποννήσου.*
- *Καθαρισμός των παραλιών των ξενοδοχείων με την συμμετοχή τω πελατών αλλά και του ίδιου του ανθρώπινου δυναμικού των ξενοδοχείων. Η διατήρηση της καθαριότητας και της καλής οργάνωσης των ακτών αποτελεί μία από τις βασικές της πράσινες αρχές. Η εταιρία είναι αναγνωρισμένη για την*

προσπάθεια αυτή με την διάκριση της «Γαλάζιας Σημαίας» για τις ακτές των ξενοδοχείων της για 11 συναπτά έτη.

- Διαχείριση αποβλήτων: Όλες οι μονάδες της Aldemar είναι εξοπλισμένες με μηχανισμούς διαχείρισης αποβλήτων που αποθηκεύουν και καθαρίζουν βιολογικά το νερό το οποίο στη συνέχεια χρησιμοποιείται στην άρδευση.
- Έλεγχος της κατανάλωσης προϊόντων μη φιλικών προς το περιβάλλον. Η χρησιμοποίηση ανακυκλωμένων προϊόντων όπως το χαρτί και το γυαλί είναι μια ακόμη ενέργεια για την προστασία του τοπικού περιβάλλοντος. Ο περιορισμός των απορριμμάτων και η επαναχρησιμοποίηση συσκευασιών και προϊόντων, όταν είναι εφικτό, αποτελεί μια ακόμη προτεραιότητα της περιβαλλοντικής πολιτικής. Σε όλες τις μονάδες, ανακυκλώνονται χαρτί, γυαλί, αλουμίνιο, μελάνια και μπαταρίες.
- Τα απορρίμματα συλλέγονται σε συγκεκριμένα μέρη από όπου αποστέλλονται συστηματικά για ανακύκλωση.
- Υποστήριξη μη κερδοσκοπικών και κυβερνητικών οργανισμών της Ελλάδας για την προστασία της χλωρίδας και της πανίδας. Η εταιρία υποστηρίζει, προωθεί και συμμετέχει ενεργά στις περισσότερες ενέργειες οργανώσεων όπως οι: Αρκτούρος, Αρχέλων, WWF, Clean-up Greece, Green Globe, Clean up the Mediterranean, καθώς και η Ελληνική Εταιρία προστασίας της Φύσης. Σε όλους τους προορισμούς της εταιρίας οργανώνονται εκστρατείες αναδάσωσης, όπως στη Χερσόνησο στην Κρήτη, στον ποταμό Αλφειό στην Πελοπόννησο, στην περιοχή της Καρύταινας κ.ά.
- Καλλιέργεια βιολογικών προϊόντων: Η επιτυχημένη προσπάθεια παραγωγής βιολογικών προϊόντων σε ειδική φάρμα στο ξενοδοχείο Aldemar Olympian Village, στη Δ. Πελοπόννησο το έτος 2000-01, οδήγησε στην εφαρμογή του «σχεδίου» και σε μονάδες της Κρήτης.
- Ανάπτυξη καινοτόμων πρωτοβουλιών: Η δημιουργία του «Πράσινου Δωματίου» στο οποίο συμμετέχει ο όμιλος Aldemar, ως μέλος του ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων) αποτελεί μια καινοτομία η οποία βρίσκεται σε πιλοτική φάση. Το «Πράσινο Δωμάτιο» έχει στόχο να αποτελέσει ένα οπτικό ερέθισμα για την κατεύθυνση που μπορεί και πρέπει να ακολουθήσει κάθε ξενοδόχος στις μελλοντικές κατασκευές και επεμβάσεις στο χώρο του τουρισμού και αποτελείται από τεχνολογίες και προϊόντα που έχουν στόχο την εξοικονόμηση ενέργειας.

- *Αφύπνιση και εκπαίδευση: Η Aldemar χορηγεί, οργανώνει και συμμετέχει σε σεμινάρια και ημερίδες με θέματα ευρύτερου περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος ενώ προάγει και υποστηρίζει την συνδρομή των εργαζομένων σε περιβαλλοντικούς οργανισμούς. Πολλές διακρίσεις και βραβεία προέρχονται από Tour Operators, διεθνείς οργανισμούς και τοπικούς φορείς, για την περιβαλλοντική πολιτική του Ομίλου Aldemar.*

Η περιβαλλοντική δράση της Aldemar σε αριθμούς συνοψίζεται ως εξής:

- 85% του ζεστού νερού χρήσης καλύπτεται από την παραγωγή και εκμετάλλευση της ηλιακής ενέργειας
- 7.010 τμ. ηλιακοί συλλέκτες για εξοικονόμηση ενέργειας - ένα από τα μεγαλύτερα solar fields στην Ευρώπη
- 1.320.000 Ευρώ συνολικό κόστος επένδυσης σε νέες τεχνολογίες
- Συστήματα βιολογικού καθαρισμού σε κάθε ξενοδοχείο 35% ετήσια εξοικονόμηση νερού με τη χρήση βιολογικού καθαρισμού
- 3.200 kwt ενέργειας εξοικονομούνται από τη χρήση της τεχνολογίας που ισοδυναμεί με την καύση 300 τόνων πετρελαίου
- 40% ετήσια εξοικονόμηση ηλεκτρικής ενέργειας, με χρήση υδρόψυκτων συστημάτων κλιματισμού
- 25 στρέμματα γης ποτίζονται με το νερό που εξοικονομείται από το βιολογικό καθαρισμό
- 25% των καλοκαιρινών αναγκών σε λαχανικά και φρούτα καλύπτεται από τη φάρμα βιολογικών προϊόντων της Aldemar
- Ανακυκλώνονται σε όλες τις μονάδες: 9.000 κιλά χαρτί, 69.500 κιλά γυαλί, 12.000 κιλά μαγειρικό λάδι, 491 κιλά ηλεκτρικά στοιχεία, 4.000 τεμάχια λαμπτήρες και 230 είδη εξοπλισμού H/Y.

Εκπαίδευση

Από το 1999 η Aldemar πραγματοποιεί συνεχείς και συστηματικές επενδύσεις στην εκπαίδευση παρέχοντας στους εργαζόμενους σεμινάρια κατάρτισης και εκπαίδευσης σε συνεργασία με τους σημαντικότερους εκπαιδευτικούς οργανισμούς στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Μόνο για το 1ο εξάμηνο του 2010, το κόστος επενδύσεων των εκπαιδευτικών προγραμμάτων για τους εργαζόμενους της Aldemar ξεπέρασε τα 60.000,00 Ευρώ. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι πέρα από τις ομαδικές

εκπαιδεύσεις γίνονται και εξατομικευμένες εκπαιδεύσεις στις δεξιότητες και ιδιαιτερότητες του κάθε εργαζόμενου.

Ενίσχυση τοπικών κοινωνιών

Με σεβασμό στην ταυτότητα και τις πολιτισμικές ιδιαιτερότητες των τοπικών κοινωνιών, η Aldemar υποστηρίζει περιβαλλοντικές δράσεις και πολιτιστικές εκδηλώσεις, στις περιοχές όπου δραστηριοποιείται. Επιπλέον, σημαντικό μέτρο ενίσχυσης αποτελεί η προσφορά εργασίας στην τοπική κοινωνία καθώς και οι συνεργασίες με τοπικούς προμηθευτές.

- Υποτροφίες: Η Aldemar υποστηρίζει πρόγραμμα υποτροφιών σε φοιτητές και αριστούχους αποφοίτους τουριστικών σχολών και εκπαιδευτικών ιδρυμάτων της χώρας.
- Εκδρομές προσωπικού: Η Aldemar διοργανώνει σε ετήσια βάση εκδρομή στο εξωτερικό στην οποία έχουν τη δυνατότητα συμμετοχής όλοι οι εργαζόμενοι του Ομίλου. Η εταιρία αναλαμβάνει και καλύπτει μέρος των εξόδων.

Συνεισφορά εργαζομένων

Η Aldemar ως υπεύθυνος εργοδότης ενθαρρύνει την εθελοντική προσφορά των εργαζομένων της για την αντιμετώπιση έκτακτων περιστάσεων αλλά και για τη γενικότερη προσφορά στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο.

- Εθελοντική Αιμοδοσία - Τράπεζα Αίματος
 - Η Aldemar αποτέλεσε την πρώτη εταιρία στο χώρο του τουρισμού και μια από τις πρώτες πανελλαδικά που ίδρυσε τράπεζα αίματος. Σημαντική δράση που μετρά 12 χρόνια ζωής και τουλάχιστον 250 εθελοντές αιμοδότες το χρόνο. Συνολικά για τα 3 τελευταία έτη από την Τράπεζα Αίματος έχουν εξυπηρετηθεί πάνω από 350 περιστατικά καλύπτοντας τόσο ανάγκες των εργαζομένων μας και όσο και μελών των οικογενειών τους.
- Συνεισφορά σε πληγέντες από τις πυρκαγιές
 - Η διοίκηση του Ομίλου Aldemar και οι εργαζόμενοι στα κεντρικά γραφεία και στις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις σε Κρήτη, Ρόδο και Δυτική Πελοπόννησο, από την πρώτη κιόλας στιγμή βρέθηκαν κοντά στους πληγέντες της Πελοποννήσου, παρέχοντας στέγη σε πυρόπληκτους και διασώστες, καθώς και ιματισμό και σίτιση σε

άστεγους από τα χωριά της περιοχής του Πύργου και της Ανδρίτσαινας, όπου ο Όμιλος δραστηριοποιείται. Από τα χρήματα που συγκεντρώσαν από τους εργαζόμενους του Ομίλου, δημιουργήθηκε παιδική χαρά στο πυρόπληκτο χωριό Λαμπέτι του Δήμου Πύργου. Η κατασκευή της ολοκληρώθηκε στις 30 Μαΐου 2008 και τα εγκαίνια πραγματοποιήθηκαν στις 17 Ιουνίου 2008.

Διακρίσεις

Όλα τα παραπάνω έρχονται να επισφραγιστούν με μια σειρά διακρίσεων:

- Με τη σημαντικότερη διάκριση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (EKE), το βραβείο καλύτερης «πράσινης» επιχειρηματικής πρωτοβουλίας «THALES Green Award for Excellence 2009», η βράβευση πραγματοποιήθηκε το Μάιο, στην Αθήνα, στο πλαίσιο του ετήσιου συνεδρίου Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης (CEO & CSR Money Conference 2009), που διοργανώθηκε από τη Money Conference και την EuroCharity.
- Την ανακήρυξη του Ομίλου ως Europe's Leading Green Hotel Chain 2008 από τον Διεθνή Τουριστικό Οργανισμό World Travel Awards, σε εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε στο Poprad της Σλοβακίας τον Οκτώβριο. Η διάκριση αυτή, που για πρώτη φορά κέρδισε ελληνική τουριστική επιχείρηση, τοποθέτησε τη χώρα στο χάρτη του πράσινου τουρισμού και υπογράμμισε την έννοια της αειφορίας, η οποία και αποτελεί θεμελιώδη αρχή δράσης της Aldemar, από την ίδρυσή της έως σήμερα.
- Το 3ο βραβείο απέσπασε ο ξενοδοχειακός Όμιλος Aldemar Hotels & Spa για την περιβαλλοντική του δράση, στην Τελετή Απονομής των Ελληνικών Βραβείων Επιχειρήσεων για το Περιβάλλον 2006-2008 που πραγματοποιήθηκε στο Κέντρο ΓΑΙΑ - Μουσείο Γουλιανδρή Φυσικής Ιστορίας, από τον Πανελλήνιο Σύνδεσμο Επιχειρήσεων Προστασίας Περιβάλλοντος (ΠΑ.Σ.Ε.Π.ΠΕ.) σε συνεργασία με τον Σύνδεσμο Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ).
- Το διεθνές βραβείο/Σήμα Ποιότητας Green Key 2009 & 2010 του Ιδρύματος Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (Fee-Foundation for the Environmental Education) απενεμήθη στο ξενοδοχειακό συγκρότημα του Ομίλου Aldemar, Olympian Village (2009), στη Σκαφιδιά του Νομού Ηλείας και στα

ξενοδοχεία Royal Mare, Knossos Royal & Cretan Village (2010), στη Χερσόνησο του Νομού Ηρακλείου στη Κρήτη.

- Όλα τα ξενοδοχειακά συγκροτήματα του Ομίλου λειτουργούν και είναι πιστοποιημένα με σύστημα HACCP από τη TÜV HELLAS [<http://www.eurocharity.gr>].

4.2.3 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ GRECOTEL HOTELS & RESORTS

Το 1992 ήταν το έτος ‘ορόσημο’ για την περιβαλλοντική και πολιτιστική δράση της Grecotel. Ανέλαβε από την Δ/ση Τουρισμού της Ε.Ε το πρόγραμμα «Τουρισμός και Περιβάλλον». Οργάνωσε σε συνεργασία με το πανεπιστήμιο Cambridge και φιλοξένησε το πρώτο workshop για τον τουρισμό με ειδικούς επιστήμονες, το Περιβαλλοντικό και Πολιτιστικό της Τμήμα [<http://www.grecotel.com>].

Οι στόχοι του ομίλου εστιάζονται στην βέλτιστη λειτουργία κάθε ξενοδοχείου Grecotel με την ελάχιστη δυνατή επιβάρυνση για το περιβάλλον. Στην αύξηση περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης (προσωπικό, επισκέπτες και μέλη της τουριστικής βιομηχανίας) και στην ενίσχυση της καλής φήμης του ξενοδοχείου για την προσέλκυση επισκεπτών.

6 Σημαντικές πτυχές του Περιβαλλοντικού Προγράμματος της Grecotel:

- Διαχείριση αποβλήτων (στερεών και υγρών).
- Εξοικονόμηση νερού και ενέργειας.
- Έλεγχος ρύπανσης φυσικών αποδεκτών.
- Φιλοπεριβαλλοντική πολιτική αγορών.
- Ευαισθητοποίηση του κοινού και προβολή (προσωπικό, επισκέπτες, συνεργάτες, τύπος) [<http://www.grecotel.com>].

Διαχείριση αποβλήτων (στερεών και υγρών):

- ✓ 10 φιλοπεριβαλλοντικές αρχές αγορών
- ✓ αγορές σε μεγάλες συσκευασίες
- ✓ αυξημένη χρήση επιστρεφόμενων συσκευασιών
- ✓ κατάργηση όπου είναι εφικτό προϊόντων μιας χρήσης

- ✓ περιορισμός πλαστικών αποβλήτων
- ✓ παραγωγή οργανικού λιπάσματος
- ✓ ανακύκλωση (λάδια, μπαταρίες, χαρτί, αναλώσιμα εκτυπώσεων)
- ✓ σύνδεση με δημοτικό βιολογικό καθαρισμό η λειτουργία ιδιωτικού

Εξοικονόμηση νερού:

- ✓ Συχνοί έλεγχοι συντήρησης
- ✓ Ρυθμιστής παροχής νερού σε βρύσες/ ντους
- ✓ Μείωση του όγκου του νερού στα καζανάκια
- ✓ Χρήση μη πόσιμου νερού στα καζανάκια
- ✓ Επεξεργασμένα υγρά απόβλητα για το πότισμα των κήπων (except lawns)
- ✓ Αυτόματο σύστημα ποτίσματος
- ✓ Οδηγίες για το προσωπικό και τους επισκέπτες

Εξοικονόμηση ενέργειας:

- ✓ Ηλιακή ενέργεια και φυσικό αέριο για τη θέρμανση νερού
- ✓ Υγραέριο στις κουζίνες
- ✓ Κεντρικό σύστημα διακοπής ηλεκτρικού στα δωμάτια των επισκεπτών (μαγνητική κάρτα/ κλειδί)
- ✓ Αυτόματη διακοπή κλιματισμού στο άνοιγμα πόρτας
- ✓ Λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας και αυτόματοι χρονοδιακόπτες
- ✓ Οδηγίες/ έλεγχοι προσωπικού & έλεγχοι συντήρησης

Έλεγχος ρύπανσης:

- ✓ 10 φιλοπεριβαλλοντικές αρχές αγορών
- ✓ Αυτοματοποιημένο σύστημα χρήσης χημικών καθαρισμού- απολύμανσης με δοσομετρητή
- ✓ Τακτικές χημικές & μικροβιολογικές αναλύσεις νερού (πόσιμου, πισίνας, θάλασσας, επεξεργασμένου νερού)
- ✓ Καθαριστικά προϊόντα πιο φιλικά προς το περιβάλλον
- ✓ Αποφυγή χλωρίου στην απολύμανση χώρων, λευκών ρούχων, χαρτικών
- ✓ Αποφυγή ουσιών που καταστρέφουν τη στιβάδα του όζοντος
- ✓ Υδατοδιαλυτά χρώματα και βερνίκια χωρίς τοξικά

- ✓ Μετασχηματιστές χωρίς clofen

Επαναχρησιμοποίηση και ανακύκλωση:

Ανακυκλώθηκαν από το 1994:

- ✓ 70 τόνοι χαρτιού= 1200 δέντρα και 2240m³ νερού, ικανή ποσότητα να τροφοδοτήσει μια πόλη 18.000 κατοίκων για μια μέρα. Εξοικονόμηση ενέργειας 287,000 KWH= ανάγκες ενός ξενοδοχείου 250 κλινών για 1 καλοκαιρινή περίοδο.
- ✓ 18.000 μπαταρίες= αποφυγή ρύπανσης 7.200.000m³ νερού. Ικανή ποσότητα να τροφοδοτήσει 120 ξενοδοχεία 400 κλινών για μια καλοκαιρινή περίοδο.
- ✓ 1.600.000 γυάλινα μπουκάλια (1996-2007). Εξοικονόμηση ενέργειας που μπορεί να ανάψει ένα λαμπτήρα 100 WATT για 1460 χρόνια [<http://www.grecotel.com>].

Φάρμα Agreco

- ✓ 20.000 άτομα επισκέφτηκαν τη φάρμα στη διάρκεια των τριών τελευταίων χρόνων
- ✓ Περίπου 800gr βιολογικά καλλιεργημένων λαχανικών παράχθηκαν και καταναλώθηκαν φρέσκα και τουρσί στη φάρμα.
- ✓ 10 τόνοι κρασιού, 3 τόνοι θυμαρίσιο μέλι, περίπου 500 βαζάκια μαρμελάδας, παράχθηκαν από το 2005.
- ✓ Προώθηση και πώληση 28 διαφορετικών τύπων παραδοσιακών και βιολογικών προϊόντων από μικρής κλίμακας τοπικούς παραγωγούς [<http://www.grecotel.com>].

Δημόσια Αναγνώριση

- ✓ 300 φωλιές θαλασσιών χελωνών στην Κρήτη προστατεύονται χάρη στην επιτυχή συνεργασία της Grecotel και του συλλόγου προστασίας της θαλάσσιας χελώνας, Αρχέλων.
- ✓ 120-130 προβολές διαφανειών του ΣΠΘΧ οργανώνονται κάθε χρόνο για τους επισκέπτες της Gregotel στα ξενοδοχεία του Ρεθύμνου και της Πελοποννήσου.

- ✓ Ετήσια βράβευση των ακτών των ξενοδοχείων με τη γαλάζια σημαία.
- ✓ ISO 14001 & ECO-LABEL σε 5 Gregotels (2008).
- ✓ Το περιβαλλοντικό πρόγραμμα της Grecotel έχει παρουσιαστεί σε 7 επιστημονικά βιβλία και δημοσιεύσεις και αποτελεί case study σε πολλά τουριστικά τμήματα πανεπιστημίου.
- ✓ Περισσότερα από 20 Διεθνή Βραβεία [Grecotel, 2008].

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΛΟΓΙΑ

5.1 ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στόχος της παρούσας μελέτης είναι η προσπάθεια διερεύνησης της τάσης που υπάρχει στον ξενοδοχειακό κλάδο των νομών Ηλείας και Ηρακλείου για ύπαρξη «πράσινων ξενοδοχείων» και εν γένει βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Ο βιώσιμος τουρισμός διεθνώς εμφανίζεται ενδυναμωμένος και μέσα από την εργασία αυτή γίνεται προσπάθεια να διαπιστωθεί αν υπάρχει αυτή η τάση αυτή στους παραπάνω νομούς.

Ο τρόπος συλλογής των πληροφοριών έγινε μέσα από ερωτηματολόγια που αποστάλθηκαν μέσω e-mail ή φαξ σε διάφορες επιχειρήσεις των νομών με στόχο να καταγραφούν όλοι οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται από κάθε ξενοδοχειακή μονάδα ώστε να μετατρέψουν τα ξενοδοχεία τους σε πράσινα.

5.2 ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Υπάρχουν δύο τύποι ερευνών που ανάλογα με το μέγεθος του δείγματος και την μεθοδολογία που ακολουθείται διακρίνονται σε ποσοτικές και ποιοτικές [Καζάζης, 2000]. Και οι δύο τύποι ερευνών έχουν στο επίκεντρό τους τη διερεύνηση προσωπικών απόψεων. Οι προσωπικές απόψεις διαφοροποιούνται ανάλογα με τη χρήση, ανάλυση και τη συλλογή των δεδομένων/απόψεων [Punch, 1998].

Οι ερευνητές που υποστηρίζουν την ποιοτική ανάλυση θεωρούν ότι με αυτόν τον τύπο έρευνας καταφέρνουν να πλησιάσουν περισσότερο την προσωπική άποψη. Από την άλλη, οι ερευνητές που υποστηρίζουν την ποσοτική ανάλυση θεωρούν ότι χωρίς στατιστική ανάλυση οι ποιοτικές έρευνες είναι αναξιόπιστες [Denzin & Lincoln, 1998]. Στην ποσοτική έρευνα οι ερευνητές χρησιμοποιούν κλειστού τύπου ερωτήσεις και εφαρμόζουν μαθηματικά μοντέλα, γραφήματα και στατιστικούς πίνακες με στόχο

την επίτευξη πιο αξιόπιστων αποτελεσμάτων. Οι ερευνητές αντίθετα που εφαρμόζουν ποιοτική έρευνα κάνουν χρήση στατιστικών εργαλείων [Walle, 1997], αλλά λιγότερο πολύπλοκες στατιστικές μεθόδους [Denzin & Lincoln, 1998].

5.2.1 ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Οι ποσοτικές έρευνες χρησιμοποιούν αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού, όπως συμβαίνει και στην παρούσα εργασία και έχουν ως στόχο τον ποσοτικό προσδιορισμό των σχέσεων των μεταβλητών του υπό διερεύνηση προβλήματος [Καζάζης, 2000].

Τα βασικά χαρακτηριστικά της ποσοτικής έρευνας είναι [Χρήστου, 1999]:

- Η χρήση της θεωρίας των πιθανοτήτων για τον υπολογισμό του μεγέθους του δείγματος που θα εξεταστεί.
- Η χρήση των ίδιων ακριβώς ερωτήσεων προς όλα τα άτομα του δείγματος.
- Η διατύπωση συμπερασμάτων με βάση τη στατιστική ανάλυση των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν.
- Η συχνότατη χρήση «κλειστών ερωτήσεων»
- Η μέτρηση απόψεων και συμπεριφορών με προκαθορισμένες κλίμακες.

5.3 Η ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΚΑΙ Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Το μέγεθος του δείγματος αλλά και τα χρονικά περιθώρια της έρευνας αποτέλεσαν σημαντικούς παράγοντες για τη χρήση του εργαλείου του ερωτηματολογίου καθώς η επιλογή διαφορετικού εργαλείου δεν θα οδηγούσε στα αναμενόμενα αποτελέσματα.

Προκειμένου να γίνει η εξαγωγή των απαιτούμενων πληροφοριών, σχεδιάστηκε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο, ως ερευνητικό εργαλείο, μπορεί να προσφέρει αξιόπιστα στοιχεία και δίνει την ευκαιρία στον ερευνητή να απευθυνθεί σε ένα ευρύτερο κοινό, κάτι που ήταν πολύ σημαντικό στην παρούσα μελέτη, βάση του περιορισμού χρόνου που υπήρχε για τη συλλογή των απαιτούμενων πληροφοριών. Επίσης, με τη χρήση του ερωτηματολογίου περιορίζεται η επιρροή του ερευνητή στις απαντήσεις του ερωτώμενου ενώ η επεξεργασία, κωδικοποίηση και ανάλυση των απαντήσεων είναι ευκολότερη.

Το ερωτηματολόγιο βασίστηκε τόσο στην επισκόπηση της βιβλιογραφίας για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, όσο και για τα πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης που υπάρχουν καθώς και σε αρκετές πηγές από το διαδίκτυο.

Μετά από τροποποιήσεις το ερωτηματολόγιο στην τελική του μορφή, αποτελείται από 11 ερωτήσεις κλειστού τύπου πολλαπλών επιλογών και 1 ερώτηση που δημιουργήθηκε με βάση την κλίμακα Likert. Ερωτήσεις κλειστού τύπου είναι αυτές που έχουν αλληλοαποκλειόμενες απαντήσεις, απαντήσεις με ιεραρχική κλίμακα και περιορισμό στην επιλογή του αριθμού, μη αλληλοαποκλειόμενες απαντήσεις και ελεύθερη επιλογή αριθμού, απαντήσεις σε διαβαθμιστική κλίμακα και απαντήσεις με ιεραρχική κλίμακα. Στην κλίμακα τύπου Likert ο ερωτώμενος καλείται να εκφράσει τον βαθμό συμφωνίας του ως προς μια άποψη. Στην προκειμένη περίπτωση το ερωτηματολόγιο αποτελείται από καταφατικές δηλώσεις και όχι από ερωτήσεις. Οι συμμετέχοντες καλούνται να εκφράσουν την συμφωνία ή διαφωνία τους προς μια δήλωση σημειώνοντας μια από τις παρακάτω επιλογές: Συμφωνώ απόλυτα, Συμφωνώ αρκετά, Ουδέτερος/η, Διαφωνώ, Διαφωνώ απόλυτα.

Να σημειωθεί ότι η κλιμάκωση από 1 έως 5 είναι ενδεικτική. Πολλοί ερευνητές έχουν χρησιμοποιήσει έως και δεκαβάθμιες κλίμακες. Εάν ο ερωτώμενος εκφράσει την υψηλότερη πιθανή συμφωνία σε μια δήλωση (συμφωνώ απόλυτα), τότε προσδίδεται σε αυτή την απάντηση η υψηλότερη πιθανή βαθμολογία., δηλαδή 5. Αντίθετα, εάν ο ερωτώμενος εκφράσει την υψηλότερη πιθανή διαφωνία σε μια δήλωση (διαφωνώ απόλυτα) τότε προσδίδεται η χαμηλότερη πιθανή βαθμολογία, δηλαδή 1 [Πανάνης, 2007].

Σκοπός της επιλογής του ερωτηματολογίου είναι να μην γίνεται κουραστικό για τον παραλήπτη, να απαντηθεί σε μικρό χρονικό διάστημα και να εστιάζει σε συγκεκριμένα ερωτήματα. Αναλυτικότερα το ερωτηματολόγιο είναι ως εξής:

- Η πρώτη ερώτηση αναφέρεται στα πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης που εφαρμόζει ή όχι η επιχείρηση.
- Η δεύτερη έως και η έκτη ερώτηση αναφέρονται στις ενέργειες που έχουν κάνει τα ξενοδοχεία για: 1) εξασφάλιση ενεργειακής απόδοσης κτηρίου και λοιπών εγκαταστάσεων, 2) εξοικονόμηση ενέργειας, 3) εξοικονόμηση νερού, 4) διαχείριση απορριμμάτων (στερεών & υγρών) και 5) μέτρηση επιπέδων ηχορύπανσης.

- Η έβδομη ερώτηση αναφέρεται στην εκπαίδευση ή όχι του προσωπικού προς αυτή την κατεύθυνση.
- Η όγδοη ερώτηση αναφέρεται στο κατά πόσο η επιχείρηση ενθαρρύνει τους πελάτες για υιοθέτηση φιλικής συμπεριφοράς προς το περιβάλλον.
- Η ένατη ερώτηση αναφέρεται στο αν τα ξενοδοχεία έχουν ή όχι ενταχθεί σε πρόγραμμα επιδότησης ενεργειακής αναβάθμισης.
- Η δέκατη ερώτηση αφορά το κατά πόσο η επιχείρηση έχει ή όχι προβάλει την περιβαλλοντική της πολιτική.
- Η ενδέκατη ερώτηση αναφέρεται στα σημαντικότερα οφέλη που μπορεί να κερδίσει μια επιχείρηση από την χρήση περιβαλλοντικής πολιτικής μέσω της κλίμακας Likert.
- Τέλος η δωδέκατη αναφέρεται στην ταυτότητα της επιχείρησης και αποτελείται από 5 υποερωτήματα που αφορούν την κατηγορία του ξενοδοχείου, τον αριθμό δωματίων, αν είναι ανεξάρτητο ή ξενοδοχείο αλυσίδας, το είδος του ξενοδοχείου και τέλος σε πιο νομό ανήκει.

5.4 Ο ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για την εύρεση του δείγματος χρησιμοποιήθηκε η επίσημη ιστοσελίδα του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (<http://www.grhotels.gr>). Μέσα από την σελίδα εντοπίστηκαν 496 ξενοδοχεία στο νομό Ηρακλείου και στο νομό Ηλείας εντοπίστηκαν 97 ξενοδοχειακές μονάδες.

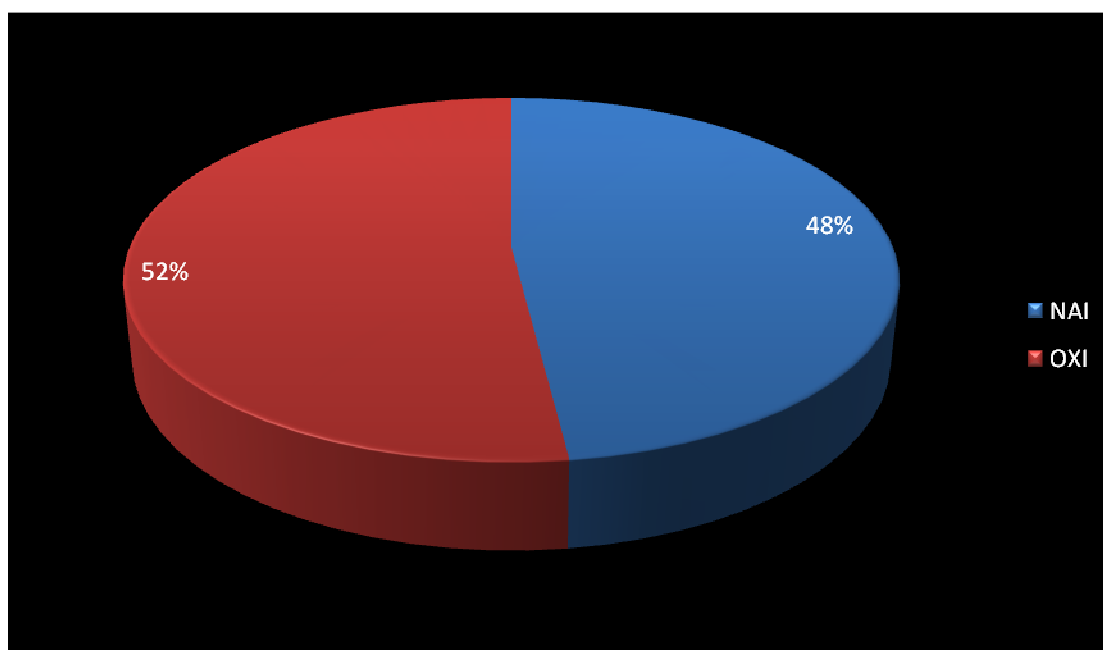
Στον πίνακα 5.1 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα ξενοδοχεία του νομού Ηρακλείου και Ηλείας, ανάλογα με την κατηγορία τους, δηλαδή 5 αστέρων, 4 αστέρων κτλ. και ποιος ο αριθμός τους σε κάθε μία από αυτές.

Πίνακας 5.1: Αριθμός ξενοδοχείων στο νομό Ηρακλείου και Ηλείας

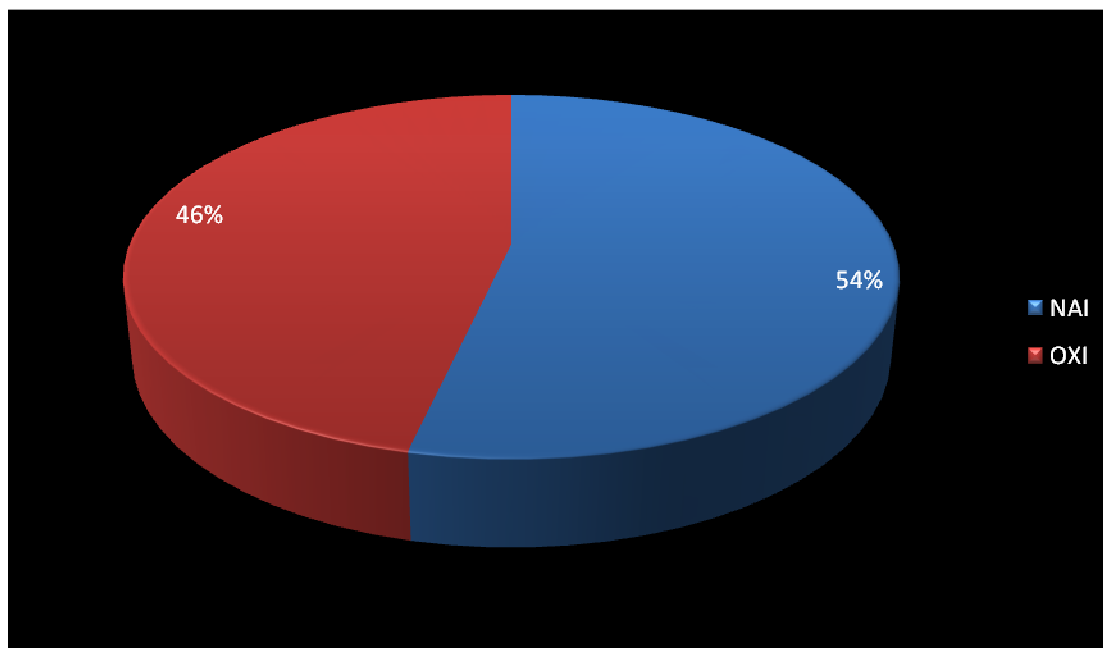
NOMOI	ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	ΗΛΕΙΑΣ
5*	29	4
4*	106	11
3*	99	20
2*	165	51
1*	97	11
ΣΥΝΟΛΟ	496	97

Από τα ξενοδοχεία που εντοπίστηκαν μέσω της ιστοσελίδας επιλέχθηκαν 100 από κάθε Νομό, όλων των κατηγοριών, για να σταλούν τα ερωτηματολόγια. Στο νομό Ηρακλείου απάντησαν 48 ξενοδοχεία και αντίστοιχα στο νομό Ηλείας στάλθηκαν 97 -όσα ήταν όλα τα ξενοδοχεία- για να απαντηθούν τα 52. Στη συνέχεια ακολουθούν δύο διαγράμματα 5.1 και 5.2 τα οποία παρουσιάζουν τον βαθμό ανταπόκρισης των ξενοδοχειακών μονάδων και των δύο νομών.

Γράφημα 5.1: Βαθμός ανταπόκρισης στο νομό Ηρακλείου



Γράφημα 5.2: Βαθμός ανταπόκρισης στο νομό Ηλείας



5.5 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η συγκέντρωση των στοιχείων υπήρξε εξαιρετικά δυσχερής, λόγω της μειωμένης ανταπόκρισης των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, με αποτέλεσμα το τελικό δείγμα να μην είναι το αναμενόμενο, γιατί αρχικός στόχος της έρευνας ήταν να υπάρξουν απαντήσεις από 100 επιχειρήσεις σε κάθε νομό. Η συγκέντρωση όμως 100 ερωτηματολογίων συνολικά, οδήγησε σε προβληματισμό και κατεύθυνση για τη βάση μελλοντικών ερευνών.

Η έρευνα ξεκίνησε τον Φεβρουάριο του 2011 μέσω e-mail, περίοδος κατά την οποία τα περισσότερα ξενοδοχεία ήταν ακόμα κλειστά, ειδικά στο νομό Ηρακλείου όπου το μεγαλύτερο ποσοστό των μονάδων λειτουργεί την καλοκαιρινή περίοδο. Ο βαθμός ανταπόκρισης των ξενοδοχειακών μονάδων, ήταν μηδαμινός. Λόγω λοιπόν αυτού, έγινε επανάληψη της αποστολής των ερωτηματολογίων το μήνα Μάρτιο. Όμως και πάλι, ο βαθμός ανταπόκρισης ήταν μικρός. Προχωρήσαμε λοιπόν στην παράδοση των ερωτηματολογίων στα ξενοδοχεία από εμάς τους ίδιους, σε ένα μεγάλο αριθμό, κυρίως στο νομό Ηρακλείου και κατόπιν τηλεφωνικής επικοινωνίας και μέσω φαξ

στο νομό Ηλείας. Ο τελικός αριθμός των ερωτηματολογίων συγκεντρώθηκε τέλος Αυγούστου του 2011.

Επίσης πρόβλημα εντοπίστηκε και στην προσπάθεια επικοινωνίας, καθώς κάποιες από τις διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και τηλέφωνα των μονάδων που βρίσκονται στην επίσημη ιστοσελίδα του Ξενοδοχειακού Επιμελητήριου Ελλάδος είναι λάθος ή εκτός λειτουργίας. Η προσπάθεια συγκέντρωσης των παραπάνω πληροφοριών ήταν εξαιρετικά χρονοβόρα και δύσκολη.

Τέλος, η συμπεριφορά των υπαλλήλων στα ξενοδοχεία στα οποία δόθηκαν τα ερωτηματολόγια αυτοπροσώπως, ήταν αρκετά αρνητική, μας απέφευγαν με την πρόφαση ότι έχουν δουλειά, ενώ άλλοι ήταν διστακτικοί επειδή φοβόταν την δημοσιοποίηση της έρευνας καθώς δεν πίστευαν ότι η έρευνα γίνεται στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η ανάλυση του ερωτηματολογίου ξεκινά με την τελευταία ερώτηση, κυρίως για να γίνει γνωστή η ταυτότητα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα και για να έχουμε μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα για τις επόμενες ερωτήσεις που ακολουθούν, οι οποίες ακολουθούν τη σειρά του ερωτηματολογίου.

Ο πίνακας λοιπόν που ακολουθεί μας παρουσιάζει τις κατηγορίες των ξενοδοχείων, πόσα δωμάτια διαθέτει το καθένα απ' αυτά, αν ανήκουν σε κάποια αλυσίδα ή είναι ανεξάρτητα, αν είναι ξενοδοχεία πόλης ή παραθερισμού και τέλος σε ποιο νομό ανήκουν.

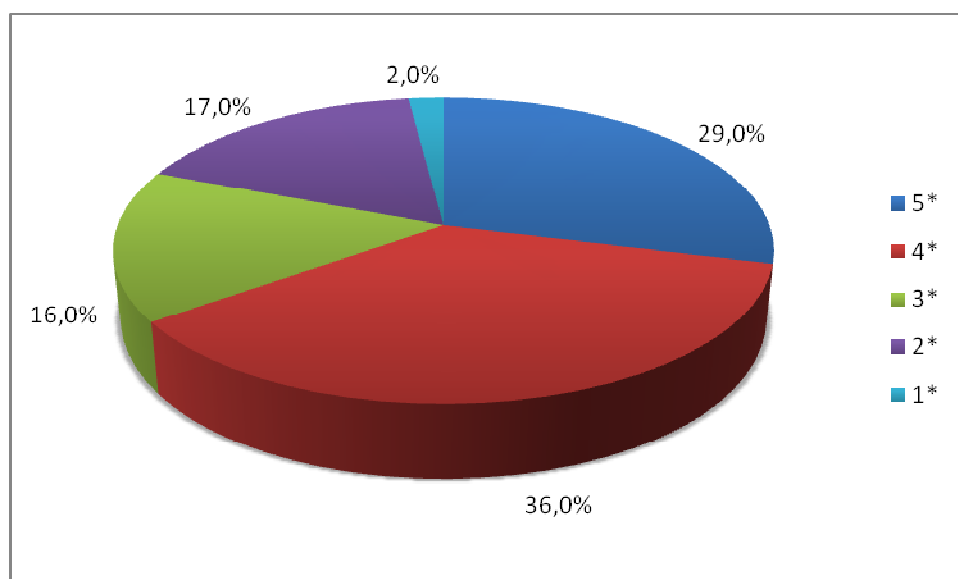
Πίνακας 6.1 : Ταυτότητα επιχειρήσεων δείγματος

	N	%
Κατηγορία ξενοδοχείου		
5*	29	29
4*	36	36
3*	16	16
2*	17	17
1*	2	2
Αριθμός δωματίων		
1-50	33	33
50-150	37	37
150+	30	30
Τύπος ιδιοκτησίας		
Μέλος Αλυσίδας	29	29
Ανεξάρτητο	71	71
Τύπος ξενοδοχείου		
Πόλης	22	22
Παραθερισμού	78	78
Τοποθεσία		
Ν. Ηλείας	52	52
Ν. Ηρακλείου	48	48
ΣΥΝΟΛΟ	100	100,0

Παρατηρούμε λοιπόν από τον άνω πίνακα ότι από τα 100 ξενοδοχεία του δείγματος τα 29 είναι 5*, τα 36 είναι 4*, τα 16 είναι 3*, τα 17 είναι 2* και τα 2 είναι 1*. Είναι λοιπόν ευδιάκριτο ότι το υλικό που συγκεντρώθηκε αφορά όλες τις κατηγορίες ξενοδοχείων. Στη συνέχεια ακολουθούν τα ξενοδοχεία με βάση των αριθμών κλινών, όπου και εδώ καλύπτεται όλο το εύρος. Υπάρχουν 33 ξενοδοχεία που αποτελούνται από 1-50 κλίνες, 37 ξενοδοχεία από 50-150 κλίνες και 30 ξενοδοχεία από 150 και πλέον κλίνες.

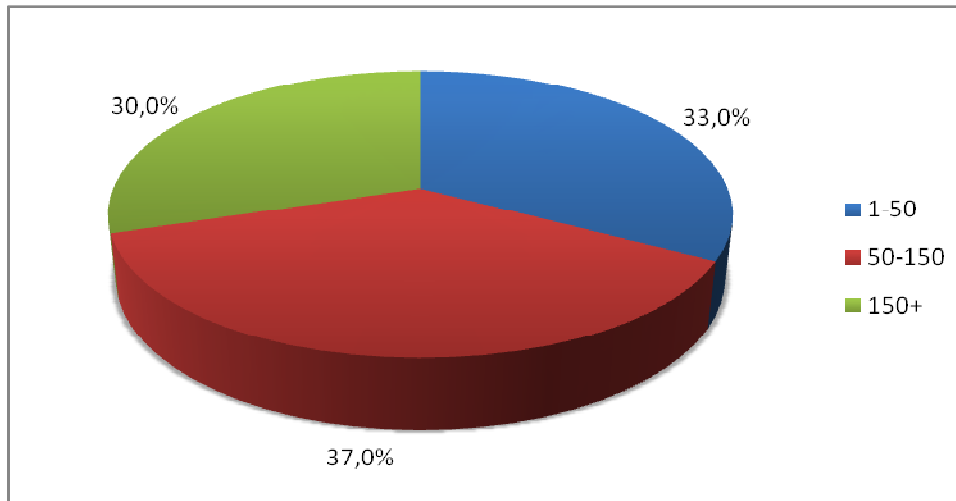
Από τα 100 ξενοδοχεία του δείγματος, τα 21 είναι μέλος κάποιας αλυσίδας και τα 79 είναι ανεξάρτητα. Επίσης τα 22 είναι ξενοδοχεία πόλης και τα 78 είναι παραθερισμού. Τέλος τα 52 ανήκουν στον Ν. Ηλείας και τα 48 στο Ν. Ηρακλείου. Τα γραφήματα που ακολουθούν δείχνουν κάποια επιπλέον στοιχεία για τον κάθε τύπο ξεχωριστά.

Γράφημα 6.1: Κατηγορία ξενοδοχείων δείγματος



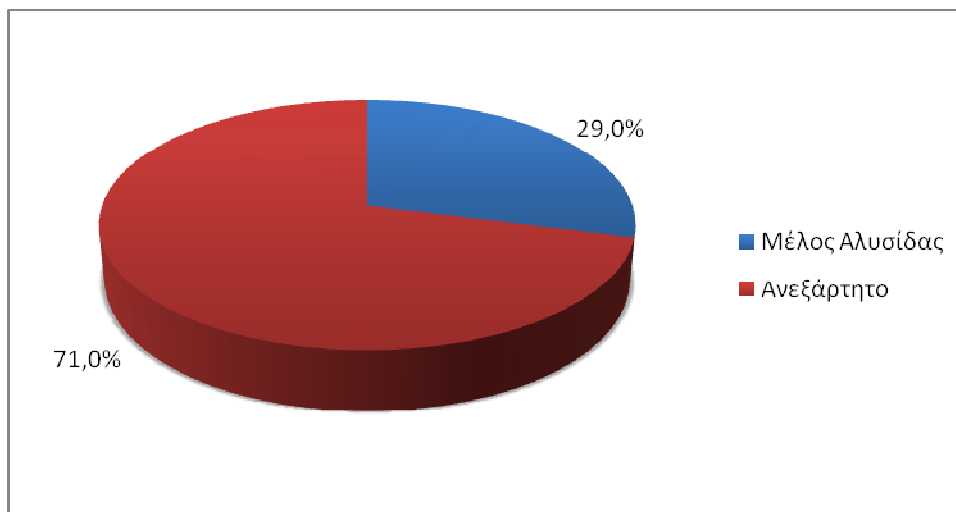
Στο παραπάνω γράφημα παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ξενοδοχείων που ήταν πρόθυμα να απάντησαν το ερωτηματολόγιο είναι 4* με ποσοστό 36%, ακολουθούν τα 5* με ποσοστό 29%, των 2* με ποσοστό 17%, των 3* με ποσοστό 16% και τέλος τα 1* με ποσοστό 2%.

Γράφημα 6.2 : Αριθμός δωματίων ξενοδοχείων δείγματος



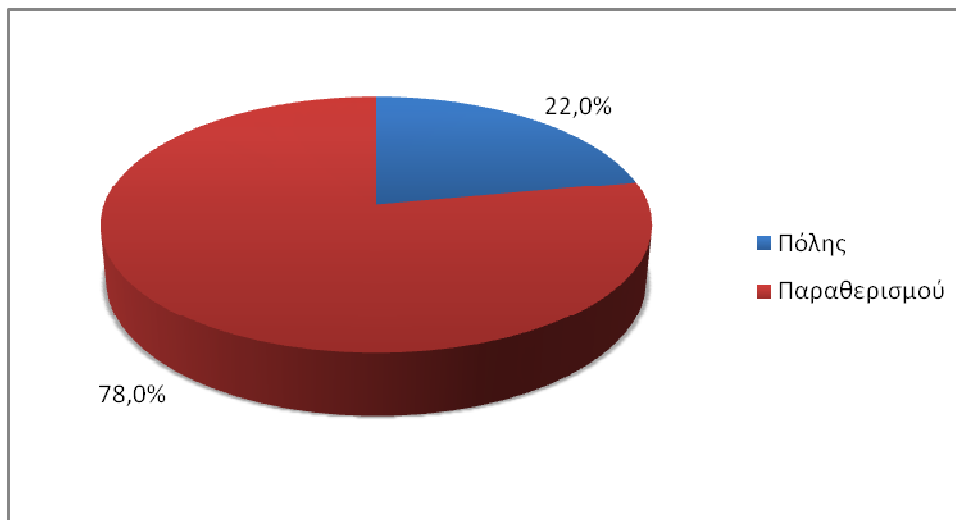
Στο γράφημα αυτό παρατηρούμε ότι τα ξενοδοχεία με αριθμό κλινών από 50-150 έχουν την πρώτη θέση με ποσοστό 37% , στην δεύτερη θέση είναι όσα έχουν αριθμό κλινών από 1-50 με ποσοστό 33% και στην τρίτη θέση είναι αυτά που έχουν 150+ κλίνες με ποσοστό 30%. Παρατηρούμε ότι και οι τρεις κατηγορίες κυμαίνονται κοντά στα ίδια ποσοστά και δεν έχουμε μεγάλες αποκλείσεις.

Γράφημα 6.3 : Τύπος ιδιοκτησίας ξενοδοχείων δείγματος



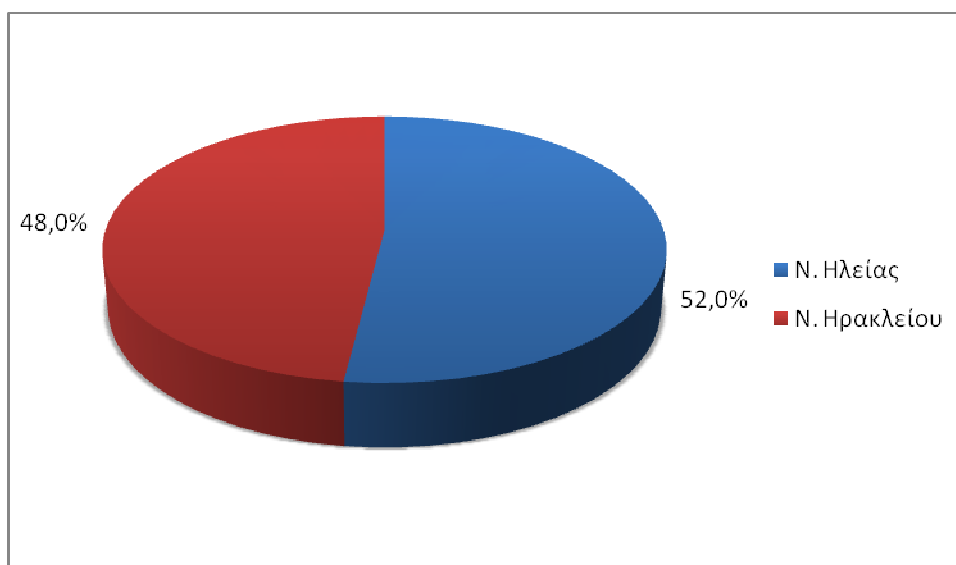
Στο γράφημα αυτό παρατηρούμε ότι από τα ξενοδοχεία που απάντησαν, στην συντριπτική πλειοψηφία το 71% είναι ανεξάρτητα και μόλις το 29% δηλώνουν ότι είναι μέλη σε κάποια αλυσίδα. Άρα διαπιστώνουμε ότι και στους δύο νομούς η εμφάνιση αλυσίδων είναι περιορισμένη στο δείγμα ενώ αντίθετα τα ανεξάρτητα έχουν κυρίαρχη θέση.

Γράφημα 6.4 : Τύπος ξενοδοχείων δείγματος



Το διάγραμμα αυτό δείχνει ότι στο δείγμα μας και οι δύο νομοί έχουν περισσότερα ξενοδοχεία παραθερισμού με ποσοστό 78%, ενώ μόλις το 22% αποτελείται από ξενοδοχεία πόλης. Αυτό οδηγεί στο συμπέρασμα ότι και οι δύο νομοί είναι εξίσου τουριστικοί και έχουν δώσει μεγαλύτερη έμφαση σε αυτό τον τομέα, καθώς επίσης ότι αποτελούν σωστή επιλογή για να διαπιστωθεί το μέγεθος της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Γράφημα 6.5 : Τοποθεσία ξενοδοχείων δείγματος



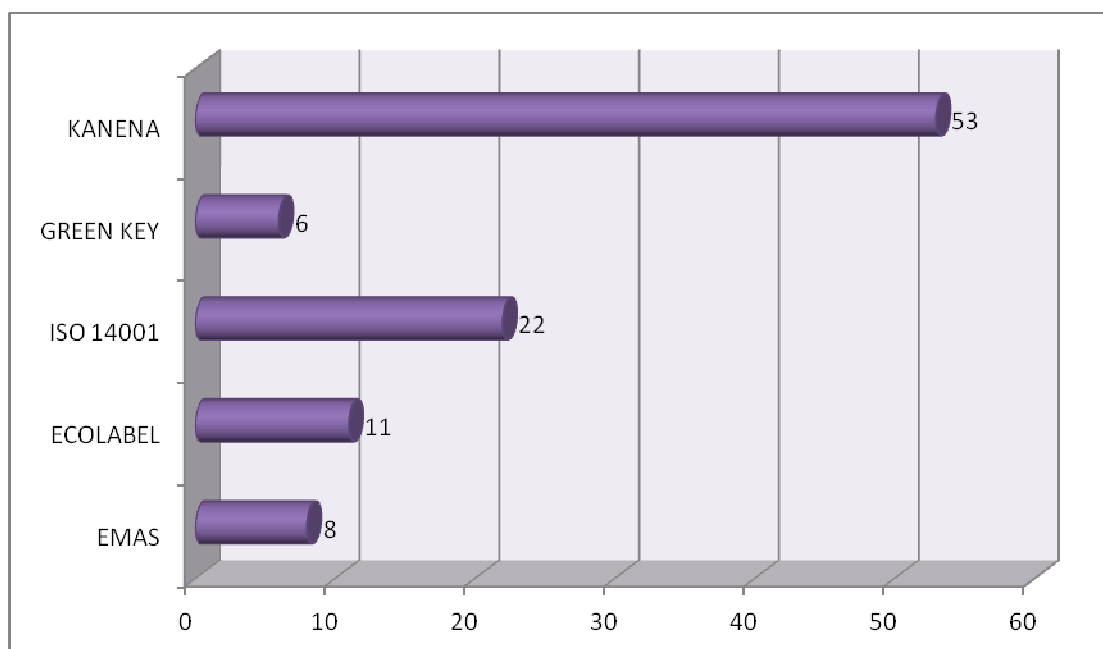
Στο άνω γράφημα παρατηρούμε ότι το δείγμα της έρευνας είναι σχεδόν το ίδιο και στους δύο νομούς, 52% στο ν. Ηλείας και 48% στο ν. Ηρακλείου κάτι που επιτρέπει να οδηγηθούμε σε πιο ακριβή και αντικειμενικά αποτελέσματα στην μελέτη μας.

Εφαρμογή προτύπων περιβαλλοντικής διαχείρισης

Υπάρχουν διάφορα πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης. Από τα πιο γνωστά που χρησιμοποιήθηκαν στην ερευνά είναι το EMAS, ECOLABEL, ISO 14001 και το GREEN KEY. Περισσότερες πληροφορίες για τα πρότυπα αυτά δίνονται σε προηγούμενο κεφάλαιο.

Μέσα από το γράφημα 6.6 που ακολουθεί, προκύπτει ότι πάνω από το μισό των ερωτηθέντων ξενοδοχείων, ποσοστό 53%, δυστυχώς δεν χρησιμοποιεί κανένα πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης και μόνο το 47% χρησιμοποιούν κάποια. Συγκεκριμένα, το ISO 14001 με ποσοστό 22%, στη συνέχεια το ECOLABEL με ποσοστό 11%, το EMAS με ποσοστό 8% και τέλος το GREEN KEY με ποσοστό 6%.

Γράφημα 6.6 : Πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης που εφαρμόζουν τα ξενοδοχεία



Ο πίνακας 6.2 που ακολουθεί μας δίνει κάποια επιπλέον ενδιαφέροντα στοιχεία για να κάθε επιμέρους στήλη.

Αναλυτικότερα, στην κατηγορία ξενοδοχείων παρατηρούμε ότι αρκετό ποσοστό των 5* χρησιμοποιεί το πρότυπο EMAS με 20,68%, των 4* μόλις το 2,77% των 3* το 6,25% ενώ των 2* και 1* 0,00%. Το πρότυπο GREEN KEY χρησιμοποιείται σε μικρό ποσοστό και στην 5* 6,89% και 4* 11,11%, ενώ 3*, 2* & 1* ποσοστό 0,00%.

Ιδιαίτερη σημασία έχει η τελευταία στήλη, όπου δεν αναφέρεται κανένα πρότυπο και εκεί όλες οι κατηγορίες εκτός των 5* με ποσοστό 20,68%, ξεπερνούν το 50%. Τα ξενοδοχεία 4* με ποσοστό 58,33%, τα 3* με ποσοστό 50%, των 2* με 94,11% και των 1* με ποσοστό 100%.

Με βάση το μέγεθος των ξενοδοχείων (αριθμός δωματίων) εκείνα που διαθέτουν 150+ κλίνες συμμετέχουν σε όλα τα πρότυπα με μεγάλα ποσοστά, EMAS 20%, ISO 14001 43,33%, κτλ. Έπειτα ακολουθούν εκείνα με αριθμό κλινών από 50-150 που επίσης συμμετέχουν σε όλα τα πρότυπα, αλλά με μικρότερα ποσοστά EMAS 2,70%, ECOLABEL 10,81%, κτλ. Αντίθετα αυτά που έχουν αριθμό κλινών από 1-50, το μεγαλύτερο ποσοστό τους 72,72% δεν χρησιμοποιεί ΚΑΝΕΝΑ πρότυπο, ενώ EMAS 3,03%, ECOLABEL 3,03%, ISO 14001 12,12% και GREEN KEY 0,00%.

Στην κατηγορία των τύπων ιδιοκτησίας παρατηρείται ότι τα μέλη αλυσίδας χρησιμοποιούν περισσότερα πρότυπα και συγκεκριμένα τα EMAS με 17,24%, ECOLABEL με 13,79%, ISO 14001 με 10,34%, κτλ. Ενώ τα ανεξάρτητα ξενοδοχεία στο μεγαλύτερο ποσοστό τους (54,92%) δεν χρησιμοποιούν ΚΑΝΕΝΑ πρότυπο. Μόλις 4,22% χρησιμοποιεί EMAS & GREEN KEY, 9,85% ECOLABEL και 26,76% ISO 14001.

Στην κατηγορία των τύπων ξενοδοχείου, τα ξενοδοχεία πόλης κατέχουν το μεγαλύτερο ποσοστό 54,54% σε αυτά που δεν χρησιμοποιούν ΚΑΝΕΝΑ πρότυπο, καθώς το GREEN KEY κατέχει ποσοστό 0,00%, το ISO 14001 18,18%, το ECOLABEL 4,54% και το EMAS 13,63%. Και στα ξενοδοχεία παραθερισμού τα ποσοστά δεν διαφέρουν και ιδιαίτερα ποσοστό 52,56% δεν χρησιμοποιεί ΚΑΝΕΝΑ πρότυπο.

Τέλος αναγράφεται ότι το 63,46% στο Ν. Ηλείας δεν χρησιμοποιεί ΚΑΝΕΝΑ πρότυπο σε αντίθεση με το ποσοστό στο Ν. Ηρακλείου που είναι αρκετά μικρότερο (41,66%),

Πίνακας 6.2: Πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης που εφαρμόζουν τα ξενοδοχεία.

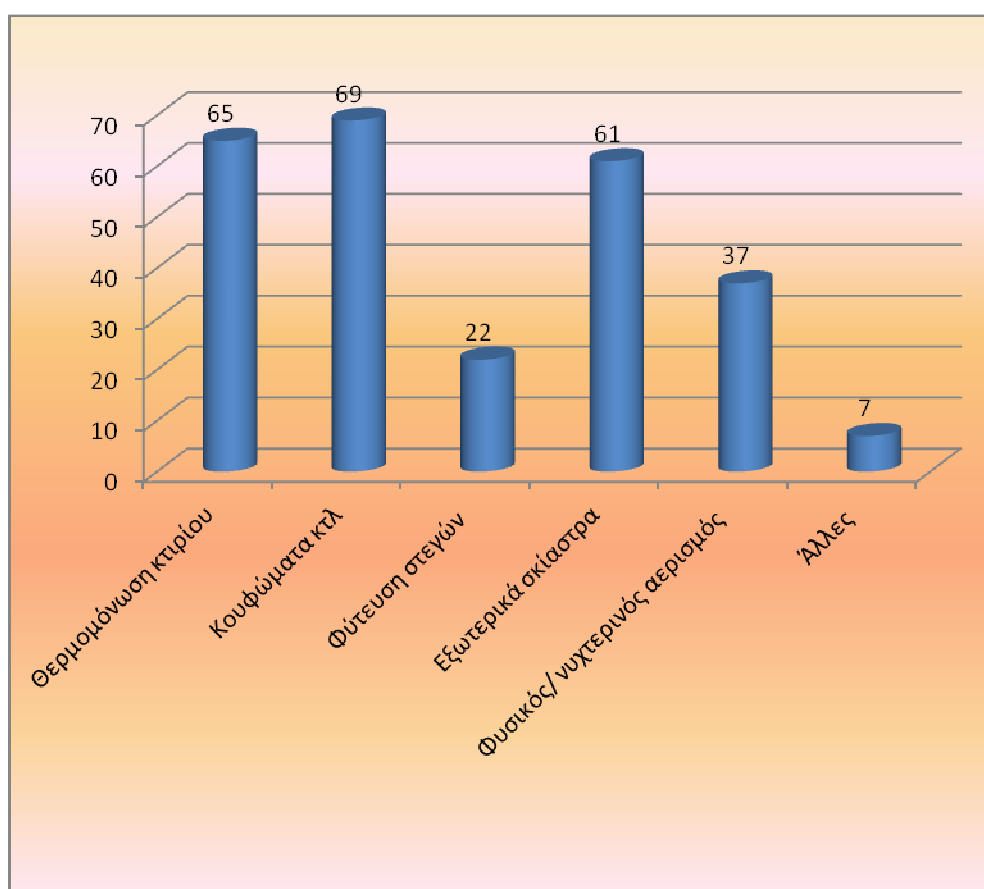
	EMAS		ECOLABEL		ISO 14001		GREEN KEY		Κανένα	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Κατηγορία										

Ξενοδοχείου										
5*	6	20,68	5	17,24	10	34,48	2	6,89	6	20,68
4*	1	2,77	4	11,11	10	27,27	4	11,11	21	58,33
3*	1	6,25	2	12,5	2	12,5	0	0,00	8	50,00
2*	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	16	94,11
1*	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	100,0
Αριθμός δωματίων										
1-50	1	3,03	1	3,03	4	12,12	0	0,00	24	72,72
50-150	1	2,70	4	10,81	5	13,51	1	2,70	25	67,56
150+	6	20,00	6	20,00	13	43,33	5	16,66	4	13,33
Τύπος ιδιοκτησίας										
Μέλος Αλυσίδας	5	17,24	4	13,79	3	10,34	3	10,34	14	48,27
Ανεξάρτητο	3	4,22	7	9,85	19	26,76	3	4,22	39	54,92
Τύπος ξενοδοχείου										
Πόλης	3	13,63	1	4,54	4	18,18	0	0,00	12	54,54
Παραθερισμού	5	6,41	10	12,82	18	23,07	6	7,69	41	52,56
Τοποθεσία										
Ν. Ηλείας	2	3,84	6	11,53	10	19,23	4	7,69	33	63,46
Ν. Ηρακλείου	6	12,50	5	10,41	12	25,00	2	4,16	20	41,66
ΣΥΝΟΛΟ	8	8%	11	11%	22	22%	6	6%	53	53%

Ενέργειες της επιχείρησης για εξασφάλιση ενεργειακών αποδόσεων του κτιρίου και των λοιπών εγκαταστάσεων.

Στο γράφημα 6.7 που ακολουθεί αποτυπώνονται πόσα συνολικά ξενοδοχεία χρησιμοποιούν κάθε μία από τις αναφερθείσες ενέργειες, ώστε να διαπιστωθεί ποιες χρησιμοποιούνται περισσότερο και ποιες λιγότερο από τα διάφορα ξενοδοχεία, ανεξάρτητα κατηγορίας, τύπου, τοποθεσίας κτλ..

Γράφημα 6.7: Ενέργειες για εξασφάλιση ενεργειακής απόδοσης κτιρίου & εγκαταστάσεων



Από τις 100 επιχειρήσεις του δείγματος οι 69 χρησιμοποιούν κουφώματα κτλ, οι 65 θερμομόνωση κτιρίου, οι 61 εξωτερικά σκίαστρα, 37 φυσικό/ νυχτερινό αερισμό και 7 επιχειρήσεις προβαίνουν σε άλλες ενέργειες. Πάνω από το 50% λοιπόν των επιχειρήσεων πραγματοποιούν 3 σημαντικές ενέργειες για να επιτύχουν καλύτερα ενεργειακά αποτελέσματα.

Στον πίνακα 6.3 που ακολουθεί αναγράφονται οι ενέργειες από μέρους των επιχειρήσεων για την καλύτερη ενεργειακή απόδοση των κτιρίων αλλά και των εγκαταστάσεων τους. Ξεκινώντας από τις κατηγορίες των ξενοδοχείων είναι απαραίτητο να δώσουμε έμφαση στο γεγονός ότι τα ξενοδοχεία 5*, 4* και 3* σε πολύ μεγάλα ποσοστά χρησιμοποιούν διάφορες μεθόδους για καλύτερη ενεργειακή απόδοση. Για παράδειγμα στα ξενοδοχεία 5*, το 86,20% χρησιμοποιεί θερμομόνωση κτιρίου, το 96,55% κουφώματα κτλ, το 89,65% εξωτερικά σκίαστρα. Εξίσου σημαντικά είναι και τα ποσοστά στα ξενοδοχεία 4* όπου το 69,44% χρησιμοποιεί θερμομόνωση κτιρίου, το 58,33% κουφώματα και εξωτερικά σκίαστρα, το 33,33% φυσικό/νυχτερινό αερισμό κτλ.

Στην κατηγορία των κλινών αυτά που και πάλι συγκεντρώνουν τα μεγαλύτερα ποσοστά είναι τα ξενοδοχεία με 150+ αριθμό δωματίων, όπου το 72,97% χρησιμοποιεί θερμομόνωση κτιρίου, το 70,27% κουφώματα κτλ, το 62,16% εξωτερικά σκίαστρα, το 48,64% φυσικό/νυχτερινό αερισμό κτλ. Μικρότερα αλλά αρκετά ικανοποιητικά ποσοστά παρουσιάζουν και αυτά που διαθέτουν από 1-50 δωμάτια, όπου το 51,51% χρησιμοποιεί θερμομόνωση κτιρίου, το 72,72% κουφώματα κτλ, και το 54,54% εξωτερικά σκίαστρα.

Στην κατηγορία των τύπων ξενοδοχείων αυτά που ανήκουν σε κάποια αλυσίδα πάλι συγκεντρώνουν τα μεγαλύτερα ποσοστά στις ενέργειες που χρειάζονται για καλύτερη ενεργειακή απόδοση και συγκεκριμένα το 79,31% χρησιμοποιεί θερμομόνωση κτιρίου, το 68,96% κουφώματα κτλ, και το 55,17% φυσικό/νυχτερινό αερισμό.

Στην κατηγορία τύπου ξενοδοχείων τα παραθερισμού αλλά και πόλης έχουν πραγματοποιήσει εξίσου πολλές ενέργειες για καλύτερη ενεργειακή απόδοση. Τα ξενοδοχεία πόλης δίνουν μεγάλη έμφαση στα κουφώματα κτλ. με ποσοστό 59,09% των ξενοδοχείων να τα χρησιμοποιεί, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στα ξενοδοχεία παραθερισμού είναι 71,79%. Επίσης, στη θερμομόνωση κτιρίου με ποσοστό 54,54%, τα ξενοδοχεία πόλης και τα ξενοδοχεία παραθερισμού με ποσοστό 67,94%.

Τέλος, στην κατηγορία τοποθεσίας και οι δύο Νομοί παρουσιάζουν αξιόλογες προσπάθειες με το 75% των ξενοδοχείων του Ν. Ηρακλείου να χρησιμοποιούν θερμομόνωση κτιρίου, το 72,91% κουφώματα κτλ., το 62,50% εξωτερικά σκίαστρα

κτλ. Αντίθετα στο Ν. Ηλείας το 65,38% των ξενοδοχείων χρησιμοποιεί κουφώματα κτλ, το 59,61% εξωτερικά σκίαστρα, το 55,76% θερμομόνωση κτιρίου κτλ.

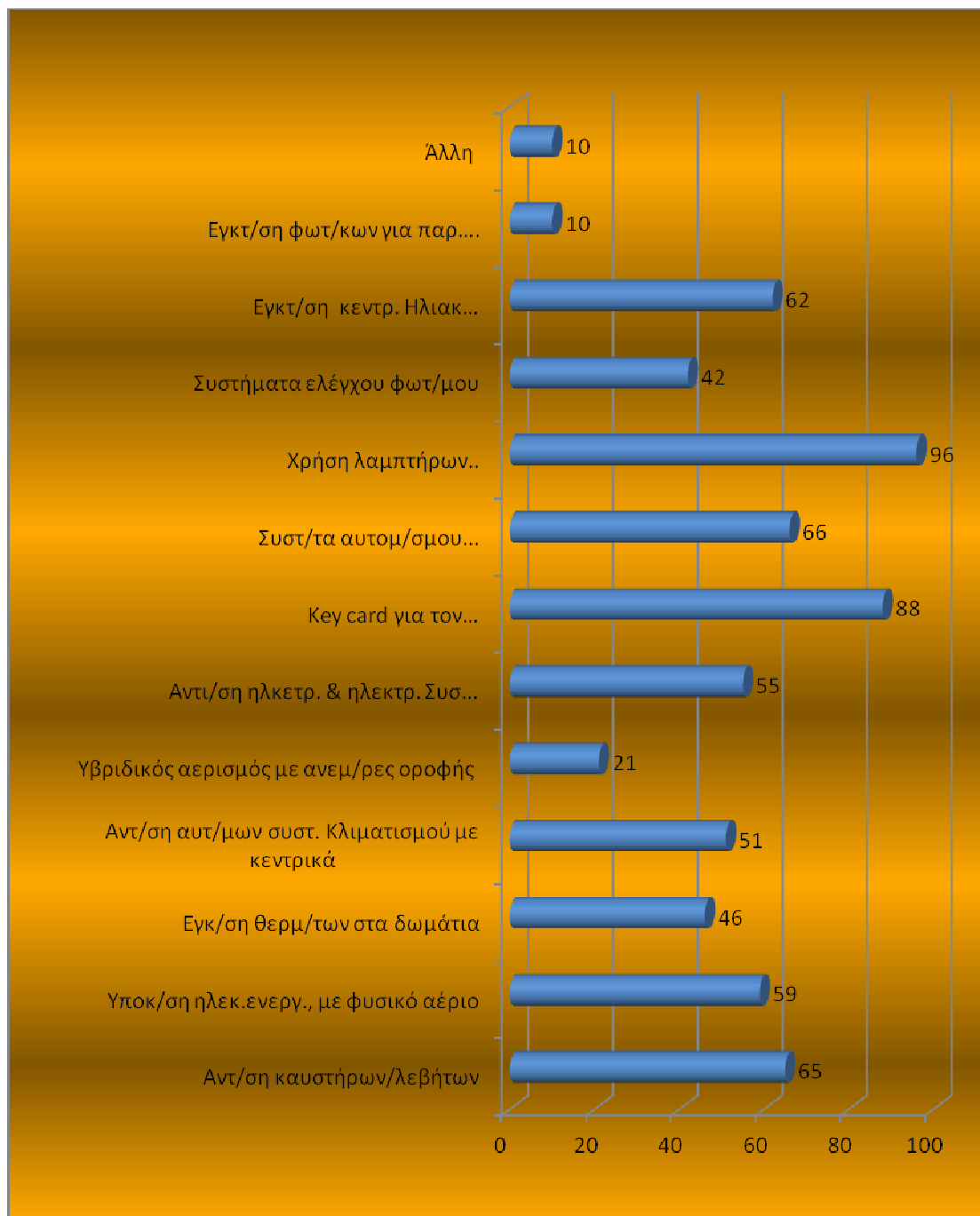
Πίνακας 6.3 : Ενέργειες για εξασφάλιση ενεργειακής απόδοσης κτιρίου & εγκαταστάσεων

	ΘΕΡΜΟΜΟΝΩΣΗ ΚΤΙΡΙΟΥ		ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ ΚΤΑ		ΦΥΤΕΥΣΗ ΣΤΕΓΩΝ		ΕΞΩΤΕΡΙΚΑ ΣΚΙΑΣΤΡΑ		ΦΥΣΙΚΟΣ /ΝΥΧΤΕΡΙΝΟΣ ΑΕΡΙΣΜΟΣ		ΆΛΛΕΣ	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Κατηγορία ξενοδοχείου												
5*	25	86,20	28	96,55	13	44,82	26	89,65	19	65,51	3	10,34
4*	25	69,44	21	58,33	5	13,88	21	58,33	12	33,33	3	8,33
3*	10	62,50	6	37,50	4	25,00	8	50,00	3	18,75	1	6,25
2*	3	17,64	12	70,58	0	0,00	5	29,41	3	17,64	0	0,00
1*	2	100,0	2	100,0	0	0,00	1	50,00	0	0,00	0	0,00
Αριθμός δωματίων												
1-50	17	51,51	24	72,72	2	6,06	18	54,54	10	30,30	1	3,03
50-150	21	56,75	19	51,35	4	10,81	20	54,05	9	24,32	2	5,40
150+	27	72,97	26	70,27	16	43,24	23	62,16	18	48,64	4	10,81
Τύπος ιδιοκτησίας												
Μέλος Αλυσίδας	23	79,31	20	68,96	10	34,48	12	41,37	16	55,17	4	13,79
Ανεξάρτητο	42	59,15	49	69,01	12	16,90	39	54,92	21	29,57	3	4,22
Τύπος ξενοδοχείου												
Πόλης	12	54,54	13	59,09	7	31,81	8	36,36	5	22,72	1	4,54
Παραθερισμού	53	67,94	56	71,79	15	19,23	53	67,94	32	41,02	6	7,59
Τοποθεσία												
Ν. Ηλείας	29	55,76	34	65,38	9	17,30	31	59,61	18	34,61	3	5,76
Ν. Ηρακλείου	36	75,00	35	72,91	13	27,08	30	62,50	19	39,58	4	8,33
ΣΥΝΟΛΟ	65	65%	69	69%	22	22%	61	61%	37	37%	7	7%

Επεμβάσεις που ακολουθούν οι επιχειρήσεις για να επιτύχουν εξοικονόμηση ενέργειας.

Στο γράφημα 6.8 που ακολουθεί παρουσιάζεται ο αριθμός των επιχειρήσεων που κάνουν κάποιες συγκεκριμένες επεμβάσεις για να επιτύχουν εξοικονόμηση ενέργειας. Ενδιαφέρον έχει το γεγονός ότι 96 επιχειρήσεις χρησιμοποιούν λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης, σχεδόν όλες οι ξενοδοχειακές μονάδες. Μεγάλος επίσης είναι και αριθμός των επιχειρήσεων (88), που χρησιμοποιούν key card για έλεγχο φωτισμού και κλιματισμού/ θέρμανσης. Ακολουθούν συστήματα αυτοματισμού για το κλείσιμο της ψύξης με το άνοιγμα της μπαλκονόπορτας σε 66 επιχειρήσεις, η αντικατάσταση παλαιών καυστήρων και λεβήτων με νέους υψηλής απόδοσης σε 65 επιχειρήσεις, η εγκατάσταση κεντρικού ηλιακού συστήματος ή ηλιακού θερμοσίφωνα για κάλυψη ιδίων αναγκών σε 62 επιχειρήσεις, η υποκατάσταση ηλεκτρικής ενέργειας πετρελαίου κτλ. με φυσικό αέριο ή υγραέριο σε 59 επιχειρήσεις, αντικατάσταση ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών με συσκευές ενεργειακής κλάσης A σε 55 επιχειρήσεις, αντικατάσταση αυτόνομων συστημάτων κλιματισμού με κεντρικό σύστημα σε 51 επιχειρήσεις. Επίσης ακολουθούν 46 επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν θερμοστάτες στα δωμάτια, 42 με συστήματα ελέγχου φωτισμού, 21 υβριδικό αερισμό με ανεμιστήρες οροφής, 10 εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας με σκοπό την κάλυψη ιδίων αναγκών και τέλος 10 άλλες απροσδιόριστες ενέργειες. Πρέπει να σημειωθεί ότι 7 από τις 13 ενέργειες που προτείνονται από αυτό το ερωτηματολόγιο τις εφαρμόζουν πάνω από το 50% των επιχειρήσεων και αποτελούν τις πιο συνήθεις ενέργειες, ενώ λιγότερο από το 50% χρησιμοποιεί μεθόδους πιο σύγχρονες και ίσως σε αρκετές περιπτώσεις περισσότερο δαπανηρές.

Γράφημα 6.8 : Επεμβάσεις επιχείρησης για να επιτύχει εξοικονόμηση ενέργειας



Στη συνέχεια ακολουθούν τρεις πίνακες (λόγω μη δυνατότητας να αποτυπωθούν όλα σ' έναν πίνακα) που παρουσιάζουν με λεπτομέρειες τις προαναφερθείσες επεμβάσεις για την εξοικονόμηση ενέργειας και προσφέρουν αρκετά επιπλέον στοιχεία.

Πίνακας 6.4.1.: Επεμβάσεις επιχείρησης για να επιτύχει εξοικονόμηση ενέργειας

	Αντικατάσταση καυστήρων/λεβήτων		Υποκατάσταση ηλεκτρικής ενέργειας με φυσικό αέριο		Εγκατάσταση θερμοστατών στα δωμάτια		Αντικατάσταση αυτόνομων συστημάτων κλιματισμού με κεντρικά		Υβριδικός αερισμός με ανεμιστήρες οροφής	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Κατηγορία ξενοδοχείου										
5*	25	86,20	26	89,65	22	75,86	24	82,75	10	34,48
4*	21	58,33	21	58,33	17	47,22	18	50,00	6	16,66
3*	8	50,00	7	43,75	6	37,50	9	56,25	5	31,25
2*	10	58,82	4	23,52	0	0,00	0	0,00	0	0,00
1*	1	50,00	1	50,00	1	50,00	0	0,00	0	0,00
Αριθμός δωματίων										
1-50	14	42,42	10	30,30	6	18,18	6	18,18	2	6,06
50-150	22	59,45	23	62,16	15	40,54	21	56,75	9	24,32
150+	29	96,66	26	86,66	25	83,33	24	80,00	10	33,33
Τύπος ιδιοκτησίας										
Μέλος Αλυσίδας	18	62,06	20	68,96	21	72,41	21	72,41	12	41,37
Ανεξάρτητο	47	66,19	39	54,92	24	33,80	31	43,66	9	12,67
Τύπος ξενοδοχείου										
Πόλης	16	72,72	13	59,09	11	50,00	16	72,72	7	31,81
Παραθερισμού	49	62,82	46	58,97	35	44,87	35	44,87	14	17,94
Τοποθεσία										
N. Ηλείας	32	61,53	30	57,69	23	44,23	26	50,00	7	13,46
N. Ηρακλείου	33	68,75	29	60,41	23	47,91	25	52,08	14	29,16
ΣΥΝΟΛΟ	65	65%	59	59%	46	46%	51	51%	21	21%

Πίνακας 6.4.2.: Επεμβάσεις επιχείρησης για να επιτύχει εξοικονόμηση ενέργειας

	Αντικατάσταση ηλεκτρικών/ηλεκτρονικών συσκευών με ενεργειακής κλάσης A		Key card για έλεγχο φωτισμού & κλιματισμού/θέρμανσης		Συστήματα αυτοματισμού για το κλείσιμο.....		Χρήση λαμπτήρων χαμηλής κατανάλωσης	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Κατηγορία ξενοδοχείου								
5*	20	68,96	27	93,10	24	82,75	29	100,00
4*	20	55,55	34	94,44	25	69,44	34	94,44
3*	9	56,25	14	87,50	8	50,00	14	87,50
2*	5	29,41	11	64,70	7	41,17	17	100,00
1*	1	50,00	2	100,00	2	100,00	2	100,00
Αριθμός δωματίων								
1-50	15	45,45	24	72,72	11	33,33	33	100,00
50-150	18	48,64	36	97,29	27	72,97	34	91,89
150+	22	73,33	28	93,33	28	93,33	29	96,66
Τύπος ιδιοκτησίας								
Μέλος Αλυσίδας	17	58,62	27	93,10	24	82,75	28	96,55
Ανεξάρτητο	38	53,52	61	85,91	42	59,15	68	95,77
Τύπος ξενοδοχείου								
Πόλης	12	54,54	20	90,90	15	68,18	20	90,90
Παραθερισμού	43	55,12	68	87,17	51	65,38	76	97,43
Τοποθεσία								
N. Ηλείας	24	46,15	42	80,76	30	57,69	49	94,23
N. Ηρακλείου	30	62,50	46	95,83	36	75,00	47	97,91
ΣΥΝΟΛΟ	55	55%	88	88%	66	66%	96	96%

Πίνακας 6.4.3.: Επεμβάσεις επιχείρησης για να επιτύχει εξοικονόμηση ενέργειας

	Σύστημα ελέγχου φωτισμού		Εγκατάσταση κεντρικού ηλιακού συστήματος ή θερμοσίφωνα		Εγκατάσταση φωτοβολταϊκών για παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας		Άλλη	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Κατηγορία ξενοδοχείου								
5*	15	51,72	17	58,62	7	24,13	5	17,24
4*	21	58,33	23	63,88	2	5,55	3	8,33
3*	6	37,50	10	62,5	0	0,00	2	12,50
2*	0	0,00	10	58,82	0	0,00	0	0,00
1*	0	0,00	2	100,00	1	50,00	0	0,00
Αριθμός δωματίων								
1-50	4	12,12	22	66,66	2	6,06	0	0,00
50-150	17	45,94	17	45,94	1	2,70	4	10,81
150+	21	70,00	23	76,66	7	23,33	6	20,00
Τύπος ιδιοκτησίας								
Μέλος Αλυσίδας	17	58,62	18	62,06	6	20,68	6	20,68
Ανεξάρτητο	25	35,21	44	61,97	4	5,63	4	5,63
Τύπος ξενοδοχείου								
Πόλης	11	50,00	16	72,72	1	4,54	2	9,09
Παραθερισμού	31	39,74	46	58,97	9	11,53	8	10,25
Τοποθεσία								
N. Ηλείας	21	40,38	27	51,92	4	7,69	5	9,61
N. Ηρακλείου	21	43,75	35	72,91	6	12,50	5	10,41
ΣΥΝΟΛΟ	42	42%	62	62%	10	10%	10	10%

Αναλύοντας τους τρεις παραπάνω πίνακες διαπιστώνουμε ότι στην κατηγορία των ξενοδοχείων και κυρίως των πολλών αστέρων γίνονται όλες οι άνω ενέργειες για εξοικονόμηση ενέργειας, είναι δηλαδή περισσότερο ευαισθητοποιημένες πάνω στο θέμα. Πιο συγκεκριμένα στα ξενοδοχεία 5* (στον πίνακα 6.4.1) το 86,20% αυτών αντικατέστησε τους παλαιούς καυστήρες/ λέβητες με νέους υψηλής απόδοσης, το 89,65% υποκατέστησε την ηλεκτρική ενέργεια κτλ., (στον πίνακα 6.4.2) το 93,10% χρησιμοποιεί key card για έλεγχο φωτισμού και κλιματισμού/ θέρμανσης, το 100% χρησιμοποιεί λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης, (στον πίνακα 6.4.3) το 51,72% σύστημα ελέγχου φωτισμού, το 58,62% έχει εγκαταστήσει κεντρικό ηλιακό σύστημα ή ηλιακό θερμοσίφωνα για κάλυψη ιδίων αναγκών. Από την άλλη οι κατηγορίες 2*&1* είναι λιγότερο ευαισθητοποιημένες πάνω στο θέμα, για παράδειγμα από τα ξενοδοχεία 2* κανένα δεν χρησιμοποιεί, ποσοστό 0,00%, θερμοστάτες στα δωμάτια,

δεν διαθέτει κεντρικό σύστημα κλιματισμού, δεν χρησιμοποιεί υβριδικό αερισμό με ανεμιστήρες οροφής, δεν χρησιμοποιεί σύστημα ελέγχου φωτισμού, ούτε χρησιμοποιεί φωτοβολταϊκά για παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας, ούτε τέλος προβαίνει σε οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα. Δηλαδή από τις 13 ενέργειες που αναφέρονται στο διάγραμμα μόνο οι 7 πραγματοποιούνται από αυτή την κατηγορία.

Στην κατηγορία αριθμός δωματίων παρατηρούμε ότι και τα ξενοδοχεία που έχουν 1-50 και τα ξενοδοχεία που έχουν 50-150, αλλά και αυτά που έχουν 150+ οδηγούνται σε δραστηριότητες για την εξοικονόμηση ενέργειας. Η διαφορά μόνο έγκειται στο γεγονός ότι τα ξενοδοχεία με 150+ δωμάτια σε μεγαλύτερο ποσοστό απ' ότι οι άλλες δύο κατηγορίες συμμετέχει στις παραπάνω ενέργειες, για παράδειγμα (στον πίνακα 6.4.1) το 96,66% έχει αντικαταστήσει τους παλαιούς καυστήρες με νέους υψηλής απόδοσης, ενώ στην κατηγορία 50-150 το ποσοστό είναι 59,45% και στην κατηγορία 1-50 το ποσοστό είναι 42,42%. Το 86,66% αντικατέστησε την ηλεκτρική ενέργεια κτλ. με φυσικό αέριο και τα αντίστοιχα των άλλων δύο κατηγοριών είναι 62,16% στα 50-150 και 30,30% στα 1-50. Το 93,33% (στον πίνακα 6.4.2) χρησιμοποιεί συστήματα αυτοματισμού για το κλείσιμο της ψύξης με το άνοιγμα της μπαλκονόπορτας και τα αντίστοιχα των δύο άλλων κατηγοριών είναι 72,97% στα 50-150 και 33,33% στα 1-50 περίπου η ίδια αναλογία ακολουθεί και στις άλλες ενέργειες.

Στην κατηγορία των τύπων ιδιοκτησίας, τα ξενοδοχεία που είναι μέλη κάποιας αλυσίδας παρουσιάζουν ποσοστά ιδιαίτερα αυξημένα, γι' αυτό βλέπουμε ότι σε αυτά που είναι μέλη αλυσίδας το 82,75% (στον πίνακα 6.4.2) χρησιμοποιεί συστήματα αυτοματισμού για το κλείσιμο της ψύξης με το άνοιγμα της μπαλκονόπορτας, ενώ στα ανεξάρτητα μόνο το 59,15%. Στα μέλη αλυσίδας (στον πίνακα 6.4.3) το 58,62% χρησιμοποιεί σύστημα ελέγχου φωτισμού, ενώ στα ανεξάρτητα μόνο το 35,31%. Επίσης τα μέλη αλυσίδας χρησιμοποιούν σε ποσοστό 20,68% φωτοβολταϊκά για παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας, ενώ τα ανεξάρτητα μόλις το 5,63%.

Στην κατηγορία τύπος ξενοδοχείων δεν φαίνεται να επηρεάζει αν είναι πόλης η παραθερισμού την απόφαση των ιδιοκτητών να προβούν σε δραστηριότητες εξοικονόμησης ενέργειας. Όπως διαφαίνεται στον πίνακα 6.4.1 το 59,09% των ξενοδοχείων που είναι πόλης έχουν αντικαταστήσει την ηλεκτρική ενέργεια κτλ. με

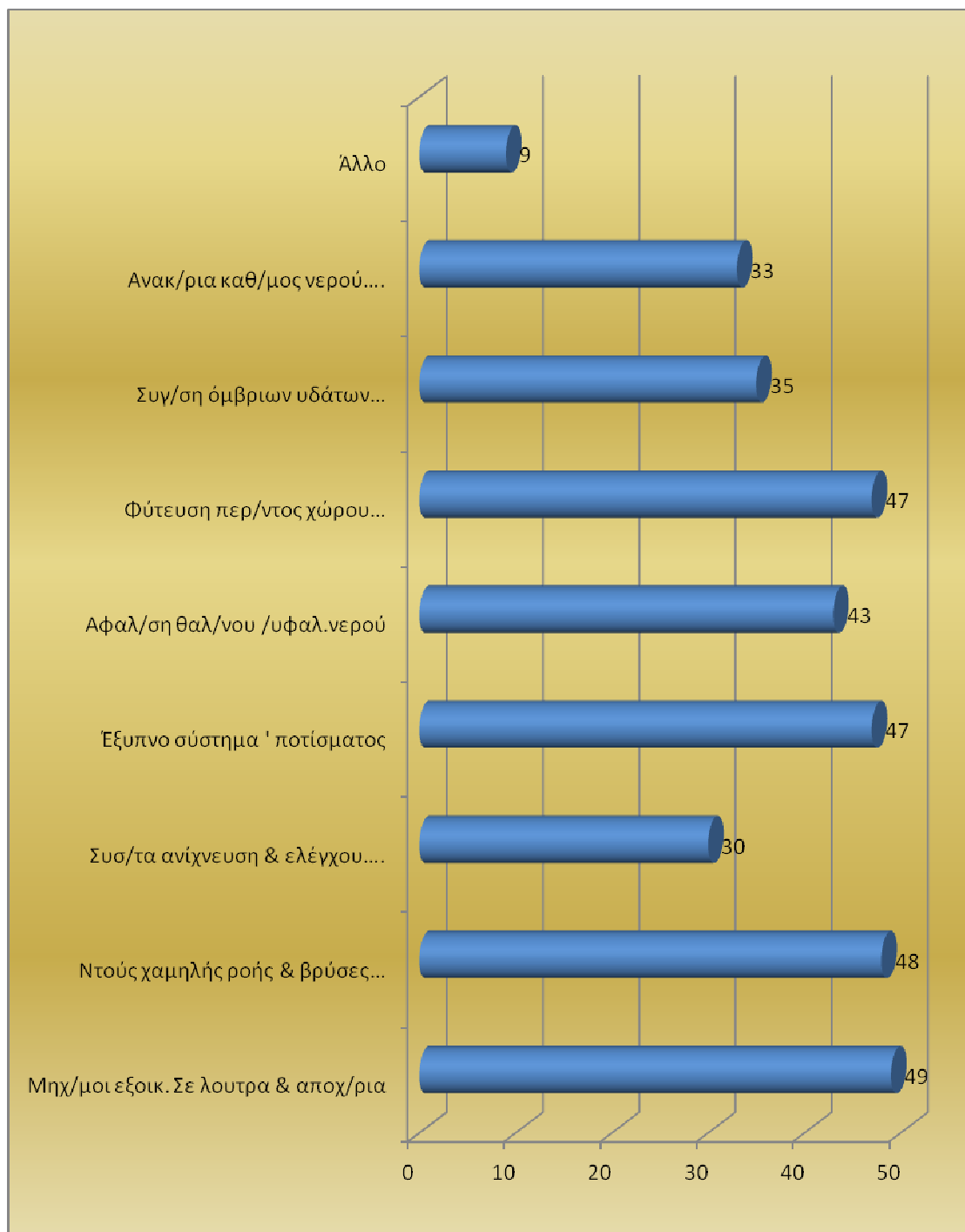
φυσικό αέριο και το αντίστοιχο ποσοστό στα παραθερισμού είναι 58,97%. Στον πίνακα 6.4.2 παρατηρούμε επίσης ότι στα ξενοδοχεία πόλης έχουν αντικαταστήσει τις ηλεκτρικές/ ηλεκτρονικές συσκευές με ενεργειακής κλάσης A το 54,54% και στα ξενοδοχεία παραθερισμού το ποσοστό είναι σχεδόν το ίδιο 55,12%. Στον πίνακα 6.4.3 υπάρχουν μεγαλύτερες αποκλίσεις όπως για παράδειγμα το 72,72% των ξενοδοχείων πόλης χρησιμοποιούν κεντρικό ηλιακό σύστημα ή ηλιακό θερμοσίφωνα για κάλυψη ιδίων αναγκών και το αντίστοιχο ποσοστό στα παραθερισμού είναι 58,97%.

Στην κατηγορία τοποθεσίας τόσο στο Νομό Ηλείας όσο και στο Νομό Ηρακλείου υπάρχει η ίδια τάση χρήσης διαδικασιών που οδηγούν στην εξοικονόμηση ενέργειας. Για παράδειγμα στον πίνακα 6.4.1 το 50% των ξενοδοχείων στο Ν. Ηλείας έχει αντικαταστήσει τα αυτόματα συστήματα κλιματισμού με κεντρικά και το αντίστοιχο ποσοστό στο Ν. Ηρακλείου είναι 52,08%. Στον πίνακα 6.4.2 το ποσοστό των ξενοδοχείων που χρησιμοποιούν λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης είναι το 94,23% για το Ν. Ηλείας και το αντίστοιχο για το Ν. Ηρακλείου είναι 97,91%. Τέλος χρησιμοποιούν σύστημα ελέγχου φωτισμού (πίνακας 6.4.3) το 40,38% των ξενοδοχείων στο ν. Ηλείας και το 43,75% στο ν. Ηρακλείου.

Εφαρμογή της επιχείρησης συστημάτων εξοικονόμησης νερού

Όλες οι ξενοδοχειακές μονάδες που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι πραγματοποιήσουν περισσότερες από μία ενέργειες που αναγράφονται στο ερωτηματολόγιο για εξοικονόμηση νερού. Όπως φαίνεται και στο γράφημα 6.9 που ακολουθεί, οι πιο δημοφιλείς είναι: μηχανισμοί εξοικονόμησης νερού σε λουτρά και αποχωρητήρια σε 49 από τις 100 επιχειρήσεις, ντους χαμηλής ροής και βρύσες περιορισμένης ροής με ή χωρίς αισθητήρες σε 48 ξενοδοχεία, «έξυπνο σύστημα» ποτίσματος σε 47 ξενοδοχεία, και φύτευση περιβάλλοντος χώρου ή/ και στεγών με είδη προσαρμοσμένα στις τοπικές συνθήκες σε 47 ξενοδοχεία.

Γράφημα 6.9: Εφαρμογή από την επιχείρηση των παρακάτω συστημάτων εξοικονόμησης νερού



Ακολουθούν δύο πίνακες (λόγω μη δυνατότητας να αποτυπωθούν όλα σ' έναν πίνακα) που παρουσιάζουν αναλυτικά τα ποσοστά που αντιστοιχούν σε κάθε κατηγορία. Σε ότι αφορά τις κατηγορίες ξενοδοχείων, παρατηρείται ότι το ποσοστό των ξενοδοχείων που έχουν περισσότερα των τριών αστέρια παρουσιάζουν και

μεγαλύτερα ποσοστά εφαρμογής των παραπάνω ενεργειών, ενώ τα ξενοδοχεία που έχουν λιγότερα αστέρια, παρουσιάζουν και μειωμένο ενδιαφέρον. Για παράδειγμα στα ξενοδοχεία 4* το 52,77% αυτών χρησιμοποιούν ντους χαμηλής ροής και βρύσες περιορισμένης ροής με ή χωρίς αισθητήρες, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό σε ξενοδοχεία 2* είναι 0,00% (πίνακας 6.5.1). Επίσης ποσοστό 41,66% των 4* ξενοδοχείων πραγματοποιεί φύτευση περιβάλλοντος χώρου ή/ και στεγών με είδη προσαρμοσμένα στις τοπικές συνθήκες, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στα ξενοδοχεία 2* είναι 11,76% (πίνακας 6.5.2).

Στην κατηγορία αριθμός δωματίων, διαφαίνεται ότι όσο μεγαλύτερη είναι η ξενοδοχειακή μονάδα τόσο αυξημένα είναι τα ποσοστά σε συμμετοχή στις παραπάνω ενέργειες. Για παράδειγμα στα ξενοδοχεία με 150+ δωμάτια, το 76,66% αυτών χρησιμοποιεί μηχανισμούς εξοικονόμησης νερού σε λουτρά και αποχωρητήρια, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό σε ξενοδοχεία από 1-50 δωμάτια είναι μόνο 30,30% (πίνακας 6.5.1). Κάτι αντίστοιχο παρατηρείται και στην ανακυκλοφορία, καθαρισμός νερού πισίνας με την εφαρμογή τεχνολογιών φιλικών προς το περιβάλλον, με ποσοστό 63,33% ξενοδοχείων με 150+ δωμάτια, ενώ στα ξενοδοχεία με 1-50 δωμάτια το ποσοστό είναι 24,24%.

Στην κατηγορία τύπος ιδιοκτησίας παρατηρούνται αυξημένα ποσοστά τόσο στα ξενοδοχεία που είναι μέλη αλυσίδας όσο και στα ανεξάρτητα. Παράδειγμα στην χρήση μηχανισμών εξοικονόμησης νερού σε λουτρά και αποχωρητήρια το 55,17% των ξενοδοχείων που είναι μέλη αλυσίδας συμμετέχουν και στα ξενοδοχεία που είναι ανεξάρτητα συμμετέχει το 46,47% εξ αυτών (πίνακας 6.5.1). Αντίστοιχα στην ανακυκλοφορία, καθαρισμός νερού πισίνας κτλ. το ποσοστό είναι 55,17% για τα μέλη αλυσίδας και 58,62% για τα ανεξάρτητα (πίνακας 6.5.2).

Στην κατηγορία τύπος ξενοδοχείου παρουσιάζονται αυξημένα ποσοστά και στα ξενοδοχεία πόλης και στα ξενοδοχεία παραθερισμού. Διαφορά έντονη παρουσιάζεται στην ενέργεια φύτευση περιβάλλοντος χώρου ή/ και στεγών με είδη προσαρμοσμένα στις τοπικές συνθήκες, όπου το 55,12% των ξενοδοχείων παραθερισμού προχωρά σε αυτή τη διαδικασία, ενώ μόνο το 18,18% των ξενοδοχείων πόλης (πίνακας 6.5.2). Η διαφορά αυτή πιθανότητα οφείλεται ότι στην ύπαιθρο υπάρχουν καλύτερες προϋποθέσεις για τέτοιες ενέργειες.

Στην κατηγορία τοποθεσία τα ξενοδοχεία που βρίσκονται στο Ν. Ηλείας αλλά και στο Ν. Ηρακλείου δείχνουν να δείχνουν να συμμετέχουν εξίσου στις δραστηριότητες ανεξαρτήτως τύπου.

Πίνακας 6.5.1.: Εφαρμογή από την επιχείρηση συστημάτων εξοικονόμησης νερού

	Μηχανισμοί εξοικονόμησης σε λουτρά & αποχωρητήρια		Ντους χαμηλής ροής & βρύσες περιορισμένης...		Συστήματα ανίχνευσης & ελέγχου διαρροής νερού		«Εξυπνο σύστημα» ποτίσματος		Αφαλάτωση θαλασσινού/ υφάλμυρου νερού	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Κατηγορία ξενοδοχείου										
5*	22	75,86	18	62,06	20	68,96	27	93,10	24	82,75
4*	17	47,22	19	52,77	6	16,66	13	36,11	13	36,11
3*	6	37,50	10	62,50	3	18,75	5	31,25	3	18,75
2*	2	11,76	0	0,00	1	5,88	1	5,88	3	17,64
1*	2	100,00	1	50,00	0	0,00	1	50,00	0	0,00
Αριθμός δωματίων										
1-50	10	30,30	6	18,18	4	12,12	12	36,36	10	30,30
50-150	16	43,24	21	56,75	7	18,91	15	40,54	9	24,32
150+	23	76,66	21	70,00	19	63,33	20	66,66	24	80,00
Τύπος ιδιοκτησίας										
Μέλος Αλυσίδας	16	55,17	18	62,06	13	44,82	20	68,96	18	62,06
Ανεξάρτητο	33	46,47	30	42,25	17	23,94	27	38,02	25	35,21
Τύπος ξενοδοχείου										
Πόλης	9	40,90	15	68,18	7	31,81	7	31,81	9	40,90
Παραθερισμού	40	51,28	33	42,30	23	29,48	40	51,28	34	43,58
Τοποθεσία										
Ν. Ηλείας	21	40,38	18	34,61	11	21,15	25	48,07	26	50,00
Ν. Ηρακλείου	28	58,33	30	62,50	19	39,58	22	45,83	17	35,41
ΣΥΝΟΛΟ	49	49%	48	48%	30	30%	47	47%	43	43%

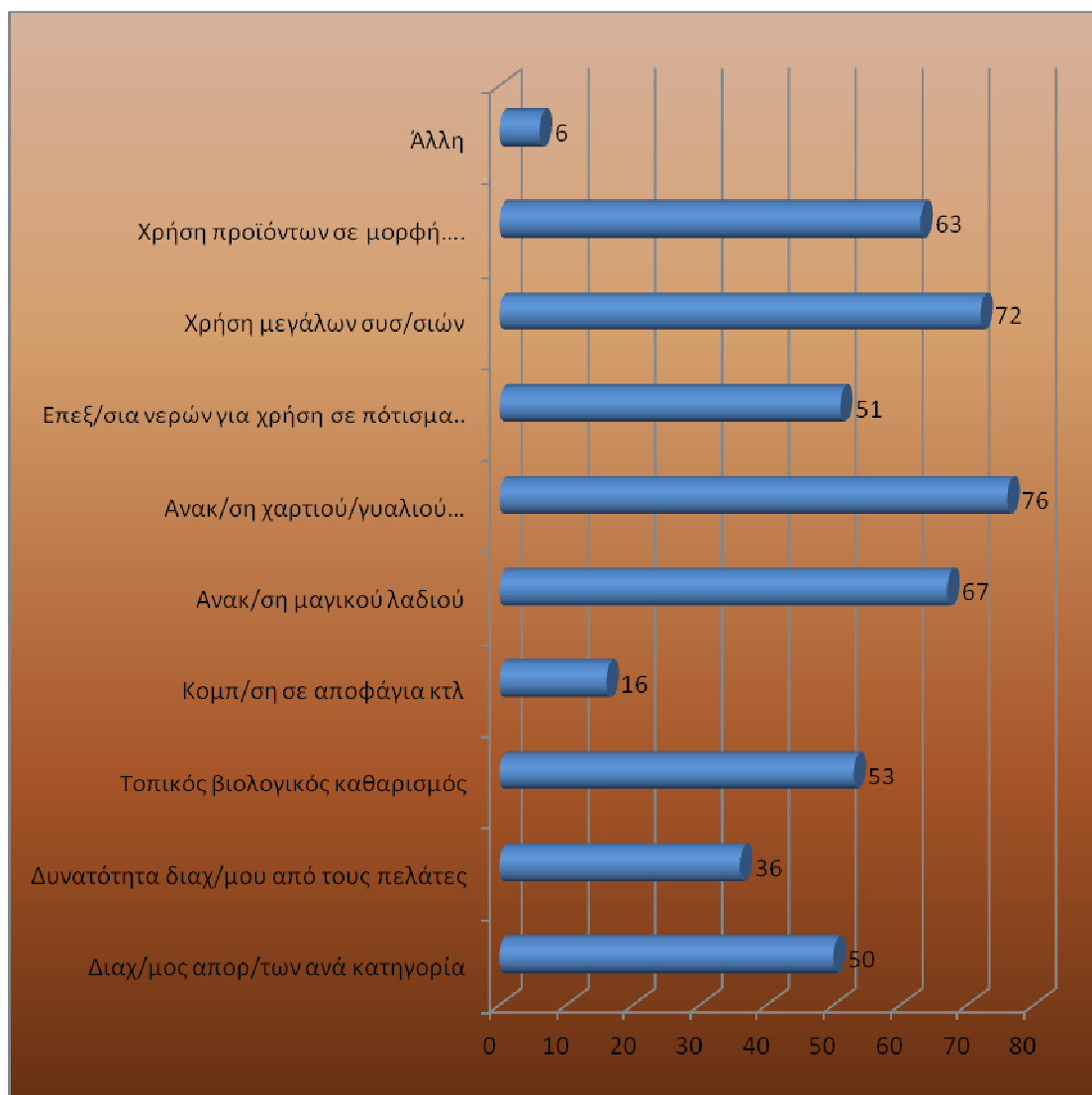
**Πίνακας 6.5.2.: Εφαρμογή από την επιχείρηση συστημάτων εξοικονόμησης
νερού**

	Φύτευση περιβάλλοντος χώρου ή/και στεγών.....		Συγκέντρωση όμβριων υδάτων για συγκεκριμένες χρήσεις		Ανακυκλοφορία, καθαρισμός νερού πισίνας με την εφαρμογή τεχνολογιών φιλικών προς το περιβάλλον		Άλλο	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Κατηγορία ξενοδοχείου								
5*	24	82,75	18	62,06	24	82,75	4	13,79
4*	15	41,66	9	25,00	5	13,88	3	8,33
3*	5	31,25	8	50,00	3	18,75	1	6,25
2*	2	11,76	0	0,00	0	0,00	1	5,88
1*	1	50,00	0	0,00	1	50,00	0	0,00
Αριθμός δωματίων								
1-50	11	33,33	5	15,15	8	24,24	1	3,03
50-150	14	37,83	14	37,83	6	16,21	2	5,40
150+	22	73,33	14	46,66	19	63,33	6	20,00
Τύπος ιδιοκτησίας								
Μέλος Αλυσίδας	19	65,51	18	62,06	16	55,17	4	13,79
Ανεξάρτητο	28	96,55	17	58,62	17	58,62	5	17,24
Τύπος ξενοδοχείου								
Πόλης	4	18,18	9	40,90	3	13,63	0	0,00
Παραθερισμού	43	55,12	26	33,33	30	38,46	9	11,53
Τοποθεσία								
Ν. Ηλείας	23	44,23	14	26,92	16	30,76	5	9,61
Ν. Ηρακλείου	24	50,00	21	43,75	17	35,41	4	8,33
ΣΥΝΟΛΟ	47	47%	35	35%	33	33%	9	9%

**Εφαρμογή της επιχείρησης ενεργειών για τη διαχείριση των απορριμμάτων
(στερεών & υγρών)**

Ο αριθμός των επιχειρήσεων που ακολουθούν διαδικασίες για την διαχείριση απορριμμάτων στερεών και υγρών, ξεπερνά το 50% σε περισσότερες από πέντε δραστηριότητες που αναγράφονται στο ερωτηματολόγιο. Όπως παρουσιάζεται και στο γράφημα 6.10, 76 από τις 100 επιχειρήσεις πραγματοποιούν ανακύκλωση χαρτιού/ γυαλιού/ πλαστικών, 72 επιχειρήσεις κάνουν χρήση μεγάλων συσκευασιών στα απορρυπαντικά, 67 ξενοδοχεία πραγματοποιούν ανακύκλωση μαγειρικού λαδιού, 63 ξενοδοχεία χρησιμοποιούν προϊόντα σε μορφή χύμα στα πρωινά κτλ.

Γράφημα 6.10: Εφαρμογή από την επιχείρηση κάποια από τις παρακάτω ενέργειες για διαχείριση απορριμμάτων



Στη συνέχεια ακολουθούν δύο πίνακες (λόγω μη δυνατότητας να αποτυπωθούν όλα σ' έναν πίνακα), που παρουσιάζουν στοιχεία ανά κατηγορία. Στην κατηγορία ξενοδοχείων, τα ξενοδοχεία που έχουν τρία ή και περισσότερα αστέρια παρουσιάζουν

μεγαλύτερα ποσοστά συμμετοχής στις παραπάνω ενέργειες απ' ότι τα ξενοδοχεία δύο αστέρων και κάτω. Συγκεκριμένα, από τα ξενοδοχεία των 5* το 65,51% εξ' αυτών πραγματοποιούν διαχωρισμό απορριμμάτων μέσω των πελατών τους, ενώ από τα ξενοδοχεία των 2* 0,00% εξ' αυτών πραγματοποιεί την παραπάνω ενέργεια (πίνακας 6.6.1). Από τα ξενοδοχεία 4* το 80,55% αυτών ανακυκλώνει το μαγειρικό λάδι ενώ στην κατηγορία 1*, μόνο το 50% αυτών (πίνακας 6.6.1). Από τα ξενοδοχεία των 3* το 68,75% αυτών προχωρούν σε ανακύκλωση χαρτιού/ γυαλιού/ πλαστικών, ενώ στα ξενοδοχεία 2* μόνο το 17,64% αυτών (πίνακας 6.6.2). Εξίσου δυσανάλογα είναι και τα ποσοστά των 5* ξενοδοχείων όπου το 82,75% αυτών χρησιμοποιεί μεγάλες συσκευασίες στα απορρυπαντικά, ενώ στα ξενοδοχεία 1* το ποσοστό φτάνει το 50% (πίνακας 6.6.2).

Στην κατηγορία αριθμός δωματίων παρατηρείται ότι τα ξενοδοχεία των 150+ δωματίων συμμετέχουν με τα μεγαλύτερα ποσοστά, στις παραπάνω ενέργειες έναντι των άλλων κατηγοριών. Παράδειγμα στα ξενοδοχεία 150+ δωματίων το 86,66% αυτών προχωρά στο διαχωρισμό των απορριμμάτων ανά κατηγορία. Τα αντίστοιχα ποσοστά στην κατηγορία 50-150 δωματίων είναι 35,13% και στην κατηγορία 1-50 δωματίων 33,33% (πίνακας 6.6.1). Το ίδιο παρατηρείται και περίπτωση ανακύκλωσης χαρτιού/ γυαλιού/ πλαστικών όπου από τα ξενοδοχεία με 150+ δωμάτια συμμετέχουν το 96,66%, ενώ στην κατηγορία των 50-150 δωματίων το ποσοστό είναι 78,37% και στα ξενοδοχεία 1-50 δωμάτια δεν ξεπερνά το 54,54% (πίνακας 6.6.2).

Στην κατηγορία τύπος ιδιοκτησίας τα ξενοδοχεία που είναι μέλη αλυσίδας παρουσιάζουν μεγαλύτερα ποσοστά συμμετοχής απ' ότι τα ανεξάρτητα ξενοδοχεία για την διαχείριση των απορριμμάτων. Συγκεκριμένα στα ξενοδοχεία που είναι μέλη το 72,41% αυτών πραγματοποιεί διαχωρισμό απορριμμάτων ανά κατηγορία, ενώ στα ανεξάρτητα ξενοδοχεία το ποσοστό φτάνει μόνο το 40,84% (πίνακας 6.6.1). Επίσης στην ανακύκλωση μαγειρικού λαδιού στα ξενοδοχεία μέλη το ποσοστό φτάνει το 82,75% αυτών, ενώ στα ανεξάρτητα το 60,56% (πίνακας 6.6.1). Τέλος στην διαδικασία για επεξεργασία νερών για χρήση σε πότισμα και καθαριότητα εξωτερικών χώρων, από τα ξενοδοχεία που ανήκουν σε κάποια αλυσίδα το 65,51% αυτών πραγματοποιούν την παραπάνω διαδικασία, ενώ στα ανεξάρτητα το ποσοστό φτάνει το 45,07% (πίνακας 6.6.2).

Στην κατηγορία τύπος ξενοδοχείου και αυτά που βρίσκονται στην πόλη, αλλά και αυτά που βρίσκονται στην ύπαιθρο (παραθερισμού), παρουσιάζουν μια αυξομείωση των ποσοστών τους ανάλογα με την δραστηριότητα. Για παράδειγμα στην πραγματοποίηση τοπικού βιολογικού καθαρισμού, στα ξενοδοχεία πόλης μόλις το 27,27% αυτών πραγματοποιούν, ενώ στα ξενοδοχεία παραθερισμού το ποσοστό είναι τριπλάσιο 60,25% (πίνακας 6.6.1). Από την άλλη όμως στην διαδικασία ανακύκλωσης μαγειρικού λαδιού και στις δύο κατηγορίες τα ποσοστά είναι σχεδόν ίδια, με 63,63% των ξενοδοχείων πόλης και 67,94% των ξενοδοχείων παραθερισμού (πίνακας 6.6.1). Επίσης στη διαδικασία της ανακύκλωσης χαρτιού/ γυαλιού/ πλαστικών τα ξενοδοχεία πόλης συμμετέχουν με ποσοστό 81,81%, ενώ τα παραθερισμού με 74,35% (πίνακας 6.6.2).

Στην κατηγορία, τέλος, τοποθεσίας παρατηρείται ότι και οι δύο Νομοί παρουσιάζουν μια αυξομείωση των ποσοστών τους ανάλογα με την δραστηριότητα. Για παράδειγμα, στην ανακύκλωση μαγειρικού λαδιού από τα ξενοδοχεία του Ν. Ηλείας συμμετέχει το 57,69% αυτών, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στο Ν. Ηρακλείου είναι 75% (πίνακας 6.6.1). Στην χρήση προϊόντων σε μορφή χύμα στα πρωινά κτλ, από τα ξενοδοχεία του Ν. Ηλείας το 61,53% αυτών πραγματοποιεί την διαδικασία, το ίδιο σχεδόν ποσοστό 64,58% αυτών παρουσιάζει και ο Ν. Ηρακλείου (πίνακας 6.6.2).

Πίνακας 6.6.1: Εφαρμογή από την επιχείρηση ενεργειών για τη διαχείριση απορριμμάτων

	Διαχωρισμός απορριμμάτων ανά κατηγορία		Δυνατότητα διαχωρισμού απορριμμάτων από τους πελάτες		Τοπικός βιολογικός καθαρισμός		Κομποστοποίηση σε αποφάγια και απορρίματα κήπου και χρήσης τους		Ανακύκλωση μαγειρικού λαδιού	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Κατηγορία ξενοδοχείου										
5*	23	79,31	19	65,51	23	79,31	5	17,24	26	89,65
4*	18	50,00	12	33,33	26	72,22	9	25,00	29	80,55
3*	4	25,00	4	25,00	3	18,75	1	6,25	8	50,00
2*	3	17,64	0	0,00	0	0,00	0	0,00	3	17,64
1*	2	100,00	1	50,00	1	50,00	1	50,00	1	50,00
Αριθμός δωματίων										
1-50	11	33,33	5	15,15	8	24,24	1	3,03	10	30,30
50-150	13	35,13	15	40,54	20	54,05	8	21,62	29	78,37
150+	26	86,66	10	33,33	25	83,33	7	23,33	28	93,33
Τύπος ιδιοκτησίας										
Μέλος Αλυσίδα	21	72,41	14	48,27	20	41,66	6	20,68	24	82,75
Ανεξάρτητο	29	40,84	16	22,53	33	46,47	10	14,08	43	60,56
Τύπος ξενοδοχείου										
Πόλης	9	40,90	7	31,81	6	27,27	5	22,72	14	63,63
Παραθερισμού	41	52,56	29	37,17	47	60,25	11	14,10	53	67,94
Τοποθεσία										
N. Ηλείας	23	44,23	18	43,61	27	51,92	7	13,46	30	57,69
N. Ηρακλείου	27	56,25	12	25,00	26	54,16	9	18,75	36	75,00
ΣΥΝΟΛΟ	50	50%	36	36%	53	53%	16	16%	67	67%

Πίνακας 6.6.2: Εφαρμογή από την επιχείρηση ενεργειών για τη διαχείριση απορριμμάτων

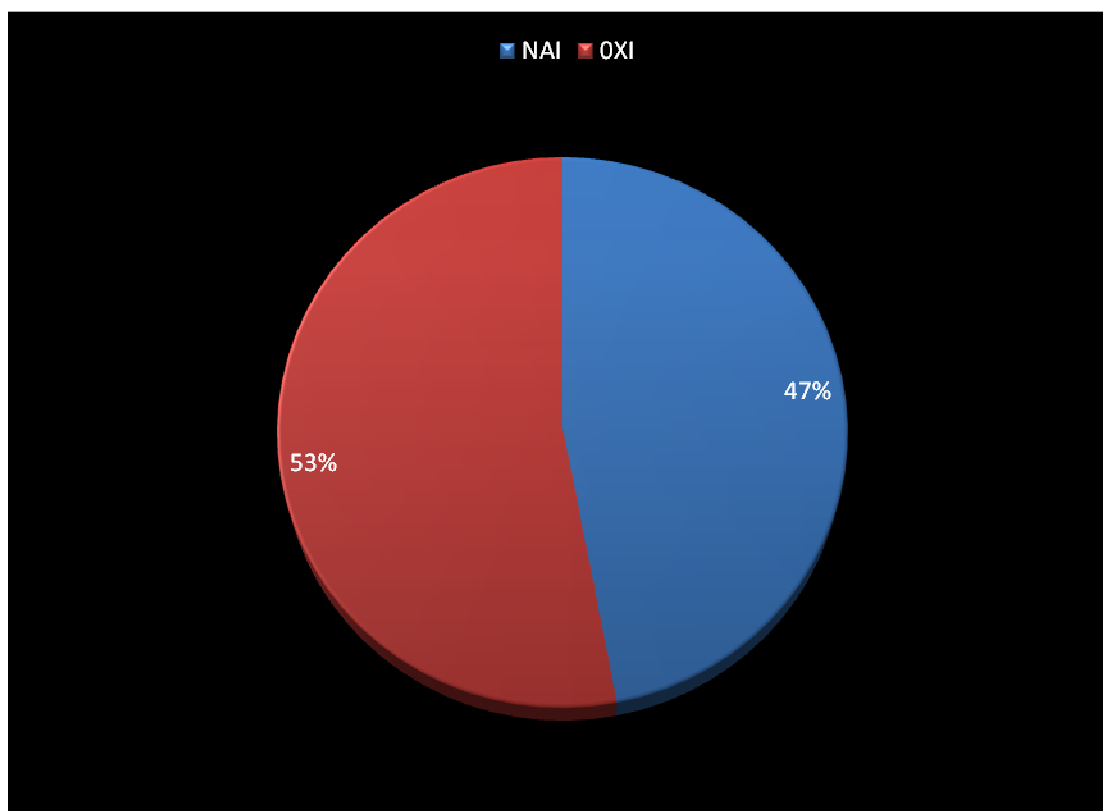
	Ανακύκλωση χαρτιού/ γυαλιού/ πλαστικών		Επεξεργασία νερών για χρήση σε πότισμα και καθαριότητα εξωτερικών χώρων		Χρήση μεγάλων συσκευασιών στα απορρυπαντικά		Χρήση προϊόντων σε μορφή χύμα στα πρωινά, κλπ		Άλλη	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Κατηγορία ξενοδοχείου										
5*	27	93,10	22	75,86	24	82,75	18	62,06	4	13,79
4*	34	94,44	23	63,88	30	83,33	29	80,55	2	5,55
3*	11	68,75	5	31,25	12	31,25	9	56,25	0	0,00
2*	3	17,64	0	0,00	5	29,41	6	35,29	0	0,00
1*	1	50,00	1	50,00	1	50,00	1	50,00	0	0,00
Αριθμός δωματίων										
1-50	18	54,54	10	30,30	14	42,42	12	36,36	0	0,00
50-150	29	78,37	18	48,64	28	75,67	27	72,97	1	2,70
150+	29	96,66	23	76,66	30	100,00	24	80,00	5	16,66
Τύπος ιδιοκτησίας										
Μέλος Αλυσίδας	26	89,65	19	65,51	22	75,86	21	72,41	6	20,68
Ανεξάρτητο	50	70,42	32	45,07	50	70,42	42	59,15	0	0,00
Τύπος ξενοδοχείου										
Πόλης	18	81,81	8	36,36	16	72,72	17	77,27	0	0,00
Παραθερισμού	58	74,35	43	55,12	56	71,79	46	58,97	6	7,69
Τοποθεσία										
N. Ηλείας	36	69,23	24	46,15	36	69,23	32	61,53	5	9,61
N. Ηρακλείου	40	83,33	27	56,25	36	75,00	31	64,58	1	2,08
ΣΥΝΟΛΟ	76	76%	51	51%	72	72%	63	63%	6	6%

Έχει προβεί η επιχείρηση ή όχι σε μέτρηση των επιπέδων ηχορύπανσης με βάση την ισχύουσα νομοθεσία.

Η μέτρηση των επιπέδων ηχορύπανσης είναι μια διαδικασία που όπως φαίνεται στο γράφημα 6.11 που ακολουθεί έχει πραγματοποιηθεί μόνο από το 53% των επιχειρήσεων όλων των κατηγοριών και ανεξαρτήτως νομού. Ένα ποσοστό όχι ιδιαίτερα ικανοποιητικό, αν λάβει κανείς υπόψη ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες είναι

ιδιάζουσες περιπτώσεις κτηρίων σχετικά με το θόρυβο, αφού αφενός πρέπει να υποστηρίζουν αρκετές ηλεκτρομηχανολογικές εγκαταστάσεις και δραστηριότητες, αφετέρου πρέπει να παρέχουν στους πελάτες τους υψηλή ακουστική άνεση. Η ηχομόνωση των ξενοδοχείων έγκειται στον (ΓΟΚ) Κτηριοδομικό Κανονισμό, Άρθρο 12 (ΦΕΚ -59/Δ/3-2-89), όμως απαιτεί μελέτη ακουστικής και ηχομόνωσης από αρμόδιο εξειδικευμένο μηχανικό καθώς οι θόρυβοι προέρχονται από πολλές διαφορετικές πηγές (<http://www.noisecontrol.gr>). Το υπόλοιπο 47% των ξενοδοχείων απλώς αγνοεί ή απλά δεν πραγματοποιεί αυτή τη διαδικασία - τα ποσοστά και στις δύο περιπτώσεις είναι αποθαρρυντικά.

Γράφημα 6.11: Μέτρα για την μέτρηση επιπέδων ηχορύπανσης βάσει νομοθεσίας.



Ο πίνακας 6.7 που ακολουθεί οδηγεί σε ενδιαφέροντα συμπεράσματα αν αναλυθεί με βάση τις κατηγορίες του. Για παράδειγμα στις κατηγορίες των ξενοδοχείων που έχουν πραγματοποιηθεί οι περισσότερες μετρήσεις είναι πρώτα τα ξενοδοχεία 5* με ποσοστό 75,87%, στη συνέχεια των 3* με ποσοστό 68,75% ενώ αντίθετα σε αυτά που δεν πραγματοποιούν ελέγχους είναι με ποσοστό 100% πρώτα τα 1* στη συνέχεια τα 2* με ποσοστό 89,66%. Είναι λοιπόν κατανοητό ότι στις υψηλότερες κατηγορίες τηρείται με μεγαλύτερη συνέπεια η νομοθεσία περί ηχορύπανσης.

Στην κατηγορία των αριθμών δωματίων τα ξενοδοχεία με περισσότερα των 150 δωματίων σε ποσοστό 73,34% πραγματοποιούν ελέγχους ενώ αντίθετα αυτά που διαθέτουν από 1-50 το 78,79% αυτών δεν πραγματοποιεί. Μια διαφορά εντυπωσιακή που δηλώνει ότι οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες είναι πιο υπεύθυνες απέναντι τους πελάτες τους, αλλά και στο περιβάλλον.

Πίνακας 6.7: Μέτρα για την μέτρηση επιπέδων ηχορύπανσης βάση νομοθεσίας

	ΝΑΙ		ΟΧΙ	
	N	%	N	%
Κατηγορία ξενοδοχείου				
5*	22	75,87	7	24,13
4*	11	30,55	25	69,45
3*	11	68,75	5	31,25
2*	3	10,34	14	89,66
1*	0	0,00	2	100,00
Αριθμός δωματίων				
1-50	7	21,21	26	78,79
50-150	18	50,00	18	50,00
150+	22	73,34	9	26,66
Τύπος ιδιοκτησίας				
Μέλος Αλυσίδα	18	62,07	11	37,93
Ανεξάρτητο	29	40,84	53	59,16
Τύπος ξενοδοχείου				
Πόλης	16	72,72	6	17,28
Παραθερισμού	31	39,74	47	60,26
Τοποθεσία				
N. Ηλείας	20	38,46	32	61,64
N. Ηρακλείου	27	56,25	21	43,75
ΣΥΝΟΛΟ	47	47%	53	53%

Στην κατηγορία του τύπου ξενοδοχείων διαπιστώνουμε ότι τα ξενοδοχεία που ανήκουν σε κάποια αλυσίδα, υποχρεούνται από τη μητρική εταιρεία να ακολουθούν κάποια standards και νόμους για τη διασφάλιση του καλού ονόματος της εταιρείας κτλ. Έτσι το 62,07% των ξενοδοχείων που είναι μέλη αλυσίδα πραγματοποιούν μετρήσεις ηχορύπανσης, ενώ το 59,16% των ανεξάρτητων δεν πραγματοποιεί.

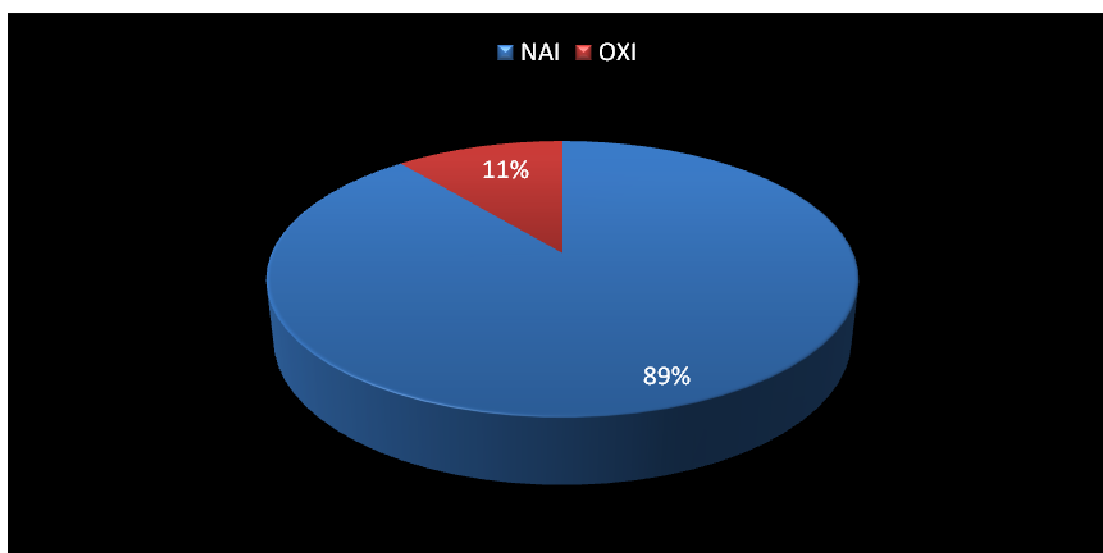
Στην κατηγορία τύπου ξενοδοχείων μόλις το 39,74% από τα ξενοδοχεία παραθερισμού, πραγματοποιεί μετρήσεις, ενώ στα ξενοδοχεία πόλης, όπου ο θόρυβος είναι μεγαλύτερος, το ποσοστό φτάνει το 72,72%.

Στην κατηγορία, τέλος, τοποθεσίας ο Ν. Ηρακλείου με ποσοστό 56,25% πραγματοποιεί μετρήσεις, ενώ στο Ν. Ηλείας μόνο το 38,46%, κάτι που σημαίνει ότι στο Ν. Ηρακλείου δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα στην ηχορύπανση.

Ενημέρωση/ εκπαίδευση του προσωπικού σε θέματα περιβαλλοντικής συνείδησης/ συμπεριφοράς

Σε ότι αφορά περιβαλλοντικά θέματα, από το ερωτηματολόγιο προκύπτει ότι το 89% των ερωτηθέντων ξενοδοχείων απάντησαν πως έχουν ενημερώσει/ εκπαιδεύσει το προσωπικό τους σε περιβαλλοντικά ζητήματα, ενώ μόνο το 11% ισχυρίζεται το αντίθετο. Το γράφημα 6.12 που ακολουθεί απεικονίζει αυτή την τεράστια διαφορά.

Γράφημα 6.12: Εκπαίδευση/ ενημέρωση προσωπικού σε περιβαλλοντικά θέματα



Η εκπαίδευση/ ενημέρωση του προσωπικού στα ξενοδοχεία 5* και 4* είναι καθολική 100% όπως αναφέρεται και στον πίνακα που ακολουθεί. Το ίδιο ποσοστό όμως παρουσιάζεται και στα ξενοδοχεία 1*. Επίσης τα ξενοδοχεία 3* και 2* συμμετέχουν με ποσοστό 68,75% και 64,70% αντίστοιχα. Διαπιστώνεται και εδώ ότι οι μεγάλες κατηγορίες ξενοδοχείων πρωτοπορούν και στην ενημέρωση/ εκπαίδευση του προσωπικού.

Στην κατηγορία αριθμός δωματίων τα ποσοστά είναι πολύ υψηλά και στις τρεις περιπτώσεις, με πρώτη την κατηγορία 150+ και ποσοστό 100%, δεύτερη την κατηγορία 50-150 και ποσοστό 91,89% και τέλος την κατηγορία 1-50 με ποσοστό 75,75%. Γίνεται, λοιπόν, αντιληπτό ότι επηρεάζεται, με μικρές όμως αποκλίσεις, η

εκπαίδευση/ ενημέρωση του προσωπικού από το πόσο μεγάλη ή μικρή είναι η ξενοδοχειακή μονάδα.

Στην κατηγορία τύπος ιδιοκτησίας παρατηρείται ότι το 100% των ξενοδοχείων που είναι μέλη αλυσίδας απάντησαν θετικά για την ενημέρωση του προσωπικού τους, ενώ μεγάλο επίσης είναι και το ποσοστό 84,50% των ανεξάρτητων ξενοδοχείων που απάντησαν επίσης θετικά. Ανεξάρτητα από τον τύπο των ξενοδοχείων η ενημέρωση του προσωπικού σε περιβαλλοντικά θέματα, κατέχει κυρίαρχη θέση στις προτεραιότητες των υπευθύνων.

Πίνακας 6.8: Εκπαίδευση/ ενημέρωση προσωπικού σε περιβαλλοντικά θέματα

	ΝΑΙ		ΟΧΙ	
	N	%	N	%
Κατηγορία ξενοδοχείου				
5*	29	100,00	0	0,00
4*	36	100,00	0	0,00
3*	11	68,75	5	31,25
2*	11	64,70	6	35,30
1*	2	100,00	0	0,00
Αριθμός δωματίων				
1-50	25	75,75	8	24,25
50-150	34	91,89	3	8,11
150+	30	100,00	0	0,00
Τύπος ιδιοκτησίας				
Μέλος Αλυσίδας	29	100,00	0	0,00
Ανεξάρτητο	60	84,50	11	15,50
Τύπος ξενοδοχείου				
Πόλης	19	86,36	3	13,64
Παραθερισμού	70	89,74	8	10,26
Τοποθεσία				
N. Ηλείας	47	90,38	5	9,62
N. Ηρακλείου	42	87,50	6	12,50
ΣΥΝΟΛΟ	89	89%	11	11%

Στην κατηγορία τύπος ξενοδοχείου πόλης ή παραθερισμού διαπιστώνεται ότι ασχέτως κατηγορίας και οι δύο τύποι δίνουν έμφαση (με ποσοστά 86,36% των ξενοδοχείων πόλης και 89,74% των ξενοδοχείων παραθερισμού) στην ενημέρωση του προσωπικού τους.

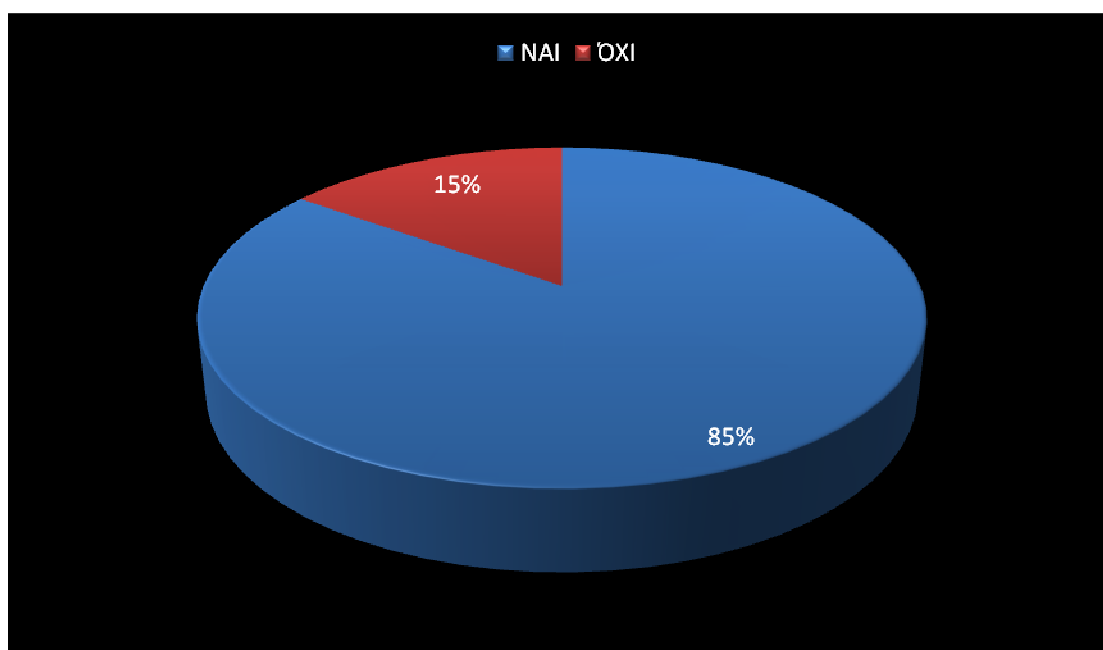
Στην κατηγορία, τέλος, τοποθεσίας, παρατηρείται ότι και στο N. Ηλείας (με ποσοστό 90,38% των ξενοδοχείων) και στο N. Ηρακλείου (με ποσοστό 87,5% των

ξενοδοχείων) δίνεται μεγάλη σημασία στην περιβαλλοντική ενημέρωση του προσωπικού.

Ενθάρρυνση η όχι των πελατών για υιοθέτηση φιλικής συμπεριφοράς προς το περιβάλλον.

Η παρούσα ερώτηση και η προηγούμενη έχουν άμεση σχέση γιατί καθορίζουν την περιβαλλοντική πολιτική της κάθε επιχείρησης. Παρατηρείται λοιπόν με μια πρώτη ματιά, όπως άλλωστε απεικονίζεται και στο γράφημα 6.13 που ακολουθεί, ότι και εδώ το ποσοστό των ξενοδοχείων που ενθαρρύνουν τους πελάτες τους για φιλική περιβαλλοντική συμπεριφορά φτάνει το 85%.

Γράφημα 6.13: Ενθάρρυνση πελατών για φιλική περιβαλλοντική συμπεριφορά



Στην συνέχεια ακολουθεί ο πίνακας 6.9 που παρουσιάζει τα αποτελέσματα του άνω γραφήματος αλλά και επιπλέον πληροφορίες. Συγκεκριμένα στην κατηγορία των ξενοδοχείων είναι σημαντικό να παρατηρήσουμε ότι το 100% των ξενοδοχείων των 5* και 1* υποστηρίζουν ότι ενθαρρύνουν τους πελάτες τους για φιλική περιβαλλοντική συμπεριφορά, κάτι που ίσως δεν ήταν αναμενόμενο σε αυτό το βαθμό από ξενοδοχεία 1*. Στη συνέχεια ακολουθούν τα ξενοδοχεία 2* με ποσοστό 88,23%, έπειτα των 3* με ποσοστό 81,25%, και τέλος των 4* με ποσοστό 72,22%. Σε αυτή την κατηγορία, λοιπόν, διαπιστώνεται ότι δεν έχει σημασία πόσα αστέρια ή όχι

διαθέτει ένα ξενοδοχείο για να παρακινήσει τους πελάτες του θετικά προς το περιβάλλον, αλλά η πολιτική που ακολουθεί η διεύθυνση του ξενοδοχείου.

Στην κατηγορία αριθμός δωματίων τα ξενοδοχεία που έχουν 150+ δωμάτια κατέχουν ηγετική θέση με ποσοστό 90%, ακολουθούν με ποσοστό 86,48% αυτά που διαθέτουν δωμάτια από 50-150 και τέλος με ποσοστό 78,78% ακολουθούν αυτά τα ξενοδοχεία με δωμάτια 1-50. Τα ξενοδοχεία που διαθέτουν από 150 δωμάτια και πάνω παρουσιάζονται περισσότερο ευαισθητοποιημένα στην ενθάρρυνση των πελατών τους για φιλική συμπεριφορά προς το περιβάλλον.

Στην κατηγορία τύπος ιδιοκτησίας, παρατηρούνται μεγάλα ποσοστά ενθάρρυνσης των πελατών και από τις δύο κατηγορίες, 79,31% από τα ξενοδοχεία που είναι μέλη αλυσίδας και 87,32% των ανεξάρτητων. Άρα το αν ένα ξενοδοχείο ένα μέλος μιας αλυσίδας ή ανεξάρτητο δεν επηρεάζει την προσπάθεια για ενθάρρυνση των πελατών για φιλική περιβαλλοντική συμπεριφορά.

Στην κατηγορία τύπος ξενοδοχείου, παρατηρείται ότι και τα ξενοδοχεία πόλης με ποσοστό 86,36% και τα ξενοδοχεία παραθερισμού με ποσοστό 87,32% είναι εξίσου ευαισθητοποιημένα στην προσπάθεια για θετική προς το περιβάλλον συμπεριφορά των πελατών τους.

Στην κατηγορία, τέλος, τοποθεσία, στα ξενοδοχεία που βρίσκονται στο Ν. Ηρακλείου το 91,66% αυτών παρουσιάζουν μεγαλύτερη ανταπόκριση σε αυτή την ενέργεια, απ' ό τι στο Ν. Ηλείας, που το ποσοστό φτάνει το 78,84%.

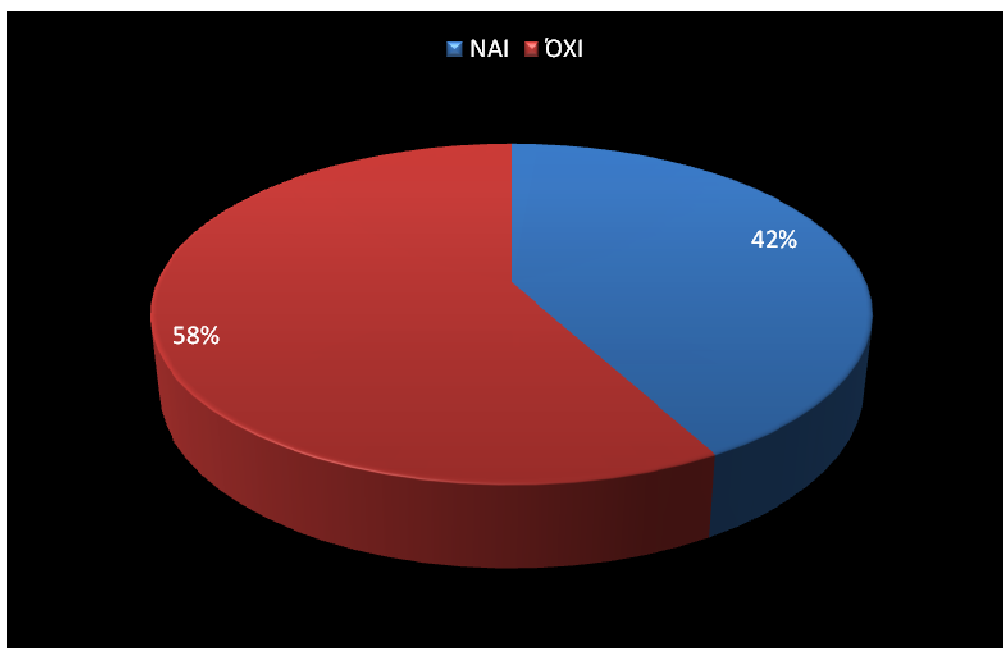
Πίνακας 6.9: Ενθάρρυνση πελατών για φιλική περιβαλλοντική συμπεριφορά

	ΝΑΙ		ΟΧΙ	
	N	%	N	%
Κατηγορία ξενοδοχείου				
5*	29	100,00	0	0,00
4*	26	72,22	10	27,78
3*	13	81,25	3	18,75
2*	15	88,23	2	11,77
1*	2	100,00	0	0,00
Αριθμός δωματίων				
1-50	26	78,78	7	21,22
50-150	32	86,48	5	13,52
150+	27	90,00	3	10,00
Τύπος ιδιοκτησίας				
Μέλος Αλυσίδας	23	79,31	6	20,69
Ανεξάρτητο	62	87,32	9	12,68
Τύπος ξενοδοχείου				
Πόλης	19	86,36	3	13,64
Παραθερισμού	66	84,61	12	15,39
Τοποθεσία				
N. Ηλείας	41	78,84	11	21,16
N. Ηρακλείου	44	91,66	4	8,34
ΣΥΝΟΛΟ	85	85%	15	15%

Ένταξη ή όχι της επιχείρησης σε πρόγραμμα επιδότησης για την ενεργειακή της αναβάθμιση.

Σε αυτή την ερώτηση τα περισσότερα ξενοδοχεία απάντησαν αρνητικά, ποσοστό 58% δεν έχει λάβει μέρος σε πρόγραμμα επιδότησης για την αναβάθμιση τους, κάτι που δηλώνει ότι ή δεν υπάρχει η κατάλληλη ενημέρωση από πλευράς πολιτείας για τα προγράμματα αυτά, ή οι επιχειρήσεις δεν επιθυμούν λόγω γραφειοκρατίας ή άλλων προβλημάτων να μπουν σε αυτές τις διαδικασίες ή τέλος δεν υπάρχουν αρκετά τέτοιου είδους προγράμματα. Το γράφημα 6.14 που ακολουθεί απεικονίζει αυτή την διαφορά.

Γράφημα 6.14.: Ένταξη της επιχείρησης σε πρόγραμμα επιδότησης για ενεργειακή αναβάθμιση



Στην συνέχεια ακολουθεί ο πίνακας 6.10 που παρουσιάζει αναλυτικά για όλες τις κατηγορίες και τύπους ξενοδοχείων τις αντίστοιχες συμμετοχές τους.

Στην κατηγορία ξενοδοχείων αξίζει να αναφερθεί ότι τα ξενοδοχεία 1* συμμετέχουν με ποσοστό 100% σε αυτά τα προγράμματα, σε αντίθεση με τα ξενοδοχεία 5* που συμμετέχουν μόνο με ποσοστό 58,62%. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι τα ξενοδοχεία μεγάλων κατηγοριών από την αρχή της κατασκευής τους καταφεύγουν σε κατασκευές αυξημένης ενεργειακής κάλυψης, ενώ τα ξενοδοχεία μικρότερων κατηγοριών, λόγω υψηλού κόστους να καταφεύγουν στα επιδοτούμενα προγράμματα.

Στην κατηγορία δωματίων παρατηρείται ότι τα ξενοδοχεία με 150+ δωμάτια χρησιμοποιούν σε μεγάλο ποσοστό (66,66%) τέτοιους είδους προγράμματα, ενώ στις κατηγορίες 1-50 και 50-150 δεν ξεπερνούν το 37%, που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι λόγω κόστους της ενεργειακής αναβάθμισης, τα ξενοδοχεία με πολλά δωμάτια, καταφεύγουν στα επιδοτούμενα προγράμματα.

Στην κατηγορία τύπος ιδιοκτησίας, ανεξάρτητα του αν ένα ξενοδοχείο είναι μέλος αλυσίδας ή ανεξάρτητο δεν έχει ενταχθεί σε επιδοτούμενο πρόγραμμα ενεργειακής αναβάθμισης με ποσοστά 55,18% και 59,16% αντίστοιχα.

Στην κατηγορία τύπος ξενοδοχείου, τα ξενοδοχεία πόλης με ποσοστό 59,10% αλλά και τα ξενοδοχεία παραθερισμού με ποσοστό 57,70%, δηλαδή περισσότερα από τα μισά ξενοδοχεία και των δύο τύπων δεν συμμετέχουν σε τέτοιου είδους επιδοτούμενα προγράμματα.

Τέλος στην κατηγορία τοποθεσία, παρατηρείται ότι τα ξενοδοχεία του Ν. Ηλείας με ποσοστό 65,39% δεν συμμετέχουν σε επιδοτούμενα προγράμματα, ενώ στο Ν. Ηρακλείου μόνο το 50%, κάτι που σημαίνει ότι στον τελευταίο Νομό υπάρχει μεγαλύτερη προτίμηση αυτών των προγραμμάτων.

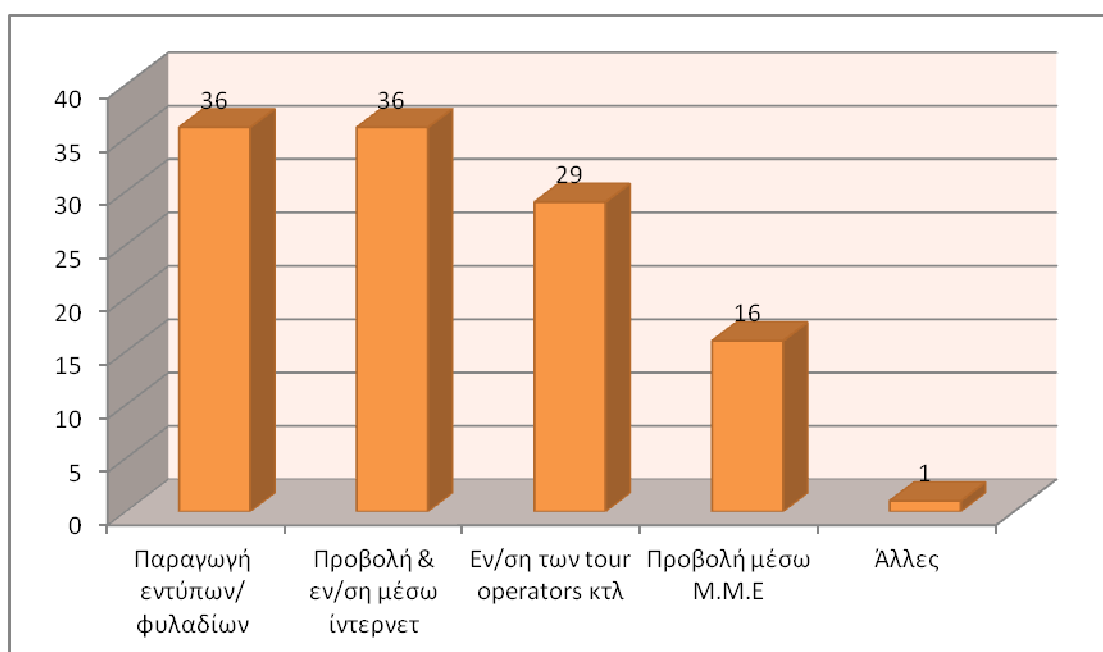
Πίνακας 6.10.: Ένταξη της επιχείρησης σε πρόγραμμα επιδότησης για ενεργειακή αναβάθμιση

	ΝΑΙ		ΟΧΙ	
	N	%	N	%
Κατηγορία ξενοδοχείου				
5*	17	58,62	12	41,38
4*	10	27,77	26	72,23
3*	5	31,25	11	68,75
2*	8	47,05	9	52,95
1*	2	100,00	0	0,00
Αριθμός δωματίων				
1-50	12	36,36	21	63,64
50-150	10	27,02	27	72,98
150+	20	66,66	10	33,34
Τύπος ιδιοκτησίας				
Μέλος Αλυσίδας	13	44,82	16	55,18
Ανεξάρτητο	29	40,84	42	59,16
Τύπος ξενοδοχείου				
Πόλης	9	40,90	13	59,10
Παραθερισμού	33	42,30	45	57,70
Τοποθεσία				
Ν. Ηλείας	18	34,61	34	65,39
Ν. Ηρακλείου	24	50,00	24	50,00
ΣΥΝΟΛΟ	42	42%	58	58%

Ενέργειες ενημέρωσης και προβολής για τις περιβαλλοντικές πρακτικές που εφαρμόζει η επιχείρηση

Στο ερώτημα αυτό παρουσιάζονται κάποιες ενέργειες που πραγματοποιούν οι επιχειρήσεις για την προβολή της περιβαλλοντικής πολιτικής τους. Η παραγωγή εντύπων και φυλλαδίων σχετικών με τις πράσινες ενέργειες και πολιτικές της επιχείρησης, καθώς και η προβολή και ενημέρωση μέσω της ιστοσελίδας του ξενοδοχείου αποτελούν τις πιο δημοφιλείς ενέργειες μιας επιχείρησης. Ακολουθούν η ενημέρωση των tour operators και άλλων συνεργατών του ξενοδοχείου, η προβολή με δημοσιεύματα στον τύπο και άλλες ενέργειες που δεν δηλώνονται. Το γράφημα 6.15 που ακολουθεί δίνει μια σαφή εικόνα των προαναφερθέντων ενεργειών.

Γράφημα 6.15: Ενέργειες ενημέρωσης και προβολής των περιβαλλοντικών πρακτικών της εταιρείας



Στον πίνακα 6.11 που ακολουθεί διαφαίνονται κάποια χαρακτηριστικά που αξίζει να αναφερθούν. Στην κατηγορία των ξενοδοχείων, παρατηρείται ότι τα ξενοδοχεία με περισσότερα από 4 αστέρια εφαρμόζουν όλες τις παραπάνω ενέργειες για την προβολή της περιβαλλοντικής πολιτικής τους (π.χ. σε ξενοδοχεία 5* ποσοστό 68,96% αυτών παράγει έντυπα/ φυλλάδια, το 65,51% αυτών προβαίνει σε προβολή και ενημέρωση μέσω ίντερνέτ κτλ), ενώ ξενοδοχεία μικρότερων αστερών εφαρμόζουν κάποιες ή και καμία από τις παραπάνω ενέργειες (π.χ. σε ξενοδοχεία 2* δεν γίνεται

προσπάθεια για καμία από τις αναφερθείσες ενέργειες). Η δραστηριότητα αυτή δηλώνει πως τα ξενοδοχεία των υψηλότερων κατηγοριών ενδιαφέρονται για την περιβαλλοντική τους εικόνα, ενώ των χαμηλότερων κατηγοριών ελάχιστα.

Στην κατηγορία αριθμός δωματίων, τα ξενοδοχεία με αριθμό 150+ πραγματοποιούν όλες τις παραπάνω ενέργειες (π.χ. 76,66% εξ' αυτών παράγουν έντυπα/ φυλλάδια, το 56,66% προχωρά σε ενημέρωση των tour operators κτλ.), αντίθετα τα ξενοδοχεία με αριθμό 1-50 δωματίων προβαίνουν στις παραπάνω δραστηριότητες με πολύ μικρότερα ποσοστά (π.χ. 6,06% εξ' αυτών προχωρά στη παραγωγή εντύπων/φυλλαδίων, 3,03% στην προβολή μέσω M.M.E κτλ). Παρατηρείται λοιπόν ότι τα ξενοδοχεία με μεγάλο αριθμό δωματίων διαθέτουν περισσότερο χρόνο και χρήμα για τις παραπάνω ενέργειες, σε αντίθεση με τα ξενοδοχεία που έχουν μικρό αριθμό δωματίων.

Στην κατηγορία τύπος ιδιοκτησίας, οι συμμετοχή των ξενοδοχείων στις παραπάνω δραστηριότητες μελών αλυσίδας ή ανεξάρτητων, παρουσιάζει λίγο μεγαλύτερα ποσοστά στην πρώτη κατηγορία, με εντυπωσιακή διαφορά στην προβολή μέσω M.M.E όπου από τα ξενοδοχεία μελών το 31,03% προβαίνει σε αυτή την ενέργεια, ενώ στα ανεξάρτητα μόνο το 9,85%.

Στην κατηγορία τύπος ξενοδοχείου παρατηρείται ότι, στα παραθερισμού οι ενέργειες για ενημέρωση και προβολή περιβαλλοντικών πρακτικών είναι σε υψηλά ποσοστά, π.χ. το 41,02% εξ αυτών προβαίνει στην παραγωγή εντύπων/φυλλαδίων, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των ξενοδοχείων πόλης φτάνει μόλις στο 18,18%, το 30,76% των ξενοδοχείων παραθερισμού προβαίνει στην ενημέρωση των tour operators κτλ, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στα ξενοδοχεία πόλεων αγγίζει το 22,72%. Τα ξενοδοχεία παραθερισμού ανταποκρίνονται σε αυτές τις ενέργειες με μεγαλύτερα ποσοστά.

Τέλος στην κατηγορία της τοποθεσίας δεν διαφαίνεται κάποια ιδιαίτερη διαφορά στις ενέργειες βάσει του Νομού που βρίσκεται το κάθε ξενοδοχείο. Το 32,69% των ξενοδοχείων στο Ν. Ηλείας προβαίνει στην προβολή και ενημέρωση μέσω ιντερνέτ, κάτι αντίστοιχο 39,58% των ξενοδοχείων στο Ν. Ηρακλείου.

Πίνακας 6.11.: Ενέργειες ενημέρωσης και προβολής των περιβαλλοντικών πρακτικών της εταιρείας

	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΝΤΥΠΩΝ/ΦΥΛΛΑΔΙΩΝ		ΠΡΟΒΟΛΗ & ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΜΕΣΩ ΙΝΤΕΡΝΕΤ		ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΤΩΝ TOUR OPERATORS Κ.ΤΛ		ΠΡΟΒΟΛΗ ΜΕΣΩ Μ.Μ.Ε		ΆΛΛΕΣ	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Κατηγορία ξενοδοχείου										
5*	20	68,96	19	65,51	16	55,17	10	34,48	0	0,00
4*	14	38,88	8	22,22	10	27,77	4	11,11	0	0,00
3*	0	0,00	7	43,75	1	6,25	1	6,25	0	0,00
2*	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
1*	2	100,00	2	100,00	2	100,00	1	50,00	1	50,00
Αριθμός δωματίων										
1-50	2	6,06	10	30,30	5	15,15	1	3,03	1	3,03
50-150	11	29,72	12	32,43	7	18,91	5	13,51	0	0,00
150+	23	76,66	14	46,66	17	56,66	10	33,33	0	0,00
Τύπος ιδιοκτησίας										
Μέλος Αλυσίδας	14	48,27	13	44,82	13	44,82	9	31,03	0	0,00
Ανεξάρτητο	22	30,98	23	32,39	16	22,53	7	9,85	1	1,40
Τύπος ξενοδοχείου										
Πόλης	4	18,18	8	36,36	5	22,72	3	13,63	0	0,00
Παραθερισμού	32	41,02	26	33,33	24	30,76	13	16,66	1	1,28
Τοποθεσία										
N. Ηλείας	21	40,38	17	32,69	16	30,76	8	15,38	1	1,92
N. Ηρακλείου	15	31,25	19	39,58	13	27,08	8	16,66	0	0,00
ΣΥΝΟΛΟ	36	36%	36	36%	29	29%	16	16%	1	1%

Τα σημαντικότερα οφέλη που έχει κερδίσει η επιχείρηση από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής

Η ερώτηση αυτή διαφέρει απ' όλες τις προηγούμενες γιατί σ' αυτή ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να απαντήσουν σε κλίμακα Likert που λειτουργεί ως εξής: καθόλου σημαντικό=1, λίγο σημαντικό=2, μέτρια σημαντικό=3, αρκετά σημαντικό=4 και τέλος πολύ σημαντικό=5. Στη συνέχεια χρησιμοποιήθηκε ο μέσος όρος σε κάθε μία δραστηριότητα, αλλά και σε κάθε κατηγορία. Ακολουθούν τρεις πίνακες (λόγω μη δυνατότητας να αναγραφούν όλα τα δεδομένα σε έναν πίνακα).

Πίνακας 6.12.1: Τα οφέλη που οι ξενοδόχοι θεωρούν ότι έχει κερδίσει η επιχείρησή τους από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής

	Μείωση λειτουργικού κόστους, μέσω εξοικονόμησης ενέργειας, νερού και ολοκληρωμένης διαχείρισης απορριμμάτων	Μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία του ξενοδοχείου	Αναβάθμιση & βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του ξενοδοχείου	Αύξηση ικανοποίησης πελατών
ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ	3,97	4,20	4,13	4,33
Κατηγορία ξενοδοχείου				
5*	4,34	4,52	4,55	4,82
4*	3,69	4,47	4,22	4,44
3*	4,18	4,25	4,06	4,18
2*	3,47	3,05	3,23	3,29
1*	5,00	4,50	4,50	5,00
Αριθμός δωματίων				
1-50	4,24	4,12	4,12	4,21
50-150	3,65	3,94	3,78	4,16
150+	4,01	4,60	4,56	4,66
Τύπος ιδιοκτησίας				
Μέλος Αλυσίδας	3,86	4,44	4,24	4,48
Ανεξάρτητο	4,04	4,09	4,05	4,26
Τύπος ξενοδοχείου				
Πόλης	3,95	4,18	4,13	4,40
Παραθερισμού	3,97	4,20	4,12	4,30
Τοποθεσία				
Ν. Ηλείας	3,67	4,01	3,96	4,15
Ν. Ηρακλείου	4,29	4,39	4,31	4,52

Τα οφέλη που οι ξενοδόχοι θεωρούν ότι έχει κερδίσει η επιχείρησή τους από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής

Πίνακας 6.12.2:

Πίνακας 6.12.3

	Προσέλευση νέων πελατών	Συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών	Εξασφάλιση οικολογικής πιστοποίησης
ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ	4,03	3,81	3,44
Κατηγορία ξενοδοχείου			
5*	4,62	4,24	3,87
4*	3,91	3,80	3,52
3*	3,93	3,62	3,06
2*	3,29	3,17	2,82
1*	4,50	4,50	4,50
Αριθμός δωματίων			
1-50	4,03	3,78	3,51
50-150	3,67	3,48	3,13
150+	4,46	4,23	3,73
Τύπος ιδιοκτησίας			
Μέλος Αλυσίδας	3,89	3,75	3,48
Ανεξάρτητο	4,08	3,83	3,42
Τύπος ξενοδοχείου			
Πόλης	4,04	3,68	3,36
Παραθερισμού	4,02	3,84	3,46
Τοποθεσία			
Ν. Ηλείας	3,78	3,67	3,38
Ν. Ηρακλείου	4,29	3,95	3,50

	Ενίσχυση περιβαλλοντικής συνείδησης (πελατών, συνεργατών, κλπ)	Ενίσχυση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης / εικόνας (image) της επιχείρησης	Βελτίωση σχέσεων με την τοπική κοινωνία
ΜΕΣΟΙ ΟΡΟΙ	3,76	4,00	3,85
Κατηγορία ξενοδοχείου			
5*	4,20	4,20	4,34
4*	3,86	4,41	3,94
3*	3,75	4,00	4,06
2*	2,76	2,76	2,64
1*	4,00	4,00	3,50
Αριθμός δωματίων			
1-50	3,51	3,78	3,57
50-150	3,64	3,62	3,86
150+	4,16	4,36	4,13
Τύπος ιδιοκτησίας			
Μέλος Αλυσίδας	3,75	4,27	4,24
Ανεξάρτητο	3,76	3,88	3,69
Τύπος ξενοδοχείου			
Πόλης	3,86	4,04	4,13
Παραθερισμού	3,74	3,98	3,76
Τοποθεσία			
Ν. Ηλείας	3,52	3,78	3,59
Ν. Ηρακλείου	4,06	4,20	4,12

Οι παραπάνω πίνακες δίνουν σημαντικές πληροφορίες για τα οφέλη που θεωρεί η κάθε επιχείρηση πως έχει αποκομίσει εφαρμόζοντας περιβαλλοντική πολιτική. Αυτό που πρέπει πρώτα να αναφερθεί είναι ότι ανεξάρτητα κατηγοριών το σημαντικότερο όφελος που έχουν αποκομίσει εφαρμόζοντας αυτή την πολιτική τα ξενοδοχεία είναι η αύξηση της ικανοποίησης των πελατών με ένα Μ.Ο 4,33/5 (πίνακας 6.12.1), αμέσως μετά ακολουθεί η μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία του ξενοδοχείου με Μ.Ο 4,20/5 (πίνακας 6.12.1), η αναβάθμιση & βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του ξενοδοχείου με Μ.Ο 4,13% (πίνακας 6.12.1) κτλ.

Στην κατηγορία ξενοδοχείων παρατηρείται ότι ανεξαρτήτως αστέρων που έχει η κάθε επιχείρηση θεωρούν ότι όλα τα οφέλη που έχουν αποκομίσει είναι βάση Μ.Ο από αρκετά σημαντικά έως πολύ σημαντικά.

Στην κατηγορία αριθμός δωματίων παρατηρείται ότι και οι τρεις κατηγορίες θεωρούν ότι τα οφέλη που έχουν αποκομίσει, όπως αναγράφονται στο ερωτηματολόγιο, είναι σύμφωνα με τους Μ.Ο αρκετά σημαντικά έως πολύ σημαντικά.

Στην κατηγορία τύπος ιδιοκτησίας ισχύει ότι και στις δύο προηγούμενες κατηγορίες. Είτε είναι μέλη αλυσίδας κάποια ξενοδοχεία, είτε είναι ανεξάρτητα, τα οφέλη που έχουν αποκομίσει είναι από αρκετά σημαντικά έως πολύ σημαντικά.

Επίσης στην κατηγορία τύπος ιδιοκτησίας, ανεξάρτητα αν είναι ξενοδοχεία πόλης ή παραθερισμού τα οφέλη που έχουν αποκομίσει βάση Μ.Ο κρίνονται από αρκετά σημαντικά έως πολύ σημαντικά.

Τέλος, στην κατηγορία τοποθεσίας, παρατηρείται ότι και στις προηγούμενες κατηγορίες, δηλαδή και στο Ν. Ηλείας και στο Ν. Ηρακλείου τα οφέλη που έχουν αποκομίσει υιοθετώντας περιβαλλοντική πολιτική είναι αρκετά σημαντικά έως πολύ σημαντικά.

6.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

6.2.1 ΓΕΝΙΚΑ - ΣΥΝΔΙΑΣΤΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Εξετάζοντας τα δεδομένα που προέκυψαν από τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων μπορούμε να οδηγηθούμε σε κάποια γενικά συμπεράσματα που αφορούν όλα τα ξενοδοχεία ανεξαρτήτου κατηγορίας, τύπου, τοποθεσίας κτλ. Συγκεκριμένα:

- Ποσοστό μεγαλύτερο του 50% των ξενοδοχείων δεν χρησιμοποιεί κανένα πρότυπο περιβαλλοντικής πολιτικής.
- Πάνω από το 50% των επιχειρήσεων πραγματοποιούν τουλάχιστον 3 δραστηριότητες για να επιτύχουν καλύτερα ενεργειακά αποτελέσματα.
- Πρέπει να σημειωθεί ότι, 7 από τις 13 διαδικασίες που προτείνονται από αυτό το ερωτηματολόγιο για εξοικονόμηση ενέργειας, τις εφαρμόζει πάνω από το 50% των επιχειρήσεων.

- Λιγότερες από τις μισές ξενοδοχειακές μονάδες πραγματοποιούν αρκετές ενέργειες για την εξοικονόμηση νερού.
- Ο αριθμός των επιχειρήσεων που ακολουθούν διαδικασίες για την διαχείριση απορριμμάτων στερεών και υγρών, ξεπερνά το 50% σε περισσότερες από πέντε δραστηριότητες που αναγράφονται στο ερωτηματολόγιο.
- Η μέτρηση των επιπέδων ηχορύπανσης είναι μια διαδικασία που έχει πραγματοποιηθεί μόνο από το 53% των ξενοδοχειακών μονάδων.
- Σε ότι αφορά περιβαλλοντικά θέματα, σχεδόν το 90% των ερωτηθέντων ξενοδοχείων απάντησαν θετικά για ενημέρωση/ εκπαίδευση του προσωπικού τους.
- Το ποσοστό των ξενοδοχείων που ενθαρρύνουν τους πελάτες τους για φιλική περιβαλλοντική συμπεριφορά φτάνει το 85%.
- Ποσοστό 58% δεν έχει λάβει μέρος σε πρόγραμμα επιδότησης για την ενεργειακή του αναβάθμιση.
- Λιγότερες από τις μισές επιχειρήσεις έχουν προβεί σε διάφορες ενέργειες για την ενημέρωση και προβολή των περιβαλλοντικών πρακτικών τους.
- Τέλος όλες οι επιχειρήσεις θεωρούν ότι έχουν αποκομίσει αρκετά σημαντικά ή πολύ σημαντικά οφέλη από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής.

Εκτός όμως των γενικών συμπερασμάτων οδηγούμαστε σε κάποια συνδυαστικά και ειδικότερα συμπεράσματα που αφορούν τις κατηγορίες, του τύπου, τις τοποθεσίες των ξενοδοχείων κτλ. Συγκεκριμένα:

- Τα ξενοδοχεία 3* και άνω χρησιμοποιούν περισσότερα πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης, πραγματοποιούν περισσότερες δραστηριότητες για ενεργειακή απόδοση, για εξοικονόμηση ενέργειας, νερού, για την διαχείριση απορριμμάτων, πραγματοποιούν συχνότερα ελέγχους ηχορύπανσης, συμμετέχουν πιο ενεργά στην εκπαίδευση και ενημέρωση του προσωπικού τους και τέλος, ενδιαφέρονται περισσότερο για την περιβαλλοντική τους εικόνα.
- Οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες 150+ δωματίων πραγματοποιούν όλες τις ανωτέρω ενέργειες σε ποσοστά υψηλότερα από τις άλλες κατηγορίες, καθώς επίσης παρακινούν περισσότερο τους πελάτες τους για υιοθέτηση φιλικής περιβαλλοντικής συμπεριφοράς και είναι τέλος αυτά που καταφεύγουν σε μεγαλύτερο βαθμό σε επιδοτούμενα προγράμματα ενεργειακής αναβάθμισης.

- Τα ξενοδοχεία που είναι μέλη κάποιας αλυσίδας δείχνουν ότι είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένα σε χρήση προτύπων περιβαλλοντικής διαχείρισης, δραστηριοτήτων για ενεργειακή απόδοση, για εξοικονόμηση ενέργειας, διαχείριση απορριμμάτων, ελέγχους ηχορύπανσης, ενημέρωσης/ εκπαίδευσης του προσωπικού καθώς και για προβολή της περιβαλλοντικής τους εικόνας.
- Τα ξενοδοχεία πόλης, περισσότερο από το 70% αυτών πραγματοποιούν μετρήσεις ηχορύπανσης, ενώ τα ξενοδοχεία παραθερισμού ανταποκρίνονται με μεγαλύτερα ποσοστά στις ενέργειες για την περιβαλλοντική εικόνα της επιχείρησης. Σε όλες τις άλλες δραστηριότητες παρουσιάζουν περίπου την ίδια εικόνα συμμετοχής, είτε αρνητική είτε θετική.
- Στο Ν. Ηλείας περισσότερες από τις μισές και πλέον επιχειρήσεις δεν χρησιμοποιούν κανένα πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης. Από την άλλη πλευρά, στο Ν. Ηρακλείου πραγματοποιούν περισσότερες μετρήσεις ηχορύπανσης, τα ξενοδοχεία δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον να παρακινήσουν τους πελάτες για φιλικότερη περιβαλλοντική συμπεριφορά και συμμετέχουν σε μεγαλύτερο βαθμό σε προγράμματα ενεργειακής επιδότησης.

6.2.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΛΕΙΑΣ

Μελετώντας τα αποτελέσματα της έρευνας, που αναφέρονται στον Ν. Ηλείας, ανακύπτουν τα παρακάτω συμπεράσματα:

- Περισσότερες από το 60% των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων δεν χρησιμοποιούν κανένα πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης.
- Η χρήση εξωτερικών σκίαστρων, κουφωμάτων και υαλοπινάκων καθώς και θερμομόνωση, είναι δραστηριότητες που πραγματοποιούνται σε ποσοστό 55% και άνω των επιχειρήσεων, για εξασφάλιση καλύτερης ενεργειακής απόδοσης.
- Πάνω από το 80% των ξενοδοχειακών μονάδων χρησιμοποιούν key card για έλεγχο φωτισμού και κλιματισμού/θέρμανσης, καθώς και λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης για εξοικονόμηση ενέργειας.

- Η αφαλάτωση θαλασσινού/ υφάλμυρου νερού και το «έξυπνο σύστημα» ποτίσματος αποτελούν τις δημοφιλέστερες μεθόδους των ξενοδοχείων για την εξοικονόμηση νερού.
- Σε ποσοστό 70% περίπου των μονάδων προχωρούν σε ανακύκλωση χαρτιού/ γυαλιού/ πλαστικών καθώς και χρήση μεγάλων συσκευασιών στα απορρυπαντικά στην προσπάθειά τους να διαχειριστούν τα απορρίμματα.
- Με ποσοστό μεγαλύτερο του 60% , οι μονάδες του νομού δεν προχωρούν σε μέτρηση των επιπέδων ηχορύπανσης με βάση την ισχύουσα νομοθεσία.
- Σχεδόν όλες οι επιχειρήσεις (ποσοστό 90,38%) εκπαιδεύουν ή ενημερώνουν το προσωπικό τους σε θέματα περιβαλλοντικής συνείδησης/ συμπεριφοράς.
- Οι ξενοδοχειακές μονάδες που ενθαρρύνουν τους πελάτες τους να υιοθετήσουν φιλική συμπεριφορά προς το περιβάλλον ξεπερνούν το 78%.
- Το 65% περίπου των ξενοδοχείων δεν συμμετέχουν ή δεν συμμετείχαν σε κανένα πρόγραμμα επιδότησης για την ενεργειακή αναβάθμισή τους.
- Η παραγωγή εντύπων, η προβολή και ενημέρωση μέσω internet, καθώς και η ενημέρωση των tours operators, αποτελούν -με την σειρά που αναφέρονται- οι συνηθέστερες ενέργειες των μονάδων για ενημέρωση και προβολή των περιβαλλοντικών πρακτικών τους.
- Η αύξηση της ικανοποίησης των πελατών, η μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία του ξενοδοχείου, καθώς και η αναβάθμιση και βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του ξενοδοχείου, αποτελούν τα σημαντικότερα οφέλη που θεωρούν ότι έχουν κερδίσει οι μονάδες από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής.

6.2.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Μελετώντας τα αποτελέσματα της έρευνας, που αναφέρονται στον Ν. Ηρακλείου, ανακύπτουν τα παρακάτω συμπεράσματα:

- Το 58% περίπου των ξενοδοχειακών μονάδων ακολουθούν πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης.
- Η θερμομόνωση κτιρίου, τα κουφώματα και οι υαλοπίνακες με βελτιωμένη ενεργειακή απόδοση και τα εξωτερικά σκίαστρα, αποτελούν τις κύριες

ενέργειες για εξασφάλιση από τις επιχειρήσεις ενεργειακής απόδοσης κτιρίου και εγκαταστάσεων.

- Περισσότερες από το 95% των επιχειρήσεων κάνουν χρήση key card και λαμπτήρων χαμηλής κατανάλωσης και περισσότερες από το 72% χρησιμοποιούν συστήματα αυτοματισμού για κλείσιμο της ψύξης με το άνοιγμα της μπαλκονόπορτας και εγκατάσταση κεντρικού ηλιακού συστήματος για να εξοικονομήσουν ενέργεια.
- Η χρήση ντους χαμηλής ροής και βρύσες περιορισμένης ροής με ή χωρίς αισθητήρες, οι μηχανισμοί εξοικονόμησης νερού σε λουτρά και αποχωρητήρια, καθώς και η φύτευση περιβάλλοντος χώρου ή/ και στεγών με είδη προσαρμοσμένα στις τοπικές συνθήκες, αποτελούν τις συνηθέστερες ενέργειες των μονάδων για εξοικονόμηση νερού.
- Σε ποσοστό 83% περίπου οι μονάδες προχωρούν στην ανακύκλωση χαρτιού/ γυαλικών/ πλαστικών και σε ποσοστό 75% στην ανακύκλωση μαγειρικού λαδιού και χρήση μεγάλων συσκευασιών στα απορρυπαντικά, για την διαχείριση απορριμμάτων.
- Περισσότερα από το 56% των ξενοδοχείων δεν πραγματοποιούν μετρήσεις των επιπέδων ηχορύπανσης με βάση την ισχύουσα νομοθεσία.
- Το 89% των επιχειρήσεων έχει πραγματοποιήσει ή πραγματοποιεί ενημερώσεις/ εκπαιδεύσεις του προσωπικού τους σε θέματα περιβαλλοντικής συνείδησης/ συμπεριφοράς.
- Το 85% των ξενοδοχείων ενθαρρύνει τους πελάτες του για υιοθέτηση φιλικής συμπεριφοράς προς το περιβάλλον.
- Σε πρόγραμμα επιδότησης για την ενεργειακή αναβάθμιση δεν συμμετέχουν ή δεν έχουν συμμετάσχει το 58% των μονάδων.
- Οι συνηθέστερες ενέργειες για την ενημέρωση και την προβολή των περιβαλλοντικών πρακτικών που εφαρμόζουν οι ξενοδοχειακές μονάδες είναι: η προβολή και ενημέρωση μέσω της ιστοσελίδας του ξενοδοχείου, η παραγωγή εντύπων και φυλλαδίων σχετικών με τις πράσινες ενέργειες και πολιτικές της επιχείρησης και η ενημέρωση των tours operators και άλλων συνεργατών του ξενοδοχείου.
- Οι επιχειρήσεις θεωρούν ότι τα κυριότερα οφέλη που έχουν αποκομίσει από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής είναι: 1) η αύξηση της ικανοποίησης των πελατών, 2) η μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων

από τη λειτουργία του ξενοδοχείου, και 3) η αναβάθμιση & βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του ξενοδοχείου.

6.2.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΚΥΡΙΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΔΥΟ ΝΟΜΩΝ

Μελετώντας τα συμπεράσματα στο νομό Ηρακλείου και στο νομό Ηλείας εκμαιοούνται και οι κύριες διαφορές μεταξύ τους. Συγκεκριμένα:

- ✓ Στο Ν. Ηρακλείου πάνω από το 58% των επιχειρήσεων ακολουθούν πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης, ενώ στο Ν. Ηλείας λιγότερο από το 40% των μονάδων δεν χρησιμοποιεί.
- ✓ Η αφαλάτωση θαλασσινού/ υφάλμυρου νερού και το έξυπνο πότισμα, αποτελούν τις δημοφιλέστερες μεθόδους για εξοικονόμηση νερού, στο Ν. Ηλείας. Αντίθετα στο Ν. Ηρακλείου, το ντους χαμηλής ροής και οι βρύσες περιορισμένης ροής κτλ, καθώς και η φύτευση περιβάλλοντος χώρου ή/ και στεγών αποτελούν τις σύνηθες μεθόδους.
- ✓ Στη διαχείριση απορριμμάτων παρ' ότι και οι δύο Νομοί παρουσιάζουν υψηλά ποσοστά, στο Ν. Ηλείας το ποσοστό φτάνει περίπου το 70%, ενώ στο Ν. Ηρακλείου φτάνει το 75% έως και το 83% σε κάποιες περιπτώσεις.
- ✓ Σε πρόγραμμα επιδότησης για την ενεργειακή αναβάθμιση οι ξενοδοχειακές μονάδες στο Ν. Ηρακλείου συμμετέχουν με ποσοστό 48%, ενώ στο Ν. Ηλείας με ποσοστό μόλις 35%.

6.3 ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Η διεξαγωγή περαιτέρω ερευνών καθίσταται αναγκαία, προκειμένου να διαπιστωθεί αν η πράσινη ανάπτυξη είναι μια ενέργεια η οποία έχει κύρια θέση στον ελληνικό τουρισμό, μέχρι ποιο βαθμό και ποιες διαδικασίες ακολουθούνται προς αυτή την κατεύθυνση.

Μια νέα έρευνα, επανάληψη της υπάρχουσας, θα μπορούσε να διεξαχθεί έπειτα από δύο ή τέσσερα έτη, για να διαπιστωθεί αν υπάρχουν και ποιες είναι οι αλλαγές στην περιβαλλοντική πολιτική των ξενοδοχείων των δύο νομών.

Επίσης θα μπορούσε να γίνει μια προσπάθεια μελέτης της περιβαλλοντικής πολιτικής των ξενοδοχειακών μονάδων σε άλλους νομούς της χώρας γενικά, η σε επιλεγμένους τουριστικούς νομούς.

Ειδικό ενδιαφέρον θα είχε να γίνει μια προσπάθεια διεξαγωγής αντίστοιχης έρευνας με την υπάρχουσα, στους πελάτες των ξενοδοχειακών μονάδων για να διαπιστωθεί αν ενδιαφέρονται για την περιβαλλοντική πολιτική που ακολουθεί το ξενοδοχείο που διαμένουν, πόσο ευαισθητοποιημένοι είναι περιβαλλοντικά και αν οι μονάδες έχουν καλή προβολή και ενημέρωση της πολιτικής τους. Στην ίδια έρευνα θα μπορούσε να διαπιστωθεί και ποιες κατηγορίες ξενοδοχείων δείχνουν περισσότερο ευαισθητοποιημένες περιβαλλοντικά.

Είναι γεγονός ότι ο κλάδος του τουρισμού κατέχει μια πολύ σημαντική θέση στην οικονομία της χώρας. Ύστερα από μια ραγδαία εξέλιξη που συντελέστηκε τα τελευταία 20 χρόνια στον τομέα των ξενοδοχείων με ανεξέλεγκτη δόμηση και υποβάθμιση τόσο των υποδομών και των εγκαταστάσεων όσο και των παρεχόμενων υπηρεσιών έχει έρθει πλέον το πλήρωμα του χρόνου για διαθρωτικές αλλαγές που σκοπό έχουν την εξισορρόπηση της ζήτησης και της προσφοράς. Σύμφωνα άλλωστε και με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) η πλειοψηφία των τουριστών σήμερα δίνουν έμφαση στην περιβαλλοντική και πολιτιστική ποιότητα ενός τόπου. Άρα οι αναφερόμενες προτροπές για μελλοντικές μελέτες είναι αναγκαίες να γίνουν αν ο τουριστικός κλάδος της χώρας μας επιθυμεί να είναι ανταγωνιστικός και βιώσιμος.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ali, Y., Mustafa, M., Al-Mashaqbah, S., Mashal, K. & Mohsen, M. (2008) Potential of energy savings in the hotel sector in Jordan. *Energy Conversion and Management*, 49(11): 3391-3397.

Barioulet, H. (2001) Matrix for Evaluating Tourism Projects on the Basis of Sustainable Tourism Indicators. Στα πρακτικά του: Διεθνές Συνεδρίου «Βιώσιμα Ξενοδοχεία για Βιώσιμους Προορισμούς».

Beccali, M., La Gennusa, M., Lo Coco, L. & Rizzo, G. (2009) An empirical approach for ranking environmental and energy saving measures in the hotel sector. *Renewable Energy*, 34(1): 82-90.

Bohdanowicz, P. (2006) Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries- survey results. *International Journal of Hospitality Management*, 25(4): 662-682.

Bramwell, B., Henry, I., Jackson, G., Goyia Prat, A., Ricahrda, G. & Van der Straaten J. (1996) *Sustainable Tourism Management: Principles and Practice*. Tilburg: Tilburg University Press.

Bronchain, P. (2003) *Towards a sustainable corporate social responsibility*. European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities.

Chan, E.S.W. (2000) Barriers to EMS in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 27(2): 187-196.

Chan, E.S.W. & Wong, S.C.K. (2006) Motivations for ISO 14001 in hotel industry. *Tourism Management*, 27(3): 481-492.

Coffee, R., & Scase, R. (1985) *Women in charge: The experiences of female entrepreneurs*. London: Allen and Unwin.

Dalton, G.J., Lockington, D.A & Baldoch, T.E. (2008) A survey of tourist attitudes to renewable energy supply in Australian hotel accommodation. *Renewable Energy*, 33(10): 2174-2185.

Dalton, G.J., Lockington, D.A & Baldoch, T.E. (2008) Feasibility analysis of stand-alone renewable energy supply options for a large hotel. *Renewable Energy*, 33(7): 1475-1490.

Deng, S.M & Burnett, J. (2000) A study of energy performance of hotel buildings in Hong Kong. *Energy and Buildings*, 31(1): 7-12..

- Deng, S.M, & Burnett, J. (2002) Water use in hotels in Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management*, 21(1): 57-66.
- Denzin, K. & Lincoln, S. (1998) *Collecting and Interpreting Qualitative Materials*. London: SAGE Publications.
- Erdogan, N. & Baris, E. (2007) Environmental protection programs and conservation practices of hotels in Ankara, Turkey. *Tourism Management*, 28(2): 604-614.
- Gil, M.J.A., Jimenez, J. B. & Lorente, J.J.C. (2001) An analysis of environmental management, organizational context and performance of Spanish hotels. *Omega*, 29(6): 457-471.
- Holme, R., & Watts, P. (2000) *CSR: Making good business sense*. WBCSD Publications.
- Hopkins, M. (2004) *Corporate Social Responsibility: an issues paper*. Policy International Department, World Commission on the Social Dimension of Globalization. Geneva: International Labour Office.
- Kalisch ,A. *Corporate Futures: consultation on good practice*. Social Responsibility in the tourism industry. Tourism Concern.
- Karagiorgas, M., Tsoutsos, T. & Moia- Pol, A. (2007) A simulation of the energy consumption monitoring in Mediterranean hotels. Application in Greece. *Energy and Buildings*, 39(4): 416-426.
- Kirk, D. (1998) Attitudes to environmental management held by a group of hotel managers in Edinburgh. *International Journal of Hospitality Management*, 17(1): 33-47.
- Le, Y., Hollenhorst, S., Harris, C., McLaughlin, W. & Shook, S. (2006) Environmental Management: A study of Vientnamese Hotels. *Annals of Tourism Research*, 33(2): 545-567.
- Lockwood, N.R. (2004) *Corporate Social Responsibility: HR's Leadership Role*.
 Διαθέσιμο στο διαδίκτυο:
http://www.shrm.org/research/quarterly/1204RQuart_essay.asp#1.
- Loman Scanlon, N. (2007) An analysis and assessment of environmental operating practices in hotel and resort properties. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3): 711-723.
- Lyman, A.R. (1991) Customer service: Does ownership make a difference? *Family Business Review*, 4(3): 303.
- Mensah, I. (2006) Environmental management practices among hotels in the greater Accra region. *International Journal of Hospitality Management*, 25(3): 414-431.

- Mitchel, N.J. (1989) *The Generous Corporation: A Political Analysis of Economic Power*. New Haven: Yale University Press.
- Middleton, V. (1998) *Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*. Oxford: Butterworth-Heinechann.
- Molina-Azorin, J.F., Claver-Cortes, E., Pereira-Moliner, J. & Tari, J.J. (2009) Environmental practices and firm performance: an empirical analysis in the Spanish hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 17(5): 516-524.
- Punch, F. (1998) *Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approach*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Swarbrooke, J. (1999) *Sustainable Tourism Management*. Oxon: CABI Publishing.
- Walle, H. (1997) Quantitative Versus Qualitative Tourism Research. *Annals of Tourism Research*, 24(3): 524-536.
- Xydis, G., Koroneos, C. & Polyzakis, A. (2009) Energy and exergy analysis of the Greek hotel sector: An application. *Energy and Buildings*, 41(4): 402-406.

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αραβαντινός, Α. (1997) *Πολεοδομικός Σχεδιασμός*. Αθήνα: Συμμετρία.
- Βενετσανοπούλου, Γ.Μ. (2006) *Η Κρατική συμβολή στον Τουρισμό. Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. Αθήνα: Interbooks.
- ΕΑΠ (2001) *Έλεγχος Ποιότητας και Πρότυπα Διασφάλισης Ποιότητας*. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Ζήσης, Ι.-Πάνδοικο (2003) *Πράσινο Επιχειρείν*. Αθήνα: ΥΠΕΧΩΔΕ.
- ΙΤΑ (2008) *Οδηγός τουρισμού της υπαίθρου για τους φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης*.
- Καζάζης, Ν. (2000) *Αποτελεσματικό Marketing για Κερδοφόρες Πωλήσεις*. Αθήνα: Σταμούλης.
- Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π. (2001) *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Λαγός, Δ. (2005) *Τουριστική Οικονομική*. Αθήνα: Κριτική.
- Σβορώνου, Ε. (2003) *Μέθοδοι Διαχείρισης του Οικοτουρισμού και του Τουρισμού σε Προστατευόμενες Περιοχές*. Αθήνα: WWF Ελλάς.
- Σπιλάνης, Ι. (2010) *Πράσινος Τουρισμός*. ΤΟ ΒΗΜΑ στο ένθετο ΒΗΜΑ ΙΔΕΩΝ. 2 Ιουλίου 2010.

- Σταματίου, Ε. (1997) *Διαχείριση Περιβάλλοντος. Πολιτικές για την προστασία των ακτών της Ελλάδας. Η εμπειρία από το χώρο της Μεσογείου*. Διδακτορική Διατριβή, ΓΑΠΑ, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα.
- Τερκενλή, Θ. (1996) *Το πολιτισμικό Τοπίο: Γεωγραφικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση-Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- Τσάρτας, Π. (1996) *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό*. Αθήνα: Εξάντας.
- Τσάρτας, Π., Σταυρινούδης, Θ., Ζαγκότση, Σ., Κυριακάκη, Α. και Βασιλείου, Μ. (2010) *Τουρισμός και Περιβάλλον*. Αθήνα: WWF Ελλάς.
- ΥΠΕΧΩΔΕ (2003) *Προστατευόμενες φυσικές περιοχές προς ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης*. Αθήνα: ΥΠΕΧΩΔΕ.
- Χρήστου, Ε. (1999) *Έρευνα Τουριστικής Αγοράς*. Αθήνα: Interbooks.
- Fennell, A.D. (2001) *Οικοτουρισμός*. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
- Φλογαΐτη, Ε. (1998) *Περιβαλλοντική Εκπαίδευση*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

ΑΡΘΡΑ-ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ

- Grecotel (2008) Παρουσίαση: Πρόγραμμα Περιβάλλοντος και Πολιτισμού.
- Πανάνης, Ε. (2007) *Η Έρευνα στις Κοινωνικές Επιστήμες*. Δημοσιεύθηκε τον Σεπτέμβριο του 2007. Διαθέσιμο στο διαδίκτυο: <http://penthileus.blogspot.com> [πρόσβαση 24/10/11].
- Σεργής, Βλ. (2009) *Θόρυβος και ξενοδοχεία*. Δημοσιεύθηκε στο περιοδικό 'HOTEL EQUIP' τον Ιανουάριο του 2009. Διαθέσιμο στο διαδίκτυο: <http://www.noisecontrol.gr/article-hotels.php> [πρόσβαση 6/10/11].
- Σωπασή, Ε. (2010) Centre for Technological Research- Crete, Applied Research at Market Services Lab. Διαθέσιμο στο διαδίκτυο: <http://www.ctr-crete.gr/ereunas> [πρόσβαση 27/1/2011].
- Αβδελλή, Θ. (2006) *Προϋποθέσεις Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης*. Διαθέσιμο στο διαδίκτυο: <http://www.mymethana.gr/?q=node/328> [πρόσβαση 27/1/2011].

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

ΕΣΠΑ 2007-2013, Πρόγραμμα «Πράσινος Τουρισμός». Διαθέσιμο στο διαδίκτυο:
<http://www.espa.gr> [πρόσβαση 23/1/2011].

http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7 [πρόσβαση 23/1/2011].

http://www.crshellas.org/portal/index.php?option=ozo_content&perform=view&id=183&Itemid=136&lang= [πρόσβαση 26/1/2011].

http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/sit/el/com/2002/com2002_0347el01.pdf
[πρόσβαση 26/1/2011].

www.wbcasd.org, αναφέρεται από Στεφάνου Ι. στο διαδίκτυο:
http://www.econ.uoi.gr/metaptixiakes_spoudes/ergasies%20Msc/2004_05/STEFANO_Y_IVANNA/stefanou_iwana.pdf [πρόσβαση 26/1/2011].

http://www.elot.gr/458_ELL_HTML.aspx [πρόσβαση 17/2/2011].

http://www.elot.gr/459_ELL_HTML.aspx [πρόσβαση 17/2/2011].

<http://www.eber.gr/forum/viewtopic.php?t=1158&sid=d1b7c4c8530dc5d57b46d2178dd349c8> [πρόσβαση 17/2/2011].

<http://www.priority.com.gr/el/services/enviroment/784.html> [πρόσβαση 17/2/2011].

<http://www.buildings.gr/greek/aiforos/indexprasinaxenodoxeia.htm> [πρόσβαση 17/2/2011].

<http://www.eurocharity.gr/el/member/142/profile/1> [πρόσβαση 15/1/2011].

http://www.grecotel.com/environment_gr/environmental-program_gr_4325.htm
[πρόσβαση 7/2/2011].

http://www.grecotel.com/environment_gr/the-results_gr_4326.htm [πρόσβαση 7/2/2011].

http://www.grecotel.com/environment_gr/agreco-farm_gr_4328.htm [πρόσβαση 7/2/2011].

<http://www.noisecontrol.gr>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



**“ Πράσινα ξενοδοχεία και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη
στους Νομούς Ηλείας και Ηρακλείου”**

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας με τίτλο «Πράσινα ξενοδοχεία και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στους Νομούς Ηλείας και Ηρακλείου.». Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα θέλαμε να τονίσουμε ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και δεν θα χρησιμοποιηθούν για κανέναν άλλο σκοπό εκτός από αυτόν της έρευνας. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαιτεί 5 έως 10 λεπτά.

1. Εφαρμόζει η επιχείρησή σας κάποιο από τα ακόλουθα πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης;

- EMAS
- ECOLABEL
- ISO 14001
- Άλλο:
- Κανένα

2. Έχει προβεί η επιχείρησή σας σε κάποιες από τις ακόλουθες ενέργειες προκειμένου να εξασφαλίσει την ενεργειακή απόδοση του κτιρίου και των λοιπών εγκαταστάσεων;

- Θερμομόνωση κτιρίου.
- Κουφώματα και υαλοπίνακες με βελτιωμένη ενεργειακή απόδοση.
- Φύτευση στεγών.
- Εξωτερικά σκίαστρα
- Φυσικός / νυχτερινός αερισμός.
- Άλλη (παρακαλώ προσδιορίστε):

3. Έχει προβεί η επιχείρησή σας σε κάποιες από τις ακόλουθες επεμβάσεις προκειμένου να επιτύχει εξοικονόμηση ενέργειας;

- Αντικατάσταση παλαιών καυστήρων και λεβήτων με νέους υψηλής απόδοσης.
- Υποκατάσταση ηλεκτρικής ενέργειας, πετρελαίου ή άλλων συμβατικών καυσίμων με φυσικό αέριο ή υγραέριο.
- Εγκατάσταση θερμοστατών στα δωμάτια.
- Αντικατάσταση αυτόνομων συστημάτων κλιματισμού με κεντρικό σύστημα.
- Υβριδικός αερισμός με ανεμιστήρες οροφής.
- Αντικατάσταση ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών με συσκευές ενεργειακής κλάσης A.
- Αυτόματο σύστημα διακοπής ηλεκτρισμού μέσω κάρτας πρόσβασης για κάθε δωμάτιο (key card για έλεγχο φωτισμού και κλιματισμού/θέρμανσης).
- Συστήματα αυτοματισμού για το κλείσιμο της ψύξης με το άνοιγμα της μπαλκονόπορτας.
- Χρήση λαμπτήρων χαμηλής κατανάλωσης.
- Συστήματα ελέγχου φωτισμού (π.χ. αισθητήρες κίνησης και φωτεινότητας).
- Εγκατάσταση κεντρικού ηλιακού συστήματος ή ηλιακού θερμοσίφωνα για κάλυψη ιδίων αναγκών.
- Εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας με σκοπό την κάλυψη ιδίων αναγκών.
- Άλλη (παρακαλώ προσδιορίστε):

4. Εφαρμόζει η επιχείρησή σας κάποιο από τα παρακάτω συστήματα εξοικονόμησης νερού;

- Μηχανισμοί εξοικονόμησης νερού σε λουτρά και αποχωρητήρια (καζανάκια διπλής ροής νερού ή συσκευές μετατοπίσεως νερού).
- Ντους χαμηλής ροής και βρύσες περιορισμένης ροής με ή χωρίς αισθητήρες.
- Σύστημα ανίχνευσης κι ελέγχου διαρροών νερού.
- «Εξυπνο σύστημα» ποτίσματος.

- Αφαλάτωση θαλασσινού/υφάλμυρου νερού.
- Φύτευση περιβάλλοντος χώρου ή/και στεγών με είδη προσαρμοσμένα στις τοπικές συνθήκες.
- Συγκέντρωση όμβριων υδάτων για συγκεκριμένες χρήσεις (πχ. πότισμα).
- Ανακυκλοφορία, καθαρισμός νερού πισίνας με την εφαρμογή τεχνολογιών φιλικών προς το περιβάλλον (πχ. μέθοδος καθαρισμού με ιόντα χαλκού αντί χλωρίου).
- Άλλο (παρακαλώ προσδιορίστε):

5. Εφαρμόζει η επιχείρησή σας κάποια από τις ακόλουθες ενέργειες για τη διαχείριση των απορριμμάτων (στερεών & υγρών);

- Διαχωρισμός απορριμμάτων ανά κατηγορία.
- Δυνατότητα διαχωρισμού απορριμμάτων από τους πελάτες.
- Τοπικός βιολογικός καθαρισμός.
- Κομποστοποίηση σε αποφάγια και απορρίμματα κήπου και χρήση τους.
- Ανακύκλωση μαγειρικού λαδιού.
- Ανακύκλωση χαρτιού / γυαλιού / πλαστικών.
- Επεξεργασία νερών για χρήση σε πότισμα και καθαριότητα εξωτερικών χώρων.
- Χρήση μεγάλων συσκευασιών στα απορρυπαντικά.
- Χρήση προϊόντων σε μορφή χύμα στα πρωινά, κλπ.
- Άλλη (παρακαλώ προσδιορίστε):

6. Έχει προβεί η επιχείρησή σας σε μέτρηση των επιπέδων ηχορύπανσης με βάση την ισχύουσα νομοθεσία;

Ναι

Όχι

7. Έχετε εκπαιδεύσει / ενημερώσει το προσωπικό σας σε θέματα περιβαλλοντικής συνείδησης / συμπεριφοράς (π.χ. σωστή χρήση απορρυπαντικών);

Ναι

Όχι

8. Ενθαρρύνετε τους πελάτες σας να υιοθετούν συμπεριφορά φιλική προς το περιβάλλον;

Ναι

Όχι

8.1 Εάν ναι, με ποιους τρόπους;

9. Έχει (ή είχε) ενταχθεί η επιχείρησή σας σε κάποιο πρόγραμμα επιδότησης για την ενεργειακή αναβάθμισή της;

Ναι

Όχι

10. Έχετε προβεί σε ενέργειες ενημέρωσης και προβολής για την περιβαλλοντικές πρακτικές που εφαρμόζει η επιχείρησή σας;

Παραγωγή εντύπων και φυλλαδίων σχετικών με τις πράσινες ενέργειες και πολιτικές της επιχείρησης.

Προβολή και ενημέρωση μέσω της ιστοσελίδας του ξενοδοχείου.

Ενημέρωση των tour operators και άλλων συνεργατών του ξενοδοχείου.

Προβολή με δημοσιεύματα στον τύπο.

Άλλη (παρακαλώ προσδιορίστε):

11. Ποια είναι τα σημαντικότερα οφέλη που θεωρείτε ότι έχει κερδίσει η επιχείρησή σας από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής;

	Καθόλου σημαντικ	Λίγο σημαντικ	Μέτρια σημαντικ	Αρκετά σημαντικ	Πολύ σημαντικ
--	------------------	---------------	-----------------	-----------------	---------------

	ό	ό	ό	ό	ό
Μείωση λειτουργικού κόστους, μέσω εξοικονόμησης ενέργειας, νερού και ολοκληρωμένης διαχείρισης απορριμμάτων.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία του ξενοδοχείου.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναβάθμιση & βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του ξενοδοχείου.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αύξηση ικανοποίησης πελατών.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προσέλκυση νέων πελατών.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εξασφάλιση οικολογικής πιστοποίησης.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ενίσχυση περιβαλλοντικής συνείδησης (πελατών, συνεργατών, κλπ).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ενίσχυση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης / εικόνας (image) της επιχείρησης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Βελτίωση σχέσεων με την τοπική κοινωνία.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Ταυτότητα επιχείρησης

12.1 Σε ποια κατηγορία ανήκει το ξενοδοχείο σας;

- 5*****
- 4*****
- 3***
- 2**

1*

12.2 Πόσα δωμάτια διαθέτει το ξενοδοχείο σας;

<50

50-150

>150

12.3 Το ξενοδοχείο σας ανήκει σε κάποια αλυσίδα ή είναι ανεξάρτητο;

Μέλος Αλυσίδας

Ανεξάρτητο

12.4 Ποιος είναι το είδος του ξενοδοχείου σας;

Ξενοδοχείο πόλης

Ξενοδοχείο παραθερισμού

12.5 Σε ποιο νομό βρίσκεται το ξενοδοχείο σας;

Ν. Ηλείας

Ν. Ηρακλείου

Σας ευχαριστούμε πολύ για το χρόνο σας!