

***Green Key: Πιστοποίηση, οφέλη και οικολογικές εφαρμογές  
στις ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα***



Επιβλέπων Καθηγητής: κ. Παπαρηγορίου Αριστείδης

Συγγραφή: Δημολικά Αλεξάνδρα Α.Μ : 20009

Αθήνα 2021-2022

Copyright © Δημολικά Αλεξάνδρα, 2022

All rights reserved

## Μελη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του εισηγητή

Η μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία εξετάστηκε επιτυχώς από την κατωθι Εξεταστική Επιτροπή:

A/A	ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΙΔΙΟΤΗΤΑ	ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ
1	ΠΑΠΑΓΡΗΓΟΡΙΟΥ ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ	ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ	
2	ΚΙΚΙΛΙΑ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ	ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ	
3	ΚΑΛΑΝΤΩΝΗΣ ΠΕΤΡΟΣ	ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ	

## ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Δημολικά Αλεξάνδρα του Ταξιάρχη, με αριθμό μητρώου 20009 φοιτήτρια του προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό» του Τμήματος Διοίκησης Τουρισμού της Σχολής Διοικητικών, Οικονομικών & Κοινωνικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, δηλώνω ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της μεταπτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Η Δηλούσα



*Αλεξάνδρα Δημολικά*

## Περιεχόμενα

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b>	<b>1</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>2</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b>	<b>3</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....</b>	<b>5</b>
1.1 ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	5
1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	5
1.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	7
1.4 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ .....	8
1.5 ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....	10
1.6 ΠΡΑΣΙΝΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ .....	11
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ &amp; ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ</b>	<b>13</b>
2.1 ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ .....	13
2.2 Η ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ.....	14
2.3 ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΚΛΑΔΟ.....	18
2.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ & ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΣ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ.....	20
2.5 ΕΡΕΥΝΑ 2022 DATA CONSULTANTS – ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	20
2.6 ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ .....	22
2.7 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ.....	24
2.8 ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ.....	26
2.9 ΠΡΑΣΙΝΗ ΒΙΒΛΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ .....	31
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ «GREENWASHING»</b>	<b>33</b>
3.1 ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ .....	33
3.2 ΕΡΕΥΝΑ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΩΝ .....	37
3.3 ΕΡΕΥΝΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ .....	37
3.4 ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ GREENWASHING .....	39
3.5 ΕΡΕΥΝΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ ΚΑΙ ΤΟΝ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟ ΤΟΥ GREENWASHING.....	41
3.6 ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΠΡΑΣΙΝΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ .....	42
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : Η ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ GREEN KEY</b>	<b>44</b>
4.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ.....	44

4.2 ΚΡΙΤΗΡΙΑ .....	44
4.3 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ - ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	51
4.4 ΚΟΣΤΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ & ΔΙΑΤΗΡΗΣΗΣ ΣΗΜΑΤΟΣ .....	52
4.5 ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΒΡΑΒΕΥΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	52
4.6 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ GREEN KEY ..	53
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΤΡΟΠΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΣΕ «ΠΡΑΣΙΝΕΣ»</b>	<b>55</b>
5.1 ΚΡΑΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ & ΚΙΝΗΤΡΑ.....	55
5.2 ΕΜΠΟΔΙΑ .....	60
5.3 ΟΦΕΛΗ – ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ.....	61
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ</b>	<b>63</b>
6.1 ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	63
6.2 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	63
6.3 ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ .....	64
6.4 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	65
6.5 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ.....	66
6.6 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ .....	66
6.7 ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ.....	66
6.8 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	67
6.9. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	67
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΩΝ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ</b>	<b>73</b>
7.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗ ΔΕΔΟΜΕΝΑ .....	73
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</b>	<b>75</b>
8.1 ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΞΕΛΙΞΗΣ .....	75
8.2 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ .....	76
8.3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΟΦΕΛΗ.....	77
8.4 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΜΕ ΣΤΕΛΕΧΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ .....	77
8.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ – ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ .....	78
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>	<b>81</b>
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι</b>	
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ</b>	

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται το θέμα της περιβαλλοντικής πιστοποίησης Green Key και έχει ως σκοπό την ανάδειξη βασικών ερωτημάτων, σχετικά με τις δυνατότητες απόκτησής της από τουριστικές μονάδες. Σε αυτό το πλαίσιο, αναλύονται οι ευκαιρίες, αλλά και τα εμπόδια που στέκονται ως τροχοπέδη στην προσπάθειά τους να την αποκτήσουν. Επιπλέον, αναδεικνύεται λεπτομερώς ο τρόπος, καθώς και η διαδικασία, με την οποία πιστοποιείται ένα κατάλυμα, γίνεται εκτενής αναφορά στα απαραίτητα δικαιολογητικά που χρειάζεται να καταθέσει ο ιδιοκτήτης, όπως και στις αλλαγές που οφείλει να κάνει, τόσο στις εγκαταστάσεις του, όσο και στις υπηρεσίες του.

Συγκεκριμένα, στο πλαίσιο διεξαγωγής ποσοτικής έρευνας, στάλθηκαν μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας 300 ερωτηματολόγια σε τουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες κατέχουν την εν λόγω πιστοποίηση. Στα ερωτηματολόγια αυτά διερευνάται το ποσοστό ευκολίας της απόκτησης του οικολογικού σήματος από επιχειρήσεις χωρίς οικονομική βοήθεια από κρατικούς φορείς. Σε δεύτερο χρόνο, αντλούνται οι απαραίτητες πληροφορίες για τα κίνητρα που ώθησαν τις επιχειρήσεις αυτές στις απαιτούμενες αλλαγές, όπως και στην προσαρμογή τους σε αυτές. Παράλληλα, γίνεται αναφορά στη μείωση που παρατηρήθηκε στα λειτουργικά τους έξοδα, μετά την εφαρμογή τους. Επιπλέον, πραγματοποιήθηκαν συμπληρωματικά, συνεντεύξεις με δυο F&B managers σχετικά με τις εφαρμογές της πράσινης πιστοποίησης Green Key.

Σύμφωνα επομένως, με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι περισσότερες επιχειρήσεις που βραβεύτηκαν με την πιστοποίηση, διαπιστώθηκε πως είχαν μείωση στα λειτουργικά τους έξοδα, ενώ κατάφεραν να μετατραπούν σε βιώσιμες μονάδες, χωρίς εξωτερική οικονομική βοήθεια. Η απόκτηση της πιστοποίησης προσέλκυσε νέους πελάτες και αύξησε τα έσοδά τους.

Σε συνδυασμό με τα επιστημονικά άρθρα και τις ηλεκτρονικές πηγές, διαφαίνεται πως με τις επιχορηγήσεις και τα οικονομικά κίνητρα που έχει ξεκινήσει να παρέχει το κράτος, ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις θα έχουν την ευκαιρία να μετατραπούν σε «πράσινες» τουριστικές μονάδες, προστατεύοντας το περιβάλλον και συνεπώς αυξάνοντας τα κέρδη τους.

Λέξεις – κλειδιά : πιστοποίηση, Green Key, ευκαιρίες, εμπόδια, τουριστικά καταλύματα, ποσοτική έρευνα

## **ABSTRACT**

This paper deals with the issue of the Green Key environmental certification and aims to highlight the basic questions regarding the possibilities of obtaining it by tourist units. In this context, the opportunities and obstacles that stand as obstacles in their efforts to obtain it are analyzed. In addition, the way and the process by which a tourist accommodation is certified is highlighted in detail, with extensive reference to the necessary documents that the owner needs to submit, as well as the changes that he has to make, both in his facilities and in his service provision. In particular, in the context of conducting a quantitative survey, 300 questionnaires were sent by e-mail to tourism businesses that hold this certification. These questionnaires investigate the ease of obtaining the eco-label by enterprises without financial assistance from public bodies. At a second stage, the necessary information is obtained on the incentives that prompted these enterprises to make the necessary changes and to adapt to them. At the same time, reference is made to the reduction observed in their operating costs after their implementation. Furthermore, an interview with two F& B managers, regarding the applications of the Green Key certification, was carried out.

Therefore, according to the results of the research, most of the enterprises awarded with the certification were found to have reduced their operating costs and managed to become sustainable units without external financial assistance. Obtaining the certification attracted new customers and increased their revenues. Combined with the scientific articles and online sources, it appears that with the grants and financial incentives that the state has started to provide, more and more businesses will have the opportunity to become "green" tourism units, protecting the environment and thus increasing their profits.

Keywords: environmental certification, Green Key, obstacles, tourist accommodation, quantitative survey

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ραγδαία επιδείνωση στο φαινόμενο της κλιματικής αλλαγής. Μάλιστα, αποτελεί, ίσως, το μεγαλύτερο πρόβλημα αυτής της εποχής, καθώς επηρεάζεται τόσο η οικολογική, όσο και η πολιτική και οικονομική ατζέντα ολόκληρου του πλανήτη. Προκειμένου να μειωθεί το οικολογικό αποτύπωμα και να εξοικονομηθούν πόροι ενέργειας, πολλές χώρες έχουν ξεκινήσει, μέσω κρατικών ή μη κυβερνητικών φορέων, να συμμορφώνονται με τα περιβαλλοντικά πρότυπα.

Ο τουρισμός είναι ένας από τους τομείς που πρωτοστατεί στην «πράσινη» καινοτομία, καθώς επιδρά σε μεγάλο βαθμό με το περιβάλλον, με αποτέλεσμα συχνά να παρατηρούνται αρνητικές επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον και το τουριστικό προϊόν να υποβαθμίζεται. Έρευνα του Ινστιτούτου Βιώσιμης Ηγεσίας του Cambridge αναφέρει πως το 5% των παγκόσμιων εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου προκύπτει από τουριστικές επιχειρήσεις, ποσοστό που αναμένεται να παρουσιάσει αύξηση κατά 130% έως το 2035 (Institute of Sustainability Leadership, 2019).

Γι' αυτό τον λόγο, ολοένα και περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να υιοθετούν βιώσιμους τρόπους λειτουργίας και να δρουν με πρότυπο τον οικολογικό σχεδιασμό.

Ένα από τα κίνητρα για την μετατροπή τους σε «πράσινες» επιχειρήσεις αποτελεί η βράβευση Green Key, μια από τις πολλές, πλέον, πιστοποιήσεις ποιότητας που διασφαλίζει τη λειτουργία των ξενοδοχείων με βάση τα πρότυπα της βιώσιμης ανάπτυξης.

Επιπλέον, οι περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι πολίτες έχουν αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια με αποτέλεσμα να είναι επιλεκτικοί και να προτιμούν βιώσιμα και eco – friendly καταλύματα και προορισμούς, γεγονός που αποτελεί κινητήριο μοχλό για την απόκτηση πράσινων πιστοποιήσεων από τις τουριστικές επιχειρήσεις. Τα οικολογικά ξενοδοχεία αποτελούν τη νέα τάση στον τουρισμό και είναι ένα από τα πλέον βασικά κριτήρια επιλογής καταλύματος από τους τουρίστες.

Στην εργασία αυτή, παρουσιάζονται οι ευκαιρίες και τα οφέλη που επιφυλάσσουν οι περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις στα τουριστικά καταλύματα, καθώς σκοπός της είναι να αναδείξει πως πλέον είναι δυνατόν για όλες τις επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως μεγέθους, να τις αποκτήσουν. Μάλιστα, δίνεται έμφαση στις ευκαιρίες που υπάρχουν για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις όπως βέβαια και τις πιθανές δυσκολίες. Επιπλέον,



διερευνάται αν το κόστος που απαιτείται για την μετατροπή τους σε πράσινες επιχειρήσεις δεν μπορεί να καλυφθεί χωρίς χρηματοδοτικές ευκαιρίες και αν καλύπτεται από το μετέπειτα κέρδος που επιφέρει η μετατροπή τους. Για να τεκμηριωθεί η απάντηση στο ερώτημα του κατά πόσο μπορούν οι επιχειρήσεις και ιδιαίτερα οι μικρομεσαίες, να αποκτήσουν την πιστοποίηση Green Key, έχουν αντληθεί στοιχεία από το ερωτηματολόγιο που κλήθηκαν να συμπληρώσουν, την συνέντευξη που πραγματοποιήθηκε, όπως και από δευτερογενείς έρευνες.

Στα κεφάλαια που ακολουθούν, γίνεται εκτενής αναφορά στην έννοια του τουρισμού, τη βιώσιμη ανάπτυξη, τις περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις πέρα της Green Key, καθώς και το φαινόμενο «greenwashing», που δημιουργεί πολλά προβλήματα στην εξέλιξη του «πράσινου» τουρισμού. Επίσης, αναλύεται η πιστοποίηση Green Key, τα κριτήρια της αλλά και τα οφέλη της, καθώς και τα οικονομικά κίνητρα που υπάρχουν για να ωθήσουν τις επιχειρήσεις να μετατραπούν σε «πράσινες». Ωστόσο, εκτός από τις ευκαιρίες, γίνεται αναφορά και στα εμπόδια που αντιμετωπίζουν σε αυτή τους την προσπάθεια. Τέλος, παρουσιάζονται και αναλύονται τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου και τα ευρήματα που αντλήθηκαν από την συνέντευξη.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### 1.1 ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός είναι μια έννοια που επιδέχεται πολλές ερμηνείες και χαρακτηρίζεται από την τάση του ανθρώπου να μετακινείται και να διαμένει σε έναν προορισμό διαφορετικό, από αυτόν που μένει, για λόγους αναψυχής, εργασίας, ιατρικούς κ.α. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού τον ορίζει « ως ένα κοινωνικό, πολιτισμικό και οικονομικό φαινόμενο που ενέχει μέσα του την μετακίνηση ανθρώπων σε μέρη ή χώρες εκτός του συνηθισμένου τους περιβάλλοντος για προσωπικούς ή επαγγελματικούς λόγους. Αυτοί οι άνθρωποι ονομάζονται επισκέπτες (που μπορεί να είναι είτε τουρίστες, είτε εκδρομείς, κάτοικοι ή μη) και ο τουρισμός αφορά τις δραστηριότητες τους, μερικές από τις οποίες περιλαμβάνουν τουριστικές δαπάνες». (IRTS 2008) (UNWTO, Tourism Terms)

Η λέξη τουρισμός εμφανίστηκε πρώτη φορά το 1811 στο Αγγλικό Λεξικό της Οξφόρδης και προέρχεται από την αρχαία ελληνική λέξη τóρνος, που ήταν η εργαλειομηχανή που μορφοποιούσε μέσω της περιστροφής της το μέταλλο και το ξύλο. Έτσι μέσω αυτής της λέξης, εμφανίστηκε στα λατινικά το ρήμα tornare που σημαίνει γυρίζω τον τροχό και από εκεί προήλθε και η γαλλική λέξη tour με την έννοια πλέον της περιήγησης. (Βαρβαρέσος, Σ. ,2000 ,Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές. Η Ελληνική Πραγματικότητα. β' έκδοση Αθήνα: Προπομπός Σελίδα 26)

### 1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ανάγκη του ανθρώπου για την ανακάλυψη και εξερεύνηση άλλων τόπων υπήρχε ανέκαθεν, ωστόσο η σύγχρονη έννοια του τουρισμού χρονολογείται στον 17<sup>ο</sup> αιώνα, όταν νέοι ευγενείς από χώρες της Δυτικής και Βόρειας Ευρώπης πραγματοποίησαν το Grand Tour, ένα ταξίδι σε όλη την Ευρώπη, με βασικό σκοπό τους να έρθουν σε επαφή και να γνωρίσουν την ιστορία, την τέχνη και την πολιτιστική κληρονομιά της κάθε χώρας. Το ταξίδι αυτό θεωρήθηκε ιδανικός τρόπος για την εκπαίδευση των νέων. Γρήγορα εξελίχθηκε σε συνήθεια της εύπορης τάξης και μέχρι τον 18<sup>ο</sup> αιώνα είχε εξαπλωθεί και σε άλλα μέρη του κόσμου, όπως στην Αμερική. Ακόμα ένας λόγος ταξιδιού, ο οποίος επικρατούσε ήδη από τον Μεσαίωνα, ήταν οι θρησκευτικές γιορτές και τα προσκυνήματα.

Με την έλευση της Βιομηχανικής Επανάστασης, το δεύτερο μισό του 18<sup>ο</sup> αιώνα, υπήρξαν μεγάλες αλλαγές στην οικονομία, την τεχνολογία, αλλά και την κοινωνία

που προκάλεσαν τη μετακίνηση των ανθρώπων από τις αγροτικές περιοχές στις αναπτυσσόμενες μεγαλουπόλεις, οι οποίες χρειαζόνταν εργατικό δυναμικό. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την εμφάνιση νέων κοινωνικών τάξεων. Επιπλέον και ο τομέας των μετακινήσεων αντιμετώπισε μεγάλες αλλαγές και βελτιώσεις που οδήγησαν στα ταξίδια αναψυχής, καθώς οι άνθρωποι αναζητούσαν νέες μορφές ψυχαγωγίας. Το βασικό τους μέσο μεταφοράς για τα ταξίδια τους ήταν το τρένο, μιας και το σιδηροδρομικό δίκτυο συνέδεε πολλούς ευρωπαϊκούς και παγκόσμιους προορισμούς.

Τον 19<sup>ο</sup> αιώνα έκαναν την εμφάνιση τους τα πρώτα ταξιδιωτικά γραφεία, με πρωτοπόρους τους Thomas Cook & Son, οι οποίοι ήταν οι πρώτοι που προσέφεραν εκδρομές σε γκρουπ, που περιελάμβαναν μεταφορά, διατροφή και διαμονή, με αποτέλεσμα το κόστος να είναι μικρότερο για τους ταξιδιώτες. Αυτή ήταν η αρχή, για τα πλέον γνωστά πακέτα διακοπών. (Φωτίου Ι. ,2005, Ιστορική Εξέλιξη του Τουρισμού και Αλλαγές στις Μορφές του)

Μετάπειτα, κατά τα μέσα του 20<sup>ου</sup> αιώνα η μαζική παραγωγή αυτοκινήτων και λεωφορείων οδήγησε στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας. Μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, οι ακτές της Μεσογείου άρχισαν να αποκτούν μεγάλη δημοτικότητα, με τον παράκτιο τουρισμό σταδιακά να ακμάζει. Την ίδια στιγμή, ξεκίνησε να παρατηρείται πρόοδος στην εργατική νομοθεσία και τις αεροπορικές μεταφορές, καθώς και αύξηση της κοινωνικής πρόνοιας, γεγονός που οδήγησε στην άνθηση του τουρισμού. (Φωτίου Ι. ,2005)

Ωστόσο, ο τουριστικός τομέας δέχτηκε μεγάλο πλήγμα, όταν την δεκαετία του 1970 η ενεργειακή κρίση προκάλεσε αύξηση των τιμών. Τότε όμως εμφανίστηκε το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού, με το ταξίδι να γίνεται προσιτό σε όλες τις κοινωνικές ομάδες.

Τις δεκαετίες που ακολούθησαν, υπήρξε μια σταδιακή διεθνοποίηση των ξενοδοχειακών μονάδων, των ταξιδιωτικών γραφείων και των αεροπορικών εταιρειών. Επιπλέον, προστέθηκαν νέα προϊόντα και υπηρεσίες αναψυχής που αφορούσαν, μεταξύ άλλων, την ευεξία και τον αθλητισμό. (Βαρβαρέσος, 2000)

Πλέον, ο τουρισμός είναι, για πολλές χώρες, ένας από τους σημαντικότερους τομείς, καθώς συμβάλλει σημαντικά στην οικονομία και αποτελεί μέρος της διεθνούς πολιτικής τους ατζέντας. Τα τελευταία χρόνια, με την μεγάλη προσφορά στην αγορά, τις πτήσεις χαμηλού κόστους, τις οικονομικές επιλογές διαμονής σε εναλλακτικά

καταλύματα (airbnb,couchsurfing κ.α), οι τουρίστες μπορούν να σχεδιάσουν πιο εύκολα τις διακοπές τους σύμφωνα με τις προτιμήσεις τους. Ο τουρισμός δεν επηρεάζει μόνο την τοπική οικονομία, αλλά και την τοπική κοινότητα και τον πολιτισμό ενός προορισμού, όπως και τον τρόπο ζωής των μονίμων κατοίκων. Ως εκ τούτου, προκύπτει η ανάγκη για την ανάπτυξη της τουριστικής συνείδησης και της διαφύλαξης του φυσικού περιβάλλοντος του εκάστοτε προορισμού.

### 1.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα, ως η χώρα της φιλοξενίας, έχει βαθιές ρίζες στον τομέα του τουρισμού. Στην αρχαία Ελλάδα οι ξένοι θεωρούνταν ιεροί και προστατεύονταν από το θεό της φιλοξενίας Δία. Οι ξένοι που έρχονταν στην Ελλάδα αντιμετωπιζόνταν με σεβασμό και δέχονταν την περιποίηση των ντόπιων. Τα ταξίδια τότε ήταν προνόμιο των εύπορων. Οι αρχαίοι Έλληνες συνήθιζαν να ταξιδεύουν για να παρευρεθούν σε θρησκευτικά και αθλητικά δρώμενα, όπως τα Παναθήναια, τα Διονύσια και οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Επιπλέον ταξίδευαν και για εμπορικούς σκοπούς. (Βαρβαρέσος, 2000)

Την περίοδο του μεσαίωνα, οι περιηγήσεις που ήταν σύνηθες φαινόμενο πλέον, μειώθηκαν σημαντικά, καθώς εκείνη την εποχή ήταν πολύ επικίνδυνες (Δασκαλάκη, 2016). Οι μεγάλες αλλαγές παρατηρήθηκαν τον 19<sup>ο</sup> αιώνα, με την έλευση της Βιομηχανικής Επανάστασης και την ανάπτυξη των συγκοινωνιών και υποδομών. Εκείνη την περίοδο ο εσωτερικός τουρισμός παρουσίασε μεγάλη ανάπτυξη, καθώς οι επιλογές μεταφοράς ήταν περισσότερες από ποτέ. Το αυτοκίνητο μόλις είχε εισαχθεί στην αγορά, ενώ η χρήση του αεροπλάνου ήταν πιο προσβάσιμη.

Ουσιαστική τουριστική ανάπτυξη παρατηρήθηκε κατά τη δεκαετία 1960-1970, όπου ο τουρισμός και άρχισε να αποκτά μαζικό χαρακτήρα. Όταν παρατηρήθηκε μείωση στη δημοτικότητα των ισπανικών θερέτρων οι τουρίστες ξεκίνησαν να αναζητούν εναλλακτικούς προορισμούς στη Μεσόγειο. Τα χρόνια που ακολούθησαν το πρότυπο του μαζικού τουρισμού ήταν το επικρατέστερο, με τη δόμηση ξενοδοχειακών μονάδων και τη δημιουργία τουριστικών προϊόντων να αυξάνονται. Τα πρώτα ταξιδιωτικά γραφεία εμφανίστηκαν και πραγματοποιούσαν κρατήσεις ατμοπλοϊκών και σιδηροδρομικών εισιτηρίων. Επιπλέον, ξεκίνησαν να υιοθετούνται στρατηγικές μάρκετινγκ και μάνατζμεντ, ενώ το προσωπικό τους άρχισε να εκπαιδεύεται. Το κράτος εισήγαγε ευνοϊκότερες χρηματοδοτικές πολιτικές, προκειμένου να ενισχυθεί η ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών. Ο πιο δημοφιλής προορισμός της Ελλάδας

ήταν ανέκαθεν η Αθήνα λόγω των πολιτιστικών της πόρων. Σταδιακά το ενδιαφέρον στράφηκε και στις παράκτιες περιοχές και τα νησιά της, με το πρότυπο του μαζικού τουρισμού (ήλιος – άμμος-θάλασσα) να επικρατεί. Παρόλο που σε τουριστικό επίπεδο η Ελλάδα άκμαζε, υπήρχε έλλειψη του απαραίτητου σχεδιασμού με αποτέλεσμα αρνητικές συνέπειες στους τουριστικούς προορισμούς. (Δασκαλάκη, 2016)

Ωστόσο την δεκαετία του 1990, το μοντέλο του μαζικού τουρισμού δημιούργησε ανησυχίες για το περιβάλλον. Πλέον ήταν εμφανής η ανάγκη για σχεδιασμό τουριστικών και περιβαλλοντικών στρατηγικών, προκειμένου να αναπτυχθούν και άλλες μορφές τουρισμού. Ως εκ τούτου, έπρεπε να δημιουργηθεί ένα νέο ελληνικό τουριστικό προϊόν διαφοροποιημένο από τα υπόλοιπα, βασισμένο στις στρατηγικές της βιώσιμης ανάπτυξης. (Μπέτσης 2022)

Πλέον ο τουρισμός αποτελεί τον μοναδικό σταθερά αναπτυσσόμενο κλάδο της ελληνικής οικονομίας. Βρίσκεται στο απόγειο της ακμής του, καθώς κατάφερε να ανακάμψει από τις αρνητικές συνέπειες της πανδημίας παρουσιάζοντας 80% πληρότητα για το 2022, σύμφωνα με τις δηλώσεις του προέδρου της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων, Γρηγόρη Τασίου. (Αθηναϊκό- Μακεδονικό Πρακτορείο, 2022) Μάλιστα αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς, παρέχοντας πολλές εναλλακτικές μορφές τουρισμού στους ταξιδιώτες.

#### 1.4 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Ο τουρισμός συνδέεται άρρηκτα με το περιβάλλον, καθώς σε μεγάλο βαθμό καθορίζεται και εξαρτάται από αυτό. Το φυσικό περιβάλλον αποτελεί βασικό στοιχείο του τουριστικού προϊόντος, δεδομένου ότι η επιλογή ενός προορισμού βασίζεται κατά πολύ στα χαρακτηριστικά ενός τόπου. Οι άνθρωποι ταξιδεύουν για να έρθουν σε επαφή με νέα μέρη και πολιτισμούς, για να βρεθούν στη φύση.

Ωστόσο η μαζική ροή ταξιδιωτών έχει αρνητικές συνέπειες στο περιβάλλον, αφού δεν υπάρχει σωστή διαχείριση και οργάνωση στον τουριστικό τομέα. Το περιβάλλον συχνά υποβαθμίζεται στο βωμό της τουριστικής ανάπτυξης, με δραματικές επιπτώσεις στο οικοσύστημα και ιδιαίτερα σε αυτό προστατευόμενων περιοχών.

Οι τουριστικοί προορισμοί αντιμετωπίζουν ραγδαίες αλλαγές σε κοινωνικό, οικονομικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Το έδαφος, ως βασικός πόρος για την ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας, ρυπαίνεται από την κακή διαχείριση και

επεξεργασία των απορριμμάτων, ενώ στις παράκτιες περιοχές παρατηρείται διάβρωση των ακτών. Με την αύξηση των τουριστικών υποδομών, η αστική δομή επεκτείνεται και το φυσικό τοπίο αλλοιώνεται. Επιπλέον, η ανάγκη για νερό αυξάνεται ανάλογα με το μέγεθος του καταλύματος και τον αριθμό των επισκεπτών, ενώ στους παραθαλάσσιους προορισμούς παρατηρείται ρύπανση των υδάτων. Οι βιότοποι καταστρέφονται, η ποιότητα του νερού μειώνεται και η ατμόσφαιρα επιβαρύνεται. Ακόμα και τα ιστορικά μνημεία επηρεάζονται. Ενδεικτικά, ο τουριστικός τομέας συμβάλλει κατά 5% στην εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα παγκοσμίως και συγκεκριμένα το 75% προέρχεται από τα μέσα μεταφοράς και το 21% από τις ξενοδοχειακές μονάδες. (Επιτροπή Μελέτης Επιπτώσεων Κλιματικής Αλλαγής, 2014, Ελληνικός Τουρισμός και κλιματική αλλαγή: Πολιτικές προσαρμογής και νέα στρατηγική ανάπτυξης)

Προκειμένου να αποφευχθεί η ολοκληρωτική αλλοίωση του φυσικού τοπίου πρέπει να βρεθεί μια λύση, μια ισορροπία ανάμεσα στο περιβάλλον και τον τουριστικό κλάδο. Χρειάζεται να ληφθούν ειδικές πολιτικές με γνώμονα πρώτα το περιβάλλον και έπειτα το τουριστικό προϊόν. Οι τουριστικές υποδομές πρέπει να οικοδομούνται με σκοπό την ανάδειξη του φυσικού τοπίου και της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής. Επίσης, όπως πολλές χώρες έχουν ήδη εφαρμόσει στους δημοφιλέστερους προορισμούς τους, είναι σημαντικό να υπάρχει ένα όριο στον αριθμό των επισκεπτών. Σε πολλές τουριστικές περιοχές, έχει παρατηρηθεί υποβάθμιση του επιπέδου ζωής και αλλοίωση του φυσικού τοπίου ως αποτέλεσμα του υπερτουρισμού. (Lowrey A., 2019)

Συγκεκριμένα, στο νησί Koh Phi Phi Leh της Ταϊλάνδης, το οποίο απέκτησε μεγάλη τουριστική προσέλευση έπειτα από την πραγματοποίηση γυρισμάτων της χολιγουντιανής ταινίας «The Beach», η παραλία που απεικονιζόταν υπέστη μεγάλη ζημιά στο οικοσύστημα της (το 80% του κοραλλιογενούς υφάλου καταστράφηκε) και αποφασίστηκε να την κλείσουν για ένα χρόνο απαγορεύοντας την επίσκεψή της από τουρίστες, αλλά και κατοίκους. Η συγκεκριμένη απόφαση πάρθηκε προκειμένου να ανακάμψει το θαλάσσιο περιβάλλον της. Ωστόσο η ζημιά που υπέστη ήταν τόσο μεγάλη που τελικά η παραλία έμεινε κλειστή για τέσσερα χρόνια και άνοιξε για το κοινό το 2022. Πλέον, δέχεται περιορισμένο αριθμό επισκεπτών, για να αποφευχθεί η περαιτέρω αλλοίωση του φυσικού τοπίου. (Euronews, 2022)

Παρόμοια τακτική ακολούθησε και η Ιταλία για τη Βενετία που αντιμετώπιζε μεγάλα προβλήματα, λόγω του μαζικού τουρισμού, με τους κατοίκους να παραπονιούνται για το βιοτικό τους επίπεδο, καθώς η μεγάλη έλευση τουριστών δυσκόλευε την καθημερινότητά τους. Για αυτό τον λόγο, από τον Ιανουάριο του 2023, όσοι επισκέπτονται για ημερήσια εκδρομή τη Βενετία θα πληρώνουν τουριστικό φόρο και θα πρέπει να κάνουν κράτηση εισιτηρίων, με το μέγιστο όριο επισκεπτών να ανέρχεται στους 40.000-50.000 ημερησίως. Το ποσό του φόρου θα εξαρτάται από την κίνηση που έχει η πόλη την συγκεκριμένη ημέρα (από 3 έως 10 ευρώ) και με την επίδειξη του θα λαμβάνουν έκπτωση σε τουριστικά αξιοθέατα. (Schengen News, 2022)

Αξίζει να αναφερθεί πως η τουριστική ανάπτυξη δεν είχε μόνο αρνητικές συνέπειες για το περιβάλλον, αλλά και θετικές καθώς για την αύξηση της ελκυστικότητας των τουριστικών προορισμών, δημιουργούνται πράσινα σημεία, όπως πλατείες και πάρκα.

### 1.5 ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Τα τελευταία χρόνια, με την αύξηση του φαινομένου του υπερτουρισμού έχει αρχίσει να αμφισβητείται το υπάρχον μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, το οποίο έχει αρκετές αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Τα κίνητρα των ταξιδιωτών αλλάζουν και ξεφεύγουν από το γνωστό τρίπτυχο « ήλιος- άμμος-θάλασσα» και αποζητούν περισσότερα. Πλέον έχουν στραφεί σε πιο βιώσιμες και περιβαλλοντικά φιλικές επιλογές και αναζητούν μορφές τουρισμού που θα ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους. Η ζήτηση αυτή οδήγησε στην ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Ο πράσινος τουρισμός ή αλλιώς οικοτουρισμός είναι ένας τύπος «υπεύθυνου τουρισμού» υπαίθρου με γνώμονα το σεβασμό στο περιβάλλον και την προστασία του. Οι δραστηριότητές του (περιήγηση, δραστηριότητες παρατήρησης κ.α) συμβάλλουν στη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος, αλλά και στην τοπική ανάπτυξη.

Στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων αυτών δημιουργούνται σχέσεις σεβασμού μεταξύ τουριστών-επισκεπτών, με κοινό στόχο την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και των πολιτιστικών αγαθών τους. (Τσάρτας Πάρης Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού Σημειώσεις 2016-2017)

Ο οικοτουρισμός προσδιορίζεται από τα οικολογικά, πολιτιστικά και κοινωνικο-οικονομικά χαρακτηριστικά του. Στοχεύει στην προστασία του περιβάλλοντος, προάγοντας τουριστικές δραστηριότητες πολιτιστικού χαρακτήρα με τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας σε αυτά.

Από τη δεκαετία του 1990 και έπειτα παρατηρείται συνεχής αύξηση στον οικοτουρισμό, γεγονός που επισημαίνει την ανάγκη για περισσότερες οικολογικές επιλογές. Όσον αφορά τους τουρίστες που επιλέγουν τον οικοτουρισμό, το σκιαγραφικό μοντέλο τους αναφέρει πως πρόκειται για άτομα με υψηλή εκπαίδευση και εισόδημα, αλλά και περιβαλλοντική ηθική. Έχουν έναν βιοκεντρικό προσανατολισμό και τους αρέσει να βρίσκονται κοντά στο φυσικό περιβάλλον και την άγρια ζωή.

Τέλος, για να αναπτυχθεί ο οικοτουρισμός χρειάζεται να θεσπιστούν εκπαιδευτικές δραστηριότητες με σκοπό την ευαισθητοποίηση και ενημέρωση των πολιτών, να ξεκινήσει η τοπική κοινωνία να δίνει έμφαση στην ανάπτυξη περιβαλλοντικών στρατηγικών και να έχουν ως γνώμονα τις αρχές αειφορίας. Ωστόσο σύμφωνα με έρευνα του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού, η πανδημία επέφερε πέντε φορές βαρύτερες επιπτώσεις από αυτές της οικονομικής κρίσης του 2008, ενώ παγκοσμίως χαθήκαν πάνω από 100 εκατομμύρια θέσεις εργασίας στον τουρισμό, καθυστερώντας έτσι την εξέλιξη της πράσινης ανάπτυξης.

#### 1.6 ΠΡΑΣΙΝΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Τα τελευταία χρόνια ολοένα και αυξάνονται οι ξενοδοχειακές μονάδες που χτίζονται με βασικό άξονα την βιωσιμότητα τους και που πραγματοποιούν μετατροπές και βελτιώσεις για να ελαχιστοποιήσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις τους (Λαλούμης, 2021). Η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί προτεραιότητα για πολλές επιχειρήσεις και βασική αρχή για όλες τους τις αποφάσεις.

Ως πράσινες χαρακτηρίζονται οι ξενοδοχειακές μονάδες που είναι φιλικές προς το περιβάλλον και πληρούν συγκεκριμένα κριτήρια (Green Hotel Association). Μάλιστα, οι πράσινες ξενοδοχειακές μονάδες έχουν και την αντίστοιχη πράσινη πιστοποίηση που επιβεβαιώνει στους πελάτες ότι λειτουργεί με βάση τις αρχές της βιωσιμότητας και με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος. Ανάλογα με την πιστοποίηση που έχει η κάθε μονάδα υπάρχουν και τα αντίστοιχα κριτήρια, όμως σε γενικά πλαίσια, πρέπει να χρησιμοποιεί ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, να εξοικονομεί



νερό μέσω έξυπνων συστημάτων, όπως και να έχει σταθερές πολιτικές ανακύκλωσης που θα εφαρμόζει αυστηρά. Επιπλέον, δεν πρέπει να χρησιμοποιούν τοξικά προϊόντα καθαρισμού, ενώ τα προσφερόμενα προϊόντα κατανάλωσης πρέπει να είναι τοπικά και τα σκεύη μη αναλώσιμα. Ακόμα το κατάλυμα ως φερέφωνο της βιωσιμότητας θα πρέπει να έχει εκπαιδευμένο, σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, προσωπικό που θα ευαισθητοποιεί τους πελάτες και θα τους ενημερώνει για οικολογικές επιλογές μετακίνησης και αναψυχής στον τουριστικό προορισμό τους. Επιπλέον στην κατηγορία των «πράσινων» ξενοδοχείων συμπεριλαμβάνονται και τα ξενοδοχεία που προβαίνουν σε πρακτικές εξοικονόμησης χρημάτων προκειμένου να συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος. (Γιάντση Χρυσάνθη, 2022, Η ανταπόκριση των τουριστών στα πράσινα ξενοδοχεία)

Στην Ελλάδα το πρώτο ξενοδοχείο που απέσπασε οικολογικό σήμα, ήταν το SunWing Kallithea Beach στη Ρόδο, το 2003. Το συγκεκριμένο κατάλυμα πρωτοπορεί στην αειφόρο ανάπτυξη και συνεργάζεται με το σύστημα πιστοποίησης Travel Life. Βασικό μέλημα του είναι η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των πελατών του για το περιβάλλον. Για αυτό τον λόγο εκπαιδεύει κάθε χρόνο το προσωπικό του σε περιβαλλοντικά ζητήματα και κατά την άφιξη των ταξιδιωτών, τους ενημερώνουν για περιβαλλοντικά ζητήματα και λύσεις, όπως τα οφέλη της ανακύκλωσης. Επιπρόσθετα στο εστιατόριο του, προβάλλει ενημερωτικά βίντεο σχετικά με τις επιβλαβείς, για το περιβάλλον, συνέπειες της χρήσης του πλαστικού και φροντίζει στην ιστοσελίδα του να αναφέρει όλες τις περιβαλλοντικές του πρακτικές και συνεργασίες.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ & ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

### 2.1 ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Με τον όρο «βιώσιμη ανάπτυξη» εννοείται η μορφή αναπτυξιακής πολιτικής, η οποία έχει ως στόχο την ικανοποίηση των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών αναγκών της κοινωνίας, ώστε να επιτευχθεί ευημερία (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Γλωσσάριο).

Βασικός πυλώνας του όρου είναι η παραδοχή πως οι ανάγκες της κοινωνίας πρέπει να ικανοποιούνται χωρίς να απειλούν την ευημερία των μελλοντικών γενεών (United Nations, 1987, Brundtland report). Γι' αυτό το λόγο πρέπει οι μελλοντικοί προγραμματισμοί ανάπτυξης να συνυπολογίζουν την προστασία του περιβάλλοντος.

Το 1992, στη Διεθνή Συνδιάσκεψη του Ρίο, έγινε για πρώτη αναφορά στις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης. Ουσιαστικά, η ιδέα της ανάπτυξης με κάθε κόστος αντικαταστάθηκε με την ιδέα της βιώσιμης ανάπτυξης, η οποία αποτέλεσε λέξη – κλειδί και ταυτίστηκε με την εξασφάλιση των μελλοντικών γενεών, παράλληλα με την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική τους εξέλιξη.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση εστιάζει στη βιώσιμη ανάπτυξη και την θεωρεί βασική αρχή, παρέχοντας πληθώρα χρηματοδοτικών προγραμμάτων για την προώθηση της. Η στρατηγική της ξεκίνησε το 2001 στο Συμβούλιο του Goeteborg, όπου και έγινε για πρώτη φορά αναφορά στον όρο βιώσιμη ανάπτυξη και δόθηκε έμφαση στο τρίπτυχο της « Οικονομία – Περιβάλλον – Κοινωνία ». Συγκεκριμένα η ΕΕ ακολουθεί μια ολιστική προσέγγιση, εστιάζοντας στην ατζέντα του 2030 των Ηνωμένων Εθνών. Η Ατζέντα του 2030 αποτελείται από 17 αναπτυξιακούς στόχους για τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Οι στόχοι της βιώσιμης ανάπτυξης (ΣΒΑ) της Ατζέντας του 2030, απειλήθηκαν με την εμφάνιση του covid-19, καθώς η πανδημία προκάλεσε πλήθος προβλημάτων. Σε οικονομικό επίπεδο, με τον covid-19 πάγωσαν όλες οι επιχειρηματικές δραστηριότητες ανά τον κόσμο και ο τουρισμός ήταν ένας από τους κλάδους που δέχτηκε βαρύ πλήγμα και ακόμα προσπαθεί να ανακάμψει. Οι επιχειρήσεις έμειναν κλειστές για μεγάλο διάστημα, ενώ αργότερα τα απαιτητικά πρωτόκολλα ενάντια στον κορονοϊό και οι οικονομικές δυσκολίες που επέφεραν, τις δυσκόλεψαν με

αποτέλεσμα αρκετές να μην λειτουργήσουν ξανά (United Nations, Sustainable Development Goals).

## 2.2 Η ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ

Ως βιώσιμος τουρισμός ορίζεται ο τουρισμός που υπολογίζει στο σχεδιασμό του τις κοινωνικο-οικονομικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του, ανταποκρινόμενος παράλληλα στις ανάγκες που προκύπτουν από τους επισκέπτες, τον τουριστικό κλάδο, αλλά και τις κοινότητες των προορισμών υποδοχής (UNWTO, Sustainable Tourism Development). Το συγκεκριμένο είδος τουρισμού διέπεται και από τις αντίστοιχες αρχές και πρακτικές που αντικατοπτρίζουν τους στόχους του.

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), ο βιώσιμος τουρισμός πρέπει να εξασφαλίζει βιώσιμες και μακροπρόθεσμες οικονομικές πρακτικές, ώστε οι επιχειρήσεις να παρέχουν ισότιμα οφέλη κοινωνικοοικονομικού χαρακτήρα σε όλους τους ενδιαφερόμενους, όπως σταθερή εργασία και ευκαιρίες για αύξηση εισοδήματος, αλλά και κοινωνικές υπηρεσίες στις κοινότητες, βοηθώντας στην εξάλειψη της φτώχειας.

Επιπλέον, οφείλει να σέβεται την αυθεντικότητα του πολιτισμού και της κοινωνίας των τοπικών κοινοτήτων, διατηρώντας τις πολιτιστικές τους υποδομές, τις παραδόσεις και αξίες τους, αλλά και συμβάλλοντας στην καλύτερη διαπολιτισμική κατανόηση.

Ακόμα, πρέπει να κάνει βέλτιστη χρήση των περιβαλλοντικών πόρων, οι οποίοι και αποτελούν βασικό στοιχείο στην τουριστική ανάπτυξη και να συμβάλλει στη διατήρηση της φυσικής κληρονομιάς, της βιοποικιλότητας και των βασικών οικολογικών απαιτούμενων διαδικασιών.

Στα πλαίσια του βιώσιμου-αιφόρου τουρισμού, απαιτείται η ενημερωμένη συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων μελών και της πολιτικής ηγεσίας, προκειμένου να διασφαλιστεί η συμβολή τους. Η επίτευξη της βιωσιμότητας στον τουριστικό κλάδο είναι μια συνεχής διαδικασία που απαιτεί διαρκή παρακολούθηση των επιπτώσεων και επιβολή προληπτικών ή και διορθωτικών μέτρων, όπου κριθεί απαραίτητο.

Στόχος του είναι η διατήρηση υψηλού επιπέδου τουριστικής ικανοποίησης, εξασφαλίζοντας ουσιαστικές εμπειρίες στους τουρίστες, αυξάνοντας την

ευαισθητοποίηση τους σε θέματα αειφορίας και προωθώντας τις πρακτικές βιώσιμου τουρισμού.

Οι κατευθυντήριες γραμμές και οι πρακτικές διαχείρισης του, εφαρμόζονται σε όλες τις μορφές τουρισμού, συμπεριλαμβανομένου του μαζικού τουρισμού και των διαφόρων εξειδικευμένων τμημάτων τουρισμού. Οι αρχές της αειφορίας, όπως προαναφέρθηκαν, αφορούν τις περιβαλλοντικές, πολιτιστικές και κοινωνικο-οικονομικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης και επισημαίνουν την ανάγκη για ισορροπία ανάμεσα σε αυτές τις τρεις πτυχές, προκειμένου να επιτευχθεί η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα της.

Αναγνωρίζοντας τις ευκαιρίες που υπάρχουν στην ανάπτυξη του τουρισμού, η Γενική Διεύθυνση Ανάπτυξης και Συνεργασίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, EuropeAid, ξεκίνησε το πρόγραμμα «Ενίσχυση των ικανοτήτων για βιώσιμο τουρισμό για ανάπτυξη στις αναπτυσσόμενες χώρες». Το έργο αυτό πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), στον οποίο και ανατέθηκε η προετοιμασία ενός Οδηγού για το Βιώσιμο Τουρισμό, που θα αποτελέσει μοχλό ανάπτυξης, εμπορίου υπηρεσιών, μείωσης της φτώχειας και δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας. Ο οδηγός θα ενισχύει την κατανόηση του τουρισμού σε όλες του τις διαστάσεις, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο σχετίζεται με την ευρωπαϊκή ατζέντα της Ε.Ε, ώστε να μπορούν οι ευρωπαϊκές χώρες και άλλα αναπτυξιακά ιδρύματα, να συμπεριλάβουν τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στον κύκλο προγράμματός τους.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού επιδιώκει τη μεγιστοποίηση της συμβολής του τουρισμού και την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων, δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στην αναπτυξιακή δυνατότητα των χωρών. Ομοίως, η Ε.Ε έχει την δυνατότητα να υποστηρίξει τις αναπτυσσόμενες χώρες και να τις βοηθήσει στην εφαρμογή αλλαγών στα πλαίσια του βιώσιμου τουρισμού.

Ο οδηγός ολοκληρώθηκε και κυκλοφόρησε δημόσια στις 27 Ιουνίου του 2013 στις Βρυξέλλες. Η προσέγγιση που επέλεξε ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού στηρίχθηκε στην εμπειρία του με ένα ευρύ φάσμα συνεργαζόμενων φορέων και κυβερνήσεων.

Ο σκοπός του ήταν να ενισχύσει την κοινή γνώμη για το βιώσιμο τουρισμό και να δείξει πως είναι ένα μέσο για την προώθηση της οικονομικής και κοινωνικής

ανάπτυξης, που συνεισφέρει στην ελαχιστοποίηση των αρνητικών κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

Απευθύνεται σε δύο βασικά ακροατήρια, την Ευρωπαϊκή Ένωση μαζί με άλλους φορείς αναπτυξιακής βοήθειας, τους οποίους προσπαθεί να βοηθήσει να εντοπίσουν ευκαιρίες για την επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης στον τουριστικό τομέα και τις κυβερνήσεις με τα ενδιαφερόμενα μέλη των αναπτυσσόμενων χωρών για να τους βοηθήσει να αναγνωρίσουν που χρειάζεται να ενισχύσουν την προσέγγιση τους στον βιώσιμο τουρισμό και να αναζητήσουν βοήθεια, στο πλαίσιο των διεθνών πολιτικών για τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Συγκεκριμένα, ανοίγει την συζήτηση, ανάμεσα στα προαναφερόμενα ακροατήρια, για τη συμφωνία σχετικά με τις προτεραιότητες και τις δράσεις για την υποστήριξη του αειφόρου τουρισμού.

Επίσης, ενημερώνει τα υπάρχοντα πλαίσια συνεργασίας και τις κοινές διαδικασίες αξιολόγησης και συντονισμού στην Επίσημη Αναπτυξιακή Βοήθεια για το εμπόριο και συμβάλλει στην τοποθέτηση του τουρισμού μέσα στο πλαίσιο δράσης για την πράσινη ανάπτυξη.

Τα αποτελέσματα του οδηγού εφαρμόστηκαν σε έξι χώρες : την Κένυα, την Ινδία, το Βιετνάμ, τη Σενεγάλη, την Μποτσουάνα και το Ανατολικό Τιμόρ, κατά την διάρκεια και μετά την προετοιμασία του εγγράφου (UNWTO, 2013)

Επιπλέον, με γνώμονα την βιώσιμη ανάπτυξη, πραγματοποιήθηκε τον Ιούνιο του 2012, στο Ρίο, η καθιερωμένη Διεθνής Συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών. Το πρακτικό αυτής της συνάντησης μεταξύ άλλων αναφέρει πως ο καλοσχεδιασμένος και διαχειριζόμενος τουρισμός μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στις τρεις διαστάσεις της βιώσιμης ανάπτυξης και έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει θέσεις εργασίας και εμπορικές ευκαιρίες, καθώς συνδέεται άρρηκτα με πολλούς τομείς. Επιπλέον, τα μέλη εξέφρασαν την επιθυμία τους να ενθαρρύνουν την προώθηση των επενδύσεων στο βιώσιμο τουρισμό, στον πολιτιστικό τουρισμό και τον οικοτουρισμό, σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, διευκολύνοντας την πρόσβασή τους σε χρηματοδοτήσεις και παρέχοντας μικροπιστώσεις στις τοπικές κοινότητες που παρουσιάζουν μεγάλες δυνατότητες οικοτουρισμού.

Καθώς τις τελευταίες δεκαετίες ο τουρισμός βρίσκεται σε διαρκή ανάπτυξη και αυξημένη διαφοροποίηση θεωρείται ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς στον κόσμο. Μάλιστα, ο επιχειρηματικός όγκος του ισούται και ίσως ξεπερνά αυτόν των εξαγωγών πετρελαίου, τροφών, αυτοκινήτων, προσφέροντας επενδυτικές ευκαιρίες στους νέους επιχειρηματίες και εκατομμύρια άμεσα σημεία εισχώρησης στο εργατικό δυναμικό και ιδιαίτερα στην νεολαία και στις γυναίκες.

Ο τουρισμός είναι ένας από τους, πλέον, σημαντικότερους τομείς του διεθνές εμπορίου, αντιπροσωπεύοντας μια από τις κύριες πηγές εσόδων για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες. Είναι ο μόνος τομέας παροχής υπηρεσιών με καταγεγραμμένο πλεόνασμα στο εμπόριο, σε σχέση με τον υπόλοιπο κόσμο.

Παρόλα αυτά, υπάρχουν και αρνητικές συνέπειες από τον τουρισμό καθώς είναι πηγή περιβαλλοντικής ρύπανσης και καταστροφής, απειλή της κοινωνικο-πολιτιστικής δομής και πιθανή αιτία αρνητικών επιπτώσεων στην κοινωνία. Προκειμένου να αντιμετωπιστούν, η εφαρμογή των αρχών της βιωσιμότητας κρίνεται απαραίτητη (Παγκόσμια Αναπτυξιακή Ατζέντα, 2012 , RIO+20 The Future We Want).

Σύμφωνα με την Έκθεση Πράσινης Οικονομίας του Περιβαλλοντικού Προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών (UNEP), ο τουρισμός ανήκει σε έναν από τους δέκα (10) οικονομικούς τομείς, του οποίου η μετατροπή σε πράσινο θα αυξήσει την ευημερία του, θα δημιουργήσει θέσεις εργασίας και θα μειώσει την φτώχεια. (UNEP, About UN Environment Programme)

Την ίδια στιγμή που οι επιχειρήσεις καλούνται να στραφούν προς τη βιωσιμότητα, τόσο για την μείωση των λειτουργικών τους εξόδων, όσο και για την μείωση του αποτυπώματός τους, οι ίδιοι οι πελάτες τους, οι τουρίστες, απαιτούν όλο και περισσότερο έναν βιώσιμο τουρισμό.

Ως εκ τούτου, η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να έχει μια βιώσιμη προσέγγιση, ώστε να προωθεί την ανάπτυξη, διατηρώντας παράλληλα ισορροπημένη χρήση των πόρων της. Αυτή η προσέγγιση πρέπει να υποστηριχθεί σε τοπικό, εθνικό, περιφερειακό και διεθνές επίπεδο.

Όσον αφορά την θέση των ανεπτυγμένων χωρών, παραμένουν οι κύριοι τουριστικοί προορισμοί και πηγή διεθνούς τουρισμού, με τις αναπτυσσόμενες χώρες να γεφυρώνουν το χάσμα και να παρουσιάζουν μεγάλη αύξηση στις αφίξεις τουριστών.

Ο τουρισμός φαίνεται να ευδοκμεί σε προορισμούς με φυσική και πολιτιστική κληρονομιά, ζεστό κλίμα και πολλούς ανθρώπινους πόρους, με τις αναπτυσσόμενες χώρες να πλεονεκτούν έναντι των ανεπτυγμένων. Μάλιστα είναι η πρώτη ή δεύτερη πηγή εσόδων από εξαγωγές σε είκοσι (20) από τις σαράντα-οκτώ (48) λιγότερο αναπτυγμένες χώρες. Σε μερικές αναπτυσσόμενες χώρες και κυρίως σε μικρά νησιά – κράτη, ο τουρισμός αποτελεί πάνω από το 25% του ΑΕΠ τους. (UN, The Future We Want)

Σύμφωνα με τους υπολογισμούς του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, μέχρι το 2030, το 58% των διεθνών αφίξεων θα είναι σε προορισμούς όπου η οικονομία τους θα είναι σε πρώιμο στάδιο ανάπτυξης, όπως η Λατινική Αμερική, Ασία, Μέση Ανατολή και Αφρική. (UNWTO, Guidebook on Sustainable Tourism for Development)

### 2.3 ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΚΛΑΔΟ

Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος ανέθεσε στο Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) έρευνα για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα στον ξενοδοχειακό κλάδο, η οποία διεξήχθη τον Μάρτιο του 2022.

Προτού παρουσιαστούν τα αποτελέσματα της έρευνας, είναι σημαντικό να γίνει αναφορά σε κάποια χαρακτηριστικά του ξενοδοχειακού δυναμικού της Ελλάδας. Συγκεκριμένα, για το έτος 2021 οι ξενοδοχειακές μονάδες ανέρχονταν σε 10.098 μονάδες, σημειώνοντας μικρή αύξηση από το 2020 που ήταν 10.052 και το 2019 που ήταν 9.971. Από τις 10.098 μονάδες το 52% βρίσκεται σε ελληνικά νησιά. Τα περισσότερα ξενοδοχεία είναι μικρές επιχειρήσεις, καθώς το 79% των καταλυμάτων έχει μόλις 50 δωμάτια. Από τις 10.098 ξενοδοχειακές μονάδες το 61% των ξενοδοχείων λειτουργούν εποχικά, ενώ μόλις το 6% ανήκει σε αλυσίδα.

Τα ευρήματα της έρευνας ανέδειξαν ότι ένα ποσοστό 67%-89% των ξενοδόχων, αντιλαμβάνονται την καίρια ανάγκη για υιοθέτηση βιώσιμων πρακτικών για την επιχείρησή τους, με τα μεσαία και μεγάλα ξενοδοχεία να έχουν προβάδισμα σε σχέση με μικρά ξενοδοχεία, ξενοδοχεία σε μη δημοφιλή νησιά και ατομικές επιχειρήσεις. Περισσότεροι από τους μισούς ξενοδόχους δηλώνουν ότι έχουν μέτρια γνώση όσον αφορά την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, με τα μεγάλα ξενοδοχεία και τα ξενοδοχεία που ανήκουν σε αλυσίδα και ήδη έχουν πράσινες πιστοποιήσεις, να δηλώνουν ότι έχουν ικανοποιητικές γνώσεις. Από τους ερωτηθέντες μόνο το 41% θεώρησε

ικανοποιητικό το επίπεδο των γνώσεων τους σχετικά με τις περιβαλλοντικές πρακτικές. Ωστόσο το ποσοστό που ενδιαφέρεται να αποκτήσει περαιτέρω γνώσεις είναι ιδιαίτερα υψηλό, με το 79% των ξενοδόχων να θέλουν να διευρύνουν τις γνώσεις τους και να βραβευτεί η επιχείρησή τους με πιστοποιήσεις βιωσιμότητας. Όσον αφορά τη μέριμνα των ξενοδοχείων για τις εκπομπές άνθρακα, το ποσοστό των ξενοδοχείων που τις παρακολουθεί κυμαίνεται από 8% έως 31%, με τα πιστοποιημένα ξενοδοχεία, τα μεγάλα και τα μέλη αλυσίδων ξενοδοχεία να κυριαρχούν.

Σύμφωνα με τα τελικά ευρήματα, το 51,2% των ξενοδόχων έχουν γνώσεις άνω του μετρίου σχετικά με θέματα περιβαλλοντικής βιωσιμότητας, ενώ όλοι αναγνωρίζουν την μεγάλη σημασία της εφαρμογής πρακτικών βιωσιμότητας. Ωστόσο υψηλότερα ποσοστά καταγράφονται από μεσαία και μεγάλα ξενοδοχεία από ότι σε μικρές και οικογενειακές επιχειρήσεις. Σε γενικές γραμμές, το επίπεδο περιβαλλοντικών γνώσεων παρατηρείται υψηλότερο στα μεγάλα ξενοδοχεία.

Η έρευνα που πραγματοποίησε το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) σε συνεργασία με την Google πραγματοποίησε και διαχωρισμό των απαντήσεων, με βάση τις περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις που διέθεταν η και όχι οι ξενοδοχειακές μονάδες. Από αυτόν το διαχωρισμό προέκυψε ένα εύλογο συμπέρασμα, ότι τα πιστοποιημένα ξενοδοχεία είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένα και ενημερωμένα, ενώ αντιλαμβάνονται περισσότερο τη σημασία υιοθέτησης πράσινων πρακτικών για τη μελλοντική ευημερία τους ως επιχειρήσεις, από ότι ξενοδοχεία που δεν διαθέτουν κάποια περιβαλλοντική πιστοποίηση. Συμπληρωματικά, το 25% των πιστοποιημένων ξενοδοχείων εφαρμόζει μεθόδους μέτρησης του αποτυπώματος άνθρακα, ενώ μόλις το 9% των μη πιστοποιημένων ξενοδοχείων ακολουθεί την ίδια τακτική. Τα ξενοδοχεία μέλη αλυσίδας παρατηρείται να ακολουθούν πιο έντονες και συστηματικές μεθόδους μέτρησης του αποτυπώματος σε σχέση με τις υπόλοιπες ξενοδοχειακές μονάδες.

Τα συμπεράσματα της έρευνας αυτής δηλώνουν ξεκάθαρα την ανάγκη για περισσότερη ενημέρωση και παροχή οικονομικής βοήθειας στις μικρομεσαίες κυρίως επιχειρήσεις. (ΙΤΕΠ, 2022, Η Σημασία της Περιβαλλοντικής Βιωσιμότητας στον Ξενοδοχειακό Κλάδο)



## 2.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ & ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΣ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ

Προτού προβούν σε επενδυτικές δράσεις οι επιχειρήσεις οφείλουν να συμπεριλάβουν στο πλάνο τους τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο των αποφάσεων τους. Η αειφορία δεν νοείται χωρίς την δημιουργία μιας νέας σχέσης με το περιβάλλον, η βιωσιμότητα πρέπει να συνεκτιμάται των υπόλοιπων κριτηρίων αειφορίας στην ανάπτυξη οποιασδήποτε οικονομικής δραστηριότητας. Ο υπερτουρισμός είναι ένα από τα πιο κοινά παραδείγματα όπου δεν συνυπολογίστηκε το περιβάλλον με αποτέλεσμα την αύξηση των ρύπων από τα αεροπλάνα, την υποβάθμιση του βιοτικού επιπέδου των τοπικών πληθυσμών συνιστώντας μια ακραία περιβαλλοντική κρίση.

Όσον αφορά τις επιχειρήσεις, συχνά οι επενδυτές αδιαφορούν για τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο και επικεντρώνονται στην οικονομική απόδοση της επιχείρησής τους βάζοντας σε δεύτερη μοίρα τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιχειρήσεις. Η εμφάνιση όμως επενδύσεων με περιβαλλοντικό και κοινωνικό όφελος έχει ξεκινήσει να αλλάζει τον τρόπο σκέψης τους, καθώς τα τελευταία χρόνια η κλιματική αλλαγή βρίσκεται στο προσκήνιο μιας και ο κώδωνας του κινδύνου έχει ήδη χτυπήσει. Σταδιακά, οι οικονομικές αποδόσεις έχουν ξεκινήσει να θεωρούνται ισότιμες με τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές, ενώ μάλιστα έχει αναγνωριστεί και το κέρδος που μπορεί να προκύψει από φιλικές προς το περιβάλλον επιλογές (Lowrey A., 2019).

## 2.5 ΕΡΕΥΝΑ 2022 DATA CONSULTANTS – ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Το καλοκαίρι του 2022, τα στελέχη του τομέα Περιφερειακής Ανάπτυξης και Κοινωνικής Συνοχής της εταιρείας Data Consultants παρουσίασαν μελέτη για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, η οποία παρουσιάστηκε στην ετήσια συνάντηση της Λέσχης Επιχειρηματικότητας στην Πάτρα και διενεργήθηκε για λογαριασμό του Περιφερειακού Γραφείου Ανάπτυξης της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που αντλήθηκαν, το 99,8% των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων σε όλους τους κλάδους, πλην του χρηματοπιστωτικού, είναι μικρομεσαίες επιχειρήσεις και απασχολούν το 67% της συνολικής απασχόλησης που υπολογίζεται σε 93 εκατομμύρια ανθρώπους. Μάλιστα η πλειονότητα τους (93%) είναι μικρές επιχειρήσεις (προσωπικό <10 ατόμων).

Συγκεκριμένα, στην Ελλάδα το ποσοστό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι 99,99% του συνόλου των επιχειρήσεων σε όλους τους τομείς. Όσον αφορά την συνεισφορά τους στο ΑΕΠ της χώρας, συμβάλλουν στην παραγωγή προστιθέμενης

αξίας και αποτελούν το 19,3% του ακαθόριστου εθνικού προϊόντος ενώ αντιπροσωπεύουν το 87% της απασχόλησης.

Για τη χρονιά 2021, οι ελληνικές επιχειρήσεις ήταν κατά 99% μικρομεσαίες και απασχολούσαν έως και 250 υπαλλήλους. Η πλειοψηφία τους ήταν πολύ μικρές (88,2%) και μικρές (10%) ενώ μόλις το 1,3% ήταν μεσαίες επιχειρήσεις. (Π.Σ. «Εργάνη», 2021). Παρόλο που εκπροσωπούν ένα μεγάλο ποσοστό και η συνεισφορά τους στην οικονομία, σε διεθνή και παγκόσμιο επίπεδο, είναι μεγάλη οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δυσκολεύονται να επιβιώσουν.

Για να επιτευχθεί αυτό, χρειάζεται διαρκής αναπροσαρμογή στην παραγωγή και τη διαχείριση, υιοθέτηση καινοτόμων πρακτικών, τεχνολογιών και νέων προϊόντων, δικτύωση, σύναψη νέων συνεργασιών αλλά και ενημέρωση για τις εξελίξεις στον τομέα τους και τις εκάστοτε υπάρχουσες χρηματοδοτήσεις. Ζωτικής σημασίας είναι και ο ρόλος του κράτους, καθώς μέσω των δράσεών του μπορεί να διαμορφώσει ένα ευνοϊκό περιβάλλον για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και να δημιουργήσει δομές στήριξης.

Προκειμένου να ανακάμψουν, προτείνεται η ενίσχυση της ανθεκτικότητας των επιχειρήσεων ώστε όταν επηρεάζονται από εξωτερικούς παράγοντες όπως τις υγειονομικές κρίσεις και την κλιματική αλλαγή, να μπορούν να επιβιώσουν. Επιπλέον, αναφέρεται η ανάγκη για αύξηση της απασχόλησης, προσέλκυση επενδύσεων και ολοκλήρωση βασικών υποδομών. Ακόμα για την ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων χρειάζεται να ενσωματώσουν βιώσιμες πολιτικές και να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα της κοινωνίας αυξάνοντας την εξωστρέφεια τους. Όπως διαφαίνεται, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι ο κορμός της ελληνικής οικονομίας και η στήριξη τους είναι κρίσιμη για την πορεία της διεθνούς και ευρωπαϊκής οικονομίας, γι' αυτό και πρέπει να διευκολυνθεί το χρηματοοικονομικό τους περιβάλλον και να δοθούν κίνητρα για την δημιουργία νέων επιχειρήσεων.

Συμπερασματικά, τα δεδομένα της Data Consultants δεν είναι καθόλου ενθαρρυντικά για το μέλλον των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα και ειδικά στην περιφέρεια. Καταλήγει πως οι ελληνικές περιφέρειες αντιμετωπίζουν δυσκολία στην απορρόφηση των κεφαλαίων του ΕΣΠΑ, έπειτα από την ολοκλήρωση των προγραμμάτων του, ενώ υστερούν και σε επίπεδο ανταγωνιστικότητας απέναντι στις ευρωπαϊκές περιφέρειες. Μάλιστα, περισσότερη δυσκολία στην απορρόφηση

κεφαλαίων παρατηρείται στην περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας, ενώ ενισχύεται το συμπέρασμα ότι το χάσμα μεταξύ των περιφερειών είναι αρκετά μεγάλο όσον αφορά το περιφερειακό παραγόμενο εισόδημα τους και την συνεισφορά τους στο ΑΕΠ (Data Consultants, 2022) .

## 2.6 ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Με αφορμή την μελέτη της συμβουλευτικής εταιρείας Data Consultants, αξίζει να γίνει αναφορά στην έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (WEF) «Μελλοντική Ετοιμότητα των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων: Κινητοποίηση των ΜμΕ για την προώθηση της ευρείας βιωσιμότητας και Ευημερίας» όπου αναφέρονται ευκαιρίες ανάπτυξης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Η έκθεση βασίζεται σε πάνω από 200 άρθρα, αναλυμένα από ομότιμους καθηγητές, που καλύπτουν τους τομείς της βιωσιμότητας, της καινοτομίας, του στρατηγικού μάνατζμεντ, της επιχειρηματικότητας και περιέχει μελέτες περίπτωσης με επιτυχημένες μικρομεσαίες επιχειρήσεις από τους αναφερόμενους κλάδους. Ουσιαστικά παρουσιάζει τις σωστές επιλογές που πρέπει μια μικρομεσαία επιχείρηση να κάνει προκειμένου να αυξήσει την μελλοντική της ετοιμότητα. Στην έκθεση, που δημοσιεύθηκε το Νοέμβριο του 2021, συμμετείχαν πάνω από 300 CEOs και μέλη των επιχειρήσεων και συντάχθηκε σε συνεργασία με το National University of Singapore Business School και το University of Cambridge Judge Business School and Entrepreneurs Organization.

Για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στον τουριστικό κλάδο δίνεται ως παράδειγμα η επιχείρηση Alltournative στην Λατινική Αμερική και συγκεκριμένα το Μεξικό, η οποία δημιουργήθηκε το 1999 και απασχολεί 266 εργαζομένους. Η συγκεκριμένη επιχείρηση, αν και μικρομεσαία, έχει καταφέρει να έχει τζίρο που κυμαίνεται από πέντε (5) εκατομμύρια δολάρια έως και σαράντα πέντε (45). Η Alltournative είναι μια εταιρεία οικολογικού τουρισμού που επικεντρώνεται στην προώθηση της διατήρησης του φυσικού περιβάλλοντος και στην προστασία του αυτόχθονου πολιτισμού στη χερσόνησο Γιουκατάν, παρέχοντας στους πελάτες της ξεχωριστές εμπειρίες και δραστηριότητες στη φύση. Η εταιρεία αποδίδει την επιτυχία της στην ικανότητά της

να παρέχει υπηρεσίες και ταυτόχρονα να δημιουργεί θετικό οικολογικό και κοινωνικό αντίκτυπο. Η βιωσιμότητα αποτελεί τον πυρήνα του επιχειρηματικού της μοντέλου. Η Alltournative έχει αφιερωθεί στην προσπάθεια της να βοηθάει τις ιθαγενείς κοινότητες των Μάγια, διαχειρίζοντας υπεύθυνα τη γη και διατηρώντας τις παραδόσεις τους. Παράλληλα τους δίνει την δυνατότητα να εκπαιδεύουν τους τουρίστες για τον πολιτισμό τους, τα γηγενή πάρκα και τη σημασία της διατήρησης τους, παρέχοντας έτσι σταθερές οικονομικές ευκαιρίες στην ιθαγενή κοινότητα. Επιπλέον, ενθαρρύνει την ιθαγενή νεολαία να σπουδάσει, μιας και πολλά μέλη της κοινότητας πλέον κατέχουν θέσεις αρχαιολογικών οδηγών μέσα στην εταιρεία.

Η Alltournative έχει καταφέρει μέσω της προσφοράς της και του διαρκούς ελέγχου του αντίκτυπου της να είναι μια κορυφαία εταιρεία οικοτουρισμού για περισσότερο από 20 χρόνια και μέχρι και σήμερα συνεχίζει να ξεχωρίζει στον τομέα του οικοτουρισμού. Μάλιστα αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο μπορούν οι μικροεπιχειρήσεις να δικτυωθούν στην τοπική τους κοινότητα για να πετύχουν παγκόσμιο αντίκτυπο. Η εταιρεία έχει καταφέρει όχι μόνο να πετύχει τους βιώσιμους στόχους της δουλεύοντας με τις κοινότητες των Μάγια, αλλά και να διασφαλίσει συνεργασίες με την τοπική αυτοδιοίκηση και πλέον τα διευθυντικά της μέλη εκτελούν εκπαιδευτικά προγράμματα ώστε να συνεχίσει τις, υψηλού αντίκτυπου, επιχειρηματικές στρατηγικές της.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έκθεσης, οι βασικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι η διατήρηση των υπαλλήλων και του εταιρικού σκοπού, η επιβίωση και επέκταση, η πρόσβαση σε χρηματοδοτήσεις, επενδυτικά κεφάλαια και η ανάπτυξη καινοτόμων ψηφιακών υποδομών. Μάλιστα αναφέρει πως ο συνδυασμός ψηφιακών υποδομών και δικτύων οδηγεί στη βιώσιμη ανάπτυξη, καθώς οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που έχουν τα κατάλληλα εργαλεία και δίκτυα για να πραγματοποιήσουν τις καινοτόμες ιδέες τους, είναι σε θέση να ανταγωνιστούν με τις μεγαλύτερες εταιρείες.

Όσον αφορά τον κοινωνικό τους αντίκτυπο, φαίνεται να υστερούν καθώς σύμφωνα με τα δεδομένα, σε σύγκριση με μεγαλύτερους οργανισμούς δεν εφαρμόζουν βιώσιμες πρακτικές, είτε επειδή θεωρούν πως είναι πολύ μικρές για να προκαλέσουν αντίκτυπο, είτε επειδή συχνά είναι ήδη ενσωματωμένες μέσω των βιώσιμων προϊόντων και των υπηρεσιών τους (π.χ οργανικά προϊόντα, επιχειρήσεις ΚΟΙΝΣΕΠ).

Επιπλέον, αναφέρει πως αντιμετωπίζοντας την ανάγκη για βιώσιμη ανάπτυξη μέσω της δημιουργίας καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών, οι επιχειρήσεις μπορούν να εισχωρήσουν σε νέες αγορές και να επωφεληθούν εφαρμόζοντας στρατηγικές βιωσιμότητας. Η βιωσιμότητα αποτελεί σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις και ενισχύει τη φήμη τους και τον κοινωνικό τους αντίκτυπο μέσω των βιώσιμων στρατηγικών τους (περιβαλλοντικές διαρρυθμίσεις, απόκτηση περιβαλλοντικών πιστοποιήσεων).

Κινητήριος δύναμη της έκθεσης είναι η επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης, της προσαρμοστικότητας και του κοινωνικού αντίκτυπου, τα οποία και υπολογίζει έχοντας υπόψη διάφορες συνισταμένες. Συγκεκριμένα, η ικανότητα μιας επιχείρησης να προσαρμόζεται στα νέα δεδομένα κρίνεται από την ανθεκτικότητά της σε περίοδο κρίσης, ενώ ο κοινωνικός αντίκτυπος υπολογίζεται από τους στόχους βιώσιμης ανάπτυξης που ακολουθεί.

Ωστόσο η έρευνα καταλήγει πως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις τείνουν να είναι λιγότερο ανθεκτικές από τις μεγαλύτερες εταιρείες στην απορρόφηση εξωτερικών κρίσεων, αλλά είναι πιο ευκίνητες και γρήγορες στην εκμετάλλευση των ευκαιριών που προκύπτουν. Το μικρό τους μέγεθος μπορεί εν τέλει να αποτελέσει και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Με το σωστό συνδυασμό εσωτερικών παραγόντων, όπως αυτονομίας, διορατικότητας και ανταγωνιστικότητας, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορούν να πετύχουν τον κοινωνικό αντίκτυπο, την ικανότητα προσαρμογής και τη βιώσιμη ανάπτυξη. (WEF,2021)

## 2.7 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Με τον όρο καινοτομία εννοείται η πραγματοποίηση πρωτοποριακών ιδεών που στοχεύει στην παραγωγή και παροχή βελτιωμένων ή νέων προϊόντων και υπηρεσιών, που μπορούν να εφαρμοστούν σε εμπορικό και παραγωγικό επίπεδο. Ουσιαστικά αποτελεί την μετατροπή της ιδέας σε προϊόν, παρουσιάζοντας όμως σημαντικές διαφορές με τις λέξεις «εφεύρεση» και «ανακάλυψη», οι οποίες έπονται της καινοτομίας. (OECD, 2002)

Η καινοτομία έχει σημαντικό ρόλο στην οικονομία μιας χώρας και παρακάτω θα γίνει σύντομη περιγραφή του οικοσυστήματος για την ανάπτυξη της οικονομίας το οποίο έχει ως επίκεντρο την καινοτομία. Η έρευνα και η τεχνολογική ανάπτυξη, η επιχειρηματικότητα εντάσεως γνώσης, η οικοδόμηση ικανοτήτων και δεξιοτήτων

αλλά και οι μηχανισμοί ανάπτυξης, διάχυσης και απορρόφησης αποτελούν τους τέσσερις βασικούς πυλώνες του πλέγματος καινοτομίας της οικονομίας, οι οποίοι έχουν άμεση αλληλεπίδραση μεταξύ τους.

Στο σύστημα καινοτομίας μιας χώρας συγκαταλέγονται όλοι οι φορείς της, τα πανεπιστήμια, οι επιχειρήσεις της και οι οργανισμοί της ενώ το ρυθμιστικό πλαίσιο είναι υπεύθυνο για τον ορισμό των κανόνων παραγωγής καινοτομίας. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα, το σύστημα καινοτομίας αποτελείται από τρεις παράγοντες, που αλληλεπιδρούν και συνεργάζονται, τις επιχειρήσεις, το εκπαιδευτικό σύστημα και το πολιτικό – διοικητικό σύστημα.

Προκειμένου να προωθηθεί η αύξηση των δαπανών στην έρευνα και την τεχνολογική ανάπτυξη (δυο εκ των πυλώνων της καινοτομίας), χρειάζεται να υπάρχουν τα κατάλληλα κίνητρα για τις επιχειρήσεις, καθώς και ευκαιρίες χρηματοδότησης των ερευνητικών έργων από το κράτος. Η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια κάνει μεγάλες προσπάθειες τόσο με το πρόγραμμα του ΕΣΠΑ «Ερευνώ – Δημιουργώ – Καινοτομώ» το 2018, το οποίο χρηματοδότησε 606 ερευνητικά έργα όσο και με δράσεις έρευνας και καινοτομίας που οργάνωσε το 2019 και επένδυσε σε αυτές 1 δισεκατομμύριο ευρώ.

Επιπλέον το Ελληνικό Ίδρυμα Έρευνας και Καινοτομίας (ΕΛΙΔΕΚ) για το διάστημα 2016-2020 διέθεσε 240 εκατομμύρια ευρώ σε ερευνητές ενώ για το διάστημα 2014-2020, η επενδυτική πλατφόρμα EquiFund διέθεσε το ποσό των 260 εκατομμυρίων ευρώ τα οποία μπορούσαν να φτάσουν και το 1 δισεκατομμύριο ευρώ σε συνεργασία με ιδιώτες και τράπεζες, χρηματοδοτώντας ελληνικές επιχειρήσεις. Εκείνη την περίοδο το ΕΣΠΑ ανέπτυξε αρκετές χρηματοδοτικές δράσεις ύψους 5 δισεκατομμυρίων υπό τη σκεπή του προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία», με στόχο την ανάκαμψη της καινοτομίας στην Ελλάδα ενώ υπήρξαν και άλλες επενδυτικές ευκαιρίες, είτε σε μορφή διαγωνισμών, είτε προγραμμάτων καινοτομίας από άλλες ιδιωτικές πηγές.

Ακόμα, η Ευρωπαϊκή Ένωση προσφέρει πληθώρα ανταγωνιστικών ερευνητικών προγραμμάτων και η Ελλάδα, σύμφωνα με μελέτη του Οργανισμού Έρευνας και Ανάλυσης ΔΙΑΝΕΟΣΙΣ (Η Ελλάδα που Μαθαίνει, Ερευνά, Καινοτομεί και Επιχειρεί, 2021) εδώ και 36 χρόνια, βρίσκεται σταθερά στην δεκάδα της Ε.Ε σχετικά με την συμμετοχή της σε αυτά. Μέσω των προσφερόμενων προγραμμάτων της Ε.Ε,

επιχειρήσεις, ερευνητικοί οργανισμοί αλλά και πανεπιστήμια, λαμβάνουν χρηματοδοτήσεις για τις ερευνητικές τους δράσεις. Το πρόγραμμα της Ε.Ε «Horizon 2020» για την περίοδο 2014-2020, προϋπολογισμού 80 δισεκατομμυρίων, προσέλκυσε περίπου 77.000 ερευνητικούς οργανισμούς από τους οποίους οι επτά ήταν ελληνικοί. Βασικοί άξονες του προγράμματος ήταν η επιστημονική έρευνα, η αντιμετώπιση των κοινωνικών προκλήσεων (εξάντληση ενεργειακών πόρων, κλιματική αλλαγή) και η στρατηγική επένδυση σε τεχνολογίες – κλειδιά με σκοπό τη δημιουργία καινοτόμων επιχειρήσεων.

Το πρότζεκτ TILOS επιλέχθηκε ανάμεσα σε 80 ευρωπαϊκές προτάσεις και έλαβε χρηματοδότηση ύψους 11 εκατομμυρίων ευρώ από το πρόγραμμα «Horizon 2020». Με την χρηματοδότηση αυτή, η Τήλος κατάφερε να ολοκληρώσει την ενεργειακή της ανεξαρτησία και να μετατραπεί σε «πράσινο» νησί με παραγωγή ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές. Η διάκριση αυτή αποτελεί μεγάλο βήμα για την Ελλάδα τόσο σε ενεργειακό όσο και σε τουριστικό επίπεδο. (Tilos Horizon, 2020, Το έργο Tilos)

## 2.8 ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Η οικολογική καινοτομία ορίζεται ως « οποιαδήποτε μορφή καινοτομίας (τεχνολογική και μη) που έχει ως σκοπό την βιώσιμη ανάπτυξη, περιορίζοντας τις επιπτώσεις της παραγωγής προϊόντων και αγαθών στο περιβάλλον, επιτυγχάνοντας μια πιο αποδοτική και υπεύθυνη χρήση φυσικών πόρων. Ορίζεται ως καινοτομία καθώς συνδέεται άρρηκτα με τον τρόπο παραγωγής, κατανάλωσης αλλά και χρήσης των φυσικών πόρων ενώ χαρακτηρίζεται οικολογική δεδομένου ότι στοχεύει στην προστασία του περιβάλλοντος δημιουργώντας παράλληλα επιχειρηματικές ευκαιρίες.» (Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, 2012) Επιπλέον, προτρέπει τις επιχειρήσεις να υιοθετήσουν «πράσινες» τακτικές όπως την κλειστή ανακύκλωση για τις διεργασίες των υλικών τους, η οποία εξασφαλίζει την αποφυγή διαρροών τόσο υλικών όσο και ενέργειας, προσφέροντας τους ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Αφορά τόσο προϊόντα όσο και διεργασίες και αποτελεί πλέον προτεραιότητα τόσο της Ευρωπαϊκής Ένωσης όσο και του σημερινού καταναλωτή.

Τα τελευταία χρόνια έχουν εμφανιστεί σημαντικές περιβαλλοντικές προκλήσεις, καθώς παρατηρείται εξάντληση των φυσικών πόρων, μείωση της βιοποικιλότητας, αλλά και κορύφωση του φαινομένου της κλιματικής αλλαγής με αποτέλεσμα να απαιτούνται νέες λύσεις για αυτές τις προκλήσεις. Χρειάζεται να αναπτυχθούν νέα

μοντέλα οικονομικού και κοινωνικού χαρακτήρα, όπως και τεχνολογίες που θα επιφέρουν περιβαλλοντικά οφέλη.

Για αυτό τον λόγο η Ευρώπη προσπαθεί σκληρά να επιτύχει μεγιστοποίηση της απόδοσης παραγωγής βρίσκοντας βιώσιμες λύσεις για τις επιχειρήσεις μέσω της περιβαλλοντικής καινοτομίας. Ουσιαστικά σκοπεύει να τις βοηθήσει να ανακαλύψουν καλύτερους τρόπους χρήσης των πόρων τους ώστε να μειωθούν οι αρνητικές συνέπειες προς το περιβάλλον και να επιτευχθεί αποδοτική χρήση των πόρων και συνεπώς πράσινη οικονομική ανάπτυξη.

Ωστόσο ακόμα παρατηρούνται σημαντικά κενά στην υλοποίηση των πρακτικών της οικο-καινοτομίας καθώς οι προσπάθειες που γίνονται δεν είναι επαρκείς και έχουν σημειωθεί μεγάλες διαφορές τόσο από χώρα σε χώρα όσο και στον αριθμό των επιχειρήσεων που τις υιοθετούν.

Για τον λόγο αυτό, η οικοκαινοτομία αποτελεί προτεραιότητα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στοχεύοντας στην εξάλειψη των εμποδίων που προκύπτουν. Συγκεκριμένα πραγματοποιούνται μεγάλες προσπάθειες κινητοποίησης κονδυλίων για τη χρηματοδότηση της, ώστε να γεφυρωθεί το χάσμα μεταξύ τεχνολογίας και περιβαλλοντικής καταστροφής και να βρεθεί η χρυσή τομή. Το σχέδιο της Ε.Ε θα προσφέρει ευκαιρίες χρηματοδότησης, προκειμένου να αναπτυχθούν νέες τεχνολογίες και να συνεχιστεί η έρευνα στην ανάπτυξη διατηρώντας έτσι την Ευρώπη σε ηγετική θέση στην αγορά.

Συνεπώς, αναγνωρίζοντας την αναγκαιότητα για προφύλαξη του περιβάλλοντος και εξασφάλιση της βιωσιμότητας του, η Ε.Ε ξεκίνησε να δημιουργεί και να υποστηρίζει προγράμματα με οικολογικές καινοτόμες ιδέες.

Συγκεκριμένα, την περίοδο 2008-2013 ανακοινώθηκε προκήρυξη όπου, με προϋπολογισμό 200 εκατομμύρια ευρώ, υποστήριξε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους τομείς της ανακύκλωσης, τροφίμων και ποτών, δομικών υλικών καθώς και τις πράσινες επιχειρήσεις. Το πρόγραμμα αυτό ανήκει στο Πλαίσιο για την Ανταγωνιστικότητα και την Καινοτομία και υποστήριξε διεργασίες και προϊόντα που στόχευαν στη μείωση της ρύπανσης του περιβάλλοντος. Παράλληλα υποστήριξε την εμπορική ανάπτυξη δίνοντας προτεραιότητα στον ιδιωτικό τομέα. Μέσω του Eco-innovation, η Ε.Ε προωθούσε την ανταγωνιστικότητα στην αγορά,



καθώς οι επιχειρήσεις καλούνταν να λειτουργούν με βάση τις αρχές της βιωσιμότητας.

Ωστόσο οι επιχειρήσεις λάμβαναν την χρηματοδότηση μόνο κατά το πρώτο στάδιο της υλοποίησης, καθώς μετά έπρεπε να επιτύχουν την πραγματοποίηση της ιδέας τους χωρίς επιπλέον χρηματοδότηση.

Σε εθνικό επίπεδο, υπάρχει το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης το οποίο είναι ένας οργανισμός που ανήκει στον ευρύτερο δημόσιο τομέα και προωθεί τη γνώση, την έρευνα, την καινοτομία και τον ψηφιακό μετασχηματισμό (ΕΚΤ,2021). Επιπλέον, έχει θεσμικό ρόλο καθώς είναι υπεύθυνο για τη συλλογή και οργάνωση πληροφοριών πολιτιστικού, επιστημονικού και τεχνολογικού χαρακτήρα. Συγκεκριμένα, αποτυπώνει το ελληνικό οικοσύστημα της Καινοτομίας, Ανάπτυξης, Έρευνας και Τεχνολογίας, συμβάλλει στη διαμόρφωση στρατηγικής και στη συλλογή ψηφιακού περιεχόμενου επιστήμης και πολιτισμού.

Καθώς έχει αναλάβει να προωθεί τον ψηφιακό μετασχηματισμό της χώρας επιβλέπεται από το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, από όταν εντάχθηκε στις δράσεις του το 2019. Εκτός από την δραστηριοποίηση του στο τομέα του ψηφιακού περιεχόμενου, δικτύωσης, τεχνολογίας και στατιστικής, το ΕΚΤ στηρίζει τις πολιτικές έρευνας και καινοτομίας με τα ποιοτικά στοιχεία και τους δείκτες του. Είναι υπεύθυνο για τις στατιστικές και τους δείκτες της ΕΤΑΚ (Έρευνα Τεχνολογία Ανάπτυξη Καινοτομία), καθώς είναι φορέας του Ελληνικού Στατιστικού Συστήματος και συνεργάτης της ΕΛΣΤΑΤ και Eurostat. Επιπλέον, παράγει και δημοσιοποιεί τα αποτελέσματα των στατιστικών ερευνών για την έρευνα, την ανάπτυξη αλλά και την καινοτομία στις επιχειρήσεις.

Ανέκαθεν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετώπιζαν τις περισσότερες δυσκολίες και μετά την οικονομική κρίση και τον κορονοϊό δέχτηκαν μεγάλο πλήγμα βλέποντας την πελατεία τους να μειώνεται και το κόστος παραγωγής και υλικών να αυξάνεται διαρκώς. Ωστόσο σύμφωνα με έρευνες, αποτελούν το 99% των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων ενώ προκαλούν το 70% της βιομηχανικής ρύπανσης στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Για αυτό το λόγο η υποστήριξη της οικολογικής καινοτομίας σε αυτές τις επιχειρήσεις είναι καίριας σημασίας, καθώς όχι μόνο θα μειωθεί το περιβαλλοντικό αποτύπωμα τους, αλλά θα προσελκύσουν περισσότερους πελάτες και θα μειώσουν τα λειτουργικά τους έξοδα.

Με το πρόγραμμα Eco-innovation Action Plan ,η Ε.Ε προσπαθεί να βοηθήσει όσες περισσότερες επιχειρήσεις γίνεται, γεφυρώνοντας το χάσμα μεταξύ των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και των μεγάλων αλυσίδων.

Για την υποστήριξη της καινοτομίας, η Ε.Ε έχει εξασφαλίσει 430 εκατομμύρια ευρώ για την προώθηση και την χρηματοδότηση επιχειρηματικών καινοτόμων πρωτοβουλιών.

Το 2010, η επιτροπή της Ε.Ε, προχώρησε σε νέα στρατηγική με σκοπό τη βιώσιμη ανάπτυξη, με τίτλο «Ευρώπη 2020». Η στρατηγική αυτή στόχευε στην προώθηση της καινοτομίας και της καλύτερης διαχείρισης πόρων ακολουθώντας μια σειρά ευρωπαϊκών πρωτοβουλιών. Μέσω της πρωτοβουλίας «Μια Ευρώπη που χρησιμοποιεί αποδοτικά τους πόρους» δίνεται έμφαση στη σημασία της οικο-καινοτομίας για την προστασία του περιβάλλοντος και γίνεται αναφορά στην υποστήριξη που χρειάζονται οι επιχειρήσεις, προτείνοντας μια σειρά τρόπων για την επίτευξη της αποδοτικότερης χρήσης των πόρων. Επίσης αναφέρει πιθανά εργαλεία και δείκτες που θα βοηθήσουν στην πραγματοποίηση της δράσης αυτής, τόσο εγχώρια όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Ένας από τους στόχους του προγράμματος αυτού είναι η αύξηση των δαπανών ώστε μέχρι το 2020 να έχουν φτάσει το 3% του ΑΕΠ.

Με την πρωτοβουλία «Ένωση Καινοτομίας», η Ε.Ε παρουσιάζει μια αρκετά απαιτητική στρατηγική όπου μέσω της ενσωμάτωσης νέων παραγωγικών τρόπων θα ενισχύονται τα δυνατά σημεία της, ενώ παράλληλα επισήμανε την ανάγκη για οργάνωση σχεδίου δράσης με προτάσεις για την επίτευξη της προστασίας του περιβάλλοντος μέσω της οικο-καινοτομίας. Η πρωτοβουλία αυτή είναι μέρος του προγράμματος «Ευρώπη 2020» και εστιάζει, μέσω της οικο-καινοτομίας στις προκλήσεις και τις ευκαιρίες για την επίτευξη των περιβαλλοντικών στόχων. Βασικές της προτεραιότητες είναι η κινητοποίηση χρηματοδοτικών πόρων και ευκαιριών στην αγορά σχετικά με περιβαλλοντικές τεχνολογίες. Επίσης στοχεύει στην αύξηση της εμπιστοσύνης προς τις οικολογικές τεχνολογίες και τις επιδόσεις τους.

Οι υπόλοιπες πρωτοβουλίες του προγράμματος, αποτελούνται από την «Νεολαία σε κίνηση», το «Ψηφιακό θεματολόγιο για την Ευρώπη», την «Ατζέντα για νέες δεξιότητες και θέσεις εργασίας» , την «Ευρωπαϊκή πλατφόρμα για την καταπολέμηση

της φτώχειας» καθώς και την «Μια βιομηχανική πολιτική για την εποχή της παγκοσμιοποίησης».

Επιπλέον ,για να ενισχυθεί το πρόγραμμα «Ευρώπη 2020» η ΕΕ ανακοίνωσε για την περίοδο 2014-2020,ένα ακόμα χρηματοδοτικό πλάνο, το πρόγραμμα «Horizon 2020», με προϋπολογισμό 80 δισεκατομμύρια ευρώ. Το πρόγραμμα αυτό λειτούργησε συμπληρωματικά ως χρηματοδοτικό μέσο στο πλαίσιο της προαναφερόμενης πρωτοβουλίας «Ένωση Καινοτομίας». Υποστηρικτής του προγράμματος ήταν και το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου το οποίο είχε ρόλο Εθνικού Σημείου Επαφής, βοηθώντας τους ελληνικούς φορείς να συμμετάσχουν στις πρωτοβουλίες του, που μεταξύ άλλων ήταν η προώθηση της έρευνας για βιώσιμες λύσεις, η εφαρμογή τους αλλά και η εμπορική τους αξιοποίηση.

Η επίτευξη του προγράμματος εξαρτιέται άρρηκτα από την έρευνα και την καινοτομία, που ουσιαστικά αποτελούν τον πυρήνα αυτής της ευρωπαϊκής πρωτοβουλίας, με στόχο την κοινωνική και οικονομική ευημερία της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας, καθορίζοντας μέσω της «Ένωσης Καινοτομίας» τους μελλοντικούς στόχους της Ε.Ε όσον αφορά την χρηματοδότησή τους. Μάλιστα, στόχος της είναι η ενίσχυση μελλοντικών προγραμμάτων που συμβαδίζουν με την στρατηγική του προγράμματος «Ευρώπη 2020» ώστε να προωθηθεί περαιτέρω η ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς. Τους στόχους της καλούνται να ακολουθήσουν όλα τα κράτη – μέλη της Ε.Ε, ενώ επισημαίνεται πως για να υπάρξει ισχυρή ανταγωνιστικότητα αλλά και βιωσιμότητα στην Ευρώπη πρέπει να προστατευτεί το περιβάλλον. Ανάμεσα στα οφέλη της, είναι και η μείωση των οικονομικών δαπανών που προκύπτει από την εξοικονόμηση πόρων, εξόδων αλλά και των καινοτόμων πρακτικών. Ωστόσο για να γίνουν αισθητά τα πλεονεκτήματα της στρατηγικής χρειάζεται να αναπτυχθούν και να προωθηθούν σωστά οι προτεινόμενες λύσεις της Ε.Ε.

Άλλο ένα ευρωπαϊκό πρόγραμμα χρηματοδότησης για την υποστήριξη της οικοκαινοτομίας στις περιβαλλοντικές υπηρεσίες και τεχνολογίες, είναι το LIFE+, το οποίο είναι υπεύθυνο για την ανάπτυξη και ανάδειξη καινοτόμων πολιτικών και τεχνολογικών μεθόδων στον δημόσιο τομέα.

Σε μελέτη που πραγματοποιήθηκε το 2008 αποδείχτηκε ότι η ευρωπαϊκή οικοβιομηχανία αναδείχθηκε γρήγορα σε σημαντικό τμήμα της οικονομίας, καθώς

απασχολούσε άμεσα 3,4 εκατομμύρια άτομα ενώ ο ετήσιος κύκλος εργασιών του έφτασε τα 319 δισεκατομμύρια ευρώ , εκπροσωπώντας το 2,5% του ΑΕΠ. Ωστόσο το πέρασμα από την έρευνα στην αγορά αποδείχθηκε δύσκολο μιας και η είσοδος ενός νέου προϊόντος στην αγορά είναι αρκετά περίπλοκη, λόγω της έλλειψης χρηματοδοτήσεων και ευαισθητοποίησης των καταναλωτών. Επιπλέον, κινδύνους επιφυλάσσει και η διαδικασία εφαρμογής περιβαλλοντικών τεχνολογιών, καθώς υπάρχει μεγάλο επενδυτικό κόστος ενώ δεν παρέχονται εύκολα χρηματοδοτήσεις στις επιχειρήσεις που θέλουν να μετατραπούν σε βιώσιμες.

Προκειμένου να προωθήσει τις «πράσινες» στρατηγικές της, η Ε.Ε διαθέτει πληθώρα εργαλείων όπως το οικολογικό σήμα, οι οικολογικές συμβάσεις, οικονομικά κίνητρα, αλλά και βιομηχανικά πρότυπα.

Η πρόκληση που αντιμετωπίζει η Ε.Ε είναι να εφαρμόσει άμεσα τα ειδικά οικονομικά μέτρα που έχει σχεδιάσει ώστε να αποφευχθούν οι κίνδυνοι που συνεπάγονται της επένδυσης στην οικο-καινοτομία. Επιπλέον, προσαρμοσε τους κανόνες των κρατικών ενισχύσεων για την προστασία του περιβάλλοντος έτσι ώστε να επιτευχθεί η στήριξη των καινοτόμων τεχνολογιών. Μεριμνώντας για την περιβαλλοντική νομοθεσία κατάφερε να την μετατρέψει σε κίνητρο για την καινοτομία καθώς σύμφωνα με αποτελέσματα εταιρειών που ακολουθούν πλήρως την νομοθεσία, παρατηρήθηκε μείωση στο σύνολο των δαπανών τους.

## 2.9 ΠΡΑΣΙΝΗ ΒΙΒΛΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προκειμένου να προωθήσει, εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τους προβληματισμούς σχετικά με τα θέματα που την απασχολούν, καλεί τα ενδιαφερόμενα μέλη, να συμμετάσχουν σε μια διαδικασία διαβούλευσης και να διατυπώσουν τις προτάσεις τους. (Ευρωπαϊκό Λεξικό- Δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης). Τα έγγραφα που προκύπτουν από τις συζητήσεις αυτές είναι οι πράσινες βίβλοι. Σχετική βίβλος υπάρχει και για την επιχειρηματικότητα, γεγονός που τονίζει την σημασία της επιχειρηματικότητας στην Ευρώπη.

Το 2011 δημοσιεύτηκε Πράσινη Βίβλος για τα μελλοντικά προγράμματα χρηματοδότησης ερευνητικών και καινοτόμων προγραμμάτων προκειμένου να παρουσιαστούν οι προτάσεις για το χρηματοδοτικό πλάνο που θα υπέβαλαν τον Ιούνιο της ίδιας χρονιάς. Συγκεκριμένα, αναφέρεται σε όλες τις πρωτοβουλίες έρευνας και καινοτομίας της Ε.Ε για την περίοδο 2007-2013 προκειμένου να

αναλυθούν οι στόχοι και οι στρατηγικές της. Ανάμεσα στις θεματικές της συγκαταλέγονται και προγράμματα που αφορούν άλλους τομείς, όπως η εκπαίδευση.

Η διαβούλευση της Πράσινης Βίβλου πραγματοποιήθηκε τον Μάιο του 2011 και τον Ιούνιο της ίδιας χρονιάς διοργανώθηκε εκδήλωση δημόσιας διαβούλευσης προκειμένου να σχολιαστούν τα αποτελέσματα με όλους τους ενδιαφερόμενους και να προταθούν επικοινωνιακές στρατηγικές για την υλοποίηση των προτεινόμενων προγραμμάτων χρηματοδότησης της Ε.Ε.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ «GREENWASHING»

### 3.1 ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με την πάροδο του χρόνου η κοινωνία ευαισθητοποιείται ολοένα και περισσότερο για την προστασία του περιβάλλοντος παρακινώντας έτσι και τις επιχειρήσεις να προσαρμοστούν στις ανάγκες της. Η περιβαλλοντική ευθύνη του τουριστικού τομέα είναι εξάλλου μεγάλη, γι' αυτό και πλέον υπάρχουν πολλά συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης τα οποία προτρέπουν τις τουριστικές μονάδες να μετατραπούν σε βιώσιμες και να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Ένα από αυτά είναι το διεθνές πρότυπο ISO 14001, εκδόθηκε από το Διεθνή Οργανισμό Τυποποίησης το 1996 και από τότε έχει αναθεωρηθεί αρκετές φορές με την χρονολογία αναθεώρησης να αναγράφεται δίπλα στο ISO 14001. Αφορά όλες τις επιχειρήσεις που επιθυμούν να μειώσουν το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα, βοηθώντας τες να εξοικονομήσουν ενέργεια, να μειώσουν το κόστος διαχείρισης των αποβλήτων και να μειώσουν τον κίνδυνο περιβαλλοντικής ζημίας. Οι κύριες του απαιτήσεις είναι ο καθορισμός περιβαλλοντικών στόχων, η δημιουργία περιβαλλοντικής πολιτικής, που θα εξασφαλίζει την συμμόρφωση με τους περιβαλλοντικούς νόμους και την πρόληψη της ρύπανσης, και τέλος ο καθορισμός περιβαλλοντικών στόχων (ISO 14100 Family, 2022).

Το 1992, τέθηκε σε ισχύ το οικολογικό σήμα Eco – Label , μέσω του ευρωπαϊκού κανονισμού 880/92/ΕΟΚ, στοχεύοντας στην μετατροπή των τουριστικών επιχειρήσεων σε eco-friendly μονάδες. Σκοπός του είναι να μειωθούν οι αρνητικές συνέπειες προς το περιβάλλον παροτρύνοντας τις επιχειρήσεις να προσφέρουν οικολογικά προϊόντα και υπηρεσίες με σεβασμό στο περιβάλλον.

Επιπλέον, υπάρχει η πιστοποίηση Travel Life, η οποία ξεκίνησε το 2007 και για την απόκτηση της μια επιχείρηση πρέπει να περάσει από τρία στάδια. Αρχικά, η επιχείρηση πρέπει να δεσμευτεί πως θα ακολουθήσει τις κατάλληλες διαδικασίες διαχείρισης, ενώ στην συνέχεια (στάδιο 2) αφού έχει ξεκινήσει να προσαρμόζεται στις απαιτήσεις της πιστοποίησης θεωρείται πλέον συνεργάτης της Travel Life και προωθεί τα επιτεύγματα της με το αντίστοιχο λογότυπο. Πλέον, έχει τα απαραίτητα προσόντα για να περάσει στο τελικό στάδιο όπου αξιολογείται από ανεξάρτητο ελεγκτή και σε περίπτωση επιτυχούς ολοκλήρωσης του ελέγχου βραβεύεται με την

πιστοποίηση, φέροντας το λογότυπο της σε φυσική και διαδικτυακή μορφή. Τα κριτήρια της Travel Life βασίζονται στη βιωσιμότητα και την εταιρική κοινωνική ευθύνη έχοντας ως βασικό πυλώνα τα διεθνή πρότυπα. Σκοπός της είναι να βελτιώσει τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις προσφέροντας στις επιχειρήσεις τα απαραίτητα εργαλεία για να γίνουν βιώσιμες, μέσω του προσιτού συστήματος διαχείρισης Travel Life. Οι επιχειρήσεις που μπορούν να βραβευτούν με την πιστοποίηση αυτή είναι αποκλειστικά τουριστικές επιχειρήσεις (ταξιδιωτικά γραφεία, operators).

Ακόμα, υπάρχει ο Κανονισμός EMAS, ένα Κοινοτικό Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης, το οποίο θέσπισε η Ευρωπαϊκή Ένωση το 1993. Αποτελεί περιβαλλοντική πιστοποίηση και εφαρμόζεται επισήμως από το 1995 βοηθώντας τις επιχειρήσεις να βελτιώσουν την περιβαλλοντική τους επίδοση και να συμμορφωθούν με τις περιβαλλοντικές νομοθεσίες. Ο κανονισμός αυτός, για την εφαρμογή του, βασίζεται στο επίσης περιβαλλοντικό πρότυπο ISO 14001 ώστε να μπορεί να έχει τον πλήρη έλεγχο της εκάστοτε επιχείρησης. Ωστόσο, απευθύνεται σε οργανισμούς με περιβαλλοντικές επιπτώσεις από όλους τους τομείς και όχι μόνο από τον τουρισμό. (δημόσια διοίκηση, εκπαίδευση, βιομηχανία). Οι επιχειρήσεις που πληρούν τα κριτήρια του κανονισμού μπορούν να φέρουν το λογότυπο του EMAS και επωφελούνται από τις παροχές της πιστοποίησης (εξοικονόμηση πόρων, βελτίωση εικόνας επιχείρησης κ.α).

Εξίσου γνωστή είναι η πιστοποίηση Green Globe η οποία ξεκίνησε το 1992, είναι μέλος του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, αλλά και του Παγκόσμιου Συμβουλίου Αειφόρου Τουρισμού (GSTC) και έχει σημαντική παρουσία στην παγκόσμια αγορά. Τα κριτήρια για την πιστοποίηση αυτή είναι 44, χωρίζονται σε 4 κατηγορίες και υποστηρίζονται συμπληρωματικά από 385 υποδείγματα συμμόρφωσης, όλα σχετικά με την βιωσιμότητα. Στόχος της είναι οι επιχειρήσεις να συμβαδίζουν με τους 17 βιώσιμους στόχους ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών, ενώ πλέον μετά την έξαρση του covid – 19 εισήγαγε νέα κριτήρια για να εξασφαλιστεί και η ασφάλεια του προσωπικού και των πελατών τους (Green Globe,2021)

Επιπρόσθετα, τα ξενοδοχεία έχουν την δυνατότητα να αποκτήσουν την πιστοποίηση, η οποία εξασφαλίζει στην επιχείρηση έλεγχο κατά τη διάρκεια κάθε σταδίου παραγωγής, στοχεύοντας στην ελαχιστοποίηση των κινδύνων. Η πιστοποίηση

παρουσιάζει αρκετές ομοιότητες με το πρότυπο καθώς αναφέρονται στους ίδιους τομείς ενώ μοιράζονται και τις ίδιες προϋποθέσεις για την απόκτηση τους από τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις. (Γραφάκος Ε., 2021)

Παρόμοιο σκοπό έχει και το σύστημα πιστοποίησης αειφόρων κτιρίων LEED, το οποίο ξεκίνησε το 1993 στην Αμερική από τους Rick Fedrizzi, Mike Italiano και David Gottfried. Τον Απρίλιο του ίδιου έτους, συγκάλεσαν εξήντα (60) εκπροσώπους από εταιρείες και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς στο Αμερικάνικο Ινστιτούτο Αρχιτεκτόνων και πραγματοποίησαν την ιδρυτική τους συνάντηση. Σκοπός της συνάντησης ήταν η ανταλλαγή ιδεών για τη δημιουργία συμμαχίας που θα εκτεινόταν σε ολόκληρη την οικοδομική βιομηχανία της Αμερικής και ενός πράσινου συστήματος αξιολόγησης κτιρίων. Συνυπολογίζοντας την ανάγκη προστασίας του περιβάλλοντος και βελτιστοποίησης των υπαρχόντων συστημάτων για τη δημιουργία καλύτερων κτιρίων, αναπτύχθηκε το σύστημα αξιολόγησης LEED. Μέχρι το 1998, είχαν ήδη ξεκινήσει 19 πιλοτικά προγράμματα, τα οποία και στέφθηκαν με επιτυχία, δίνοντας την ώθηση για την κυκλοφορία του προγράμματος LEED for New Construction τον Μάρτιο του 2000 και του LEED 2.0. Το 2002 πιστοποίησαν το πρώτο δημοτικό σχολείο και επεκτάθηκαν στον κλάδο των πράσινων κτιρίων, λανσάροντας το LEED 2.1 για εμπορικούς εσωτερικούς χώρους, με το κτίριο της National Geographic Society στην Washington να γίνεται το πρώτο πιστοποιημένο κτίριο. Μέχρι τον Απρίλιο του 2004 είχαν ήδη πιστοποιηθεί 100 κτίρια ενώ το 2010 έφτασαν τα 5000. Το 2015 το LEED πραγματοποίησε πολλές νέες βελτιώσεις, αυξάνοντας την ευελιξία του και δίνοντας έμφαση στα υλικά και τους πόρους, αλλά και στην κατανάλωση νερού. Πλέον, παρακολουθεί την απόδοση των κτιρίων, βοηθάει στην αύξηση της, ενώ έχει εξελίξει νέες στρατηγικές πράσινης δόμησης που υποστηρίζουν τις επιχειρήσεις ειδικά σε περιόδους κρίσεις. Στην Ελλάδα μέχρι στιγμής έχουν λάβει την πιστοποίηση LEED 31 κτίρια εκ των οποίων μόνο ένα είναι ξενοδοχειακή μονάδα και συγκεκριμένα είναι το Electra Metropolis Palace στην Αθήνα. (Συμβούλιο Αειφόρων Κτιρίων Ελλάδας, 2022)

Παρά την κλιματική κρίση και την πανδημία, οι προσπάθειες για την οικοδόμηση πράσινων κτιρίων εξακολουθούν να έχουν αυξητική πορεία και αποτελούν παγκόσμια προτεραιότητα.



Προκειμένου να εξασφαλιστεί η αξιοπιστία των πιστοποιήσεων, υπάρχουν τα κριτήρια του Παγκόσμιου Συμβουλίου Αειφόρου Ανάπτυξης Τουρισμού (GSTC). Εφόσον μια πιστοποίηση περιβαλλοντικής διαχείρισης τα πληροί τότε το Συμβούλιο την συμπεριλαμβάνει στη λίστα με τα αναγνωρισμένα συστήματα. Η πιστοποίηση Green Key βρίσκεται στη λίστα με τα αναγνωρισμένα περιβαλλοντικά πρότυπα.

Μάλιστα, υπάρχει και η ιστοσελίδα greenhotels.gr η οποία είναι το 1<sup>ο</sup> ελληνικό δίκτυο οικολογικών ξενοδοχείων. Η ιστοσελίδα περιλαμβάνει όλα τα ξενοδοχεία που εφαρμόζουν περιβαλλοντικές πρακτικές προκειμένου να μπορούν οι επίδοξοι πελάτες να βρουν οικολογικό κατάλυμα στον προορισμό που τους ενδιαφέρει. Τα ξενοδοχεία αυτά χωρίζονται σε κατηγορίες ανάλογα με τα κριτήρια και τις πολιτικές που ακολουθούν, όπως αυτά έχουν οριστεί από τον ITP (International Tourism Partnership). Κάθε κριτήριο και πολιτική που ακολουθείται από τα καταλύματα αντιστοιχεί και σε βαθμό (ανάλογο της βαρύτητας του κριτηρίου) και έτσι διαμορφώνεται η κατάταξη στην αντίστοιχη κατηγορία. Υπάρχουν 4 κατηγορίες:

- **Green Hotel:** Είναι η ανώτερη κατηγορία για ξενοδοχεία με βαθμολογία 96-100 τα οποία είναι πιστοποιημένα (EMAS, ISO 14001, Eco Label), εφαρμόζουν στο έπακρο βιώσιμες πρακτικές και τις προωθούν στους πελάτες τους.
- **Eco Class A:** Είναι για ξενοδοχεία με βαθμολογία 86-95, που έχουν ξεκινήσει βιώσιμες πρακτικές με σκοπό την εξοικονόμηση ενέργειας και που προσπαθούν να ευαισθητοποιήσουν τους πελάτες τους να υιοθετήσουν μια στάση ζωής φιλική προς το περιβάλλον.
- **Eco Class B:** Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν ξενοδοχεία με βαθμολογία 76-85 τα οποία κάνουν μεγάλη προσπάθεια προκειμένου να εξελιχθούν σε eco – hotels, αλλά ακόμα χρειάζεται να βελτιώσουν τις πρακτικές τους και οι περιβαλλοντικές τους πολιτικές να γίνουν ευρέως γνωστές στο κοινό τους.
- **Eco Class C:** Τα ξενοδοχεία με την κατάταξη αυτή, έχουν την χαμηλότερη βαθμολογία, 61-75, και ενώ ακολουθούν κάποιες περιβαλλοντικές πολιτικές δεν ασχολούνται καθόλου με την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του προσωπικού τους και των πελατών τους.

### 3.2 ΈΡΕΥΝΑ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΩΝ

Με την διαρκή εξέλιξη της τεχνολογίας αλλά και της κοινωνίας, οι απαιτήσεις για περιβαλλοντικές πολιτικές ολοένα και αυξάνονται. Συνεπώς, γίνονται και οι απαραίτητες αλλαγές με νομοθετικές διατάξεις αλλά και κινητοποίηση οργανισμών και φορέων. Οι επιχειρήσεις καλούνται να ενταχθούν σε προγράμματα περιβαλλοντικής διαχείρισης αναβαθμίζοντας παράλληλα την ποιότητα των υπηρεσιών τους.

Οι επιχειρήσεις πρέπει λοιπόν να διαλέξουν την περιβαλλοντική πιστοποίηση που θεωρούν πιο συμφέρουσα και ταιριαστή στις απαιτήσεις τους. Παρόλο που υπάρχει πληθώρα περιβαλλοντικών πιστοποιήσεων η Green Key αποτελεί μια από τις δημοφιλέστερες πιστοποιήσεις που επιλέγουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας « Συγκριτική αξιολόγηση σχημάτων περιβαλλοντικής πιστοποίησης στον κλάδο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα», η πιστοποίηση Green Key ήταν το πιο ευρέως εφαρμοζόμενο Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, με διαφορά, με ποσοστό εφαρμογής 71%. Στη συνέχεια, ακολουθούν τα συστήματα ISO 14001 με ποσοστό 6%, EMAS με 5% και Ecolabel με επίσης 5% . Επιπλέον επιλέχθηκαν και λιγότερο γνωστά συστήματα όπως το Blue Flag, Travellife, Greek Breakfast, Crete label, Hikers Friendly Hotel και Bike Friendly Hotel με ποσοστά 1 και 2%. (Κούτλα Π., 2019)

### 3.3 ΕΡΕΥΝΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

Αρκετές επιχειρήσεις στον τομέα του τουρισμού, αναγνώρισαν τις προοπτικές που προσφέρει η επένδυση στο βιώσιμο τουρισμό και ξεκίνησαν να ακολουθούν βιώσιμες πρακτικές αποκτώντας περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις. Μια από αυτές ήταν η TUI Group, μια από τις μεγαλύτερες εταιρείες τουρισμού στον κόσμο η οποία επενδύοντας στην πράσινη πιστοποίηση, είδε τους πελάτες της να αυξάνονται κατά 11,9% σε 1520 πιστοποιημένα ξενοδοχεία της (TUI Group, 2018). Επιπλέον, το 2017 πραγματοποίησε έρευνα σε 330 πιστοποιημένα ξενοδοχεία της (75% των πιστοποιημένων ξενοδοχείων) και ανακάλυψε πως οι επιδόσεις τους σε σχέση με αυτά που δεν είχαν πιστοποίηση ήταν, με διαφορά, καλύτερες. Συγκεκριμένα, μέσω των βιώσιμων πρακτικών της παρατήρησε 10% μείωση εκπομπών άνθρακα, 24% μείωση κατανάλωσης νερού ανά διανυκτέρευση, 19% λιγότερη χρήση πόσιμου νερού ανά διανυκτέρευση, 23% αύξηση στην κατανάλωση πράσινης ενέργειας ενώ το

επίπεδο εργασιακής απασχόλησης αυξήθηκε κατά 9%. Ο όμιλος TUI είχε μείωση 12% ακόμα και στις επενδύσεις του σε χρηματοδοτικούς πόρους για το κόστος της ενέργειας.

Ακόμα, ακολουθώντας τους κανονισμούς των πιστοποιήσεων, αυξήθηκαν τα ποσοστά ανακύκλωσης, τοπικής απασχόλησης, δέσμευσης στην επαγγελματική κατάρτιση του προσωπικού, αλλά και θετικών αξιολογήσεων από τους επισκέπτες των ξενοδοχείων του. (TUI Group, 2017)

Το 2016 το Ινστιτούτο Έρευνας Φιλοξενίας και Τουρισμού του Πανεπιστημίου Ryerson πραγματοποίησε έρευνα σε ξενοδοχεία της Βόρειας Αμερικής προκειμένου να καθορίσει εάν τα πράσινα ξενοδοχεία επωφελούνται από τις περιβαλλοντικές τους πρακτικές. Συγκεκριμένα, αξιοποιήθηκαν πληροφορίες από πηγές σχετικά με τη βιωσιμότητα καθώς και από τα ερωτηματολόγια που αποστέιλανε σε ξενοδοχεία της Βόρειας Αμερικής.

Την τελευταία δεκαετία, έχει αυξηθεί η ευαισθητοποίηση της κοινωνίας ως προς το περιβάλλον, με αποτέλεσμα οι εταιρίες να καλούνται να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις των πελατών τους προσαρμόζοντας στις περιβαλλοντικές τους ανησυχίες. Καλούνται να βελτιώσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, ενσωματώνοντας περιβαλλοντικές πρακτικές. Η ιδέα της ενσωμάτωσης βιώσιμων μεθόδων ολοένα και αυξάνεται και η μετατροπή των ξενοδοχείων σε «πράσινα» αποτελεί σημαντική διαφοροποίηση για το εμπορικό τους σήμα απέναντι στις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις. Τη στροφή προς την βιωσιμότητα εκφράζει και το ποσοστό των καταναλωτών καθώς 15%- 46% ενδιαφέρεται για την αγορά πράσινων υπηρεσιών και προϊόντων (Roper). Υπάρχουν πολλές στατιστικές των τελευταίων είκοσι χρόνων, που αναφέρουν την αύξηση της περιβαλλοντικής ευαισθησίας των καταναλωτών, όταν έρχεται η στιγμή της απόκτησης ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας. Εξίσου ευαισθητοποιημένες είναι και οι επιχειρήσεις πλέον, καθώς καλούνται να ακούσουν τις ανάγκες του κοινού, ενισχύοντας το εταιρικό τους προφίλ με την εφαρμογή πράσινων τακτικών μάρκετινγκ, προκειμένου να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό. Με αυτό τον τρόπο, τα κέρδη των επιχειρήσεων αυξάνονται ως αποτέλεσμα της μείωσης των εξόδων τους.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, τα ξενοδοχεία επωφελήθηκαν από τις βιώσιμες πρακτικές μάρκετινγκ, ανάλογα βέβαια με τον βαθμό στον οποίο τις εφάρμοσαν. Με

βάση τα ευρήματα της, διαφάνηκε ότι τα ξενοδοχεία με την πιστοποίηση Green Key είχαν μεγαλύτερες πιθανότητες να προσελκύσουν νέους πελάτες καθώς και να διατηρήσουν τους παλιούς (Ινστιτούτο Έρευνας Φιλοξενίας και Τουρισμού του Πανεπιστημίου Ryerson, 2016).

### 3.4 ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ GREENWASHING

Η εμφάνιση του όρου greenwashing αποδίδεται στον Jay Westerveld, όταν το 1986 προσπάθησε να χαρακτηρίσει τις πράξεις των εταιρειών που επιλέγουν να ξοδεύουν περισσότερα λεφτά σε προωθητικές καμπάνιες, για να διαφημίσουν ότι είναι περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένες, παρά να παράγουν πράσινα προϊόντα και υπηρεσίες. Αφορμή για τον ορισμό αυτό, ήταν η επίσκεψή του σε ξενοδοχεία τα οποία δεν είχαν τα προγράμματα ανακύκλωσης που υποστηρίζαν ότι ακολουθούσαν. (Romero, 2008)

Το greenwashing θεωρείται τεχνική marketing, με στόχο την ψευδαίσθηση της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας και αποσκοπεί στην παραπλάνηση του καταναλωτή και την αύξηση των κερδών της εκάστοτε επιχείρησης. Ένα από τα πιο παλιά παραδείγματα του φαινομένου αυτού είναι η ιστορία της βιολόγου θαλάσσιας ζωής Rachel Carson, που παρουσιάζεται στο βιβλίο της Silent Spring (1962). Η Rachel Corson, κατά την διάρκεια της έρευνας της για τους υγειονομικούς κινδύνους των φυτοφαρμάκων, ήρθε αντιμέτωπη με την εθελοτυφλία των χημικών εταιρειών ως προς τα ευρήματα της. Προκειμένου να γλυτώσουν τις αρνητικές επιπτώσεις, οι χημικές εταιρείες προσπάθησαν να αμφισβητήσουν τα ευρήματα του βιβλίου της και υποστήριζαν ότι είναι περιβαλλοντικά υπεύθυνες (Beder, 2002).

Οι επιχειρήσεις παραπλανούν τον καταναλωτή χρησιμοποιώντας ασαφείς ορισμούς που δεν μπορεί, λόγω μη επαρκών γνώσεων, να κατανοήσει πλήρως (π.χ φιλικό προς το όζον/βιοδιασπώμενο). Η δυσκολία να διαπιστωθεί, αν είναι αληθινό ή όχι οι ισχυρισμοί των εταιρειών, οδηγεί σε αύξηση της καχυποψίας τους και μπορεί να εμποδίσει την ανάπτυξη πράσινων προϊόντων. Μάλιστα, αν οι καταναλωτές χάσουν τελείως την εμπιστοσύνη τους ως προς τις εταιρείες και τα περιβαλλοντικά οφέλη των προϊόντων τους, δεν θα μπορεί να επιτευχθεί η χρήση πράσινης επικοινωνίας στο marketing. (Horiuchi, R., Schuchard, R., 2009)

Μερικά από τα πιο σύνθημα σημάδια του greenwashing είναι η έλλειψη στοιχείων που αποδεικνύουν ότι όντως η υπηρεσία ή το προϊόν που παρέχεται είναι «πράσινο», η

χρήση ξύλινης γλώσσας προκειμένου οι πληροφορίες να μην είναι εύκολα κατανοητές από τον καταναλωτή, αλλά και η επιλεκτική περιβαλλοντική δημοσίευση αποκρύβοντας όμως τις πραγματικές τους περιβαλλοντικές επιδόσεις. Επιπλέον, άλλη μια τακτική που ακολουθούν οι επιχειρήσεις είναι να υπερπροβάλλουν τις περιβαλλοντικές τους δράσεις, υπηρεσίες και προϊόντα ενώ στην πραγματικότητα η κύρια δραστηριότητά τους είναι βλαβερή για το περιβάλλον. Ακόμα, μέσω στοχευμένων διαφημιστικών καμπανιών προσπαθούν να αποσπάσουν το κοινό από τα πραγματικά περιβαλλοντικά προβλήματα που προκύπτουν από την κατάχρηση πόρων των επιχειρήσεων. Μάλιστα, κάποιες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν σήματα βιοποικιλότητας για λογότυπά τους, ώστε οι καταναλωτές να ταυτίσουν την εταιρεία τους με την περιβαλλοντική συνείδηση και την αειφόρο ανάπτυξη. (Greenpeace, 2022)

Μερικοί από τους πιο συχνούς λόγους που οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το greenwashing είναι οι πιέσεις που δέχονται τόσο από την περιβαλλοντική κοινότητα, όσο και από το κράτος, καθώς συχνά είναι επιτακτική η ανάγκη εξασφάλισης των προϊόντων και υπηρεσιών ως περιβαλλοντικά ασφαλή.

Το greenwashing επηρεάζει αρνητικά το καταναλωτικό κοινό καθώς τους προκαλεί σύγχυση, η εμπιστοσύνη τους προς τις επιχειρήσεις κλονίζεται και ο κυνισμός τους αυξάνεται. Όμως και το φυσικό περιβάλλον δέχεται τις συνέπειες του greenwashing, αφού οι επιχειρήσεις προτρέπουν τον καταναλωτή να προβεί σε επιβλαβείς για το περιβάλλον ενέργειες, μέσω της αγοράς των υπηρεσιών και των προϊόντων τους που παρουσιάζουν ως «πράσινα».

Ωστόσο με τη βοήθεια των κοινωνικών μέσων δικτύωσης και των υπόλοιπων μέσων μαζικής ενημέρωσης, ο λόγος του καταναλωτή αποκτά μεγαλύτερη δυναμική και μπορεί να αποτρέψει την ανεξέλεγκτη εξάπλωση παραπλανητικών πληροφοριών. Όσο αυξάνεται το ενδιαφέρον του καταναλωτή τόσο μεγαλύτερη γίνεται και η επιρροή του στις επιχειρήσεις. Έτσι και τα Μ.Μ.Ε επηρεάζονται από τη κοινή γνώμη, με αποτέλεσμα να προβάλλουν, πιο συχνά, θέματα περιβαλλοντικού περιεχομένου. Συνολικά, όλα τα παραπάνω οδηγούν στην αύξηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και της πίεσης για βελτίωση προς τις επιχειρήσεις.

Παρόλα αυτά, ολοένα και αποκαλύπτονται εταιρείες οι οποίες ενώ ισχυρίζονται ότι είναι «πράσινες», ακολουθούν εξαιρετικά επιβλαβείς πρακτικές. Υπάρχουν πολλές

ΜΚΟ περιβαλλοντικού χαρακτήρα που έχουν αφοσιωθεί στην έρευνα και την αποκάλυψη εταιρειών που χρησιμοποιούν την τακτική του greenwashing. Διοργανώνουν εκστρατείες ενημέρωσης, όπως και δράσεις ευαισθητοποίησης προκειμένου να επηρεάσουν την κοινή γνώμη και να ασκήσουν πίεση στις εταιρείες. Ο ρόλος τους είναι κρίσιμος, καθώς όχι μόνο ενημερώνουν τον καταναλωτή, αλλά λειτουργούν και ως «ελεγκτές» των επιχειρήσεων που κάνουν greenwashing.

Μια από αυτές είναι η Greenpeace η οποία έχει δημιουργήσει την ιστοσελίδα «stopgreenwash», όπου ανεβάζει ενημερωτικά άρθρα ενώ έχει φτιάξει και λίστα με κριτήρια τα οποία βοηθούν τον καταναλωτή να ξεχωρίσει πότε μια επιχείρηση χρησιμοποιεί παραπλανητικές πληροφορίες ως προς τις περιβαλλοντικές της πολιτικές. Επιπλέον, έχει ξεχωριστή ιστοσελίδα (SourceWatch), όπου αναφέρει όλες τις εταιρείες που χρησιμοποιούν πρακτικές εξαπάτησης (FUTERRA, 2008)

Ακόμα, υπάρχουν ιστοσελίδες (goodguide.com) που παρουσιάζουν τα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά διάφορων προϊόντων, ώστε να μπορεί το καταναλωτικό κοινό να είναι ενημερωμένο και να κάνει τις αγορές του έχοντας πλήρη γνώση και χωρίς να παραπλανάται.

### 3.5 ΕΡΕΥΝΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ ΚΑΙ ΤΟΝ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟ ΤΟΥ GREENWASHING

Σύμφωνα με έρευνα της ιστοσελίδας Booking.com, το 83% των ταξιδιωτών θεωρούν ζωτικής σημασίας την ύπαρξη πράσινων επιλογών ταξιδιού, με τους μισούς να τονίζουν την έλλειψη διαθέσιμων επιλογών για περιβαλλοντικά υπεύθυνο ταξίδι. Επιπλέον, το 72% θεωρεί πως πρέπει να υπάρχουν περισσότερες βιώσιμες επιλογές καταλυμάτων. (Booking.com's 2021 Sustainable Travel Report Affirms Potential Watershed Moment)

Μάλιστα, σε αντίστοιχη έρευνα στην πλατφόρμα Expedia, το 59% των πελατών της δήλωσε διατεθειμένο να πληρώσει περισσότερο προκειμένου να ταξιδέψει βιώσιμα ενώ το 90% των ερωτηθέντων επιζητούν βιώσιμες επιλογές όταν ταξιδεύουν. Ωστόσο το 74% τόνισε πως το βιώσιμο ταξίδι είναι αρκετά περισσότερο κοστοβόρο. (Expedia,2022)

Επιπλέον σε στατιστικές έρευνες που πραγματοποίησε η μηχανή αναζήτησης Google, από τον Μάρτιο του 2020, η αναζήτηση του όρου «green hotel» τετραπλασιάστηκε (Google Trends, 2020).

Το 2021, οι εγγεγραμμένες, στην πλατφόρμα Bidroom, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, συμπλήρωσαν ερωτηματολόγιο αναφέροντας τις οικολογικές πρακτικές που είχαν εφαρμόσει (διαχείριση νερού & αποβλήτων, διατήρηση οικοσυστήματος εργασίας, κα). Τα αποτελέσματα ήταν ενθαρρυντικά, καθώς το 80% των επιχειρήσεων είχαν προβεί σε τουλάχιστον μια μετατροπή οικολογικού χαρακτήρα.

Παρόλα αυτά, υπάρχουν αρκετές προκλήσεις που εμποδίζουν τη βιώσιμη ανάπτυξη στον τουριστικό τομέα, καθώς δεν είναι ξεκάθαρο τι εννοείται με τον όρο «eco-hotel». Πολλές επιχειρήσεις, αμφισβητούν τις περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις, καθώς κάθε πιστοποίηση διαφέρει ως προς τις απαιτήσεις της, με αποτέλεσμα ένα ξενοδοχείο, ενώ ακολουθεί οικολογικές πρακτικές (ανακύκλωση, αποφυγή πλαστικών προϊόντων), να μην συγκαταλέγεται στην λίστα με τα οικολογικά ξενοδοχεία. Το πρόβλημα αυτό εντείνει το greenwashing και τονίζει την ανάγκη θέσπισης ενιαίων απαιτήσεων για την πιστοποίηση ενός ξενοδοχείου ως «πράσινο». Υπάρχουν πάνω από 200 οικολογικές πιστοποιήσεις παγκοσμίως και κατά συνέπεια πολλές διαφορετικές απαιτήσεις για την απόκτηση τους. Το αποτέλεσμα είναι να κατακερματίζεται η πρόοδος που γίνεται στον τομέα του βιώσιμου τουρισμού. Με την τυποποίηση των μέτρων βιωσιμότητας, θα ανακτηθεί η εμπιστοσύνη των πελατών προς τα ξενοδοχεία που δηλώνουν οικολογικά.

Πλέον, οι περισσότερες πιστοποιήσεις βασίζονται στις οδηγίες του Παγκόσμιου Συμβουλίου Αειφόρου Τουρισμού (GSTC), γεγονός ενθαρρυντικό για τη βιωσιμότητα των ξενοδοχείων, καθώς έτσι υπάρχει καλύτερος έλεγχος της βιωσιμότητας στον τομέα της φιλοξενίας και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις μέσω της περιβαλλοντικής τους διαφοροποίησης. Μια από τις πιστοποιήσεις που ακολουθεί τις υποδείξεις του Παγκόσμιου Συμβουλίου Αειφόρου Τουρισμού είναι και η πιστοποίηση Green Key.

### 3.6 ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΠΡΑΣΙΝΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ

Με την αύξηση των περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένων ταξιδιωτών, δημιουργήθηκε η ανάγκη για εύκολη εύρεση βιώσιμων καταλυμάτων, μέσω μεταφοράς και προορισμών αποφεύγοντας παράλληλα το greenwashing. Αποτέλεσμα αυτού του κενού στην αγορά ήταν η δημιουργία ηλεκτρονικών πλατφορμών εύρεσης αποκλειστικά οικολογικών καταλυμάτων, με πιο γνωστές τις Ecobnb, Greenpearls, Bookitgreen, Wayaj & Bookdifferent.

Επίσης υπάρχουν και σελίδες όπως η Housesitting και η World packers που προσφέρουν εναλλακτικές προτάσεις διαμονής, δίνοντας τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να μείνουν σε σπίτια άλλων ταξιδιωτών όσο λείπουν με αντάλλαγμα να τους προσέχουν κάποιο κατοικίδιο ή να τους ποτίζουν τα φυτά. Επίσης υπάρχει και η δυνατότητα ανταλλαγής σπιτιών, couchsurfing, δίνεται η δυνατότητα φιλοξενίας χωρίς αντίτιμο. Έτσι, σπαταλείται λιγότερη ενέργεια απ' ό,τι αν έμεναν σε κάποιο ξενοδοχείο.

Η πλατφόρμα WWOOFING (World Wide Organisation of Organic Farming) δίνει τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να μείνουν σε οργανικές φάρμες και να συμμετέχουν στις καθημερινές δουλειές που απαιτούνται, ως ανταμοιβή τους παρέχεται δωρεάν διαμονή και διατροφή. Με αυτό το τρόπο, οι ταξιδιώτες έχουν την ευκαιρία να βρεθούν κοντά στη φύση και να συνεισφέρουν, καθώς οι οργανικές φάρμες λειτουργούν με βάση τη βιωσιμότητα.

Άλλη μια σελίδα που αποσκοπεί στη διευκόλυνση των ταξιδιωτών είναι η Dharma Trails. Μέσω αυτής της πλατφόρμας, μπορεί κανείς να βρει οδηγούς για βιώσιμη διαμονή σε προορισμούς από όλο τον κόσμο, συμβουλές για ένταξη οικολογικών πρακτικών στην καθημερινότητα, καθώς και eco-friendly μέσα μεταφοράς. Επίσης, έχει πολλούς συνεργάτες από τον τομέα του eco-tourism και πραγματοποιεί eco-press ταξίδια, όπου οι δημιουργοί της σελίδας ανακαλύπτουν βιώσιμους προορισμούς και τους προωθούν στους αναγνώστες τους. Παράλληλα προωθούν ξενοδοχεία που ακολουθούν πράσινες τακτικές και αξιολογούν τα οικολογικά τους προϊόντα και υπηρεσίες.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : Η ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ GREEN KEY

### 4.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Το Green Key είναι ένα παγκόσμια αναγνωρισμένο οικολογικό σήμα που ιδρύθηκε το 1994 από τη Διεθνή Μη Κυβερνητική Οργάνωση Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (Foundation for Environmental Education). Εξαπλώθηκε γρήγορα με 65, πλέον, χώρες στο δυναμικό της (η Ελλάδα βρίσκεται στην 3<sup>η</sup> θέση) και στοχεύει στην ενίσχυση της βιώσιμης ανάπτυξης και στην ευαισθητοποίηση των επιχειρήσεων, των προμηθευτών τους και των πολιτών.

Η πιστοποίηση αυτή απονέμεται σε πράσινες τουριστικές μονάδες που λειτουργούν σύμφωνα με τις αρχές της οικολογικής βιωσιμότητας, εφόσον πληρούν τα κριτήρια που έχει θεσπίσει. Το πρόγραμμα το διαχειρίζεται η Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης, η οποία έχει τον ρόλο του εθνικού συντονιστή.

Στην Ελλάδα το πρόγραμμα εμφανίστηκε το 2009 αλλά ξεκίνησε να ανθίζει το 2015 με 165 επιχειρήσεις να βραβεύονται. Μετέπειτα ακολούθησαν 224 το 2016, 309 το 2017, 331 το 2018, 400 το 2019 και 540 επιχειρήσεις το 2022 (Green Key, 2022) . Μέχρι και σήμερα αποτελεί ένα από τα πιο γνωστά οικολογικά σήματα και έχει αναγνωριστεί και λάβει υποστήριξη από μεγάλους οργανισμούς, όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) και το Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών (UNEP), ενώ έχει βραβεύσει παγκοσμίως πάνω από 3000 τουριστικές επιχειρήσεις.

Η πιστοποίηση Green Key μέσω των κριτηρίων, που θεσπίζει για να ενταχθεί σε αυτήν μια τουριστική επιχείρηση, προσπαθεί να συμπεριλάβει όλα τα πεδία εφαρμογής των τουριστικών μονάδων, ώστε να επιτευχθεί η αποτελεσματικότερη περιβαλλοντική διαχείριση τους και η προβολή της πιστοποίησης στον τουριστικό κλάδο. (Green Key, 2022)

### 4.2 ΚΡΙΤΗΡΙΑ

Προκειμένου να αποκτήσει μια ξενοδοχειακή μονάδα την πιστοποίηση Green Key πρέπει να πληροί μια λίστα από κριτήρια, η οποία είναι διαφορετική ανάλογα με τον τύπο του καταλύματος, εάν είναι δηλαδή ξενοδοχείο, hostel, ξενώνας ή ιδιωτικό κατάλυμα τύπου bed & breakfast.

Για να εφαρμοστούν τα προτεινόμενα μέτρα, το προσωπικό του καταλύματος πρέπει να είναι ενημερωμένο, να συμμετέχει ενεργά καθώς και να ορίσει έναν περιβαλλοντικό manager. Τα καθήκοντα του δεν είναι απαιτητικά, καθώς είναι ένας ρόλος μερικής απασχόλησης και λειτουργεί συμπληρωματικά με το πρωταρχικό αντικείμενο εργασίας του. Για το λόγο αυτό, συνήθως ως περιβαλλοντικός manager ορίζεται είτε ο υπεύθυνος ανθρώπινου δυναμικού, καθαριότητας ή και της ρεσεψιόν. Ο ρόλος του είναι να ενημερώνεται για τυχόν αλλαγές σε θέματα ανακύκλωσης και ενεργειακής οικονομίας, εξασφαλίζοντας έτσι την σωστή τήρηση των περιβαλλοντικών πολιτικών. Επιπλέον επικοινωνεί με την Green Key, προτού παρθεί οποιαδήποτε αλλαγή καθώς και για να ενημερωθεί για τη σωστή εφαρμογή των περιβαλλοντικών μέτρων. (Green Key- Κριτήρια).

Τα απαιτούμενα κριτήρια για την απονομή της βράβευσης χωρίζονται στις παρακάτω δεκατρείς (13) κατηγορίες:

#### ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Για να επιτύχει τη βιώσιμη ανάπτυξη το ξενοδοχείο, πρέπει να καθοριστεί μια περιβαλλοντική πολιτική στην οποία θα περιγράφονται οι περιβαλλοντικοί του στόχοι καθώς και πληροφορίες για το πρόγραμμα και την περιβαλλοντική εκπαίδευση του προσωπικού. Η πολιτική αυτή ελέγχεται και αναθεωρείται ανά τρία χρόνια με σκοπό τη διαρκή εξέλιξη.

Η περιβαλλοντική πολιτική ορίζεται σε συνεργασία τόσο της διοίκησης όσο και του προσωπικού και περιλαμβάνει εκτός από περιβαλλοντικά ζητήματα, αναφορές σε οικονομικά, πολιτιστικά και κοινωνικά θέματα, στα ανθρώπινα δικαιώματα, στην ισότητα αλλά και στη διαχείριση κρίσεων. Κάθε ξενοδοχειακή μονάδα πρέπει να έχει ένα ετήσιο πλάνο, στο οποίο θα παρουσιάζονται οι στόχοι για το νέο έτος, με σκοπό τη βελτίωση των υπαρχόντων περιβαλλοντικών κανονισμών.

Σε αυτή την κατηγορία, ως προαιρετικό κριτήριο έχει οριστεί η μέτρηση του ενεργειακού αποτυπώματος (κατά κύριο λόγο του άνθρακα) μέσω αναγνωρισμένων εργαλείων μέτρησης.

#### ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Στην κατηγορία αυτή, τα κριτήρια αφορούν αποκλειστικά το προσωπικό και είναι υποχρεωτικά. Η Διεύθυνση είναι υπεύθυνη για την οργάνωση τακτικών συναντήσεων

με τους υπαλλήλους της, ώστε να τους ενημερώνει για τυχόν εξελίξεις σε περιβαλλοντικά ζητήματα, όπως και για οποιαδήποτε αλλαγή στο περιβαλλοντικό πρόγραμμα του ξενοδοχείου. Επιπλέον, ο υπεύθυνος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης είναι αρμόδιος για την ενημέρωση του προσωπικού, σχετικά με τις περιβαλλοντικές δεσμεύσεις και για τη συνεχή εκπαίδευση του σε θέματα περιβάλλοντος και αειφορίας.

Τέλος η υπηρεσία οροφοκομίας οφείλει να γνωστοποιεί την πολιτική του ξενοδοχείου, όσο αφορά την επαναχρησιμοποίηση των πετσετών και σεντονιών του. (Green Key- Κριτήρια).

#### ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

Σχετικά με την πληροφόρηση των πελατών, το ξενοδοχείο είναι υποχρεωμένο να έχει σε εμφανή θέση την πιστοποίηση του Green Key όπως και πληροφοριακό υλικό για το πρόγραμμα, ώστε να είναι προσβάσιμο στους πελάτες. Ακόμα, η ιστοσελίδα του πρέπει να είναι ενημερωμένη και να αναφέρει την περιβαλλοντική πολιτική του καταλύματος.

Επιπλέον, το ξενοδοχείο οφείλει να έχει τοποθετημένες πινακίδες σχετικά με την εξοικονόμηση ενέργειας σε ηλεκτρικές συσκευές (τηλεοράσεις, ψυγεία, φώτα, βρύσες) καθώς και στη θέρμανση- κλιματισμό.

Όσον αφορά το προσωπικό, πρέπει να είναι κατάλληλα ενημερωμένο ώστε να παρέχει πληροφορίες για τις περιβαλλοντικές δράσεις του ξενοδοχείου, αλλά και να προτείνει εναλλακτικούς τρόπους μεταφοράς μέσω των ΜΜΜ , στους πελάτες, προωθώντας eco – friendly επιλογές .

Προαιρετικό κριτήριο σε αυτή την κατηγορία είναι η ύπαρξη πλατφόρμας αξιολόγησης των κοινωνικο- πολιτιστικών δράσεων του ξενοδοχείου από τους πελάτες.

#### ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΝΕΡΟΥ

Για την απόκτηση της πιστοποίησης Green Key είναι απαραίτητη η θέσπιση μέτρων εξοικονόμησης ενέργειας, όπως η ελεγχόμενη κατανάλωση νερού. Η συνολική κατανάλωση νερού καταγράφεται μηνιαία ενώ η ροή του νερού στις βρύσες και το ντους πρέπει να είναι προγραμματισμένη στο 75% και να μην ξεπερνά τα 8 λίτρα στις βρύσες και τα 9 λίτρα στις ντουζιέρες. Σε περίπτωση τοποθέτησης νέων

τουαλετών η κατανάλωση νερού δεν μπορεί να υπερβαίνει τα 6 λίτρα ανά χρήση, ενώ τα πλυντήρια πιάτων πρέπει να καταναλώνουν έως και 3,5 λίτρα ανά καλάθι, όπως και να φέρουν οδηγίες για την εξοικονόμηση νερού & ενέργειας κατά την χρήση τους.

Ακόμα, απαιτείται η τοποθέτηση αισθητήρων στις τουαλέτες ώστε να εξοικονομείται νερό, ενώ το προσωπικό θα πραγματοποιεί τακτικούς ελέγχους για τυχόν διαρροές στις τουαλέτες και τις βρύσες.

Προαιρετικά κριτήρια σε αυτή την κατηγορία είναι :

- Η χρήση πλυντηρίων επαγγελματικής χρήσης,
- η τοποθέτηση χωριστών υδρομετρητών σε τμήματα με αυξημένη χρήση νερού,
- η λειτουργία της πισίνας σύμφωνα με τα εθνικά πρότυπα ποιότητας νερού & ασφάλειας , η θέσπιση τακτικών ελέγχων για διαρροές στην πισίνα και μείωση της απώλειας νερού σε αυτές,
- η εγκατάσταση καζανακίων διπλής ροής τριών- έξι (3/6) λίτρων,
- η συγκέντρωση του βρόχινου νερού (προκειμένου να χρησιμοποιηθεί στις τουαλέτες) ,
- η επαναχρησιμοποίηση νερού που προέρχεται από επεξεργασία λυμάτων στο βιολογικό καθαρισμό,
- η μέγιστη διάρκεια έξι λεπτών της ροής νερού από τις βρύσες και τις τουαλέτες.

#### ΠΛΥΣΙΜΟ ΚΑΙ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΣ

Σχετικά με τον τομέα της καθαριότητας, όλα τα δωμάτια του ξενοδοχείου πρέπει να έχουν πινακίδες πληροφόρησης όπου θα αναγράφεται ότι σεντόνια και πετσέτες θα αλλάζουν μόνο κατόπιν ζήτησης.

Όλα τα χημικά προϊόντα καθαρισμού, καθώς και τα απορρυπαντικά ρούχων και πιάτων θα φέρουν οικολογικό σήμα ποιότητας, ενώ τυχόν απολυμαντικές ουσίες θα χρησιμοποιούνται μόνο όταν είναι απαραίτητο.

Επίσης το ξενοδοχείο πρέπει να παρέχει χαρτοπετσέτες και χαρτομάντιλα κατασκευασμένα από χαρτί με οικολογικό σήμα ποιότητας και χωρίς να έχουν υποστεί επεξεργασία λεύκανσης .

Ακόμα συνίσταται η χρήση υφάσματος με μικροΐνες για τον καθαρισμό επιφανειών και η αποφυγή χρήσης αρωμάτων κατά τη διάρκεια του καθαρισμού και του πλυσίματος. (Green Key- Κριτήρια).

#### ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ

Πολύ σημαντικό ρόλο για την μετατροπή μιας ξενοδοχειακής μονάδας σε πράσινη είναι η διαχείριση των απορριμμάτων της.

Η επιχείρηση πρέπει να ακολουθεί τους κανόνες της εθνικής νομοθεσίας, διαχωρίζοντας τα απορρίμματα σε τουλάχιστον τρεις κατηγορίες και παραδίδοντας τα είτε σε τοπικές, είτε σε εθνικές εγκαταστάσεις ιδιωτικού ή δημόσιου φορέα ή ακόμα και σε δικές της εγκαταστάσεις. Υπεύθυνη για την μεταφορά τους είναι αποκλειστικά η ίδια, ενώ είναι επίσης υποχρεωμένη να ενημερώνει το προσωπικό καθώς και τους πελάτες για τον τρόπο διαχωρισμού και διαχείρισης των αποβλήτων της, αναρτώντας οδηγίες.

Όσες επιχειρήσεις διαθέτουν νέο εξοπλισμό πρέπει να βεβαιωθούν πως οι αντλίες και οι ψυκτικές τους εγκαταστάσεις δεν χρησιμοποιούν φθοροχλωράνθρακες CFC ή HCFC και πως ακολουθούνται πιστά οι κανονισμοί και η εθνική νομοθεσία σχετικά με την κατάργηση των ψυκτικών ουσιών.

Τα στερεά και υγρά χημικά προϊόντα συνιστάται να αποθηκεύονται σε χωριστά δοχεία για την αποφυγή τυχόν διαρροών και ρύπανσης του περιβάλλοντος, ενώ τα απορρίμματά πρέπει να μεταφέρονται με ασφάλεια σε εγκεκριμένη εγκατάσταση υποδοχής.

Επιπρόσθετα πρέπει σε κάθε μπάνιο να υπάρχει από ένα δοχείο απορριμμάτων και η χρήση πλαστικών προϊόντων (πιρουνία, πιάτα κλπ) να μειωθεί και να γίνεται μόνο στους χώρους της πισίνας ή σε ειδικές εκδηλώσεις.

Στην συγκεκριμένη κατηγορία είναι προαιρετική η εφαρμογή των παρακάτω :

- Κομποστοποίηση των οργανικών αποβλήτων
- Χρήση οικολογικών σαπουνιών και αφρόλουτρων

- Αποφυγή ή μείωση προϊόντων μιας χρήσης και χρήση συσκευασιών από ανακυκλώσιμα υλικά
- Χρήση βιοδιασπώμενων ποτηριών, μαχαιροπίρουνων και πιάτων μιας χρήσης
- Δυνατότητα διαχωρισμού των απορριμμάτων σε κατηγορίες από τους πελάτες
- Οργάνωση απομάκρυνσης προϊόντων συσκευασίας με τον προμηθευτή ή κάποιον άλλον κατάλληλο φορέα
- Καταγραφή του όγκου των απορριμμάτων και δημιουργία σχεδιασμού για τη μείωση και επαναχρησιμοποίηση τους

## ΕΝΕΡΓΕΙΑ

Εξίσου σημαντικό κριτήριο είναι η χρήση ενέργειας που κάνει η εκάστοτε επιχείρηση. Συγκεκριμένα η Green Key έχει θέσει ως υποχρεωτικά κριτήρια τη μηνιαία καταγραφή κατανάλωσης ενέργειας, την εξοικονόμηση ενέργειας τουλάχιστον στο 75% του συνόλου των λαμπών της, όπως και τον ετήσιο καθαρισμό των φίλτρων λιπαρών ουσιών που βρίσκονται στους εξαεριστήρες αλλά και των επιφανειών ανταλλαγής θέρμανσης - ψύξης. Ακόμα πρέπει να ελέγχεται ετησίως το σύστημα εξαερισμού, όπως και ο κλιματισμός και η θέρμανση. Η θερμομονωτική ικανότητα πρέπει να διατηρείται και να εξασφαλίζεται σε χώρους κατάψυξης, θερμοθαλάμους, ενώ τα νεοαποκτηθέντα ψυγεία στα δωμάτια πρέπει να καταναλώνουν μέχρι και 1 kWh την ημέρα. Το ξενοδοχείο υποχρεούται να ορίσει μια σταθερή θερμοκρασία για τη θέρμανση και την ψύξη των δωματίων του.

Η κατηγορία αυτή έχει πλήθος προαιρετικών επιλογών για περαιτέρω εξοικονόμηση ενέργειας, εκ των οποίων η ελαχιστοποίηση του εξωτερικού φωτισμού ή η εγκατάσταση αισθητήρων για την αυτόματη απενεργοποίηση του.

Οι ηλεκτρονικές συσκευές θα πρέπει να είναι ενεργειακά αποδοτικές, τα κουφώματα να έχουν θερμομονωτική ικανότητα και τα συστήματα εξαερισμού να είναι εφοδιασμένα με ανεμιστήρες και κινητήρες χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας.

Επιπλέον, πρέπει να πραγματοποιείται ενεργειακός έλεγχος ανά πέντε (5) έτη.

## ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ

Οι επιχειρήσεις με την πιστοποίηση Green Key οφείλουν να αγοράζουν τουλάχιστον τρεις (3) τύπους οργανικών προϊόντων με οικολογικό σήμα, είτε παραγόμενα τοπικά είτε με πιστοποίηση παραγωγής σύμφωνη με τους κανόνες δίκαιου εμπορίου.

Όσον αφορά τα προαιρετικά κριτήρια είναι θεμιτό τα ξενοδοχεία να προμηθεύονται εποχικά προϊόντα, καθώς και να αποφεύγουν την αγορά προϊόντων που προέρχονται από απειλούμενα είδη (π.χ ψάρια, θαλασσιά). Προτείνεται να καταγράφονται τα οργανικά απορρίμματα των τροφίμων καθώς και να προωθείται η μείωση τους. Επίσης το ξενοδοχείο μπορεί να περιέχει στην κάρτα του μενού του τα προϊόντα που είναι είτε οργανικά ,είτε τοπικά ή με οικολογικό σήμα. Επίσης προωθείται και η ένταξη μενού χορτοφάγων, αλλά και η προσφορά νερού βρύσης στους πελάτες του εστιατορίου αντί εμφιαλωμένου ,εφόσον είναι πόσιμο.

#### ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Σχετικά με τον εσωτερικό χώρο της επιχείρησης, πρέπει να τηρεί τους κανονισμούς σχετικά με το κάπνισμα ενώ το 75% των δωματίων του πρέπει να είναι μη καπνιστών. Επίσης προάγεται η οριοθέτηση του καπνίσματος των υπαλλήλων κατά τη διάρκεια των εργάσιμων ωρών. Σε πιθανή ανακαίνιση τα υλικά που θα χρησιμοποιηθούν προτείνεται να είναι φιλικά προς το περιβάλλον.

#### ΚΗΠΟΙ ΚΑΙ ΧΩΡΟΙ ΣΤΑΘΜΕΥΣΗΣ

Όσον αφορά τους εξωτερικούς χώρους της επιχείρησης, δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται χημικά ζιζανιοκτόνα και λιπάσματα, ενώ τα χορτοκοπτικά μηχανήματα πρέπει είτε να είναι ηλεκτροκίνητα, είτε να λειτουργούν με βενζίνη ή και να διαθέτουν οικολογική πιστοποίηση. Για το πότισμα των φυτών πρέπει να επιλέγονται έξυπνα συστήματα ποτίσματος και τυχόν προϊόντα χορτοκοπής συνίσταται να κομποστοποιούνται.

#### ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Η επιχείρηση έχει ευθύνες ως προς τους πελάτες της γι' αυτό και πρέπει να λειτουργεί σύμφωνα με την εκάστοτε τοπική, εθνική και διεθνή νομοθεσία, όπως και την εσωτερική πολιτική εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σχετικά με περιβαλλοντικά, εργασιακά και ζητήματα υγείας. Επίσης άτομα με ειδικές ανάγκες πρέπει να έχουν τη δυνατότητα για πρόσβαση στις εγκαταστάσεις της επιχείρησης, ενώ θα πρέπει να αποφεύγονται οι διακρίσεις είτε προς το προσωπικό είτε προς τους πελάτες.

## ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Προκειμένου να ενθαρρυνθεί η οικολογική συνείδηση, οι πελάτες πρέπει να ενημερώνονται για δραστηριότητες ευαισθητοποίησης σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος και της φύσης καθώς και να τους παρέχεται πληροφοριακό υλικό με κοντινές προστατευμένες περιοχές και πάρκα. Ακόμα προτείνεται η διάθεση ποδηλάτων για ενοικίαση ή για αγορά από τους πελάτες, όπως και η ενημέρωσή τους για πιθανές μαρίνες και ακτές βραβευμένες με Γαλάζια Σημαία. (Green Key- Κριτήρια).

## ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Στην κατηγορία αυτή, υποχρεωτικά κριτήρια είναι η χρήση ανακυκλώσιμων υλικών (φυλλάδια, έντυπα), η ενημέρωση και ενθάρρυνση των εξωτερικών συνεργατών της επιχείρησης για τις περιβαλλοντικές της πρωτοβουλίες και την πιστοποίηση Green Key. Επιπλέον, πρέπει σε όλους τους χώρους να πληρούνται τα ίδια κριτήρια χωρίς καμία εξαίρεση (Green Key- Κριτήρια).

### 4.3 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ - ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

Προκειμένου να αποκτήσει μια τουριστική επιχείρηση το οικολογικό σήμα Green Key πρέπει πρώτα να επικοινωνήσει με τον εθνικό συντονιστή, δηλαδή την Ελληνική Εταιρεία Προστασίας της Φύσης. Έπειτα πρέπει να συμπληρώσει διαδικτυακά μια αίτηση και να την υποβάλει μαζί με τα απαραίτητα υποστηρικτικά έγγραφα στην ηλεκτρονική πλατφόρμα <http://www.greenkey.gr>. Τα έγγραφα θα ελεγχθούν από τον εθνικό συντονιστή και στη συνέχεια η Εθνική Επιτροπή Κρίσεων θα επεξεργαστεί την αίτηση. Η Επιτροπή αυτή αποτελείται από εκπροσώπους Δημόσιων Υπηρεσιών, Φορέων και Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα του Τουρισμού, της Υγείας, της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, της Προστασίας της Φύσης και της Προστασίας του Καταναλωτή και είναι αυτή που θα αποφασίσει για τη βράβευση της μονάδας.

Μετά την αξιολόγηση και αφού ανακοινωθούν τα αποτελέσματα των βραβεύσεων, οι βραβευμένες επιχειρήσεις θα λάβουν τις πιστοποιήσεις τους και θα δουν τα στοιχεία τους αναρτημένα τόσο στην εθνική, όσο και στην διεθνή ιστοσελίδα του προγράμματος.



Απαραίτητη προϋπόθεση για τη συμμετοχή και αργότερα τη βράβευση της επιχείρησης είναι να είναι νόμιμη και να έχει τις απαραίτητες αδειοδοτήσεις σε ισχύ (Green Key, 2022).

#### 4.4 ΚΟΣΤΟΣ ΑΙΤΗΣΗΣ & ΔΙΑΤΗΡΗΣΗΣ ΣΗΜΑΤΟΣ

Για τη συμμετοχή στο πρόγραμμα και τη μελλοντική διατήρηση του οικολογικού σήματος υπάρχει και η ανάλογη χρηματική επιβάρυνση. Οι επιχειρήσεις για να διατηρήσουν την πιστοποίηση οφείλουν να συμμορφώνονται με τα κριτήρια της, γεγονός που βεβαιώνεται από επισκέψεις συμβουλευτικού χαρακτήρα που πραγματοποιούν οι επιθεωρητές του προγράμματος. Σε οικονομικό επίπεδο, οι επιχειρήσεις καλούνται να πληρώσουν για την εγγραφή τους, για την αξιολόγηση τους (επιθεώρηση τα πρώτα 3 χρόνια) καθώς και ετήσια συνδρομή. Το κόστος εξαρτάται από το μέγεθος της επιχείρησης (πόσα δωμάτια έχει) καθώς και από τα αστέρια της ή τα κλειδιά της.

Η επιθεώρηση πραγματοποιείται τα 3 πρώτα χρόνια και μετά ανά 3 χρόνια, ανάλογα βέβαια και με την αξιολόγηση των επιθεωρητών.

##### 1.1 Κόστος Green Key με βάση τον αριθμό των δωματίων του καταλύματος

	1-15 δωμάτια	16-100 δωμάτια	101-200 δωμάτια	201-300 δωμάτια	301-400 δωμάτια	401-500 δωμάτια	501 και άνω δωμάτια
<b>Εγγραφή</b>	100 €	100€	150€	200€	250€	300€	350€
<b>Ετήσια συνδρομή</b>	50 € ανά αστέρι 40 € ανά κλειδί	50 € ανά αστέρι 40 € ανά κλειδί	50 € ανά αστέρι 40 € ανά κλειδί	50 € ανά αστέρι 40 € ανά κλειδί	50 € ανά αστέρι 40 € ανά κλειδί	50 € ανά αστέρι 40 € ανά κλειδί	50 € ανά αστέρι 40 € ανά κλειδί
<b>Κόστος Αξιολόγησης</b>	70€	100€	100€	150€	150€	200€	200€

#### 4.5 ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΒΡΑΒΕΥΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Στις υποχρεώσεις μιας βραβευμένης επιχείρησης συμπεριλαμβάνεται η προβολή του πιστοποιητικού βράβευσης, τόσο στον φυσικό χώρο του καταλύματος όσο και στον ιστότοπό του. Επιπλέον οφείλει να διαθέτει πληροφοριακό υλικό σε εμφανές και προσβάσιμο σημείο στους χώρους του, όπως και να δημοσιοποιήσει την βράβευση του στα Μέσα Ενημέρωσης. Ακόμα πρέπει να συνδέσει ηλεκτρονικά το σήμα του με

την διαδικτυακή σελίδα του προγράμματος Green Key, η οποία βρίσκεται στον ιστόχωρο της Ελληνικής Εταιρείας Προστασίας.

#### 4.6 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ GREEN KEY

Για να αποκτήσει μια ξενοδοχειακή μονάδα την πιστοποίηση Green Key χρειάζεται να κάνει αρκετές αλλαγές, όπως φαίνεται από τα προαναφερόμενα κριτήρια. Οι επιχειρήσεις όμως αξίζει να προβούν στις αλλαγές αυτές καθώς τα οφέλη είναι εξίσου πολλά.

Τα καταλύματα που βραβεύονται με την περιβαλλοντική πιστοποίηση Green Key, ανήκουν πλέον στο διεθνές δίκτυο της και βρίσκονται σε όλες τις ψηφιακές και μη πλατφόρμες της, κερδίζοντας έτσι αναγνώριση. Καθώς η Green Key είναι ένα από τα πλέον παγκοσμίως αναγνωρισμένα σήματα εμπνέει εμπιστοσύνη στους τουρίστες για τις εγκαταστάσεις και τις υπηρεσίες των βραβευμένων καταλυμάτων. Η αναγνωρισιμότητα αυτή αποτελεί ανταγωνιστικό προβάδισμα για τις βραβευμένες ξενοδοχειακές μονάδες και η πιστοποίηση χρησιμοποιείται ως εργαλείο marketing. Έτσι κερδίζουν προβολή και προσελκύουν συγκεκριμένη πελατεία, που νοιάζεται για το περιβαλλοντικό της αποτύπωμα, διευρύνοντας το πελατολόγιο τους και αυξάνοντας τις πωλήσεις τους μέσω των πράσινων πρακτικών τους. Ουσιαστικά, δίνουν χώρο στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, δίνοντας επιλογές στους περιβαλλοντικά ευσυνείδητους τουρίστες και συμβάλλοντας στη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και στην ελαχιστοποίηση της ρύπανσης του τουριστικού προορισμού, προστατεύοντας τους φυσικούς του πόρους. Μάλιστα, μπορούν να μοριοδοτηθούν με 150 μόρια στην κατάταξη των καταλυμάτων, μέσω του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος. (Green Key, 2022).

Επιπλέον, ένα από τα πιο ισχυρά κίνητρα, είναι η μείωση των λειτουργικών εξόδων, καθώς οι επιχειρήσεις καλούνται να αποκτήσουν αποδοτικότερες τεχνολογίες για τις βασικές τους ενεργειακές λειτουργίες. Οι περιβαλλοντικές πρακτικές και στρατηγικές που εφαρμόζουν οι βραβευμένες επιχειρήσεις οδηγούν όχι μόνο στην εξοικονόμηση χρημάτων αλλά και στην διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος του τουριστικού προϊόντος. Όχι μόνο συνεισφέρουν στην προστασία του πλανήτη, αλλά και στην ευαισθητοποίηση των πελατών μέσω των πρακτικών και των παροχών τους (π.χ. ενοικίαση ποδήλατου), αυξάνοντας τον περιβαλλοντικό και κοινωνικό τους αντίκτυπο.

Σύμφωνα με έρευνα της INSETE ένα μέσο κατάλυμα καταναλώνει το 45% της ενέργειας που απαιτείται για τη λειτουργία του για να καλύψει τις ανάγκες του σε θέρμανση και κλιματισμό, το 6% σε φωτισμό, το 11% σε ζεστό νερό, το 30% στην μαγειρική και το 8% σε άλλες λειτουργίες. Με την χρήση τεχνολογιών υψηλής απόδοσης ελαττώνεται το κόστος της ηλεκτρικής ενέργειας και των καυσίμων οδηγώντας σε μείωση των παραγόμενων ρύπων. Μετά την εγκατάσταση συστημάτων ανανεώσιμων πηγών ενέργειας μπορεί να παρατηρηθεί μείωση της ενεργειακής κατανάλωσης της τάξης του 60% (Insete, oeb, Adelphi,2020). Οι ενεργειακοί πόροι μειώνονται, καθώς το πετρέλαιο αντικαθιστάται με το φυσικό αέριο, οι κοινές λάμπες αντικαθιστώνται με χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης, ενώ η χρήση συστημάτων BEMS (Building Energy Management System) εξασφαλίζει την εξοικονόμηση ενέργειας.

Ακόμα, οι ξενοδοχειακές μονάδες καλούνται να ανακυκλώνουν και να κομποστοποιούν, όπου είναι δυνατόν, τα (βιο)απόβλητα τους. Μελλοντικά οι επιχειρήσεις θα μπορούν να εκμεταλλεύονται περισσότερο τα απόβλητά τους χρησιμοποιώντας την ενέργεια που παράγεται από αυτά για να καλύπτουν τις ενεργειακές τους ανάγκες και να είναι ενεργειακά αυτόνομα, καθώς ήδη στην Ελλάδα έχουν εμφανιστεί οι πρώτες επιχειρήσεις που μετατρέπουν απλά απόβλητα,όπως ο καφές, σε ενέργεια, συγκεκριμένα αέριο (Ενεργειακή Συνεταιριστική Εταιρεία Καρδίτσας, 2021).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΤΡΟΠΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΣΕ «ΠΡΑΣΙΝΕΣ»

### 5.1 ΚΡΑΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ & ΚΙΝΗΤΡΑ

Είναι ξεκάθαρο, πως για να προβεί μια επιχείρηση στις απαιτούμενες αλλαγές, αλλά και στην πληρωμή του οικολογικού σήματος, χρειάζεται να δαπανήσει αρκετά χρήματα. Σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση που ταλανίζει τα τελευταία χρόνια την Ελλάδα, αλλά και τον covid- 19 που εδώ και δύο χρόνια ταλαιπωρεί τον τουριστικό κλάδο, οι επιχειρήσεις χρειάζονται περισσότερο από ποτέ οικονομική ενίσχυση και ενθάρρυνση για να συνεχίσουν τη λειτουργία τους, αλλά και την περιβαλλοντική τους πολιτική.

Πλέον οι περιβαλλοντικές και κοινωνικές συνθήκες απαιτούν τον εκσυγχρονισμό των τουριστικών μονάδων, γεγονός που προσφέρει στις επιχειρήσεις περισσότερες ευκαιρίες. Το ελληνικό κράτος, με την υποστήριξη της Ε.Ε, κάνει προσπάθειες για να στηρίξει τις επιχειρήσεις και έχει ξεκινήσει επιχορηγήσεις και προγράμματα ενίσχυσης για την προώθηση της πράσινης επιχειρηματικότητας. Είναι καίριας σημασίας να υπάρχουν κίνητρα για την μετατροπή των επιχειρήσεων σε βιώσιμες τουριστικές μονάδες.

Συγκεκριμένα, την περίοδο 2011-2012, ξεκίνησε μέσω του ΕΦΕΠΑΕ (Ενδιάμεσος Φορέας Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητα & Επιχειρηματικότητα) το πρόγραμμα «Πράσινος Τουρισμός» με προϋπολογισμό ύψους 256.327,95 ευρώ. Σκοπός του προγράμματος αυτού ήταν η μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος των τουριστικών επιχειρήσεων. Κάθε επιχείρηση έπρεπε να υποβάλλει ένα επενδυτικό σχέδιο από το οποίο χρηματοδοτούταν το 40% με 45% από το κράτος.

Σύμφωνα με το πρόγραμμα αυτό, οι επιχορηγούμενες επιχειρήσεις θα έπρεπε να χρησιμοποιήσουν τα χρήματα για τη βελτίωση και αξιοποίηση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας τους, στοχεύοντας στην εξοικονόμηση ενέργειας καθώς και στην εφαρμογή συστημάτων εξοικονόμησης ύδατος. Επιπλέον έπρεπε να εδραιώσουν μια φιλική προς το περιβάλλον πολιτική και διαχείριση αποβλήτων, όπως και να προωθήσουν τις πράσινες ενέργειες που εφάρμοσαν είτε σε έντυπη είτε σε διαδικτυακή μορφή.

Με την υλοποίηση του παραπάνω προγράμματος, σηματοδοτείται η αναγνώριση των νέων περιβαλλοντικών τάσεων και απαιτήσεων για εκσυγχρονισμό των τουριστικών

μονάδων, αλλά και η στροφή προς τη βιώσιμη ανάπτυξη. Με την υιοθέτηση οικολογικών προτύπων οι επιχειρήσεις επωφελούνται σημαντικά τόσο από την μείωση των λειτουργικών τους εξόδων όσο και από την πιστοποίηση τους ως φιλικές προς το περιβάλλον.

Ακόμα, με πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το διάστημα 2013-2016 ξεκίνησε σε όλη την Ευρώπη το έργο neZEH που στόχευε στην μετατροπή των ξενοδοχείων σε κτίρια μηδενικής κατανάλωσης. Σκοπός του έργου ήταν η μείωση της ενεργειακής εξάρτησης και των εκπομπών άνθρακα προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι που έχουν τεθεί για το έτος 2022 από τις χώρες μέλη. Η χρηματοδότηση θα γινόταν με τη βοήθεια του προγράμματος Intelligent Energy Europe, το οποίο είχε ως αντικείμενο τη δημιουργία νέων τεχνολογιών για τη βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης, καθώς και την χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Με την εφαρμογή του προγράμματος neZEH οι επιχειρήσεις θα εξοικονομούσαν ενέργεια και θα έβλεπαν το κόστος συντήρησης τους να μειώνεται. Πολύ σημαντικό στοιχείο του προγράμματος αυτού είναι η δέσμευση της επιχείρησης και η εταιρική κοινωνική ευθύνη που θα έχει, μετά την μετατροπή της σε κτίριο με μηδενική ενεργειακή κατανάλωση, ως προς το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα. Μάλιστα η εφαρμογή του προγράμματος οδήγησε στην αύξηση χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας σε 16 πιλοτικά ξενοδοχεία από 7 χώρες.(Ισπανία, Ιταλία, Κροατία, Ρουμανία, Σουηδία, Ελλάδα, Γαλλία). Σταδιακά άρχισαν και οι χώρες στα Βαλκάνια να συμμετέχουν στο πρόγραμμα αποκτώντας ενεργειακή αυτονομία (European Initiative: Nearly Zero Energy Hotels, 2016). Με αφορμή το πρόγραμμα αυτό, τον Απρίλιο του 2016, το Εργαστήριο Ανανεώσιμων και Βιώσιμων Ενεργειακών Συστημάτων της Σχολής Μηχανικών Περιβάλλοντος του Πολυτεχνείου Κρήτης σε συνεργασία με το Σύλλογο Ξενοδόχων Νομού Ρεθύμνης πραγματοποίησε ένα εκπαιδευτικό σεμινάριο, προκειμένου να διευκολύνει τις επιχειρήσεις στην κατανόηση των απαιτήσεων του neZEH. Οι ξενοδόχοι ενημερώθηκαν για ευκαιρίες και πρακτικές εξοικονόμησης ενέργειας, όπως και για πιθανές χρηματοδοτικές ευκαιρίες. Επιπλέον παρουσιάστηκαν περιπτώσεις ξενοδοχείων που κατάφεραν να μετατραπούν σε κτίρια μηδενικής ενεργειακής κατανάλωσης (European Commission, 2020).

Στο ίδιο πλαίσιο, τον Ιούνιο του 2021 ανακοινώθηκε η υλοποίηση του ειδικού προγράμματος « Εξοικονομώ για τον τουρισμό», που σχεδιάστηκε από τα Υπουργεία Περιβάλλοντος & Ενέργειας, Επενδύσεων & Ανάπτυξης σε συνεργασία με το

Υπουργείο Τουρισμού. Το πρόγραμμα αυτό προκηρύχθηκε από το Υπουργείο Περιβάλλοντος & Ενέργειας με πόρους από το ΕΣΠΑ και το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα ΕΠΑΝΕΚ 2014-2020 του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων (Καλαμαρά, 2022)

Στόχος του είναι η μετατροπή των τουριστικών καταλυμάτων σε βιώσιμες μονάδες αναβαθμίζοντας τα σε κτίρια μηδενικής ενεργειακής κατανάλωσης . Τα καταλύματα καλούνται να βελτιώσουν το ενεργειακό αποτύπωμα των υποδομών τους, να χρησιμοποιούν ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, να αποκτήσουν έξυπνα συστήματα παραγωγής και διαχείρισης της ενέργειας τους, καθώς και υποδομές φόρτισης ηλεκτρικών οχημάτων. Ο προϋπολογισμός του φτάνει τα 600 εκατομμύρια ευρώ και απευθύνεται σε 38.000 ξενοδοχεία κλασσικά ή μεικτού τύπου, ενοικιαζόμενα δωμάτια και παραδοσιακά καταλύματα. Η οικονομική ενίσχυση που θα λάβει κάθε επιχείρηση θα είναι ανάλογη και του μεγέθους της (ΕΣΠΑ, 2021)

Στο πλαίσιο του προγράμματος αυτού, εκτός από την επιχορήγηση για την ενεργειακή αναβάθμιση και χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στις επιχειρήσεις, προωθείται και η απόκτηση πράσινων πιστοποιήσεων (Green Key, Eco Label), προκειμένου να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητά τους.

Το πρόγραμμα αυτό θα υλοποιηθεί σε δύο φάσεις, με τους δικαιούχους στην πρώτη να είναι μικρές και μεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις και τον προϋπολογισμό να ανέρχεται στα 100 εκατομμύρια ευρώ. Στην δεύτερη φάση, εφόσον οι πρόσθετοι πόροι έχουν εξασφαλιστεί, οι δικαιούχοι θα είναι μεγάλες επιχειρήσεις. Προς το παρόν δεν έχει προκηρυχθεί ακόμα το πρόγραμμα.

Ωστόσο, υπάρχει το κρατικό πρόγραμμα επιδότησης «Εξοικονομώ II», στο οποίο μπορούν να αιτηθούν επιχειρήσεις από όλους τους κλάδους και στηρίζει την ενεργειακή αναβάθμιση τους. Το πρόγραμμα αυτό ξεκίνησε το 2021 και αφορούσε απλές κατοικίες, ενώ αναμένεται να ανακοινωθεί η έναρξη του δεύτερου κύκλου του, για επιχειρήσεις πλέον, το φθινόπωρο του 2022. Μάλιστα, ανάμεσα στις προτάσεις που κατέθεσε προς την κυβέρνηση ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) ήταν και η επίσπευση του προγράμματος ώστε να προλάβουν οι ξενοδοχειακές μονάδες να κάνουν τις απαραίτητες ενεργειακές μεταβολές πριν τον χειμώνα (Insider, 2022).

Όσον αφορά τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, υπάρχουν και άλλες επιλογές εκτός από τα χρηματοδοτούμενα προγράμματα, όπως οι συμβάσεις ενεργειακής απόδοσης. Οι συμβάσεις αυτές είναι συμβατικές συμφωνίες μεταξύ της επιχείρησης και του παρόχου των ενεργειακών υπηρεσιών. Κατά τη διάρκεια της μετατροπής της επιχείρησης σε ενεργειακά αυτόνομη ο πάροχος ελέγχει την επιχείρηση για τη διασφάλιση της εφαρμογής των μέτρων βελτίωσης της ενεργειακής απόδοσης. Οι συμβάσεις αποσκοπούν στην οικονομική στήριξη των επιχειρήσεων αυτών, προκειμένου να πραγματοποιήσουν τις απαραίτητες ενεργειακές αλλαγές, χωρίς να επιβαρυνθούν οικονομικά. Ο πάροχος αμείβεται ουσιαστικά από την εξοικονόμηση χρημάτων που προκύπτει λόγω της ενεργειακής απόδοσης, καθώς ο βασικός πυλώνας των συμβάσεων είναι η εξόφληση του παρόχου να γίνεται από τους πόρους που προκύπτουν από τη μείωση του ενεργειακού κόστους. Με αυτό τον τρόπο, οι επενδύσεις εξοφλούνται άμεσα και δεν υπάρχει ανάγκη κεφαλαίων για την επιχείρηση. Επιπλέον, ένα ακόμα πλεονέκτημα που προσφέρουν οι συμβάσεις ενεργειακής απόδοσης είναι πως οι ξενοδοχειακές μονάδες μπορούν να βελτιώσουν τις υποδομές τους, χωρίς να έχουν όμως αρχικό κεφάλαιο, τεχνικές γνώσεις και δεξιότητες ενεργειακής διαχείρισης (Τουρνάκη Σ., Φράγκου Μ., Τσούτσος Θ., 2016).

Τα οφέλη των συμβάσεων είναι αρκετά, καθώς με χαμηλή επένδυση η επιχείρηση εξασφαλίζει μακροχρόνιο και εγγυημένο οικονομικό όφελος αναβαθμίζοντας τις υποδομές της με σύγχρονο και αποδοτικό ενεργειακό εξοπλισμό. Επίσης, τα αποτελέσματα είναι άμεσα, με το περιβαλλοντικό αποτύπωμα της ξενοδοχειακής μονάδας να μειώνεται και την κοινωνική της ευθύνη να ενισχύεται. Τις προαναφερόμενες συμβάσεις ενισχύει η ευρωπαϊκή πρωτοβουλία Trust EPC South.

Δυστυχώς, το εγχείρημα αυτό δεν έχει δοκιμαστεί ιδιαίτερα στην Ελλάδα, καθώς η συγκεκριμένη αγορά βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο, αντίθετα με άλλες χώρες της κεντρικής και βόρειας Ευρώπης, όπου υλοποιούνται έργα ενεργειακής απόδοσης μέσω τέτοιων συμβάσεων. Παρόλα αυτά, η ελληνική αγορά έχει προοπτικές ανάπτυξης σε αυτό τον τομέα, καθώς έχει περιθώριο ενεργειακής εξοικονόμησης, όπως αυτό παρουσιάζεται στο κτιριακό απόθεμα της χώρας (Τουρνάκη Σ., Φράγκου Μ., Τσούτσος Θ., 2016).

Επιπλέον, το 2000 δημιουργήθηκε το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (CSR Hellas) το οποίο είναι μέλος του αντίστοιχου ευρωπαϊκού οργανισμού CSR Europe, που στοχεύει στην ενημέρωση των επιχειρήσεων για τις αρχές της βιωσιμότητας και την υπεύθυνη επιχειρηματικότητα, προωθώντας την συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων και των ιδιωτικών και δημόσιων φορέων. Βοηθάει στη δικτύωση των επιχειρήσεων, στην εκπαίδευση και ευαισθητοποίησή τους για βιώσιμες πρακτικές, θέματα κοινωνικής ευθύνης. Επιπλέον, εστιάζει στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις τις οποίες στηρίζει έμπρακτα μέσω του Ελληνικού Σύμφωνου Βιώσιμης Επιχειρηματικότητας. Το Σύμφωνο εντάσσεται στην ευρωπαϊκή πρωτοβουλία “Pact 4 Sustainable Industry” αποτελεί ένα πρότυπο βιώσιμο μοντέλο για το 2023-2025 και ανάμεσα στους στόχους του είναι και η ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων καθώς και η υιοθέτηση πράσινων πρακτικών από αυτές. Τους παρέχει στήριξη ενώ συμμετέχει και στις πρωτοβουλίες εθνικών και ευρωπαϊκών φορέων.

Τον Ιανουάριο του 2022 κατατέθηκε το νέο Αναπτυξιακό Νομοσχέδιο ,στο οποίο εμπεριέχεται το πρόγραμμα ενίσχυσης «Πράσινη μετάβαση –Περιβαλλοντική αναβάθμιση επιχειρήσεων». Μέσω του προγράμματος αυτού δίνεται η δυνατότητα στις ελληνικές επιχειρήσεις να αναβαθμιστούν σε περιβαλλοντικό και ενεργειακό επίπεδο προωθώντας τη βιώσιμη ανάπτυξη σε όλους τους τομείς. Βασικός του στόχος είναι η προστασία του περιβάλλοντος και η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας, προωθώντας την ενεργειακή απόδοση, την ανακύκλωση καθώς και την επαναχρησιμοποίηση των αποβλήτων.

Γενικά, η κυβέρνηση παρέχει ισχυρά φορολογικά κίνητρα σε επιχειρήσεις που ανήκουν στον κλάδο της οικονομίας, αλλά και σε επιχειρήσεις που στοχεύουν στην ενίσχυση της πράσινης και ενεργειακής οικονομίας. Οι επιχειρήσεις που έχουν επενδύσει σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας στις υποδομές τους, λαμβάνουν μεγάλη έκπτωση στους φόρους τους, όπως και αναστολή στην πληρωμή των λογαριασμών, εφόσον αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην πληρωμή τους. Η συγκεκριμένη ενέργεια τέθηκε σε ισχύ το 2021 και θα διαρκέσει έως και το 2023.

Ειδικότερα, οι στόχοι όλων αυτών των ενεργειών αποσκοπούν στη βελτίωση της ενεργειακής αποδοτικότητας των κτιριακών εγκαταστάσεων, στην εξοικονόμηση ενέργειας, στη σωστή και υπεύθυνη διαχείριση του νερού και των απορριμμάτων, όπως και στην υλοποίηση διαδικασιών που δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον, αλλά



προωθούν την ευαισθητοποίηση των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων και των πελατών τους σε περιβαλλοντικά θέματα.

## 5.2 ΕΜΠΟΔΙΑ

Προκειμένου να επιτευχθεί ο βιώσιμος τουρισμός στην Ελλάδα, είναι αναγκαίο να εξεταστούν και τα εμπόδια που αντιμετωπίζει η χώρα. Συγκεκριμένα η οικονομική κρίση που αντιμετωπίζει την τελευταία δεκαετία έχει επηρεάσει σημαντικά τις αποφάσεις των επιχειρηματιών.

Το κόστος για την πραγματοποίηση ενεργειακής αναβάθμισης με σκοπό την μείωση των εκπομπών αερίων είναι υπέρογκο ,ειδικά όταν απαιτείται ολοκληρωτική ενεργειακή ανακαίνιση, με αποτέλεσμα οι ξενοδόχοι να πραγματοποιούν μικρής κλίμακας ενεργειακές μεταβολές, τις οποίες μπορούν να υποστηρίξουν οικονομικά μόνοι τους. Επιπλέον, η εποχικότητα του κλάδου της φιλοξενίας αποτρέπει την επένδυση σε οικολογικές και ενεργειακές αναβαθμίσεις, καθώς η διάρκεια της οικονομικής απόσβεσης κρίνεται μικρή από τους επιχειρηματίες, με αποτέλεσμα να μην είναι προτεραιότητα τους να επενδύσουν σε αυτή. Ακόμα ένα εμπόδιο για την περιβαλλοντική βελτιστοποίηση των ξενοδοχείων είναι η ελλιπής ενημέρωση των επιχειρηματιών, καθώς σε έρευνα της INSETE επισημαίνεται πως οι επενδύσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε κτίρια και ξενοδοχεία δεν έχουν προωθηθεί καταλλήλως, όπως ούτε και στον ενεργειακό τομέα (INSETE, OEB & Adelphi, 2020).

Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο για την ενεργειακή απόδοση των κτιρίων από τις 31 Δεκεμβρίου του 2020 όλα τα νέα κτίρια έχουν σχεδόν μηδενική κατανάλωση ενέργειας , ενώ για τα νέα δημόσια κτίρια η απόφαση είχε εφαρμοστεί από τις αρχές του 2019 (Άρθρο 9 του ν.4122/2013 Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας). Αυτή η αλλαγή βοήθησε στη διάδοση της ανάγκης για οικολογικές παρεμβάσεις και στις τουριστικές επιχειρήσεις, όμως δεν έχει ακόμα εφαρμοστεί στο σύνολο της.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι αυτές που επηρεάζονται πιο εύκολα από εξωγενείς παράγοντες με αποτέλεσμα να είναι αρκετά ευάλωτες. Με την οικονομική και ενεργειακή κρίση η επιβίωση τους είναι πιο δύσκολη από ποτέ γι' αυτό η ανάγκη για χρηματοδοτικές ευκαιρίες είναι τεράστια. Συχνά δεν διαθέτουν τους απαραίτητους πόρους ώστε να δεσμευτούν την μετατροπή τους σε περιβαλλοντικά φιλικές. Η πολιτεία πρέπει να τις στηρίξει παρέχοντας δομές στήριξης και δημιουργώντας ευνοϊκότερες συνθήκες για την ανάπτυξη τους. Δεδομένου όμως ότι

οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ευθύνονται για μεγάλο ποσοστό των εκπομπών άνθρακα, είναι σημαντικό να προωθηθούν προγράμματα βιώσιμης ανάπτυξης για αυτές. Με την μετατροπή τους σε «πράσινες», οι επιχειρήσεις θα αυξήσουν την ανθεκτικότητά τους και συνεπώς θα αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους, ενώ θα έχουν και περισσότερες ευκαιρίες σε περίπτωση πιθανών δανειδοτήσεων (Καδδά Δ., 2021).

### 5.3 ΟΦΕΛΗ – ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τομείς στην Ελλάδα και η επένδυση στον βιώσιμο τουρισμό επιφέρει οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά οφέλη. Με την απόκτηση οικολογικών πιστοποιήσεων, οι ξενοδοχειακές μονάδες καλούνται να υιοθετήσουν βασικές αρχές βιωσιμότητας, ενισχύοντας με αυτό τον τρόπο την προστασία του περιβάλλοντος και την αειφόρο ανάπτυξη. Παράλληλα επωφελούνται οικονομικά με την προσαρμογή στα κριτήρια των πιστοποιήσεων.

Καθώς ο αριθμός των καταναλωτών με οικολογική συνείδηση ολοένα μεγαλώνει, το άμεσο οικονομικό όφελος προκύπτει από την προσφορά ποιοτικών, φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων και υπηρεσιών. Η ευαισθητοποίηση του κόσμου σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος πλέον αποτελεί σημαντικό κίνητρο για πράσινες επενδύσεις. Η προβολή δε της τουριστικής μονάδας μέσα από τον ιστόχωρο της πιστοποίησης Green Key ([www.green-key.org](http://www.green-key.org)) συμβάλλει σημαντικά στην αύξηση των κρατήσεων τους. Επιπλέον, οι τουριστικές μονάδες που έχουν πιστοποιηθεί με το Green Key έχουν παρατηρήσει σημαντική μείωση του κόστους λειτουργίας και συντήρησής τους, καθώς η διαχείριση της ενέργειας, αποβλήτων, νερού και οι λοιπές αλλαγές στις εγκαταστάσεις τους επιφέρουν ευεργητικά αποτελέσματα στις επιχειρήσεις τους. Η εφαρμογή πράσινων πρακτικών δημιουργεί ένα καλύτερο περιβάλλον, τόσο για τους επισκέπτες όσο και τους εργαζόμενους.

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε ο όμιλος TUI το 2019, παρατηρήθηκε πως τα πιστοποιημένα ξενοδοχεία παρουσιάζουν καλύτερες επιδόσεις από ότι τα μη πιστοποιημένα. Συγκεκριμένα, για το έτος 2018, οι ξενοδοχειακές μονάδες τους σημείωσαν 10% μείωση των εκπομπών άνθρακά τους και 24% μείωση στην κατανάλωση νερού ανά διανυκτέρευση, χάρη στις περιβαλλοντικές τους πρακτικές. Επιπλέον, η κατανάλωση πράσινης ενέργειας αυξήθηκε κατά 23% μαζί με το επίπεδο εθνικής εργασιακής απασχόλησης που είδε αύξηση της τάξεως του 9%. Ο όμιλος εισήγαγε νέο κανονισμό για τη μείωση των πλαστικών στα ξενοδοχεία του. Με την

κατάργηση της χρήσης τους αποτράπηκε η χρήση 112 εκατομμυρίων πλαστικών ειδών μίας χρήσης. Μάλιστα λόγω της εξοικονόμησης ενέργειας και πόρων, μειώθηκε και η ανάγκη για χρηματοδοτικούς πόρους, με πτώση 12%. Το 2018 το 81% των ξενοδοχείων της είχαν ήδη αποκτήσει πράσινη πιστοποίηση (TUI Sustainability Report 2019: Creating Better Holidays for a Better World).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

### 6.1 ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Οι συνέπειες της κλιματικής αλλαγής στο περιβάλλον είναι ολοένα και πιο εμφανείς με αποτέλεσμα η ανάγκη για δράση να είναι άμεση. Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις πρέπει και αυτές με την σειρά τους να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα και να υιοθετήσουν βιώσιμες στρατηγικές.

Δεδομένου της οικονομικής κρίσης, που σε συνδυασμό με τον covid- 19, έπληξε όλους τους τομείς παγκοσμίως, αλλά ιδιαίτερα τον τουρισμό, είναι σημαντικό να διερευνηθεί η δυνατότητα των ξενοδοχειακών μονάδων και ειδικά των μικρομεσαίων, να εφαρμόσουν φιλικές προς το περιβάλλον τακτικές και να αποκτήσουν πράσινες πιστοποιήσεις.

Όπως αναφέρθηκε στα παραπάνω κεφάλαια, οι ξενοδοχειακές μονάδες έχουν την δυνατότητα να λάβουν χρηματοδότηση, είτε από ευρωπαϊκούς είτε από διεθνείς πόρους, για τη μετατροπή τους σε πράσινες μονάδες, ενώ μάλιστα η προβολή που θα λάβουν θα ενισχύσει τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό τους αντίκτυπο, αυξάνοντας την πελατεία τους.

Ωστόσο, με τη βοήθεια του ερωτηματολογίου αλλά και των συνεντεύξεων με στελέχη ξενοδοχειακών μονάδων, ο λόγος δίνεται στους άμεσα εμπλεκόμενους, που βρίσκονται σε διοικητικές θέσεις σε ξενοδοχειακές μονάδες, οι οποίοι καλούνται να απαντήσουν αν τελικά τους φάνηκε εύκολη η μετατροπή τους σε πράσινα καταλύματα, αν είδαν μείωση των λειτουργικών τους εξόδων καθώς και αν τους επέφερε κέρδη.

### 6.2 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

Καθώς ο πλανήτης βρίσκεται σε ένα κρίσιμο σημείο είναι σημαντικό να διερευνηθούν πιθανοί τρόποι μείωσης των βλαβερών για το περιβάλλον ανθρώπινων συνηθειών. Ο τουρισμός αποτελεί μεγάλη βιομηχανία και συνεπώς προκαλεί και μεγάλη ρύπανση. Γι'αυτό τον λόγο, πρέπει να προωθηθούν πρακτικές που θα συμβάλλουν στην μείωση της περιβαλλοντικής μόλυνσης και στην προστασία του περιβάλλοντος αναβαθμίζοντας με αυτό τον τρόπο το τουριστικό προϊόν. Μέσω της εργασίας αυτής, ερευνάται η ευκολία προσαρμογής των τουριστικών καταλυμάτων στα βιώσιμα πρότυπα λειτουργίας. Επιπλέον, εξετάζεται η δυνατότητα μετατροπής τους σε ξενοδοχεία μηδενικής ενεργειακής κατανάλωσης, καθώς και οι αλλαγές που

έκαναν στις εγκαταστάσεις και στις υπηρεσίες τους προκειμένου να αποκτήσουν την πιστοποίηση Green Key.

Συγκεκριμένα, ο σκοπός της εργασίας είναι να δώσει μια περιεκτική απάντηση στο ερώτημα που προκύπτει από τον τίτλο της εργασίας. Το ερώτημα που προκύπτει είναι ποιες πιστοποιήσεις παρέχει ο οργανισμός Green Key, ποια οφέλη προσφέρει στην επιχείρηση κυρίως από οικονομική σκοπιά και ποιες εφαρμογές υπάρχουν σε πρακτικό και εφαρμόσιμο επίπεδο.

Αυτό το ερώτημα είναι αρκετά ευμεγέθες και δεν είναι εφικτό να απαντηθεί ως ένα ενιαίο ερώτημα. Η ερευνήτρια, προκειμένου να απαντήσει ολοκληρωμένα, εμπειρισταωμένα και όσο το δυνατό πιο ολιστικά το ερώτημα, θεωρεί ότι πρέπει να σπάσει στα ακόλουθα υποερωτήματα τα οποία αποτελούν τους στόχους της εργασίας:

- Ποιες πιστοποιήσεις παρέχει ο οργανισμός Green Key
- Ποια οφέλη προσφέρει στην επιχείρηση κυρίως από οικονομικής σκοπιάς ο οργανισμός Green Key.
- Ποιες εφαρμογές υπάρχουν σε πρακτικό και εφαρμόσιμο επίπεδο.

Παρά το γεγονός ότι οι στόχοι είναι ίδιοι με τα τμήματα του θεμελιακού ερωτήματος, είναι απαραίτητο να εξεταστούν ξεχωριστά ώστε να οργανωθεί καλύτερα η ερευνητική διαδικασία και τα στοιχεία που θα ληφθούν.

### 6.3 ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ

Προκειμένου να διερευνηθεί η προσβασιμότητα των ξενοδοχειακών μονάδων, μικρομεσαίων και μη στην μετατροπή τους σε «πράσινες» επιλέχθηκε η ποιοτική έρευνα. Η ποιοτική έρευνα ορίζεται ως η πλαισιοθετημένη δραστηριότητα, η οποία τοποθετεί τον παρατηρητή στον κόσμο και τον κάνει ορατό μέσω ενός συνόλου ερμηνευτικών και υλικών πρακτικών (Ισαρη & Πούρκας, 2015). Με αυτές τις πρακτικές ο κόσμος αλλάζει, μετατρέπεται σε πλήθος αναπαραστάσεων, όπως συνεντεύξεις, σημειώσεις ημερολογίων, συνομιλίες. Με έναν τρόπο, η ποιοτική έρευνα αντιπροσωπεύει μέσω των θεωρήσεων της, τη νατουραλιστική προσέγγιση του κόσμου. Οι ερευνητές που χρησιμοποιούν αυτό το είδος έρευνας ουσιαστικά προσπαθούν να μελετήσουν τα πράγματα στο φυσικό τους πλαίσιο, ερμηνεύοντας τα φαινόμενα με τους όρους που τους έχουν δοθεί από τον ίδιο τον άνθρωπο (Denzin & Lincoln, 2005).

Σκοπός αυτής της προσέγγισης, είναι η κατανόηση του ερευνητικού προβλήματος με βάση τις απαντήσεις των συμμετεχόντων, οι οποίες και ερμηνεύονται σύμφωνα με τα συμπεράσματα στα οποία έχουν καταλήξει οι ερωτηθέντες. Επιπλέον, χαρτογραφεί τις απαντήσεις του κάθε συμμετέχοντος, αλλά και τις συσχετίσεις παραγόντων αναζητώντας το κοινό πλαίσιο αναφοράς τους.

#### 6.4 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για την έρευνα αυτή, απαιτήθηκε αρχικά η συλλογή των δευτερογενών στοιχείων σχετικά με έρευνες για τη βιωσιμότητα στις τουριστικές μονάδες, το πρόγραμμα Green Key, καθώς και η απαραίτητη βιβλιογραφία που αφορά τη βιώσιμη ανάπτυξη στον τουρισμό.

Μέσω της συλλογής των παραπάνω στοιχείων και της ανάλυσης τους, δημιουργήθηκε μια σειρά ερωτημάτων, με αποτέλεσμα την δημιουργία ερωτηματολογίου που θα απευθυνόταν στις ελληνικές επιχειρήσεις που έχουν βραβευθεί με την πιστοποίηση Green Key.

Βασικός λόγος της επιλογής του ερωτηματολογίου ως μεθόδου διεξαγωγής της έρευνας ήταν ο γρήγορος τρόπος συλλογής στοιχείων, καθώς και η ευκολότερη πρόσβαση και παρακολούθηση του δείγματος. Επιπλέον, το ερωτηματολόγιο διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ ερευνητή και ερωτώμενου, καθώς ο πρώτος θέτει τις ερωτήσεις με σκοπό να πάρει συγκεκριμένες πληροφορίες και ο τελευταίος του τις δίνει.

Προκειμένου να υπάρξει μια πιο ξεκάθαρη εικόνα των πρακτικών εφαρμογών της πιστοποίησης Green Key, προσεγγίστηκαν στελέχη ξενοδοχειακών μονάδων για την διεξαγωγή συνέντευξης. Συγκεκριμένα, η ερευνήτρια μίλησε με δυο F&B managers στον ξενοδοχειακό κλάδο, την κα Ιωάννου Αναστασία καθώς και τον κ. Λαλούμη Θανάση, οι οποίοι μοιράστηκαν τις εμπειρίες τους για τις εφαρμογές της πράσινης πιστοποίησης στον ξενοδοχειακό κλάδο.

Στις συνεντεύξεις περιλαμβάνονται ερωτήσεις για τα οφέλη και τα εμπόδια που αντιμετωπίζει μια ξενοδοχειακή μονάδα κατά την προσπάθεια απόκτησης της περιβαλλοντικής πιστοποίησης, καθώς και τα αποτελέσματα που έχουν παρατηρήσει μετά την εφαρμογή της σε λειτουργικό και οικονομικό επίπεδο.

## 6.5 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Το μέγεθος του δείγματος προσδιορίστηκε στις 66 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Η δειγματοληψία δεν ήταν τυχαία, καθώς το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε μόνο από βραβευμένες, με την πιστοποίηση Green Key, τουριστικές μονάδες.

## 6.6 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου υλοποιήθηκε με βάση την προϋπάρχουσα σχετική βιβλιογραφία, όπως και τους αντικειμενικούς σκοπούς της έρευνας. Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει ερωτήσεις ονομαστικού τύπου, είναι σύντομο με απλή δομή και κατανοητό περιεχόμενο, έτσι ώστε να μην είναι χρονοβόρα η συμπλήρωση του. Αποτελείται από 12 ερωτήσεις που σχετίζονται με την εφαρμογή των απαιτούμενων κριτηρίων για την απόκτηση της πιστοποίησης Green Key από ήδη πιστοποιημένες ξενοδοχειακές μονάδες. Συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις καλούνται να απαντήσουν σχετικά με το είδος και μέγεθος τους (ξενοδοχείο/ξενώνας, μικρή/μεγάλη επιχείρηση), τις αλλαγές που έκαναν για να αποκτήσουν την πιστοποίηση, αν παρατήρησαν αύξηση των κερδών τους ή και μείωση των λειτουργικών τους εξόδων. Το ερωτηματολόγιο παρατίθεται αυτούσιο στο Παράρτημα Ι, ενώ οι συνεντεύξεις του κ. Λαλούμη και της κας. Ιωάννου βρίσκεται στο Παράρτημα ΙΙ.

## 6.7 ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε κατά την περίοδο 2021-2022, περίοδο κατά την οποία ο κλάδος του τουρισμού προσπαθούσε να ανακάμψει από τις σαρωτικές συνέπειες του COVID-19. Τα ερωτηματολόγια αποστάλθηκαν ηλεκτρονικά στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και συμπληρώθηκαν μέσω της πλατφόρμας δημιουργίας ερωτηματολογίων Google Forms σε διάστημα έξι μηνών, ενώ οι συνεντεύξεις έγιναν διαδικτυακά.

Οι συνεντευξιαζόμενοι, αφού πρώτα ενημερώθηκαν για τον σκοπό της έρευνας, αλλά και την προστασία των προσωπικών τους δεδομένων, απαντήσανε στις ερωτήσεις. Για λόγους προστασίας των ατομικών δεδομένων τα ονόματα των συμμετεχόντων δεν θα αναφερθούν.

Το ερωτηματολόγιο στάλθηκε σε 300 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σε όλη την Ελλάδα εκ των οποίων οι 66 το συμπλήρωσαν. Κριτήριο συμμετοχής ήταν να διαθέτουν την πιστοποίηση Green Key, ώστε να έχουν την απαιτούμενη εμπειρία για να απαντήσουν στις ερωτήσεις. Επίσης, ήταν σημαντικό για την έρευνα να απαντήσουν μικρές και

μικρομεσαίες επιχειρήσεις και όχι μόνο μεγάλες καθώς διερευνάται η οικονομική τους προσβασιμότητα σε βιώσιμες μεταρρυθμίσεις.

#### 6.8 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας βασίστηκαν στις απαντήσεις που έδωσαν 66 managers και τμηματάρχες ξενοδοχειακών καταλυμάτων από όλη την Ελλάδα. Η αξιοπιστία μια έρευνας βασίζεται στην επιλογή ενός αντιπροσωπευτικού δείγματος, αλλά και στην χρήση επιστημονικά τεκμηριωμένων μεθόδων. Το δείγμα που λήφθηκε είναι θεωρητικά μικρό για να βασιστεί κανείς πλήρως στα ευρήματα που προέκυψαν, ωστόσο δίνει μια εικόνα σχετικά με την ένταξη των ξενοδοχείων στη βιώσιμη ανάπτυξη και τα οφέλη που τους προσφέρει.

Ωστόσο η συνέντευξη της κα Ιωάννου και του κ. Λαλούμη δίνει μια πιο ξεκάθαρη εικόνα των εφαρμογών της πιστοποίησης Green Key.

#### 6.9. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στην πρώτη ερώτηση του ερωτηματολογίου, γνωστοποιείται το είδος του καταλύματος με το 93,9% να είναι ξενοδοχεία, 4,5% ξενώνες και μόλις 1,5% χώροι κατασκήνωσης. Έπειτα, προσδιορίζεται το μέγεθος της επιχείρησης ανάλογα με τον αριθμό των υπαλλήλων που απασχολούνται σε αυτή. Το 42,4% είναι μικρές επιχειρήσεις καθώς απασχολούν λιγότερο από 50 εργαζομένους ενώ το 36,4% είναι μικρομεσαίες με 50 έως 250 υπαλλήλους. Ακολουθούν με 18,2% οι μεγάλες επιχειρήσεις με πάνω από 250 εργαζομένους και οι πολύ μικρές επιχειρήσεις με 3% όπου απασχολούνται έως και 10 άτομα.



Στη συνέχεια, οι επιχειρήσεις κλήθηκαν να απαντήσουν από που ενημερώθηκαν για την πιστοποίηση Green Key, καθώς είναι σημαντικό να γνωστοποιείται το βασικό μέσο πληροφόρησης των καταλυμάτων για πράσινες πιστοποιήσεις και νέες περιβαλλοντικές πρακτικές στον τομέα του τουρισμού. Οι επιχειρήσεις μπορούσαν να απαντήσουν ότι ενημερώθηκαν από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο, από τα ΜΜΕ, από ξενοδοχειακά περιοδικά ενώ υπήρχε και η επιλογή «Άλλο», για να συμπληρώσουν μόνοι τους από πού μάθανε για την πιστοποίηση Green Key, σε περίπτωση που δεν τους κάλυπταν οι παραπάνω επιλογές. Το 43,9% πληροφορήθηκε από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο, το 30,3% από τουριστικά και ξενοδοχειακά περιοδικά ενώ το 7,6% από διαφημίσεις στα ΜΜΕ. Ένα ποσοστό (18,2%) απάντησε ελεύθερα ότι ενημερώθηκε από σεμινάρια, newsletter, έρευνες για περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις, εταιρείες πιστοποιήσεων, συμμετοχή σε περιβαλλοντικές δράσεις, τμήμα υγείας και ασφάλειας, απευθείας επικοινωνία με την Green Key, προσωπική ενημέρωση μέσω συνεργατών, ατομική έρευνα και αναζήτηση στο διαδίκτυο και λόγω ειδικότητας ως σύμβουλοι ιδιωτικών επενδύσεων.

Έπειτα, οι επιχειρήσεις απάντησαν ερωτήσεις οικονομικού χαρακτήρα, με πρώτη ερώτηση, αν θεωρούν κοστοβόρα και δύσκολη την εφαρμογή των κριτηρίων για την απόκτηση της πιστοποίησης Green Key, με το 74,2% να απαντάει λίγο, 16,7% πολύ, 6,1% καθόλου και 3% πάρα πολύ. Το 81,8% των επιχειρήσεων δηλώσαν ότι θεωρούν εφικτό για μια μικρομεσαία ξενοδοχειακή επιχείρηση να αποκτήσει την πιστοποίηση αυτή χωρίς οικονομική υποστήριξη από κρατικούς φορείς, ενώ μόλις το 18,2% απάντησε όχι.

Ως βασικό εμπόδιο για την απόκτηση της πιστοποίησης Green Key, το 40,9% απάντησε ότι θεωρεί την έλλειψη ενημέρωσης. Το 39,4% θεωρεί ως αποτρεπτικό παράγοντα την έλλειψη υποστηρικτικών εγκαταστάσεων, ενώ το 12,1% την δυσκολία εύρεσης συνεργατών και προμηθευτών. Μόλις το 7,6% απάντησε πως πιθανός λόγος για την μη απόκτηση της πιστοποίησης είναι το κόστος που απαιτείται για να προσαρμοστεί μια επιχείρηση στις απαραίτητες αλλαγές.

Όσον αφορά το αν η πιστοποίηση αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των επιχειρήσεων που δεν την έχουν το 95,5% απάντησε θετικά, ενώ μόλις το 4,5% αρνητικά. Ακόμα, οι υπεύθυνοι κλήθηκαν να απαντήσουν εάν θεωρούν πως η πιστοποίηση Green Key προσέλκυσε νέους πελάτες στην επιχείρησή τους, με το 77,3% να απαντάει ναι και το 22,7% όχι.

Όταν ερωτήθηκαν για το λόγο που αποφάσισαν να μετατραπούν σε πράσινες επιχειρήσεις το 97% απάντησε λόγω της περιβαλλοντικής συνείδησης που ήθελαν να έχουν. Επίσης ανάμεσα στους λόγους ήταν το marketing με ποσοστό 51,5%, το οικονομικό όφελος που προκύπτει από την εξοικονόμηση ενέργειας και πόρων με ποσοστό 47%, η αύξηση των κερδών από πιθανή προσέλκυση νέας πελατείας με 18,2% και τέλος το συνδυαστικό πλεονέκτημα περιβαλλοντικής συνείδησης και εξοικονόμησης ενέργειας με ποσοστό μόλις 1,5%.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν, το 63,6% των επιχειρήσεων δεν παρατήρησε αύξηση των κερδών τους με την απόκτηση της πιστοποίησης, ενώ το 36,4% είδε τα κέρδη του να αυξάνονται. Από το ποσοστό 36,4% που είχε αύξηση κερδών, το 73,9% απάντησε πως είδε αύξηση των εσόδων του μέσα σε 2-4 χρόνια και το 26,1% μέσα σε ένα (1) χρόνο. Ωστόσο το 66,7% των επιχειρήσεων παρατήρησαν μείωση των λειτουργικών εξόδων ενώ το 33,3% όχι.

Στην πολλαπλή ερώτηση για τους τομείς στους οποίους οι ξενοδοχειακές μονάδες πραγματοποίησαν αλλαγές προκειμένου να πιστοποιηθούν, η πλειοψηφία (81,8%) άλλαξε τον τρόπο διαχείρισης των απορριμμάτων τους, το 75,8% επένδυσε στην εξοικονόμηση ενέργειας, το 72,7% σε πράσινες δραστηριότητες και το 71,2% σε θέματα περιβαλλοντικής διαχείρισης. Επιπλέον, το 68,2% εφάρμοσε μεταβολές στον τομέα της διαχείρισης νερού και του καθαρισμού, το 53% στον τομέα τροφίμων και ποτών, το 36,4% στην διοίκηση, το 31,8% στο εσωτερικό τους περιβάλλον και το 30,3% στους εξωτερικούς τους χώρους, δηλαδή στους κήπους και στους χώρους στάθμευσης.

Όσον αφορά την συνέντευξη με τους F & B managers έγινε ξεκάθαρο πως πολλές επιχειρήσεις επαναπαύονται και δεν επενδύουν σε πράσινες πιστοποιήσεις λόγω έλλειψης εξειδικευμένου προσωπικού, γνώσεων marketing αλλά και επενδυτικού κεφαλαίου. Μια επιχείρηση που κάνει τις απαραίτητες μετατροπές που χρειάζονται για την απόκτηση της πράσινης πιστοποίησης, βελτιώνοντας το προϊόν της μπορεί να αυξήσει και την τιμή της, η οποία θα δικαιολογεί την υψηλότερη ποιότητα του προϊόντος και των υπηρεσιών της. Ωστόσο πολλές επιχειρήσεις δεν αναπροσαρμόζουν τις τιμές τους με αποτέλεσμα να μην παρατηρούν αλλαγή στα έσοδά τους.

Από τις απαντήσεις τους, συμπεραίνεται πως το κύριο εμπόδιο που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να αποκτήσουν μια πράσινη πιστοποίηση, είναι η έλλειψη κεφαλαίων. Δεδομένου ότι οι περισσότερες μικρομεσαίες ξενοδοχειακές μονάδες βρίσκονται σε περιοχές με μικρή σεζόν και σε συνδυασμό με το ότι το τουριστικό προϊόν της χώρας δεν προσελκύει τουρίστες που ανήκουν σε υψηλή εισοδηματική τάξη, δεν υπάρχουν τα απαραίτητα κεφάλαια για επένδυση σε πράσινες πρακτικές. Η πελατειακή διαστρωμάτωση σε συνδυασμό με

την εποχικότητα των τουριστικών προορισμών φαίνεται να έχουν κυρίαρχο ρόλο στην παρεμπόδιση της «πράσινης» εξέλιξης μιας μικρομεσαίας επιχείρησης.

Ακόμα η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού και γνώσεων οδηγεί στην κακή διαχείριση ή μάλλον στην απουσία των απαραίτητων κινήσεων για την εξέλιξη μιας επιχείρησης. Το επίπεδο των υπηρεσιών είναι φτωχό, η μονάδα υπολειτουργεί καθώς το ανθρώπινο δυναμικό είναι περιορισμένο, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει η δυνατότητα ενημέρωσης και παρουσίασης των υπηρεσιών στον πελάτη. Η δυνατότητα για ενημέρωση των πελατών είναι πολύ σημαντική καθώς μέσω αυτής ευαισθητοποιούνται για περιβαλλοντικά ζητήματα ενώ αντιλαμβάνονται και καλύτερα την σχέση ποιότητας – τιμής. Με αυτό τον τρόπο μπορεί να ενισχυθεί περισσότερο η περιβαλλοντική πιστοποίηση.

Επιπλέον, υπάρχει έλλειψη γνώσεων marketing και διάθεσης για ενασχόληση με την πώληση. Η διαδικασία πώλησης είναι σχεδόν άγνωστη στο επιχειρηματικό κοινό καθώς χωρίς τις απαιτούμενες γνώσεις και ικανότητες δεν μπορούν να εξελιχθεί και μένει στάσιμο και εξαρτημένο από τους τουριστικούς πράκτορες.

Επίσης, η έλλειψη κεντρικής ιδέας και φιλοσοφίας για την μετατροπή της ξενοδοχειακής μονάδας σε «πράσινη» δεν επιτρέπει σε μια επιχείρηση να υποστηρίξει την ιδέα της περιβαλλοντικής πιστοποίησης. Μάλιστα ακόμα και όταν αποκτήσουν την πιστοποίηση, πολλές επιχειρήσεις, δεν αλλάζουν το προϊόν τους, το οποίο συνεχίζει να είναι το ίδιο.

Σχετικά με τις εφαρμογές της πράσινης πιστοποίησης, οι συνεντευξιαζόμενοι ξεχωρίζουν ως πιο σημαντικές την διαχείριση ενέργειας, όχι μόνο σε επίπεδο κατανάλωσης αλλά και παραγωγής, την εξοικονόμηση νερού αλλά και την επένδυση στην ανακύκλωση. Πέρα από την διαχείριση νερού και απορριμμάτων, οι επιχειρήσεις στρέφονται στο τρίπτυχο reduce – reuse – recycle . Προσπαθούν να εξελιχθούν στον τομέα της ανακύκλωσης, εφαρμόζοντας πρακτικές όπως η κομποστοποίηση και η ανακύκλωση γυαλιού, χαρτιού κ..α.

Ωστόσο δυσκολεύονται στην προώθηση βιολογικών και τοπικών προϊόντων λόγω των αυξημένων τιμών τους καθώς με την επιλογή τους το κέρδος είναι πολύ μικρό. Για να βρεθεί όμως μια επιχείρηση κοντά στην φιλοσοφία της πράσινης πιστοποίησης, πρέπει να κάνει αυτά τα βήματα προκειμένου να παρουσιάσει ένα εκλεπτυσμένο προϊόν.

Βέβαια, για να μπορέσει το τελικό προϊόν να είναι υψηλής ποιότητας πρέπει να υπάρχει αρκετό προσωπικό ώστε να το διαχειριστεί και να το φτάσει στο απαιτούμενο επίπεδο. Το υψηλού επιπέδου προϊόν όμως, απαιτεί εξειδικευμένο προσωπικό, συνεπώς το λειτουργικό κόστος θα αυξηθεί και η τιμή θα ανεβεί για να γίνει καλύτερη διαχείριση της πρώτης ύλης. Όμως δεν μπορούν όλες οι επιχειρήσεις να υποστηρίξουν αυτή την αλλαγή, καθώς παρόλο που το συνολικό προϊόν θα δικαιολογεί την αλλαγή στην τιμή, το πελατολόγιο τους δεν προτίθεται να διαθέσει παραπάνω λεφτά για τις περιβαλλοντικές πρακτικές του ξενοδοχείου.

Εν κατακλείδι, οι συνεντευξιαζόμενοι θεωρούν πως στην Ελλάδα υπάρχει μεγάλο πρόβλημα στον τομέα της αειφορίας αφού τα προαναφερόμενα εμπόδια δεν δίνουν την ευκαιρία σε μια επιχείρηση να γίνει βιώσιμη. Εφόσον δεν μπορεί να απασχολήσει εξειδικευμένο προσωπικό, να βρει την κατάλληλη πελατεία, να φτιάξει το απαιτούμενο προϊόν που θα δικαιολογεί την αύξηση των τιμών και να το διαφημίσει δεν μπορεί να υπάρξει αειφορία.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΩΝ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ

### 7.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

Από την παραπάνω έρευνα προκύπτουν ασφαλή συμπεράσματα σχετικά με την ικανότητα των επιχειρήσεων να ανταποκριθούν στις ανάγκες της πράσινης πιστοποίησης Green Key και κατά πόσο με την απόκτηση της αυξήθηκαν τα κέρδη τους.

Τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου καθώς και τα ευρήματα από την συμπληρωματική συνέντευξη, επιβεβαιώνονται από τις προαναφερόμενες έρευνες. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με το ερωτηματολόγιο οι επιχειρήσεις επωφελούνται, και μάλιστα αρκετά σύντομα, από την μετατροπή τους σε πράσινες, ενώ θεωρούν ότι η πράσινη πιστοποίηση είναι προσβάσιμη και προσιτή, όσον αφορά το κόστος των απαιτούμενων αλλαγών, ακόμα και για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Αυτό επιβεβαιώνεται και από τις χρηματοδοτικές ευκαιρίες που παρουσιάστηκαν παραπάνω και αφορούν την παροχή οικονομικής βοήθειας σε επιχειρήσεις προκειμένου αυτές να μετατραπούν σε κτίρια μηδενικής ενεργειακής κατανάλωσης, να αλλάξουν τον εξοπλισμό τους και να υιοθετήσουν «πράσινες» πρακτικές. Επιπλέον, για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις πέρα από τα χρηματοδοτικά εργαλεία, παρουσιάστηκαν και οι συμβάσεις ενεργειακής απόδοσης, οι οποίες τους δίνουν την δυνατότητα να αναβαθμίσουν τις υποδομές τους, διασφαλίζοντας μακροχρόνια κέρδη και φυσικά χωρίς οικονομική επιβάρυνση. Ταυτόχρονα η φορολογική απαλλαγή επιχειρήσεων που επενδύουν σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας υποδηλώνει την διαρκή προσπάθεια στήριξης των επιχειρήσεων στην μετάβαση τους σε πράσινες.

Ωστόσο, όπως παρατηρήθηκε από τις απαντήσεις των συμμετέχοντων στην έρευνα, το μεγαλύτερο εμπόδιο στην πραγματοποίηση αυτής της μετατροπής είναι η έλλειψη ενημέρωσης τόσο για την πιστοποίηση όσο και για τις χρηματοδοτικές ευκαιρίες που τους προσφέρονται. Χαρακτηριστικό του προβλήματος αυτού είναι ότι στην Ελλάδα δεν εφαρμόζονται, καθώς δεν τα εκμεταλλεύεται, πολλά προγράμματα που η Ευρωπαϊκή Ένωση παρέχει στα μέλη της. Επιπλέον, η έλλειψη των υποστηρικτικών εγκαταστάσεων εντείνει την καθύστερηση στην εξέλιξη του «πράσινου» τουρισμού.

Μάλιστα οι έρευνες της INSETE, Expedia και TUI που αναφέρθηκαν αναλυτικά στο Κεφάλαιο 3 και 5 επιβεβαιώνουν και πάλι τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου, σύμφωνα με τις οποίες η απόκτηση περιβαλλοντικής πιστοποίησης επιφέρει μεγάλα οικονομικά οφέλη, καθώς τα έξοδα μειώνονται και το κατάλυμα προσελκύει νέο πελατολόγιο, αυτό των περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένων ταξιδιωτών.

Τα ευρήματα της συνέντευξης επιβεβαιώνουν και τα στοιχεία της εργασίας «Συγκριτική αξιολόγηση σχημάτων περιβαλλοντικής πιστοποίησης στον κλάδο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα», καθώς διαφαίνεται πως η πιστοποίηση Green Key είναι από τις επικρατέστερες (μαζί με την Green Globe και ISO), γεγονός που την καθιστά έμπιστη και αποτελεσματική ως προς τις εφαρμογές της.

Ακόμα, όπως αναφέρθηκε και στην δευτερογενή έρευνα αλλά και στην συνέντευξη, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δυσκολεύονται πολύ να μετατραπούν σε «πράσινες» χωρίς καμία υποστήριξη, αντίθετα με τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου. Σύμφωνα λοιπόν με την δευτερογενή έρευνα και τα ευρήματα της συνέντευξης, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν πολλά εμπόδια, που αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό τους, το επενδυτικό τους κεφάλαιο, την πελατειακή διαστρωμάτωση, τις γνώσεις και δεξιότητες αλλά και την διάρκεια της σεζόν του τουριστικού προορισμού, στον οποίο βρίσκονται.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

### 8.1 ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΞΕΛΙΞΗΣ

Με βάση τόσο τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας όσο και της εργασίας « Συγκριτική αξιολόγηση σχημάτων περιβαλλοντικής πιστοποίησης στον κλάδο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα», οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν ως μεγαλύτερα οφέλη της πιστοποίησης, την μείωση της κατανάλωσης της ενέργειας, των πρώτων υλών αλλά και των υδάτων, καθώς και την προστασία του περιβάλλοντος. Εξίσου σημαντική χαρακτηρίζουν την μείωση του κόστους (π.χ διάθεσης απορριμμάτων) αλλά και την βελτίωση της εικόνας και της φήμης της επιχείρησης.

Ακόμα στα οφέλη που παρατήρησαν, έπειτα από την ένταξη του περιβαλλοντικού συστήματος Green Key, συγκαταλέγονται η ελαχιστοποίηση περιβαλλοντικών κινδύνων, η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος όπως και η αύξηση της πελατείας (Κούτλα, 2012).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, οι επιχειρήσεις μπορούν να αποκτήσουν την πιστοποίηση χωρίς χρηματοδοτικές ευκαιρίες από δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς. Ωστόσο τροχοπέδη στην εξέλιξη τους αποτελεί η έλλειψη ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης, όπως και η απουσία των απαραίτητων υποστηρικτικών εγκαταστάσεων. Η Ελλάδα ταλανίζεται εδώ και χρόνια από την έλλειψη κατάλληλων στρατηγικών σχεδιασμών και υποδομών, τόσο στην αστική όσο και στην τουριστική ανάπτυξη με αποτέλεσμα να καθυστερείται και η εξέλιξη της βιώσιμης ανάπτυξης. Συγκεκριμένα, η απουσία υποστηρικτικών εγκαταστάσεων κοστίζει σημαντικά στην εικόνα της Ελλάδας και την εμποδίζει να ανελιχθεί στον τομέα του «πράσινου» τουρισμού.

Παρόλο που οι «πράσινες» πιστοποιήσεις διαφημίζονται και προωθούνται σε ικανοποιητικό βαθμό, χρειάζεται μια εξειδικευμένη ανάλυση των απαραίτητων αλλαγών που πρέπει να γίνουν από τις ξενοδοχειακές μονάδες, όπως και παρουσίαση των θετικών αποτελεσμάτων που προκύπτουν (όπως η αύξηση της πελατείας και η μείωση των λειτουργικών εξόδων και της περιβαλλοντικής ρύπανσης), ώστε να παροτρυνθούν και άλλες επιχειρήσεις και να κατανοήσουν καλύτερα τα οφέλη των πιστοποιήσεων.



Το τελευταίο διάστημα, στην Ελλάδα, γίνεται μεγάλη προσπάθεια για την ευαισθητοποίηση της κοινωνίας σε περιβαλλοντικά ζητήματα και την προώθηση της ανακύκλωσης και της εξοικονόμησης ενέργειας, γεγονός που συμβάλλει στην εξέλιξη και στην αλλαγή των επιχειρήσεων, καθώς προσαρμόζονται στις τάσεις και τις απαιτήσεις της κοινωνίας. Σαφώς το οικονομικό κίνητρο είναι πολύ σημαντικό για τις επιχειρήσεις, αλλά και η κοινή γνώμη τους επηρεάζει το ίδιο έντονα δεδομένου ότι το κοινό αποτελεί την πελατεία τους. Με την συνεχή αύξηση των eco-friendly ταξιδιωτών το μέλλον των καταλυμάτων και γενικότερα του τουρισμού διαφαίνεται πολύ «πράσινο» και προσοδοφόρο.

## 8.2 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Λόγω του ότι η πλειοψηφία των απαντήσεων, που δόθηκαν, ήταν από μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις, προκύπτει το συμπέρασμα πως αμφότερες μπορούν να αποκτήσουν την πιστοποίηση χωρίς μεγάλη δυσκολία και επωφελούνται σημαντικά από αυτήν. Αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα απέναντι σε άλλες μη πιστοποιημένες ξενοδοχειακές μονάδες, εξοικονομούν ενέργεια και χρήματα από την μείωση των λειτουργικών τους εξόδων, ενώ προωθούνται μέσω του πράσινου μάρκετινγκ τόσο στην ιστοσελίδα της πιστοποίησης όσο και στις δικές τους διαδικτυακές και μη πλατφόρμες. Παρόλα αυτά, με την οικονομική βοήθεια που προσφέρεται από τα προγράμματα χρηματοδότησης της Ε.Ε και άλλων δημόσιων ή ιδιωτικών φορέων, οι επιχειρήσεις διευκολύνονται ακόμα περισσότερο στη μετάβαση τους σε «πράσινες». Όπως επισημαίνεται παραπάνω, στις επιχειρήσεις δίνονται πολλά κίνητρα για να αποκτήσουν την πιστοποίηση, ωστόσο οι επιλογές τους δεν είναι πολλές καθώς αντιμετωπίζουν δυσκολία στην εύρεση προμηθευτών, γεγονός που δημιουργεί μια νέα ανάγκη για ανάπτυξη περισσότερων βιώσιμων προϊόντων και υπηρεσιών.

Όσον αφορά τις αλλαγές που έκαναν οι ξενοδοχειακές μονάδες, οι περισσότερες ήταν στην διαχείριση των απορριμμάτων και στην ανακύκλωση (λ.χ χρησιμοποιημένου λαδιού τηγανίσματος), γεγονός ενθαρρυντικό καθώς φαίνεται πως αποδίδουν οι ενέργειες ευαισθητοποίησης και ενημέρωσης σχετικά με τη σωστή διαχείριση των αποβλήτων ενώ πλέον υπάρχουν και περισσότερες επιλογές για συνεργασίες. Οι επιχειρήσεις πλέον, μέσω της ανακύκλωσης και της κομποστοποίησης των βιοαποβλήτων τους, εκτός από την αξιολόγηση τους ως φιλικές προς το περιβάλλον, μπορούν να αποκτήσουν ακόμα και οικονομικά οφέλη από τη διαλογή των

απορριμμάτων τους (π.χ ανταποδοτικά προγράμματα ανακύκλωσης). Παρόμοια οφέλη παρατηρούνται και από την εξοικονόμηση ενέργειας και την ενεργειακή αναβάθμιση τους, η οποία μπορεί να επιτευχθεί μέσω των κρατικών επιδοτήσεων που παρέχονται (πρόγραμμα Εξοικονομώ).

### 8.3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΟΦΕΛΗ

Η πιστοποίηση Green Key μπορεί να επιφέρει πολλά κέρδη σε μια επιχείρηση, εφόσον βέβαια ακολουθηθούν οι απαραίτητες διαδικασίες. Μια τουριστική μονάδα που ανήκει στα υψηλά επίπεδα της πιστοποίησης (Green Hotel, Eco Class A ), με τις αλλαγές που έχει κάνει, ανακυκλώνει, επαναχρησιμοποιεί, εξοικονομεί ενέργεια και νερό, παρατηρεί μείωση του λειτουργικού κόστους της και μπορεί να αναπροσαρμόσει τις τιμές της ώστε να ανταποκρίνονται στο υψηλό επίπεδο των υπηρεσιών και των προϊόντων τους. Συνεπώς υπάρχει και αύξηση των εσόδων.

Για να επωφεληθούν στο έπακρο, οι βραβευμένες επιχειρήσεις μπορούν να εκμεταλλευτούν την ανακύκλωση, που έτσι κι αλλιώς κάνουν, και να συμμετέχουν σε ανταποδοτικά προγράμματα ανακύκλωσης, προκειμένου να αξιοποιήσουν πλήρως ο,τι δεν μπορεί να επαναχρησιμοποιηθεί.

Επιπλέον, με την στροφή προς την βιωσιμότητα, μια επιχείρηση που ασχολείται και ενδιαφέρεται για την προβολή της, και με σωστή διαφήμιση, μπορεί να προσελκύσει το αντίστοιχο κοινό και να έχει ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Ακόμα, οι προσφερόμενες κρατικές χρηματοδοτήσεις και τα επιδοτούμενα προγράμματα, δίνουν την δυνατότητα στις επιχειρήσεις, χωρίς να χρειάζεται να έχουν τα απαραίτητα κεφάλαια και χωρίς ρίσκο, να κάνουν όσες περισσότερες αλλαγές γίνεται για να μετατραπούν σε βιώσιμες ξενοδοχειακές μονάδες.

### 8.4 ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΜΕ ΣΤΕΛΕΧΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Όπως προαναφέρθηκε, προκειμένου να υπάρξει μια πιο ξεκάθαρη εικόνα των πρακτικών εφαρμογών της πιστοποίησης Green Key, προσεγγίστηκαν στελέχη ξενοδοχειακών μονάδων για την διεξαγωγή συνεντεύξεων σχετικά με την πιστοποίηση, τα οφέλη, τα εμπόδια αλλά και τις εφαρμογές της σε λειτουργικό και οικονομικό επίπεδο.

Η συζήτηση επισήμανε κάποιες παθογένειες που υπάρχουν στην νοοτροπία του επιχειρηματικού κοινού και εμποδίζουν τις ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις να εξελιχθούν σε βιώσιμες μονάδες με ένα τουριστικό προϊόν υψηλού επιπέδου. Ως

βασικά εμπόδια εντοπίστηκαν: η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού και η επιλογή ανειδίκευτων υπαλλήλων λόγω χαμηλότερου κόστους, η έλλειψη γνώσεων marketing αλλά και η πελατειακή διαστρωμάτωση που είναι απαγορευτική για την επένδυση σε πράσινα συστήματα. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα προσελκύει αρκετούς τουρίστες από γειτονικές χώρες (π.χ Βαλκάνια), που ανήκουν σε χαμηλή εισοδηματική τάξη και δεν ενδιαφέρονται τόσο για ένα προϊόν υψηλής ποιότητας αλλά για το κόστος. Δεν τους ενδιαφέρει ότι η τιμή δικαιολογείται από την υψηλή ποιότητα υπηρεσιών και προϊόντων. Συνεπώς, ειδικά οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, αδυνατούν να επενδύσουν σε πράσινες εφαρμογές καθώς γνωρίζουν πως το πελατολόγιό τους δεν ενδιαφέρεται για αυτές. Για να διευρύνουν το πελατολόγιο τους και να προσελκύσουν περιβαλλοντικά ευαίσθητοποιημένους τουρίστες, θα πρέπει να δώσουν έμφαση στους τομείς της πώλησης και marketing. Ωστόσο όπως προαναφέρθηκε, δεν διαθέτουν τις απαραίτητες ικανότητες για να διαχειριστούν την διαδικασία πώλησης και διαφήμισης αλλά βασίζονται εξ ολοκλήρου στους τουριστικούς πράκτορες.

Ακόμα, σχετικά με τις εφαρμογές της πράσινης πιστοποίησης, δόθηκε έμφαση στην εξοικονόμηση, ανακύκλωση και επαναχρησιμοποίηση ενώ οι συνεντευξιζόμενοι επισήμαναν πως χρειάζεται να υπάρχει επαρκές και εξειδικευμένο προσωπικό για να υποστηρίξει όλες αυτές τις πρακτικές.

Εν τέλει είναι σημαντικό μια επιχείρηση να έχει ξεκάθαρη φιλοσοφία και αξίες ώστε να προχωρήσει σταθερά και συνειδητά προς την βιωσιμότητα.

## 8.5 ΕΠΙΛΟΓΟΣ – ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ

Πλέον, δεν υπάρχει καμιά δικαιολογία για να μην μετατραπούν οι επιχειρήσεις σε βιώσιμες, καθώς οι ευκαιρίες είναι πολλές. Παρά την γενική αντίληψη πως είναι πιο δύσκολο για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να μετατραπούν σε βιώσιμες, στην πραγματικότητα λαμβάνουν μεγάλη υποστήριξη από τους θεσμικούς φορείς. Μάλιστα, σύμφωνα με τα δεδομένα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι αρκετά εξοικειωμένες με τη βιωσιμότητα. Συγκεκριμένα, όπως προαναφέρθηκε, με την βοήθεια του Ελληνικού Σύμφωνου Βιώσιμης Επιχειρηματικότητας τους δίνεται η ευκαιρία να μετατραπούν σε «πράσινες» επιχειρήσεις, ενώ με τις κρατικές και ευρωπαϊκές επιχορηγήσεις μπορούν να επενδύσουν σε ενεργειακά αυτόνομα συστήματα.

Ωστόσο, προκειμένου να ανακάμψουν από την τρέχουσα περίοδο κρίσης και να ξεκινήσουν να επενδύουν, χρειάζεται να λάβουν την κατάλληλη υποστήριξη και όχι μόνο χρηματοδοτήσεις, τόσο από τους ευρωπαϊκούς όσο και τους εθνικούς φορείς.

Οι φορείς αυτοί πρέπει να θεσπίσουν τα απαραίτητα μέτρα κρίσης, παρέχοντας στις επιχειρήσεις τα αναγκαία μέσα ώστε να παραμείνουν σε λειτουργία και να αναπτύξουν περιβαλλοντικές πρακτικές. Επιπλέον, χρειάζεται να τις υποστηρίζουν, χρησιμοποιώντας τη δυνατότητα ανάκτησης και ανθεκτικότητας ώστε να γίνουν οι απαιτούμενες επενδύσεις στην πράσινη μετάβαση. Επίσης, είναι σημαντικό να συμμετέχουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στο σχεδιασμό αλλά και στην εφαρμογή των προβλεπόμενων μέτρων ανάκαμψης και ανθεκτικότητας. Ακόμα, πρέπει να δημιουργηθούν ισότιμοι όροι ανταγωνισμού εντός της αγοράς προκειμένου να ξεπεραστεί η τρέχουσα αβεβαιότητα και να επανεκκινηθεί η οικονομία, όπως και να βρεθούν οι κατάλληλες ισορροπίες ανάμεσα στην ενίσχυση των μεταρρυθμίσεων και των επενδύσεων.

Μάλιστα, έχει παρατηρηθεί πως πολλές επιχειρήσεις επιλέγουν να πιστοποιηθούν με το χαμηλότερο επίπεδο της πιστοποίησης, (Eco class C) κάνοντας ελάχιστες αλλαγές, με το προϊόν να μένει ποιοτικά ίδιο. Γιαυτό ο λόγο προτείνεται η δημιουργία ενός μοντέλου αξιολόγησης του επιπέδου του ξενοδοχείου ώστε να αποφεύγεται η ένταξη επιχειρήσεων που προσπαθούν να εκμεταλλευτούν την πράσινη πιστοποίηση χωρίς να κάνουν όμως ουσιαστικά βήματα προς την βιωσιμότητα και την καινοτομία.

Στο 2<sup>ο</sup> Athens ESG Forum, συνέδριο για τη βιώσιμη ανάπτυξη, μίλησε η αντιπρόεδρος του CSR Hellas, Αλεξίου Μαρία, και αναφέρθηκε στη σημασία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και την ανάγκη να μετατραπούν σε βιώσιμες. Επισήμανε πως πρέπει να δημοσιοποιούνται τα στοιχεία που δείχνουν το βαθμό στον οποίο εφαρμόζουν πράσινες πρακτικές οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Επιπλέον, ανέφερε πως πρέπει να κριθούν με ίσους όρους για την συμβολή τους στην περιβαλλοντική ρύπανση αποκτώντας ταυτόχρονα και ίσες ευκαιρίες χρηματοδότησης και υποστήριξης όπως οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Ωστόσο υπέδειξε και έναν κίνδυνο που μπορεί να δημιουργηθεί από το νέο κανονιστικό πλαίσιο για τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, εξαιτίας του οποίου μπορεί να χάσουν την δυνατότητα για χρηματοδοτήσεις και να αποκλειστούν από πιθανές ευκαιρίες για βιώσιμες αλλαγές.

Η πιο πρόσφατη ένδειξη για την πρόθεση του κράτους να φέρει όλο και πιο κοντά τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην πράσινη ανάπτυξη, αποτελεί η ανακοίνωση των πρώτων δράσεων του νέου ΕΣΠΑ για την περίοδο 2021-2027. Το πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα – Επιχειρηματικότητα – Καινοτομία» θα υποστηρίξει πρώτα την ψηφιακή μετάβαση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και στη συνέχεια θα ακολουθήσει η πράσινη μετάβαση υποστηρίζοντας την αναβάθμιση των λειτουργικών υπηρεσιών τους ώστε να είναι φιλικές προς το περιβάλλον και ταυτόχρονα θα ενισχύσουν έτσι την ανταγωνιστικότητά τους (ΕΣΠΑ, Νέα Προγραμματική Περίοδος 2021-2027).

Είναι ξεκάθαρο πως γίνεται μεγάλη προσπάθεια για τη βιώσιμη ανάπτυξη στην Ελλάδα, καθώς διαρκώς έρχονται στο προσκήνιο θεματικές σχετικά με τις πράσινες πιστοποιήσεις και τη βιωσιμότητα. Η προσπάθεια για συμπερίληψη όλων των επιχειρήσεων, ανεξαρτήτου μεγέθους και κλάδου, είναι ευοίωνη για το οικονομικό μέλλον της χώρας όπως και για τον πράσινο τουρισμό.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ιστογραφία

- AllaboutVenice (2022) *The new Venice tourist tax*. Διαθέσιμο: <https://allaboutvenice.com/venice-tourist-tax/> (Ανακτήθηκε 02/07/2022)
- Booking.com (2021) Sustainable Travel Report. Διαθέσιμο: <https://rb.gy/xmgj74> (Ανακτήθηκε 02/08/2022)
- Capital.gr (2021) *Β. Κορκίδης: το πρόβλημα της βιωσιμότητας των μμε πρέπει να αντιμετωπισθεί σε κεντρικό ευρωπαϊκό επίπεδο*, Capital.gr. Διαθέσιμο: <https://www.capital.gr/epixeiriseis/3532202/b-korkidis-to-problima-tis-biosimotitas-ton-mme-prepei-na-antimetopisthei-se-kentriko-europaiko-epipedo> (Ανακτήθηκε 02/08/2022)
- Data Consultants (28/07/2022). *Μικρομεσαία επιχειρηματικότητα: η ραχοκοκκαλιά της Ευρώπης*. Διαθέσιμο: [https://www.dataconsultants.gr/?section=1945&language=el\\_GR&itemid1541=2140&detail1541=1](https://www.dataconsultants.gr/?section=1945&language=el_GR&itemid1541=2140&detail1541=1) (Ανακτήθηκε 01/09/2022)
- Data Consultants. *Πως βοήθησαν τα προγράμματα χρηματοδότησης τις επιχειρήσεις στη Δυτική Ελλάδα*. Διαθέσιμο: [https://www.dataconsultants.gr/managed\\_images/case\\_studies/programmata-xrhmatodothshs.pdf](https://www.dataconsultants.gr/managed_images/case_studies/programmata-xrhmatodothshs.pdf) (Ανακτήθηκε 02/06/2021)
- European Commission (2021). *Horizon 2020 – Details of the EU funding programme*. Διαθέσιμο: [https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-2020\\_en](https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-2020_en) (Ανακτήθηκε 02/06/2021)
- European Commission (2020). *Nearly zero – energy buildings and their energy performance*. Διαθέσιμο: [https://ec.europa.eu/energy/eu-buildings-factsheets-topics-tree/nearly-zero-energy-buildings-and-their-energy-performance\\_en](https://ec.europa.eu/energy/eu-buildings-factsheets-topics-tree/nearly-zero-energy-buildings-and-their-energy-performance_en) (Ανακτήθηκε 02/06/2021)
- Euro Lex. *Πράσινες Βίβλοι. Πρόσβαση στο Ευρωπαϊκό Δίκαιο*. Διαθέσιμο: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=LEGISSUM:green\\_paper](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=LEGISSUM:green_paper) (Ανακτήθηκε 02/07/2022)
- Euronews (2022). Thailand: Leo’s beach paradise has reopened after 4 years, but tourists can’t swim. Euronews. Διαθέσιμο: <https://www.euronews.com/travel/2022/01/06/thailand-leo-s-beach-paradise-has-reopened-after-4-years-but-tourists-can-t-swim> (Ανακτήθηκε 02/07/2022)
- Expedia Group (2022). Sustainable Travel Study. Διαθέσιμο: [https://go2.advertising.expedia.com/rs/185-EIA-216/images/April\\_2022-Sustainable-Travel-Study-PDF-No-URL.pdf](https://go2.advertising.expedia.com/rs/185-EIA-216/images/April_2022-Sustainable-Travel-Study-PDF-No-URL.pdf) (Ανακτήθηκε 01/08/2022)
- Filoxenia news (08/08/2021). Βιώσιμος τουρισμός: Μια αυξανόμενη τάση του ταξιδιωτικού κλάδου. Filoxenianews. Διαθέσιμο: <https://www.filoxenianews.gr/viosimos-toyrismos-mia-ayxanomeni-tasi-toy-taxidiotikoy-kladoy/> (Ανακτήθηκε 06/03/2021)
- FUTERRA (2008). *The Greenwash Guide*. Διαθέσιμο: <https://www.wearefuterra.com/thinks/the-greenwash-guide> (Ανακτήθηκε 02/07/2022)

Green Globe (2020). *International Standard for Sustainable Tourism*. Διαθέσιμο: <https://www.greenglobe.com/criteria-indicators> (Ανακτήθηκε 02/06/2021)

Green Hotels. *Green Hotels*

*Classification*. Διαθέσιμο: <https://www.greenhotels.gr/en/home/about-greenhotels/green-classification> (Ανακτήθηκε 02/06/2021)

Green Key (2020). *Κριτήρια*. Διαθέσιμο: <https://www.greenkey.gr/gr/misc/kritiria> (Ανακτήθηκε 02/05/2021)

Greenpeace (2022). *Greenwash: what it is and how not to fall for it*. Διαθέσιμο: <https://www.greenpeace.org.uk/news/what-is-greenwashing/> (Ανακτήθηκε 02/04/2022)

Tilos Horizon (2020). Το έργο Tilos. Διαθέσιμο: <https://www.tiloshorizon.eu/to-ergo-tilos.html> (Ανακτήθηκε 02/04/2021)

Horiuchi, R., Schuchard, R. (2009). Understanding and Preventing Greenwash: A Business Guide. *BSR*. Διαθέσιμο: <https://www.bsr.org/reports/Understanding%20Preventing%20Greenwash.pdf> (Ανακτήθηκε 02/04/2022)

Hospitality Technology (04/04/2022). *How Can the Hotel Industry Avoid Greenwashing?* Διαθέσιμο: <https://hospitalitytech.com/how-can-hotel-industry-avoid-greenwashing> (Ανακτήθηκε 02/07/2022)

Hotel Technology News (21/10/2021). Google Unveils New Feature that Allows Hoteliers to Identify their Sustainability Efforts on Their Search Results Page. Διαθέσιμο: <https://hoteltechnologynews.com/2021/10/google-unveils-new-feature-that-allows-hoteliers-to-identify-their-sustainability-efforts-on-their-search-results-page/> (Ανακτήθηκε 02/05/2021)

INSETE, OEB, Adelphi, (March 2020). *Financing options to support GHG reductions in Cypriot and Greek hotels*. Διαθέσιμο: <http://www.oeb.org.cy/wp-content/uploads/2020/04/Financing-options-to-support-GHG-reductions-in-Cypriot-and-Greek-Hotels.pdf> (Ανακτήθηκε 02/05/2021)

INSETE, LDK Consultants (2020). *Κτίρια και Εξοικονόμηση Ενέργειας: Βέλτιστες Πρακτικές Εφαρμογών ΑΠΕ σε Ξενοδοχειακές Εγκαταστάσεις Τεχνο-Οικονομικά Στοιχεία*. Διαθέσιμο: <https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/03/2-Filippou-LDK.pdf> (Ανακτήθηκε 02/07/2022)

INSETE (2021). *Ελληνικός τουρισμός 2030: Σχέδια δράσης*. Διαθέσιμο: [https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/12/21-12\\_Megatrends.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/12/21-12_Megatrends.pdf) (Ανακτήθηκε 02/06/2021)

Insider (15/09/22). Ο ΣΕΤΕ θέλει ένταξη των τουριστικών επιχειρήσεων στο «Εξοικονομώ», για το ενεργειακό κόστος. *insider*. Διαθέσιμο: <https://www.insider.gr/oikonomia/242830/o-sete-thelei-entaxi-ton-touristikon-epiheiriseon-sto-exoikonomo-gia-energeiako> (Ανακτήθηκε 06/03/2021)

Intergovernmental Panel on Climate Change (2022). *Climate Change 2022: Mitigation of Climate Change*. Διαθέσιμο: [https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg3/downloads/report/IPCC\\_AR6\\_WGIII\\_Full\\_Report.pdf](https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg3/downloads/report/IPCC_AR6_WGIII_Full_Report.pdf) (Ανακτήθηκε 01/06/2022)

- ISO 14100 Family. (2022) *Environmental management*. Διαθέσιμο: <https://www.iso.org/iso-14001-environmental-management.html> (Ανακτήθηκε 05/06/2021)
- Lowrey A. (2019). Too Many People Want To Travel. *The Atlantic*. Διαθέσιμο: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2019/06/crowds-tourists-are-ruining-popular-destinations/590767/>(Ανακτήθηκε 06/03/2021)
- neZEH (2013). *Nearly Zero Energy Hotels*. Διαθέσιμο: <http://www.nezeh.eu/home/index.html> (Ανακτήθηκε 02/06/2021)
- OEB | INSETE | Adelphi (Νοέμβριος 2020). *Ευκαιρίες για μια πράσινη επανεκκίνηση της ξενοδοχειακής βιομηχανίας που προκύπτουν από την πανδημία COVID-19*. Διαθέσιμο: [https://www.oeb.org.cy/wp-content/uploads/2021/06/A-I.5.4-REPORT-Green-restart-from-COVID-19\\_Final\\_EL\\_ISBN.pdf](https://www.oeb.org.cy/wp-content/uploads/2021/06/A-I.5.4-REPORT-Green-restart-from-COVID-19_Final_EL_ISBN.pdf) (Ανακτήθηκε 02/06/2021)
- OECD (2002) *Frascati Manual: Proposed Standard Practice for Surveys on Research and Experimental Development, 3rd Revision*, Paris. Διαθέσιμο: <https://www.oecd.org/sti/inno/Frascati-1963.pdf> (Ανακτήθηκε 02/01/2021)
- The Dharma Trails (2022). *About The Dharma Trails*. Διαθέσιμο: <https://thedharmatrails.com/aboutus/> (Ανακτήθηκε 02/07/2022)
- Travel Life. *Certification*. Διαθέσιμο: [https://www.travelife.info/index\\_new.php?menu=certification&lang=en](https://www.travelife.info/index_new.php?menu=certification&lang=en) (Ανακτήθηκε 02/06/2021)
- Tourism Press (03/11/2017). Τι είναι βιώσιμος ή αειφόρος τουρισμός. *Tourism Press*. Διαθέσιμο: <https://tourismpress.gr/ti-einai-viosimos-i-aeiforos-toyrismos/> (Ανακτήθηκε 06/03/2021)
- Travel (25/01/2019). *Πράσινα» ξενοδοχεία: Η νέα τάση στον τουρισμό*. Διαθέσιμο: <https://www.reader.gr/travel/oikologika-xenodoheia/280988/prasina-xenodoheia-i-nea-tasi-ston-toyrismo> (Ανακτήθηκε 06/03/2021)
- Tsoutsos T., Tournaki S., Farmaki E., Sonvilla P., Lensing P., Bartnicki J., Cobos A., Biscan M. (2017). *Benchmarking framework to encourage energy efficiency investments in South Europe*. Elsevier. Διαθέσιμο: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1878029617301299> (Ανακτήθηκε 02/07/2022)
- TUI Group (2015). *Encouraging sustainable procurement practices through the use of a third – party certification schemes*. Διαθέσιμο: [https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/encouraging\\_sustainable\\_procurement\\_through\\_the\\_use\\_of\\_third-party\\_certification\\_schemes.pdf](https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/encouraging_sustainable_procurement_through_the_use_of_third-party_certification_schemes.pdf) (Ανακτήθηκε 02/07/2022)
- TUI Group (2019). *Delivering more holidays in greener and fairer hotels*. Διαθέσιμο: <https://www.tuigroup.com/en-en/media/stories/2019/2019-07-05-greener-and-fairer-hotels#> (Ανακτήθηκε 02/07/2022)
- United Nations (1987). *Brundtland report*. Διαθέσιμο: <https://www.are.admin.ch/are/en/home/media/publications/sustainable-development/brundtland-report.html>(Ανακτήθηκε 06/03/2021)



- United Nations. *UN Environment Programme*. Διαθέσιμο: <https://www.unep.org/about-un-environment>(Ανακτήθηκε 06/03/2021)
- University of Cambridge (May 2014). *Climate Change: Implications for Tourism*. Διαθέσιμο: <https://www.cisl.cam.ac.uk/business-action/low-carbon-transformation/ipcc-climate-science-business-briefings/tourism> (Ανακτήθηκε 01/01/2022)
- United Nations. *Sustainable Development Goals*. Διαθέσιμο: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/> (Ανακτήθηκε 06/03/2021)
- UNWTO. *EU guidebook on sustainable tourism for development*. Διαθέσιμο <https://www.unwto.org/EU-guidebook-on-sustainable-tourism-for-development> (Ανακτήθηκε 06/03/2021)
- UNWTO. *Glossary of Tourism Terms*. Διαθέσιμο: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (Ανακτήθηκε 01/06/2022)
- UNWTO. *Guidebook on Sustainable Tourism for Development*. Διαθέσιμο: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/733FutureWeWant.pdf> (Ανακτήθηκε 06/03/2021)
- UNWTO (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, UNEP and UNWTO p.11-12. Διαθέσιμο: <https://www.unwto.org/sustainable-development> (Ανακτήθηκε 02/07/2022)
- USGBC. *Our team: Staff & industry leaders advance LEED*. Διαθέσιμο: <https://www.usgbc.org/about/mission-vision> (Ανακτήθηκε 02/07/2022)
- WEF (2021) . *Future Readiness of SMEs: Mobilizing the SME Sector to Drive Widespread Sustainability and Prosperity* Διαθέσιμο: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_Readiness\\_of\\_SMEs\\_2021.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_Readiness_of_SMEs_2021.pdf)(Ανακτήθηκε 06/03/2022)
- WWF (2014). *Τουρισμός*. Διαθέσιμο:<https://www.contentarchive.wwf.gr/images/pdfs/TourismLow.pdf> (Ανακτήθηκε 06/03/2021)
- Yugen Earthside (31/08/2021). *Top 10 Sites for eco-friendly & sustainable accommodation*. Διαθέσιμο: <https://yugenearthside.com/2021/08/31/top-10-sites-for-eco-friendly-sustainable-accommodation/> (Ανακτήθηκε 02/07/2022)
- Αβουκάτος Ν. (03/08/2022). Στην Καρδίτσα θα ζεσταίνονται με βιοκαύσιμο απο υπολείμματα καφέ. *greenagenda*. Διαθέσιμο: <https://www.protothema.gr/greece/article/1271130/karditsa-tha-zestainodai-ton-heimona-me-viokausimo-apo-upoleimmata-kafe/> (Ανακτήθηκε 02/08/2022)
- Βαρβαρέσος, Σ. ,2000 ,Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές. Η Ελληνική Πραγματικότητα. β' έκδοση Αθήνα: Προπομπός Σελίδα 26 (Ανακτήθηκε 01/01/2021)
- Γάτσου Χ. (2017). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη*. Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, Πολυτεχνική Σχολή ΑΠΘ. Διαθέσιμο: [http://ikee.lib.auth.gr/record/335892/files/GATSOU\\_XRISTINA.pdf](http://ikee.lib.auth.gr/record/335892/files/GATSOU_XRISTINA.pdf) (Ανακτήθηκε 06/03/2021)

Γιάντση Χ. (Μάιος 2022). *Η ανταπόκριση των τουριστών στα πράσινα ξενοδοχεία*. Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Νεάπολις Πάφου. Διαθέσιμο: <http://hephaestus.nup.ac.cy/bitstream/handle/11728/12272/Download%20thesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Ανακτήθηκε 02/06/2021)

Γραφάκης Μ. (2021). *Διαχείριση αποβλήτων και περιβαλλοντική πιστοποίηση και επίδραση στην ανταγωνιστικότητα επιχειρήσεων φιλοξενίας και τουριστικών προορισμών*. Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Διαθέσιμο: <https://hellanicus.lib.aegean.gr/handle/11610/22414> (Ανακτήθηκε 02/06/2021)

Δασκαλάκη Μ. (2016). *Σχεδιασμός του Εναλλακτικού Τουρισμού στην Ελλάδα*. Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας & Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Διαθέσιμο: [https://ikee.lib.auth.gr/record/285437/files/DASKALAKH\\_EE.pdf](https://ikee.lib.auth.gr/record/285437/files/DASKALAKH_EE.pdf) (Ανακτήθηκε 02/06/2021)

Δημοκρατική (20/07/2022) Ελληνικός τουρισμός 2022: Στο 80% η πληρότητα στα ξενοδοχεία μέχρι το Σεπτέμβριο. *Δημοκρατική*. Διαθέσιμο: <https://www.dimokratiki.gr/20-07-2022/ellinikos-toyrismos-2022-sto-80-i-plirotita-sta-xenodocheia-mechri-septemvrio/> (Ανακτήθηκε 06/09/2022)

Ελανίδου Σ. (13/06/2019). Αύξηση 70% στην πράσινη πιστοποίηση των ξενοδοχείων της TUI στην Ελλάδα. *EurActiv*. Διαθέσιμο: <https://www.euractiv.gr/section/emporio/news/ayxisi-70-stin-prasini-pistopoiisi-ton-xenodocheion-tis-tui-stin-ellada/> (Ανακτήθηκε 01/02/2022)

Ελληνική Εταιρεία Προστασίας της Φύσης (2019). *Διαδικασία Συμμετοχής – Αιτήσεις*. Διαθέσιμο: <https://www.eepf.gr/el/green-key-aithseis> (Ανακτήθηκε 01/02/2022)

Ελληνικό Λογοτεχνικό και Ιστορικό Αρχείο (2017). *Από την αρχαιότητα ως τον σύγχρονο κόσμο*. Διαθέσιμο: <http://www.elia.org.gr/research-tools/hotels/introduction/ancient/> (Ανακτήθηκε 06/03/2021)

Επιτροπή Μελέτης Επιπτώσεων Κλιματικής Αλλαγής (Οκτώβριος 2014). Ελληνικός τουρισμός και κλιματική αλλαγή: Πολιτική προσαρμογής και νέα στρατηγική ανάπτυξης. *Τράπεζα της Ελλάδος* Διαθέσιμο: [https://www.bankofgreece.gr/RelatedDocuments/EMEKA\\_tourismos\\_2014\\_.pdf](https://www.bankofgreece.gr/RelatedDocuments/EMEKA_tourismos_2014_.pdf)

ΕΣΠΑ, Νέα Προγραμματική Περίοδος 2021-2027. *Esra.gr* Διαθέσιμο: <https://www.espa.gr/el/Pages/newprogrperiod21-27.aspx> (Ανακτήθηκε 01/06/2022)

Ευρωπαϊκή Επιτροπή. *Γλωσσάριο*. Διαθέσιμο : [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/el/policy/what/glossary/s/sustainable-development](https://ec.europa.eu/regional_policy/el/policy/what/glossary/s/sustainable-development) (Ανακτήθηκε 02/02/2022)

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο. *Μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις*. Διαθέσιμο: [https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/el/FTU\\_2.4.2.pdf](https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/el/FTU_2.4.2.pdf) (Ανακτήθηκε 02/02/2022)

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο (2012). *Πρόταση ψηφίσματος του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου σχετικά με την οικολογική καινοτομία - απασχόληση και ανάπτυξη μέσω της περιβαλλοντικής πολιτικής*. Διαθέσιμο: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-7-2013-0333\\_EL.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-7-2013-0333_EL.html) (Ανακτήθηκε 30/12/2022)

Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Ε.Ε. (2022). *Συμφωνία των Παρισίων για την κλιματική αλλαγή*. Διαθέσιμο: <https://www.consilium.europa.eu/el/policies/climate-change/paris-agreement/> (Ανακτήθηκε 03/06/2022)

ΕΦΕΠΑΕ (Μάρτιος 2016). *ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, Hotel Perinthos Sivris: Πρωτοποριακή Επένδυση για ενεργειακή αναβάθμιση και αυτονομία*. Διαθέσιμο: <https://www.efepae.gr/frontend/articles.php?cid=494&t=Prasinos-Tourismos> (Ανακτήθηκε 03/02/2022)

Η Καθημερινή (16/07/2020). Οι κύριοι άξονες για τη βιωσιμότητα του ελληνικού τουρισμού. *Η Καθημερινή*. Διαθέσιμο: <https://www.kathimerini.gr/economy/local/1087829/oi-kyrioi-axones-gia-ti-viosimotita-toy-ellinikoy-toyrismoy/> (Ανακτήθηκε 06/03/2021)

Η ΡΟΔΙΑΚΗ (05/09/2019). «Sunwing Kallithea Beach»: Ένα ξενοδοχείο στη Ρόδο που σέβεται το περιβάλλον. *Η ΡΟΔΙΑΚΗ*. Διαθέσιμο: <https://www.rodiaiki.gr/article/419453/sunwing-kallithea-beach-ena-xenodoxeio-sth-rodou-poy-sebetai-to-periballon> (Ανακτήθηκε 02/04/2022)

HFT σύμβουλοι (2013). *Χρηματοδοτικά Προγράμματα: Πράσινο Τουρισμός*. Διαθέσιμο: <https://www.hft.gr/programs/%CF%80%CF%81%CF%8C%CE%B3%CF%81%CE%B1%CE%BC%CE%BC%CE%B1-%CF%80%CF%81%CE%AC%CF%83%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82/> (Ανακτήθηκε 04/02/2022)

Ίγκος Α., Κουτσός Σ. (Φεβρουάριος 2020). *Ο τουρισμός στην Ελλάδα και στους κύριους ανταγωνιστικούς προορισμούς 2014-2018*. INSETE. Διαθέσιμο: <https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/04/Greece-and-Competition-2014-2018.pdf> (Ανακτήθηκε 06/03/2021)

ΙΤΕΠ (Απρίλιος 2022). *Η Σημασία της Περιβαλλοντικής Βιωσιμότητας στον Ξενοδοχειακό Κλάδο*. Διαθέσιμο: <https://www.itep.gr/wp-content/uploads/2022/04/itep-env-sust-2022.pdf> (Ανακτήθηκε 02/06/2021)

Καδά Δ. (2021). Κίνητρα για πράσινες και ψηφιακές επενδύσεις. *Insider*. Διαθέσιμο: <https://www.insider.gr/oikonomia/182603/erhontai-foro-kinitra-syghoneyseon-kai-yper-aposbeseis-200-gia-prasines-kai> (Ανακτήθηκε 07/02/2022)

Καλαμαρά Λ. (15/08/2022). Οι ελληνικές μικρομεσαίες παλεύουν για την επιβίωσή τους: Το ΕΣΠΑ, τα εμπόδια και η στήριξη. *Η ναυτεμπορική*. Διαθέσιμο: <https://www.naftemporiki.gr/business/1361277/oi-ellinikes-mikromesaies-palevoun-gia-tin-epiviosi-tous-to-espa-ta-ebodia-kai-i-stirixi/> (Ανακτήθηκε 07/09/2022)

Καλογήρου Γ., Τσακανίκας Α., Πρωτόγερο Α. (2021). *Η Ελλάδα που μαθαίνει, ερευνά, καινοτομεί και επιχειρεί*. Διανέοσις. Διαθέσιμο: [https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2021/02/RD\\_study\\_final.pdf](https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2021/02/RD_study_final.pdf) (Ανακτήθηκε 09/03/2022)

Καράτζιου Ν. (Ιανουάριος 2022). Οι πράσινες επενδύσεις του νέου αναπτυξιακού νομοσχεδίου. *Ecopress*. Διαθέσιμο: <https://ecopress.gr/oi-prasines-ependyseis-tou-anaptyxiakou-nomou/> (Ανακτήθηκε 10/03/2022)

Κούτλα Π. ( Σεπτέμβριος 2019). *Συγκριτική αξιολόγηση σχημάτων περιβαλλοντικής πιστοποίησης στον κλάδο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα*. ΕΑΠ Διαθέσιμο:<https://apothesis.eap.gr/handle/repo/42540> (Ανακτήθηκε 10/07/2021)

Λιβιεράτος, Α. (2013) *Οδηγός καινοτομίας για μικρές επιχειρήσεις*, ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, Αθήνα. Διαθέσιμο: [https://imegsevee.gr/wp-content/uploads/2018/04/odigos\\_kainotomias.pdf](https://imegsevee.gr/wp-content/uploads/2018/04/odigos_kainotomias.pdf) (Ανακτήθηκε 10/01/2021)

Μητάκης Α. (01/04/2019). Αυτά είναι τα «πράσινα» ξενοδοχεία της Βόρειας Ελλάδας. *vorla.gr* Διαθέσιμο: <https://www.vorla.gr/article/afta-ine-ta-prasina-xenodochia-tis-vorias-elladas> (Ανακτήθηκε 04/03/2022)

Μιχοπούλου Β. (07/12/2021). Βιωσιμότητα, κοινωνικό αντίκτυπο και προσαρμοστικότητα χρειάζονται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. *Startupper*. Διαθέσιμο: <https://startupper.gr/slider/78667/viosimotita-koinoniko-antiktypo-kai-prosarmostikotita-chreiazontai-oi-mikromesaies-epicheiriseis/> (Ανακτήθηκε 04/04/2022)

Μπάκας Μ. (30/04/2019). Περιβαλλοντική κρίση, το μεγαλύτερο πρόβλημα της εποχής μας. *Το πρώτο θέμα*. Διαθέσιμο : <https://www.protothema.gr/blogs/mihaliskakos/article/886374/perivallodiki-krisi-to-megalutero-provlima-tis-epohismas/>(Ανακτήθηκε 25/05/2022)

Μπέτσης Χ. (2022). *Η συμβολή του μαζικού τουρισμού στην διαμόρφωση ενός τουριστικού προορισμού: Η περίπτωση της Κέρκυρας*. Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, ΕΑΠ . Διαθέσιμο:[https://apothesis.eap.gr/bitstream/repo/56695/1/136131\\_Betsis\\_Christos.pdf](https://apothesis.eap.gr/bitstream/repo/56695/1/136131_Betsis_Christos.pdf) (Ανακτήθηκε 03/09/2022)

Παπαρηγορίου Α. (2015). *Η συμβολή της καινοτομίας στην επιχειρηματικότητα με την υιοθέτηση βιώσιμων μεθόδων ανάπτυξης: Η Περίπτωση των πιστοποιημένων με Green Key ξενοδοχειακών επιχειρήσεων*. Τμήμα Οικιακής Οικονομίας & Οικολογίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο. Διαθέσιμο:<https://phdtheses.ekt.gr/eadd/handle/10442/36053> (Ανακτήθηκε 01/01/2022)

Παπαδουλάκη Κ. (2011). *Ιστορία των τουριστικών επιχειρήσεων στο 19ο και 20ό αιώνα: ο ρόλος και η εξέλιξη των ταξιδιωτικών γραφείων & πρακτορείων*. ΕΑΠ. Διαθέσιμο: <https://thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/24993?lang=el#page/1/mode/2up> (Ανακτήθηκε 06/03/2021)

Σταυροπιερράκου Σ. (29/05/2022). Κίνητρα για πράσινες και ψηφιακές επενδύσεις (25/07/2021) *Ημερήσια*. Διαθέσιμο: [https://www.imerisia.gr/oikonomia/44116\\_erhontai-nea-forokinitra-gia-prasines-kai-psifiakes-ependyseis-ti-perilambanoun](https://www.imerisia.gr/oikonomia/44116_erhontai-nea-forokinitra-gia-prasines-kai-psifiakes-ependyseis-ti-perilambanoun)(Ανακτήθηκε 02/06/2022)

Συμβούλιο Αειφόρων Κτιρίων Ελλάδας. (2022) *Ιστορικό Πιστοποιημένων Κτιρίων στην Ελλάδα*. *SBC* Διαθέσιμο: <https://t.ly/M97e> (Ανακτήθηκε 01/02/2022)

Τουρνάκη Σ., Φράγκου Μ. , Τσούτσος Θ.(Νοέμβριος 2016). *Συμβάσεις Ενεργειακής Απόδοσης σε ξενοδοχεία - Καινοτόμα χρηματοδοτικά εργαλεία για ενεργειακή αναβάθμιση ξενοδοχείων*. Πράσινο Σπίτι & Κτίριο - Ειδική έκδοση Green Hotels, τευχ 53, σελ. 40-48. Διαθέσιμο: <http://www.resel.tuc.gr/images/stories/docs/8green.pdf> (Ανακτήθηκε 02/04/2022)

Υπουργείο Περιβάλλοντος & Ενέργειας . *Κτίρια Σχεδόν Μηδενικής Κατανάλωσης* .  
Διαθέσιμο: <https://ypen.gov.gr/energeia/energeiaki-exoikonomisi/ktiria/ktiria-smke/>  
(Ανακτήθηκε 02/06/2021)

Υπουργείο Τουρισμού. *Πρόγραμμα «Πράσινος Τουρισμός»*. Διαθέσιμο:  
<https://mintour.gov.gr/ependyseis/espa/epiteliki-domi-espa-yπουργειοy-toyrismoy/programma-prasinoy-toyrismos/> (Ανακτήθηκε 02/06/2021)

Φωτίου Ι. (2005). *Ιστορική Εξέλιξη του Τουρισμού και Αλλαγές στις Μορφές του*.  
Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.  
Διαθέσιμο:  
<https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/1265/Fotiou.pdf?sequenc>  
(Ανακτήθηκε 06/03/2021)

Χαλκιαδάκης Κ. (22/07/2022). Ολοταχώς για μια χρονιά ρεκόρ βαδίζει ο ελληνικός  
τουρισμός - Πληρότητα 80% στο μοντέλο ήλιος και θάλασσα - Τι δηλώνει στο ΑΠΕ-  
ΜΠΕ ο πρόεδρος της ΠΟΞ Γρηγόρης Τάσιος. *Αθηναϊκό – Μακεδονικό Πρακτορείο*  
*Ειδήσεων*. Διαθέσιμο: <https://www.amna.gr/mobile/articleen/663213/Olotachos-gia-mia-chronia-rekor-badizei-o-ellinikos-tourismos---Plirotita-80-sto-montelo-ilios-kai-thalassa--Ti-dilonei-sto-APE-MPE-o-proedros-tis-POX-Grigoris-Tasios>  
(Ανακτήθηκε 20/09/2022)

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ:

Πράσινες πιστοποιήσεις στον ξενοδοχειακό κλάδο

Διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου \*

Η διεύθυνσή σας ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

1. Η επιχείρησή σας είναι: \*

Ξενοδοχείο

Hostel

Ξενώνας

Χώρος Κατασκήνωσης

Συνεδριακό Κέντρο

2. Θα κατατάσσατε την επιχείρησή σας ως: \*

Μεγάλη ( απασχολεί > 250 εργαζομένους)

Μικρομεσαία ( απασχολεί από 50 έως 250 εργαζομένους)

Μικρή ( απασχολεί < 50 εργαζομένους)

Άλλο:

3. Πως ενημερωθήκατε για την πιστοποίηση Green Key; \*

Διαφήμιση ( σε οποιοδήποτε ΜΜΕ)

Τουριστικά & ξενοδοχειακά περιοδικά

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο

Άλλο:

4. Πόσο δύσκολο και κοστοβόρο ήταν να εφαρμόσετε τα κριτήρια για την απόκτηση του Green Key; \*

Πάρα πολύ

Πολύ

Λίγο

Καθόλου

5. Θεωρείτε ότι είναι εφικτό για μια μικρομεσαία ξενοδοχειακή επιχείρηση να αποκτήσει την πιστοποίηση αυτή χωρίς οικονομική υποστήριξη από κρατικούς φορείς; \*

Ναι

Όχι

6. Ποιο κατά την γνώμη σας είναι το κύριο εμπόδιο για να αποκτήσει μια ξενοδοχειακή επιχείρηση την πιστοποίηση Green Key; \*

Τιμή/Κόστος

Έλλειψη ενημέρωσης

Έλλειψη υποστηρικτικών εγκαταστάσεων

Δυσκολία εύρεσης συνεργατών – προμηθευτών

7. Πιστεύετε ότι η πιστοποίηση αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων επιχειρήσεων;

Ναι

Όχι

8. Θεωρείτε ότι η απόκτηση της πιστοποίησης προσέλκυσε νέους πελάτες; \*

Ναι

Όχι

9. Για ποιο λόγο αποφασίσατε να αποκτήσετε την πιστοποίηση; (Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών) \*

Περιβαλλοντική συνείδηση

Αύξηση κερδών από την προσέλκυση νέων πελατών

Οικονομικό όφελος από την εξοικονόμηση ενέργειας και πόρων

Πλεονεκτήματα marketing για τη μονάδα σε εθνικό και διεθνές επίπεδο

Άλλο:

10. Μετά την απόκτηση της πιστοποίησης παρατηρήσατε αύξηση των κερδών σας; \*

Ναι

Όχι

Αν ναι, σε τι χρονικό διάστημα; \*

1 έτος

2-4 έτη

11. Σε ποιους τομείς από τους παρακάτω πραγματοποιήσατε αλλαγές για να αποκτήσετε την πιστοποίηση; (Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών) \*

Διαχείριση Νερού - Καθαρισμός

Διαχείριση Απορριμμάτων

Ενέργεια

Εσωτερικό Περιβάλλον

Πράσινες Δραστηριότητες

Διοίκηση

Κήποι & Χώρος Στάθμευσης

Περιβαλλοντική Διαχείριση

Τρόφιμα & Ποτά

12. Μετά την εφαρμογή των κριτηρίων για την απόκτηση του Green Key, παρατηρήσατε μείωση των λειτουργικών εξόδων σας;

Ναι

Όχι

***Ερωτηματολόγιο Διαθέσιμο: [https://docs.google.com/forms/d/11H6srHe-WMvZEzx\\_XUOyvNP\\_BJX4RwtJ-Ua4Af3NyIk/edit?vc=0&c=0&w=1&flr=0](https://docs.google.com/forms/d/11H6srHe-WMvZEzx_XUOyvNP_BJX4RwtJ-Ua4Af3NyIk/edit?vc=0&c=0&w=1&flr=0)***



## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

### **ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ**

Συνέντευξη για τις πρακτικές εφαρμογές της πράσινης πιστοποίησης με τον κ. Λαλούμη Θανάση και την κ. Ιωάννου Αναστασία, F & B managers σε ξενοδοχειακές μονάδες.

#### ***Για ποιο λόγο δεν υπάρχουν πάντα οικονομικά οφέλη στις επιχειρήσεις;***

Σε πρακτικό επίπεδο, εφαρμοσμένα, οι επιχειρήσεις έχουν κάποιες προϋποθέσεις να τηρήσουν για να αποκτήσουν την πιστοποίηση, πρέπει να γίνουν κτιριακές, ηλεκτρονικές, μηχανολογικές αλλαγές, να προστεθεί εξοπλισμός μεταξύ άλλων. Οι περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις βρίσκονται σε περιοχές με μικρή σεζόν. Δεν έχουν τα απαραίτητα κεφάλαια ούτε την απαραίτητη πελατειακή διαστρωμάτωση για να μετατραπούν σε πιστοποιημένες. Το τουριστικό προϊόν της χώρας, κατά κύριο λόγο, δεν προσελκύει τουρίστες που ανήκουν στην υψηλή εισοδηματική τάξη. (γειτονική σχέση με Βαλκάνια- μεγάλη ροή Βαλκανίων τουριστών).

Μάλιστα συχνά οι επιχειρήσεις τείνουν να επιλέγουν το χαμηλότερο επίπεδο της πιστοποίησης Green Key το οποίο δεν είναι αρκετό για να φέρει τις προβλεπόμενες αλλαγές στις επιχειρήσεις.

Όσον αφορά το προσωπικό των ξενοδοχειακών μονάδων, συχνά δεν είναι εξειδικευμένο με αποτέλεσμα το επίπεδο των υπηρεσιών να είναι σχετικά φτωχό. Παρόλο που παρέχονται ευκαιρίες εξειδίκευσης, οι ανειδίκευτοι στοιχίζουν λιγότερο, δεν έχουν ιδιαίτερες απαιτήσεις και συνεπώς προτιμούνται. Επιπλέον, τα περισσότερα ξενοδοχεία λειτουργούν με minimum προσωπικό και δεν υπάρχει δυνατότητα ενημέρωσης του πελάτη για θέματα όπως περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση αλλά και για γενική ενημέρωση σχετικά με την ποιότητα του προϊόντος και της υπηρεσίας. Έτσι, συνεπώς δεν μπορούν να ενισχύσουν την περιβαλλοντική τους πιστοποίηση.

Άλλο ένα κομμάτι που παραμελείται από τις επιχειρήσεις είναι η διαδικασία πώλησης, η οποία είναι άγνωστη στο επιχειρηματικό κοινό, το οποίο επιλέγει να αφήνει τα τουριστικά γραφεία να αναλάβουν την διαδικασία αυτή καθώς δεν έχουν

ούτε τις απαραίτητες γνώσεις αλλά ούτε και ικανότητες. Για παράδειγμα το 2020, με την έλευση του covid-19, προτιμήσαν να κλείσουν αφού δεν θα υπήρχε μαζικός τουρισμός και όταν ήρθε η στιγμή να ασχοληθούν μόνοι τους με το marketing της ξενοδοχειακής μονάδας τους επέλεξαν να την κλείσουν. Βασίζονται στον τουριστικό πράκτορα και δεν παίρνουν πρωτοβουλίες καθώς δεν έχουν φιλοσοφία, αρχές, αξία και κεντρική ιδέα για να υποστηρίξουν με όλο το προϊόν τους την ιδέα της πράσινης πιστοποίησης.

Ακόμα και όταν παίρνουν την πιστοποίηση, το προϊόν συνεχίζει να είναι το ίδιο. Για οικονομικούς λόγους, πολλά ξενοδοχεία δεν έχουν την δυνατότητα να επενδύσουν, δεν έχουν το πελατολόγιο που χρειάζεται, μιας και αυτό που έχουν δεν υποστηρίζει την αύξηση των τιμών, που απαιτείται, άρα δεν έχουν τα απαραίτητα κεφάλαια. Η αναπροσαρμογή τιμής που χρειάζεται, δυστυχώς δεν υποστηρίζεται σε αυτές τις περιπτώσεις.

Εφόσον λοιπόν δεν έχουμε καλό προϊόν, υλικά αγαθά και υπηρεσίες, προσελκύνουμε και τους αντίστοιχους πελάτες. Πελάτες που δεν ενδιαφέρονται για αυτά οπότε δεν έχουν την απαίτηση για κάτι παραπάνω, δεν τους ενδιαφέρει ένα προϊόν υψηλής ποιότητας ή η περιβαλλοντική πιστοποίηση οπότε δεν προτίθενται να πληρώσουν παραπάνω για αυτό. Ακόμα και οι προμηθευτές εστιάζουν στην χαμηλή τιμή και όχι στην ποιότητα.

### ***Ποιες θεωρείται ως απαραίτητες εφαρμογές για την απόκτηση της πράσινης πιστοποίησης;***

Οι εφαρμογές της πράσινης πιστοποίησης προτείνονται συνήθως σε μια επιχείρηση από την ίδια την εταιρεία ελέγχου που έρχεται και κάνει προτάσεις στις ξενοδοχειακές μονάδες. Αυτές οι προτάσεις αφορούν συνήθως την διαχείριση ενέργειας, όχι μόνο της κατανάλωσής της αλλά και της παραγωγής. Προτείνουν λοιπόν στις επιχειρήσεις πλήθος ενεργειακών αλλαγών όπως η εγκατάσταση φωτοβολταϊκών. Επίσης προτείνεται η εξοικονόμηση στο νερό. Για παράδειγμα, στην Ιαπωνία έχουν εφεύρει βρύση για το πλύσιμο των χεριών της οποίας το νερό καταλήγει στο καζανάκι για την επόμενη χρήση.

Ακόμα, ενθαρρύνεται η επένδυση στην ανακύκλωση. Πέρα από την ορθή διαχείριση νερού και απορριμμάτων, οι επιχειρήσεις καλούνται να ακολουθήσουν το πρότυπο reduce – reuse- recycle. Ο,τι μπορεί να ξαναχρησιμοποιηθεί, ξαναχρησιμοποιείται

(π.χ αλουμίνιο, γυαλί), το ίδιο με την χρήση του νερού και με την ανακύκλωση. Επίσης προωθείται η κομποστοποίηση αλλά και η χρήση βιολογικών και τοπικών προϊόντων.

Χρειάζεται να παρουσιάσεις ένα πιο εκλεπτυσμένο προϊόν που να είναι κοντά στην φιλοσοφία της πράσινης πιστοποίησης.

Για παράδειγμα, στην κουζίνα μιας ξενοδοχειακής μονάδας, βρίσκεται μεγάλο μέρος των εφαρμογών αυτών, που πρέπει να ισορροπηθεί με το κόστος των υπαλλήλων. Για την εφαρμογή των πρακτικών χρειάζεται και το αντίστοιχο ανθρώπινο δυναμικό. Υψηλότερης ποιότητας προϊόν σημαίνει υψηλότερη τιμή, περισσότερο προσωπικό, αύξηση του λειτουργικού κόστους και συνεπώς καλύτερη διαχείριση πρώτης ύλης. Το προϊόν πρέπει να δικαιολογεί την τιμή του με την ποιότητά του. Το ίδιο και το ξενοδοχείο. Το συνολικό προϊόν πρέπει να δικαιολογεί την τιμή στον πελάτη.

Ωστόσο, στην Ελλάδα παρατηρείται πρόβλημα βιωσιμότητας, αφού οι επιχειρήσεις αδυνατούν να φτιάξουν το απαιτούμενο προϊόν και να το διαφημίσουν, δεν μπορούν να βρουν εξειδικευμένο προσωπικό, να δικαιολογήσουν την αύξηση των τιμών και να βρουν την αντίστοιχη πελατεία για το πράσινο προϊόν τους, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει αειφορία παρα μόνο στασιμότητα.