

**ΑΤΕΙΘ - Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα
Θεσσαλονίκης**

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων

***Κατεύθυνση Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων &
Επιχειρήσεων Φιλοξενίας***



Επιβλέπων καθηγητής:

Δρ Σπύρος Αβδημιώτης, επίκουρος καθηγητής

Γεωργία Πέππα

A.M.: 096/13

Περιβαλλοντική πιστοποίηση & το οικολογικό σήμα EU Eco - Label

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία με θέμα «Περιβαλλοντική πιστοποίηση και το οικολογικό σήμα EU Eco-label» έχει ως σκοπό να απαντηθούν κάποια βασικά ερωτήματα σχετικά με το τι ακριβώς είναι το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα (Eco - Label) αλλά και να αναδείξει λεπτομερώς πώς πιστοποιείται περιβαλλοντικά ένα τουριστικό κατάλυμα. Ταυτόχρονα, προκύπτουν ασφαλή συμπεράσματα σχετικά με την υφιστάμενη κατάσταση της Ελλάδας, όσον αφορά την ύπαρξη ξενοδοχείων με οικολογική σήμανση και την εφαρμογή «πράσινων» πρακτικών μέσω πρωτογενούς έρευνας που έγινε σε πληθώρα τουριστικών καταλυμάτων, το καθένα με διαφορετικά χαρακτηριστικά. Οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων, λοιπόν, μαρτυρούν ότι το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα παρέχει μία μοναδική ευκαιρία για την ικανοποίηση των προσδοκιών των πελατών με αυξημένη περιβαλλοντική συνείδηση και σε μεγάλο βαθμό οι ξενοδόχοι το αντιλαμβάνονται αυτό. Ωστόσο, πιθανότατα το κόστος τους εμποδίζει να υιοθετήσουν το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα και αρκούνται στην εφαρμογή κάποιων πράσινων τακτικών. Εν κατακλείδι, τα επιστημονικά άρθρα και οι ηλεκτρονικές πηγές σε συνδυασμό με την πρωτογενή έρευνα μας αποδεικνύουν ότι η απονομή του οικολογικού σήματος σε μία ξενοδοχειακή μονάδα, επιφέρει ένα σημαντικό πλήθος πλεονεκτημάτων στην επιχείρηση τα οποία αφορούν την αναγνωρισιμότητά της, έναντι των υπολοίπων τουριστικών καταλυμάτων, από τους περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένους τουρίστες, καθώς και το γεγονός ότι κάθε τουριστικό κατάλυμα, που φέρει την ετικέτα της μαργαρίτας, μπορεί να χρησιμοποιήσει αυτή την επιβράβευση, ως εργαλείο marketing.

Λέξεις Κλειδιά: Περιβάλλον, Τουρισμός, Οικολογία, Πράσινος Τουρισμός, Πράσινα Ξενοδοχεία, ECO – Labels

Environmental certification & the European Eco - Label

ABSTRACT

This project on Environmental certification and the Eco-label is intended to answer some basic questions about what exactly is the European Eco-label but also to show in detail how an accommodation is certified environmentally. At the same time, resulting firm conclusions about the current situation in Greece regarding the hotels which have adopted the eco-label and implementation of "green" practices through primary research conducted in a wide range of tourist accommodation, each with different characteristics. The answers of the questionnaires, therefore, reveal that the European Eco-label provides a unique opportunity to meet the expectations of customers with increased environmental awareness and hoteliers realize this. However, probably the cost prevents them from adopting the European Eco-label and confines themselves to applying some green tactics. In conclusion, scientific articles and electronic sources combined with primary research show us that the Eco-label at a hotel, bring a large number of advantages in the business relating to the renown over the other tourist accommodation, from the environmentally conscious tourists, and the fact that each accommodation, which is labeled the daisy, can use this award as a marketing tool.

Keywords: *Environment, Tourism, Ecology, Green Tourism, Green Hotels, ECO - Labels*

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	1
ABSTRACT.....	2
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	
1.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	8
1.2. ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	10
1.3. Η ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	12
1.3.1. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	12
1.3.2. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	13
1.4. Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	
2.1. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ – ΣΧΕΣΗ ΣΥΜΒΙΩΣΗΣ.....	21
2.2. ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	23
2.3. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ.....	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	
3.1. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	29
3.1.2. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΠΟΝΟΜΗΣ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΩΝ ΑΣΤΕΡΙΩΝ - GREEN STAR RATING.....	31
3.2. ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ.....	33
3.2.1. ΠΡΟΤΥΠΟ ISO 14001.....	34
3.2.2. ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ EMAS.....	34
3.2.3. ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΑ GREEN KEY.....	35
3.2.4. ΠΡΟΤΥΠΟ TRAVEL LIFE.....	36
3.2.5. ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΑ ECO – LABEL.....	37

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕCO – LABEL

4.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΕCO – LABEL.....	39
4.2. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.....	40
4.3. ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΠΟΝΟΜΗΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΤΗΣ Ε.Ε.....	41
4.4. ΕCO – LABEL ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ.....	42
4.4.1. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΛΗΡΟΥΝ ΟΙ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΜΕ ΕCO LABEL.....	44
4.4.2. ΚΟΣΤΟΣ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΑΙΤΗΣΗΣ.....	49
4.4.3. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	49
4.4.4. ΣΕ ΤΙ ΔΙΑΦΕΡΟΥΝ ΑΠΟ ΤΑ ΥΠΟΛΟΙΠΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΟΥ ΔΕΝ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ΕCO - LABEL;.....	50

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

5.1.ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	53
5.2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	54

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....67

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....71

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....75

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Κίνητρα ταξιδιού και ειδικές μορφές τουρισμού.....	11
Πίνακας 2: Συγκριτικός πίνακας Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.....	37
Πίνακας 3: Κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών.....	40
Πίνακας 4: Συλλογικά τουριστικά καταλύματα.....	43
Πίνακας 5: Ιδιωτικά τουριστικά καταλύματα.....	44
Πίνακας 6: Υποχρεωτικά κριτήρια.....	45
Πίνακας 7: Προαιρετικά κριτήρια.....	46
Πίνακας 8: Τα 7 πρώτα ξενοδοχεία της Ελλάδας, που εξασφάλισαν την ευρωπαϊκή πιστοποίηση του Eco – Label.....	49
Πίνακας 9: Ενέργειες για πιο πράσινες επιχειρήσεις.....	57
Πίνακας 10: Ενέργειες για πιο πράσινη επιχείρηση.....	58
Πίνακας 11: Παροχή εκπαίδευσης στο προσωπικό και πληροφόρησης στους πελάτες.....	59

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Διεθνείς Αφίξεις Τουριστών 1995 – 2016.....	15
Διάγραμμα 2: Μηνιαία εξέλιξη του παγκόσμιου τουρισμού 2012 – 2016.....	15
Διάγραμμα 3: Μεταβολή των Αφίξεων 15/14 – 16/15.....	16
Διάγραμμα 4: Συνολική Συμβολή του Τουρισμού στο ΑΕΠ.....	18
Διάγραμμα 5: Συνολική Συμβολή του Τουρισμού στην Αγορά Εργασίας.....	18
Διάγραμμα 6: Είδος Επιχείρησης	53
Διάγραμμα 7: Περιοχή καταλύματος.....	54
Διάγραμμα 8: Συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας στα καταλύματα.....	55
Διάγραμμα 9: Υλικά ανακύκλωσης.....	56
Διάγραμμα 10: Υιοθέτηση συστημάτων πιστοποίησης της ποιότητας ή της περιβαλλοντικής μέριμνας των καταλυμάτων.....	60
Διάγραμμα 11: Εμπόδια υιοθέτησης «πράσινων» πρακτικών.....	61
Διάγραμμα 12: Λόγοι έλλειψης ενδιαφέροντος για πιστοποίηση της ποιότητας του καταλύματος.....	62
Διάγραμμα 13: Αλλαγές από την υιοθέτηση συστημάτων πιστοποίησης	63

Διάγραμμα 14: Η υιοθέτηση «πράσινων» πρακτικών προσελκύει νέους πελάτες.....64

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία με θέμα «Περιβαλλοντική πιστοποίηση & το οικολογικό σήμα EU Eco-label» εκπονείται ως πτυχιακή εργασία, του Τμήματος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, του Αλεξάνδρειου ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης. Ο κύριος σκοπός της είναι, κατά την ανάγνωση της, να γίνει κατανοητή η ανάγκη για πράσινο τουρισμό και προστασία του περιβάλλοντος, καθώς και η γνωστοποίηση των πιστοποιήσεων και του οικολογικού σήματος ECO – Label.

Είναι γνωστό ότι η τουριστική βιομηχανία προωθεί ένα πολύ συγκεκριμένο προϊόν, που σχετίζεται με τα μέρη που επισκέπτονται οι τουρίστες. Στα μέρη αυτά, και λόγω της ανάπτυξης του τουρισμού, οι φυσικοί πόροι, όπως το νερό, οι ακτές, κλπ., και οι πολιτιστικοί πόροι, όπως τα ιστορικά μνημεία, υπόκεινται σε μεγάλη «πίεση» και καταστροφές. Έτσι λοιπόν, σήμερα, κρίνεται αναγκαία η προστασία των περιοχών και των πόρων αυτών, πρωτού η υπερεκμετάλλευση και η υπερκατανάλωση οδηγήσουν, έναν τόσο βαρυσήμαντο για την οικονομία τομέα, σε παρακμή.

Η άποψη αυτή έχει γίνει πλέον αποδεκτή από τον τουριστικό τομέα, ιδίως από την στιγμή που παρατηρήθηκε αύξηση στις προτιμήσεις των καταναλωτών που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος και την χρήση φιλικών πρακτικών. Γι' αυτό, άλλωστε, ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις του τουρισμού στρέφονται στη χρήση τέτοιου είδους πρακτικών, όπως η ανακύκλωση, η ηλιακή ενέργεια, η διαχείριση των υδάτων, κλπ. Έτσι, η εφαρμογή και η ανάπτυξη Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (ΣΠΔ) στις τουριστικές επιχειρήσεις αποσκοπεί στη βελτίωση των λειτουργιών της, στην εξοικονόμηση οικονομικών πόρων και στην ικανοποίηση των καταναλωτών.

Η ανάλυσή της παρούσας εργασίας διαρθρώνεται σε 5 κύρια κεφάλαια. Στο πρώτο μέρος της εργασίας, αναλύεται το θεωρητικό της μέρος, το οποίο αποτελείται από 4 κεφάλαια. Αναλυτικότερα, στο 1^ο κεφάλαιο γίνεται μια εισαγωγή στον τουρισμό, αναφέρεται η σημαντικότητα του και η συμβολή του στην οικονομία. Στο 2^ο κεφάλαιο αναλύεται η σχέση του τουρισμού με το περιβάλλον. Ενώ γίνεται αναφορά και στα οφέλη της χρήσης «πράσινων» πρακτικών από τα ξενοδοχεία. Το 3^ο κεφάλαιο σχετίζεται με τα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης, όπου και αναλύονται οι πιστοποιήσεις των οικολογικών πρακτικών και εφαρμογών.

Τέλος, στο 4^ο κεφάλαιο γίνεται ανάλυση του Ευρωπαϊκού Οικολογικού Σήματος (Eco - Label), το οποίο και αποτελεί αντικείμενο μελέτης της παρούσας εργασίας και πώς πιστοποιείται περιβαλλοντικά ένα τουριστικό κατάλυμα. Τα κριτήρια δηλαδή που πρέπει να πληρούνται από την εκάστοτε ξενοδοχειακή μονάδα που επιθυμεί να υιοθετήσει το λογότυπο του Eco - Label. Αναφέρονται επίσης, ποιές είναι οι κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών που πρέπει να φέρουν ορισμένα οικολογικά κριτήρια για να απολαύουν το οικολογικό σήμα ενώ παρουσιάζεται εν συντομία η διαδικασία που πρέπει να ακολουθηθεί. Επιπλέον, αναλύονται τα πλεονεκτήματα που απολαμβάνουν όσα ξενοδοχεία φέρουν το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα, σε αντίθεση με τα υπόλοιπα. Τέλος, αν και οι όροι «περιβαλλοντική πιστοποίηση» και «οικολογικό σήμα» συγχέονται, στην εργασία εξηγείται ότι υπάρχουν κάποιες διαφορές.

Στη συνέχεια, στα πλαίσια της παρούσας εργασίας, πραγματοποιήθηκε ακαδημαϊκή έρευνα. Η έρευνα υλοποιήθηκε με τη βοήθεια ενός ερωτηματολογίου, το οποίο και στάλθηκε σε τουριστικά καταλύματα της Θεσσαλονίκης αλλά και άλλων περιοχών της χώρας μας, νησιωτικών και μη. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρατίθενται αναλυτικά στο 5^ο κεφάλαιο της εργασίας, από τα οποία εξάγονται ασφαλή συμπεράσματα σχετικά με την υφιστάμενη κατάσταση της Ελλάδας, όσον αφορά την ύπαρξη ξενοδοχείων με οικολογική σήμανση και την εφαρμογή «πράσινων» πρακτικών.

Κλείνοντας, η εργασία ολοκληρώνεται καθώς παρατίθενται και εξάγονται ορισμένα συμπερασματικά στοιχεία τα οποία προκύπτουν από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε όσον αφορά τον τουρισμό και το περιβάλλον και πιο συγκεκριμένα, τα ξενοδοχεία και το πώς οι «πράσινες» πρακτικές τους μπορούν να αποτελέσουν υπόβαθρο ανάπτυξης, τόσο για τις ίδιες τις επιχειρήσεις, όσο και συλλογικά για την οικολογική συμπεριφορά.

Το παράρτημα της εργασίας είναι:

- Το περιβαλλοντικό μέρος του ερωτηματολογίου που δημιουργήθηκε για την έρευνα με σκοπό τη συλλογή και την επεξεργασία πληροφοριών από τουριστικά καταλύματα ανά την Ελλάδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η λέξη τουρισμός, προέρχεται από την αγγλική λέξη *tour* και εμφανίζεται για πρώτη φορά τον 19^ο αιώνα. Αποτελεί μια δραστηριότητα του ανθρώπου, που πραγματοποιείται συχνότερα για λόγους ψυχαγωγίας και προέρχεται από τις ανάγκες του για επικοινωνία, για γνωριμία του περιβάλλοντος, του πολιτισμού, της ιστορίας, κλπ. Ανέκαθεν, το τουριστικό φαινόμενο ήταν άμεσα συνδεδεμένο με τον ελεύθερο χρόνο του ανθρώπου και τις δραστηριότητες που θα μπορούσε να πραγματοποιήσει κατά τη διάρκεια του, αν και κατά την πάροδο του χρόνου παρουσίασε μια μορφολογική εξέλιξη και διάρθρωση.

Παρόλα αυτά, ως την δραστηριότητα που υποδηλώνει υφίσταται από την αρχαιότητα, με τις διάφορες μορφές του να αποτελούν πρακτικές των αρχαίων κοινωνιών. Όμως, τη μορφή που έχει σήμερα, ξεκίνησε να την αποκτάει από το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα, όπου και πήρε μαζικές διαστάσεις.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η παρουσία του στην αρχαία Ελλάδα, όπου ο ελεύθερος χρόνος αποτελούσε προνόμιο των ανώτερων κοινωνικών τάξεων, οι πολίτες των οποίων είχαν τη δυνατότητα να συμμετάσχουν σε διάφορων ειδών ταξιδιωτικές μετακινήσεις. Ενώ ταυτόχρονα ως ταξιδιωτικές μετακινήσεις θεωρούνταν και οι μετακινήσεις των αθλητών με σκοπό να συμμετάσχουν σε αθλητικούς αγώνες.

Στη εποχή του Μεσαίωνα επικρατούσαν δυο ειδών τουρισμού. Αναλυτικότερα, το ένα είδος αφορά τον πανεπιστημιακό τουρισμό, όπου οι άνθρωποι μετακινούνται για να σπουδάσουν και εμφανίζονται στα πανεπιστημιακά κέντρα της Ευρώπης, όπως το Παρίσι, η Οξφόρδη, κλπ. Το άλλο είδος τουρισμού σχετίζεται με τα θρησκευτικά γεγονότα και τις γιορτές. Ενώ, κατά τη διάρκεια της Αναγέννησης, ο τουρισμός άρχισε να περιλαμβάνει και νέα κίνητρα, με αποτέλεσμα πλέον οι άνθρωποι να ταξιδεύουν κυρίως για λόγους ψυχαγωγίας και για πολιτιστικούς λόγους.

Στη συνέχεια, ο τουρισμός παρουσίασε άνθιση λόγω της ανακάλυψης του σιδηροδρόμου, ο οποίος αποτέλεσε το πρώτο μέσο μαζικής μεταφοράς. Ταυτόχρονα, άρχισαν να εκδίδονται και οι πρώτοι τουριστικοί οδηγοί. Γενικώς, την περίοδο μεταξύ 1840 και 1860, η Ευρώπη κυριεύεται από τον «πυρετό» της τουριστικής ανάπτυξης, της

εξάπλωσης των σιδηροδρομικών δικτύων και την έκδοση τουριστικών οδηγών. Ενώ προς τα τέλη της δεκαετίας του 60, άρχισαν να πρωτοεμφανίζονται και τα ξενοδοχεία πολυτελείας.

Η ουσιαστική όμως, ανάπτυξη του τουρισμού πραγματοποιήθηκε μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, κυρίως λόγω της αύξησης του βιοτικού επιπέδου και των εισοδημάτων των πολιτών, αλλά και των ταξιδιωτικών πρακτορείων.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι ορισμοί που υπάρχουν στην ελληνική και τη διεθνή βιβλιογραφία για το τουριστικό φαινόμενο. Σε γενικές γραμμές, η πλειοψηφία των ορισμών αυτών χαρακτηρίζουν τον τουρισμό ως μια δραστηριότητα που συνδέει την τάση του ανθρώπου για επικοινωνία, ψυχαγωγία και δημιουργία εμπειριών. Στη συνέχεια, αναφέρονται μερικοί από τους ορισμούς αυτούς.

Ο πρώτος ορισμός διατυπώθηκε το 1942, και ορίζει τον τουρισμό ως «το σύνολο των φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και από την παραμονή σε ένα μέρος ατόμων που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι, εφ' όσον αυτοί δεν πάρουν άδεια παραμονής εκεί και δεν λαμβάνουν μέρος σε κάποια εργασία ή εκδήλωση» (Hunziker&Krapf, 1942).

Σύμφωνα με την Ένωση Τουρισμού της Βρετανίας, ο τουρισμός «είναι η προσωρινή, μικρής διάρκειας μετακίνηση των ανθρώπων, για διάστημα όχι μεγαλύτερο από ένα συνεχόμενο έτος, σε προορισμούς εκτός του συνήθη τόπου διαμονής ή εργασίας τους, καθώς και οι δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της παραμονής τους, στους προορισμούς αυτούς».

Επιπλέον, ως τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί και «η μεμονωμένη ή ομαδική μετακίνηση σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς για πάνω από 24 ώρες με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών, με τη διάρκεια της διαμονής να είναι προσωρινού χαρακτήρα, δηλαδή να υπάρχει η πρόθεση της επιστροφής στο μόνιμο τόπο κατοικίας» (Ηγουμενάκης, κ.α., 1999).

Τέλος, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ – UNWTO), «ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους και για χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τον έναν χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση τους, κλπ.».

Γενικώς, οι ορισμοί που αναφέρθηκαν, όπως και οι υπόλοιποι ορισμοί που διατυπώνονται, περικλείουν τόσο τον εσωτερικό, όσο και τον διεθνή τουρισμό, συμπεριλαμβάνοντας τις ημερήσιες επισκέψεις και τις επισκέψεις για διακοπές, για επαγγελματικούς λόγους, συνέδρια, κλπ.

Συμπερασματικά, αξίζει να αναφερθεί ότι ο τουρισμός είναι ένας συνδυασμός από δραστηριότητες, υπηρεσίες και βιομηχανίες, όπως είναι οι χώροι διαμονής, τα εστιατόρια, τα μουσεία, τα τουριστικά μαγαζιά, κλπ., που προσφέρουν στον τουρίστα εμπειρίες, συμβάλλοντας ταυτόχρονα και στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού, μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, της αύξησης των επενδύσεων και γενικά στη μεγέθυνση της οικονομίας.

1.2. ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός είναι μία περίπλοκη και πολυδιάστατη βιομηχανία που μπορεί να πάρει αρκετές μορφές. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, οι διακρίσεις του τουρισμού¹², είναι:

- Ο εγχώριος τουρισμός, όπου οι κάτοικοι μιας χώρας ταξιδεύουν εντός της (π.χ. Έλληνες πολίτες εντός της Ελλάδας)
- Ο εξερχόμενος τουρισμός, όπου οι κάτοικοι μιας χώρας ταξιδεύουν σε κάποια άλλη χώρα (π.χ. Έλληνες που ταξιδεύουν στην Γερμανία).
- Ο εισερχόμενος τουρισμός, όπου οι κάτοικοι μιας χώρας ταξιδεύουν σε μια δεδομένη χώρα (π.χ. Ιταλοί που ταξιδεύουν στην Ελλάδα).
- Ο διεθνής τουρισμός, ο οποίος αφορά το σύνολο του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού.
- Ο εσωτερικός τουρισμός, ο οποίος αφορά το σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού.
- Ο εθνικός τουρισμός, ο οποίος αφορά το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού.

Επιπρόσθετα, ο τουρισμός μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε τρεις γενικές μορφές³:

- Ο Μαζικός Τουρισμός, ο οποίος αποτελεί την πιο «παραδοσιακή» μορφή και συμπεριλαμβάνει την πλειοψηφία των τουριστών που ταξιδεύουν κυρίως για να ξεκουραστούν και να διασκεδάσουν.

¹ Λαγός Δ., (2005), «Τουριστική Οικονομική», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική, σελ. 42-43.

² <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82#.CE.94.CE.B9.CE.B1.CE.BA.CF.81.CE.AF.CF.83.CE.B5.CE.B9.CF.82.CF.84.CE.BF.CF.85.CF.84.CE.BF.CF.85.CF.81.CE.B9.CF.83.CE.BC.CE.BF.CF.8D>

³ Λαγός Δ. (2005), «Τουριστική Οικονομική», σελ. 62.

- Ο Τουρισμός Ειδικών Ενδιαφερόντων, ο οποίος σχετίζεται με ένα σύνολο επιμέρους μορφών τουρισμού που επιλέγουν οι τουρίστες ανάλογα με τα ειδικά ενδιαφέροντα και κίνητρα που έχουν (πολιτιστικός τουρισμός, αστικός, επαγγελματικός, τουρισμός υγείας, εκπαιδευτικός, τουρισμός κινήτρων, κλπ.).
- Ο Εναλλακτικός Τουρισμός, ο οποίος περιλαμβάνει, επίσης, ένα σύνολο επιμέρους μορφών τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο θαλάσσιος, ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός περιπέτειας, κλπ., και τις οποίες επιλέγουν άνθρωποι που αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών.

Στο σημείο αυτό, αξίζει να σημειωθεί ότι διεθνώς χρησιμοποιείται ο όρος Ειδικές Μορφές Τουρισμού, που περιέχει τον τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων και τον εναλλακτικό τουρισμό.

Όπως έχει ήδη σημειωθεί, οι ειδικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού και κυρίαρχου κινήτρου στη ζήτηση και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής στις τουριστικές περιοχές, που αποσκοπεί στην εξυπηρέτηση των τουριστών της κάθε ειδικής μορφής.

Αναλυτικότερα, οι ειδικές μορφές τουρισμού περιλαμβάνουν όλα τα είδη που έρχονται σε αντίθεση με τον συνηθισμένο μαζικό τουρισμό. Κάθε ειδική μορφή τουρισμού έχει ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό, το οποίο λειτουργεί ως κίνητρο και δίνει το όνομα του στην ειδική αυτή μορφή. Οι λόγοι που δημιουργήθηκαν αυτές οι μορφές τουρισμού έχουν άμεση σχέση με τα hobbies του καθενός, με αθλητικές δραστηριότητες αλλά και επαγγελματικούς λόγους (συνέδρια), με λόγους υγείας (θεραπευτικός τουρισμός - τουρισμός υγείας) και με κάθε ιδιαίτερη προτίμηση ή λόγο που αντιστοιχεί σε μια ξεχωριστή μορφή τουρισμού. Στη συνέχεια, περιγράφονται οι ειδικές μορφές τουρισμού, με σκοπό να κατανοήσουμε καλύτερα την έννοιά τους.

Για να γίνει σαφέστερη η έννοια των ειδικών μορφών τουρισμού, στον πίνακα 1, παρουσιάζονται τα κίνητρα του τουρίστα και η ονομασία της μορφής τουρισμού που λαμβάνεται από αυτά.

Πίνακας 1: Κίνητρα ταξιδιού και ειδικές μορφές τουρισμού

ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΑΞΙΔΙΟΥ	ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Ανάπαυση – Αναψυχή – Ψυχαγωγία	Τουρισμός Διακοπών
Περιήγηση	Περιηγητικός

Εκπαίδευση	Εκπαιδευτικός
Άθληση	Αθλητικός
Περπάτημα	Περιπατικός
Ορειβασία	Ορειβατικός
Λόγοι Υγείας	Θεραπευτικός – Τουρισμός Υγείας
Ιαματικά Λουτρά	Ιαματικός
Θρησκεία	Θρησκευτικός
Επάγγελμα	Επαγγελματικός
Συμμετοχή σε συνέδρια	Συνεδριακός
Συμμετοχή σε εκθέσεις	Εκθεσιακός
Περιπέτεια	Τουρισμός Περιπέτειας
Επίσκεψη Πόλεων	Αστικός
Επίσκεψη Πολιτιστικών Κέντρων	Πολιτιστικός
Επίσκεψη Φυσικών Τοπίων	Φυσιολατρικός
Αγροτική Ζωή	
Δραστηριότητες κατά τη διάρκεια του χειμώνα	Χειμερινός
Δραστηριότητες κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού	Θερινός
Δραστηριότητες στη θάλασσα	Θαλάσσιος
Επίσκεψη Κοσμοπολίτικων Κέντρων	Κοσμοπολίτικος
Αποφυγή Αστικού Περιβάλλοντος	Τουρισμός Υπαίθρου

Πηγή: Σφακιανάκης Μανώλης

1.3. Η ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.3.1. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Για πολλές χώρες ο τουρισμός είναι ένας από τους σπουδαιότερους τομείς, ο οποίος έχει επίδραση τόσο στον οικονομικό, όσο και στον κοινωνικό και τον πολιτιστικό. Στη

συνέχεια θα γίνει μια αναφορά τόσο στις θετικές, όσο και στις αρνητικές επιδράσεις του τουριστικού φαινομένου.

- Οικονομικές επιδράσεις: η επίσκεψη τουριστών σε μια χώρα συνδέεται άμεσα με την εισαγωγή και την κίνηση χρήματος μέσα στη χώρα. Το γεγονός αυτό συμβάλλει στην αύξηση των εσόδων του κράτους, στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, κλπ. Αναλυτικότερα, οι θετικές οικονομικές επιδράσεις για την χώρα μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:
 - ❖ Αύξηση εσόδων
 - ❖ Βελτίωση ή δημιουργία νέων υποδομών
 - ❖ Δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης
 - ❖ Αύξηση οικονομικής ανάπτυξης
 - ❖ Ανάπτυξη απομονωμένων περιοχών
- Κοινωνικές επιδράσεις: η πολύπλευρη διάσταση του τουριστικού φαινομένου επιδρά και στην κοινωνία. Οι σημαντικότερες κοινωνικές επιδράσεις είναι οι εξής:
 - ❖ Ανάπτυξη των κοινωνικών σχέσεων
 - ❖ Καλύτερη κατανομή του πληθυσμού
 - ❖ Δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης και επαγγελμάτων
 - ❖ Ψυχαγωγία
- Πολιτισμικές επιδράσεις: τα πολιτιστικά μνημεία κάθε χώρας αποτελούν σημαντικό λόγο για την προσέλκυση τουριστών, για αυτό το λόγο και θα πρέπει να διατηρούνται και να προβάλλονται με τον πιο κατάλληλο τρόπο, ώστε να προσφέρουν στην εκάστοτε χώρα τα οφέλη τους. Μερικές από τις πολιτιστικές επιδράσεις του τουρισμού είναι:
 - ❖ Η προστασία και η διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς
 - ❖ Οι πολιτιστικές και καλλιτεχνικές δημιουργίες
 - ❖ Η εκμάθηση και η χρήση ξένων γλωσσών
 - ❖ Η ανταλλαγή πολιτιστικών αξιών
 - ❖ Στροφή σε ξεχασμένα επαγγέλματα και τέχνες

1.3.2. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Εκτός, όμως, από τις θετικές επιδράσεις που αναφέρθηκαν παραπάνω για τον τουρισμό, υπάρχουν και κάποιες αρνητικές. Έτσι λοιπόν, τα μειονεκτήματα του τουριστικού φαινομένου παρουσιάζονται στη συνέχεια.

- Εκμετάλλευση και κερδοσκοπία από μέρους των ντόπιων επιχειρηματιών: οι επιχειρηματίες μπορεί να εκμεταλλευτούν την αύξηση των τουριστών στον τόπο τους. Όμως, η συμπεριφορά αυτή είναι πολύ εύκολο να αμαυρώσει την εικόνα ενός τόπου, ακόμα και μιας χώρας, με αποτέλεσμα την αποθάρρυνση των τουριστών από την επίσκεψη της χώρας.
- ⁴Αύξηση του κόστους διαβίωσης στις τουριστικές περιοχές
- Σύγκρουση Ηθών: με τις διαφορετικές κουλτούρες που συναντώνται στις τουριστικές περιοχές, η σύγκρουση των ηθών, των συνηθειών και του επιπέδου των τουριστών και των ντόπιων.
- Ξενοφοβία και απόρριψη των τουριστών από τους ντόπιους: σε πολλές περιπτώσεις οι τουρίστες με τις πράξεις τους προκαλούν την αρνητική στάση των ντόπιων, αλλά και η ξενοφοβία των ντόπιων μπορεί να δημιουργήσουν αρνητικές συνέπειες για την χώρα και τον τουρισμό.
- Διατάραξη του ρυθμού ζωής των ντόπιων: σε περιόδους έντονης τουριστικής κίνησης, η ρουτίνα των ντόπιων διαταράσσεται και προκαλεί αρνητικές καταστάσεις.

1.4. Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

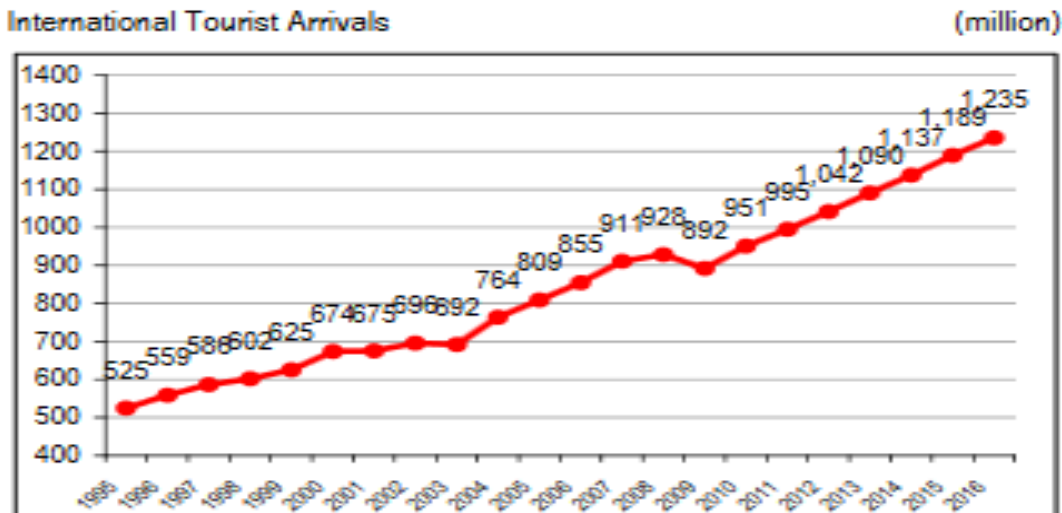
Ο τουρισμός βρίσκεται σήμερα μεταξύ των πλέον σημαντικών βιομηχανιών με ραγδαίους ρυθμούς αύξησης και με ουσιαστική συμβολή στην οικονομία μιας χώρας, όπως στην άνοδο του εθνικού εισοδήματος, στην αύξηση της απασχόλησης και στην περιφερειακή ανάπτυξη. Άλλωστε, όπως αναφέρει και ο Λύτρας (1993)⁵, «ο τουρισμός αποτελεί μια ουσιώδη δραστηριότητα για τη ζωή των λαών και έχει επιπτώσεις στο οικονομικό, κοινωνικό, μορφωτικό και πολιτιστικό επίπεδο κάθε χώρας, ενώ σχετίζεται άμεσα και με τις διεθνείς σχέσεις».

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών, το τουριστικό φαινόμενο έχει σημειώσει ραγδαία αύξηση, με ρυθμούς που ξεπερνούν την αύξηση του παγκόσμιου ΑΕΠ. Πιο αναλυτικά, το 2016, αποτέλεσε μια ακόμη σημαντική και πολύ καλή χρονιά (7^η συνεχόμενη – από την αρχή της κρίσης) για τον διεθνή τουρισμό. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, το 2016, οι αφίξεις των τουριστών αυξήθηκαν κατά 2%

⁵Λύτρας, Π. (1993), «Τουριστική Ψυχολογία», Β' έκδοση, Αθήνα: Interbooks.

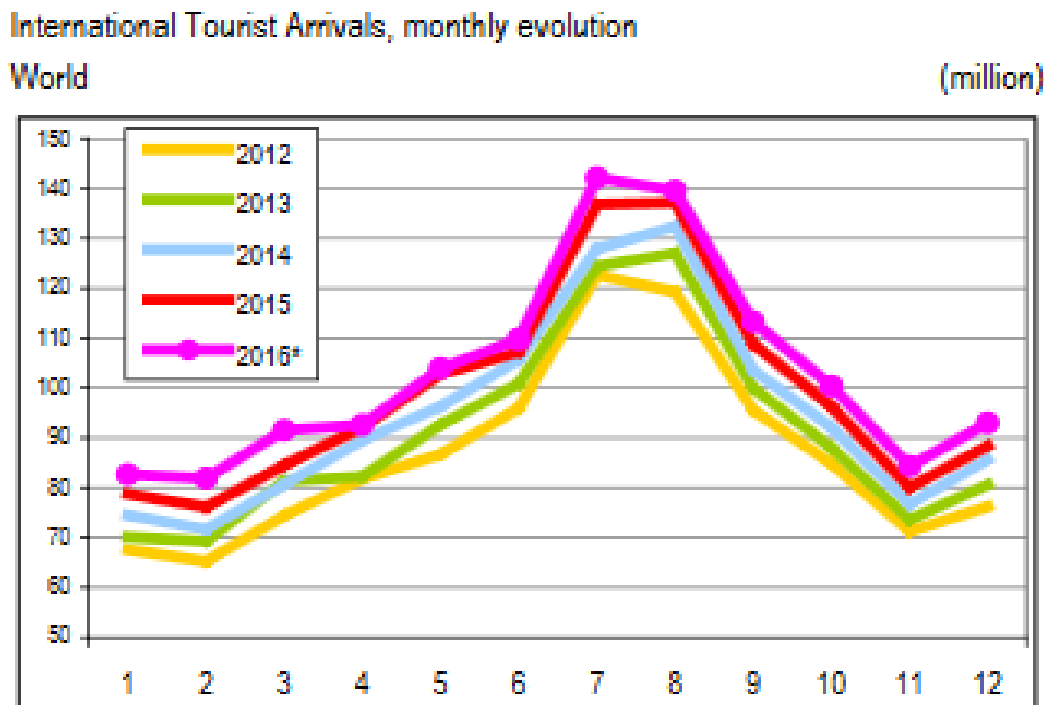
σε σχέση με το προηγούμενο έτος, και οι τουρίστες έφτασαν τα 1.235 εκατομμύρια, περίπου 12 εκατομμύρια περισσότεροι από το 2015, όπως φαίνεται και στα παρακάτω διαγράμματα:

Διάγραμμα 1: Διεθνείς Αφίξεις Τουριστών 1995 – 2016



Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, UNWTO World Tourism Barometer – Volume 15 – Advance Release January 2017

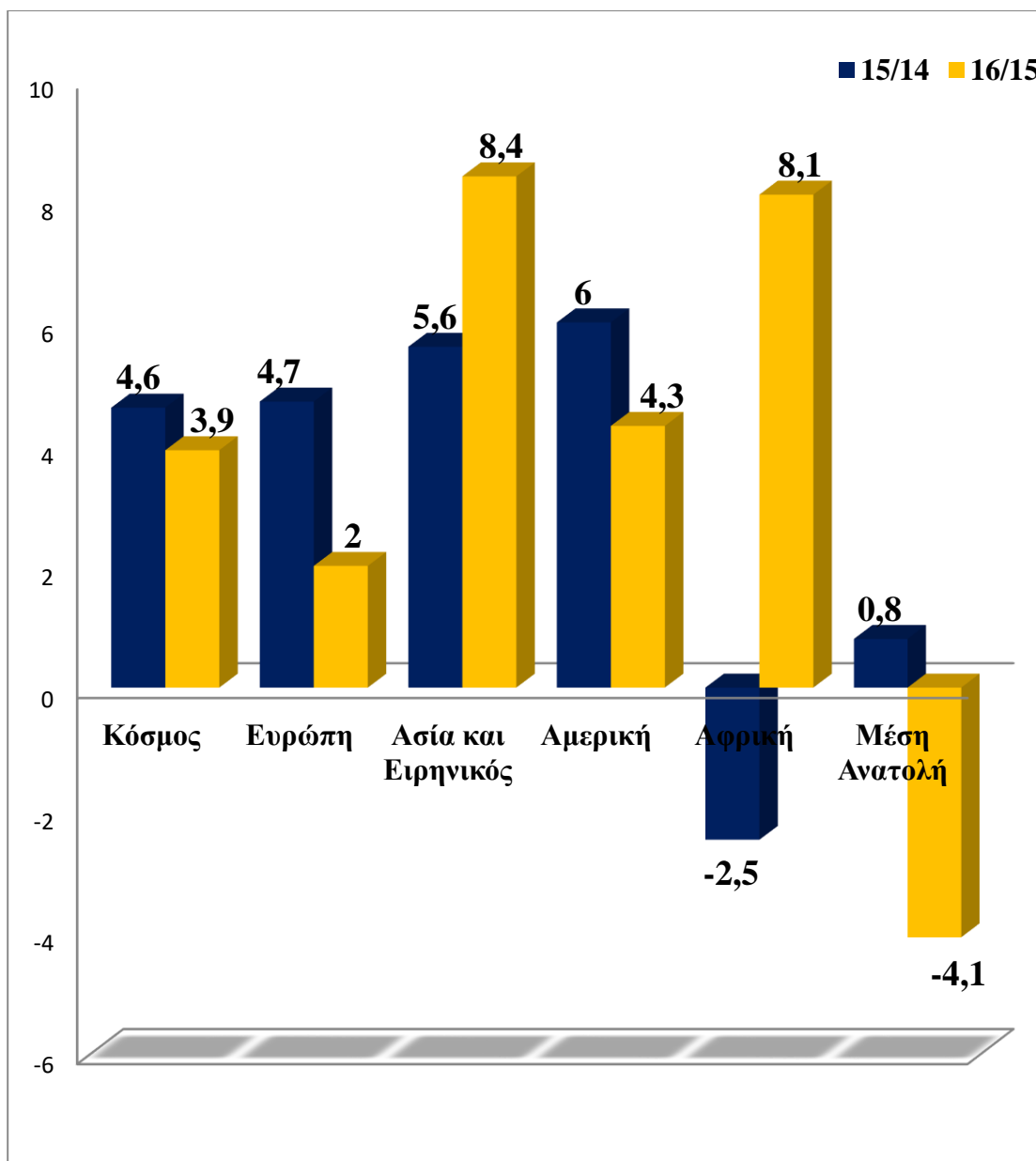
Διάγραμμα 2: Μηνιαία εξέλιξη του παγκόσμιου τουρισμού 2012 – 2016



Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, UNWTO World Tourism Barometer – Volume 15 – Advance Release January 2017

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο διάγραμμα 3, σε περιφερειακό επίπεδο, καταγράφεται μείωση των τουριστικών αφίξεων στην παγκόσμια κλίμακα, όπως και στις Ευρωπαϊκές χώρες και τις χώρες της Αμερικής. Επιπλέον, μείωση καταγράφεται και στις χώρες της Μέσης Ανατολής. Αντιθέτως, στις χώρες της Αφρικής και της Ασίας παρατηρείται έντονη αύξηση των τουριστικών αφίξεων, με αποτέλεσμα να προκαλείται αύξηση στην συνολική εικόνα του τουρισμού.

Διάγραμμα 3: Μεταβολή των Αφίξεων 15/14 – 16/15



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, UNWTO World Tourism Barometer – Volume 15 – Advance Release January 2017

Εικόνα 1: Διεθνείς Αφίξεις τουριστών το 2016



INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS 2016

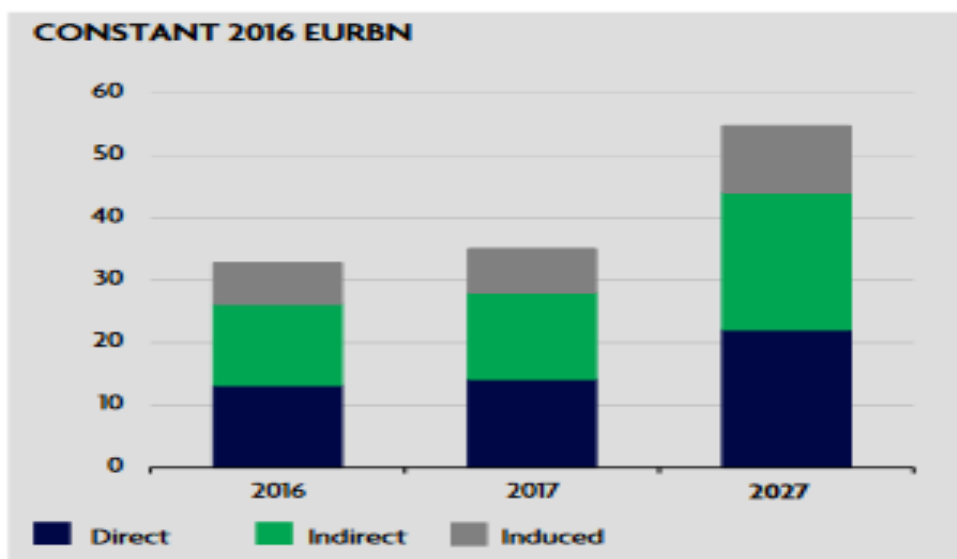


Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

Ο Ελληνικός τουρισμός ξεκίνησε και συνεχίζει μέχρι και σήμερα να προβάλλεται μέσω του προτύπου «ήλιος – θάλασσα» και να χαρακτηρίζεται από την εποχικότητα του, και συγκεκριμένα την επίσκεψη των τουριστών κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Αποτελεί σημαντικό στοιχείο της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας και κατέχει σημαντικό ποσοστό στο ΑΕΠ.

Αναλυτικότερα, στην Ελλάδα, το 2015 η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ ήταν στο 18,5%, περίπου 32 δις ευρώ, ενώ το 2016 η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας ανέρχεται σε 18,6%. Το 2017 η συμβολή του στο ΑΕΠ της χώρα αναμένεται να αυξηθεί κατά 1% και μέχρι το 2027 ο μέσος ρυθμός ανάπτυξης προβλέπεται στο 4,6% ανά έτος, φθάνοντας στο 23,8% του συνολικού ΑΕΠ.

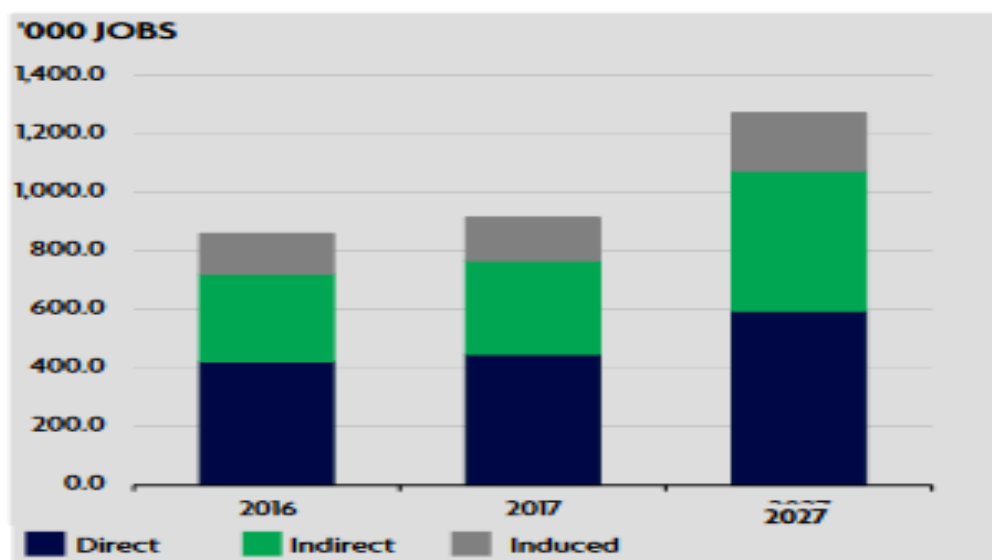
Διάγραμμα 4: Συνολική Συμβολή του Τουρισμού στο ΑΕΠ



Πηγή: World Tourism & Travel Council, economic impact 2017

Σε ότι αφορά την συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση, σε γενικές γραμμές το 2015, ήταν στο 23,1%, το 2016 ήταν στο 23,4%, δηλαδή περίπου 860 χιλιάδες θέσεις εργασίες. Ο αριθμός αυτός αναμένεται να αυξηθεί το 2017 κατά 1,2%, ενώ μέχρι το 2027 θα αγγίξει το 29% του συνόλου των εργαζομένων.

Διάγραμμα 5: Συνολική Συμβολή του Τουρισμού στην Αγορά Εργασίας



Πηγή: World Tourism & Travel Council, economic impact 2017

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι η Ελλάδα σε σύνολο 185 χωρών κατατάσσεται για το 2016, ως εξής⁶:

- 29η χώρα με βάση τη συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ
- 40η χώρα με βάση τη συνολική συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ
- 30η χώρα με βάση τη συνολική συνεισφορά του τουρισμού στην απασχόληση

Η ραγδαία αύξηση αυτού του παγκόσμιου κοινωνικού φαινομένου κατά τις τελευταίες δεκαετίες εκτός από τις θετικές συνέπειες έχει και αρνητικές. Η ανάπτυξη του τουρισμού οδήγησε σε αρκετές περιπτώσεις στην λανθασμένη κατανομή του τουριστικού προϊόντος, η οποία με τη σειρά της οδήγησε στην καταστροφή των φυσικών πόρων, στην υποβάθμιση κάποιων περιοχών και γενικώς σε ποικίλες κοινωνικό - οικονομικές και πολιτικές συνέπειες (Sharpley, 2009)⁷. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, ο τουρισμός βασίζεται, πρώτα από όλα, στους φυσικούς πόρους που δυστυχώς «απειλεί» ο ίδιος να καταστρέψει. Έτσι, κρίνεται απαραίτητο να δημιουργηθούν κατάλληλες πολιτικές σχεδιασμού στη διοίκηση του με βάση την προστασία του περιβάλλοντος, και να δημιουργηθεί «Πράσινος Τουρισμός».

⁶<http://money-tourism.gr/wttc-186-tou-ellinikou-aep-o-tourismos/#axzz4zgK4ozk>

⁷Sharpley, R. (2009), «Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?», London: Earthscan.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η σχέση τουρισμός και περιβάλλον είναι μια παράμετρος, η οποία έχει ζωτική σημασία για το ζήτημα αυτό. Από τη φύση του, το τουριστικό προϊόν συνδέεται άμεσα με το φυσικό περιβάλλον, δεδομένου ότι η «αγορά» του σχετίζεται με τα χαρακτηριστικά ενός τόπου. Επιπλέον, η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα και της βιομηχανίας του «πουλάει» το φυσικό και δομημένο περιβάλλον. Ωστόσο, παρόλο που ο τουρισμός θεωρείται φιλικός προς το περιβάλλον, η ραγδαία ανάπτυξη του κατά το παρελθόν, και το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού, έχουν δημιουργήσει αρνητικές επιπτώσεις, και κρίνεται, πλέον, απαραίτητο να αναπτυχθεί μια πιο βιώσιμη και «πράσινη» κατεύθυνση.

Ένα από τα βασικότερα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος αποτελεί το φυσικό περιβάλλον, αφού ανέκαθεν οι άνθρωποι προκειμένου να απαλλαγούν από τα προβλήματα και την καθημερινότητα τους, ταξίδευαν για να βρεθούν κοντά στη φύση. Η φύση, ο ήλιος, η θάλασσα, τα βουνά είναι μερικά από τα στοιχεία του περιβάλλοντος, που σε συνδυασμό και με άλλους παράγοντες, όπως ψυχολογικούς, κοινωνικούς, οικονομικούς, παρακινούν τον άνθρωπο και οδηγούν στην ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου (Ηγουμενάκης, 1991)⁸.

Όμως, η ανάπτυξη ανθρώπινων δραστηριοτήτων έχει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, οι οποίες δημιουργούνται από τη μη σωστή διαχείριση και οργάνωση του τουριστικού τομέα. Η ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας, συχνά, υποβαθμίζει το περιβάλλον και πολλές φορές προκαλεί και την καταστροφή του. Οι επιπτώσεις αυτές μπορούν να δημιουργηθούν, για παράδειγμα, από την ανάγκη κάποιου ξενοδοχειακού καταλύματος να επεκταθεί προκειμένου να καλυφθούν οι ανάγκες των τουριστών. Επιπλέον, πολύ πιο έντονες είναι οι επιπτώσεις του τουρισμού σε οικολογικές και προστατευμένες περιοχές, όπως οι υγροβιότοποι, οι παραθαλάσσιες και οι ορεινές περιοχές.

Επιπρόσθετα, μερικές από τις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον είναι η αλλοίωση των τόπων, η ρύπανση των υδάτων, η αύξηση των απορριμμάτων, η καταστροφή των βιοτόπων, κλπ. Ενώ, στις παραθαλάσσιες περιοχές, όπου ο τουρισμός ακμάζει, οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις είναι πολλαπλάσιες. Ακόμη, οι αρνητικές επιδράσεις του τουριστικού φαινομένου παρατηρούνται και στους φυσικούς πόρους, όπως το νερό, τις ακτές, τα ιστορικά μνημεία, κλπ.

Αναλυτικότερα, όπως έχει ήδη αναφερθεί και παραπάνω, το περιβάλλον αποτελεί το σημαντικότερο στοιχείο για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα. Όμως, πολλές φορές, η

⁸Ηγουμενάκης Ν. (1991), «Τουριστική οικονομία», Τόμος Α', Εκδ. Interbooks, Αθήνα

ανάπτυξη του δημιουργεί αρνητικές συνέπειες και συμβάλλει στην υποβάθμιση του περιβάλλοντος. Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού χωρίζονται σε τέσσερις κατηγορίες, οι οποίες είναι οι εξής⁹:

- Δομημένο περιβάλλον: αφορά την αρχιτεκτονική κληρονομιά, τα ιστορικά μνημεία, του οικισμούς, κλπ.
- Φυσικό περιβάλλον: αφορά τα οικοσυστήματα, του φυσικούς πόρους, τη θάλασσα, το νερό, την χλωρίδα, την πανίδα, κλπ.
- Κοινωνικό περιβάλλον: αφορά τους θεσμούς, τα ήθη, τα έθιμα, την πολιτιστική κληρονομιά, κλπ.
- Οικονομικό περιβάλλον: αφορά την τοπική, περιφερειακή και εθνική κλίμακα

2.1. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ – ΣΧΕΣΗ ΣΥΜΒΙΩΣΗΣ

Το περιβάλλον είναι ένα από τα βασικότερα στοιχεία του τουριστικού τομέα και της ανάπτυξης του σε μια περιοχή, το οποίο ο τουρισμός πρέπει να αξιοποιήσει με τον πιο κατάλληλο τρόπο ώστε να δημιουργηθούν κοινωνικά, πολιτισμικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά οφέλη. Η προσπάθεια για να δημιουργηθεί μια σχέση συμβίωσης μεταξύ του περιβάλλοντος και της τουριστικής ανάπτυξης, κρίνεται ιδιαίτερα αναγκαία για τον σύγχρονο τουρισμό που χαρακτηρίζεται από μαζικότητα.

Η προστασία και η διάσωση του περιβάλλοντος είναι δυνατή. Άλλωστε, ο τουρισμός διαθέτει την ικανότητα να αναπτύσσει και να μεταμορφώνει τις περιοχές και θεωρείται σημαντικό κίνητρο για τη συνεχόμενη ανάπτυξη ενός τόπου.

Όμως, για να δημιουργηθεί και να διατηρηθεί μια ισορροπημένη σχέση μεταξύ του περιβάλλοντος και του τουρισμού, θα πρέπει να ληφθούν ειδικές πολιτικές και μέτρα, όπως ο προσδιορισμός της τουριστικής ικανότητας κάθε περιοχής, η οποία αποτελεί το σημαντικότερο εργαλείο για την σωστή και οργανωμένη ανάπτυξη του τουρισμού. Επιπλέον, θα πρέπει να τηρούνται κάποια όρια και ισορροπίες μεταξύ του τουρισμού και του περιβάλλοντος της εκάστοτε περιοχής, σε τομείς όπως οι τουριστικές υποδομές.

Επιπρόσθετα, ιδιαίτερα σημαντικό είναι και η δημιουργία τουριστικών υποδομών για την προβολή και την ανάδειξη της πολιτιστικής και περιβαλλοντικής κληρονομιάς κάθε

⁹Κακκώσης Χ., Τσάρτας Π., «Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό», ΕΑΠ, Τόμος Β', σελ. 147

περιοχής. Τέλος, θα πρέπει στις τουριστικές περιοχές όπου το περιβάλλον αποτελεί την «πρώτη ύλη» του προϊόντος να ληφθούν ουσιαστικά μέτρα για την προστασία του¹⁰.

Στην εποχή μας, όπου στις περισσότερες χώρες κυριαρχεί ο μαζικός τουρισμός, μεταξύ άλλων και στην Ελλάδα, η τεράστια τουριστική ανάπτυξη έχει επηρεάσει αρνητικά το περιβάλλον τους. Σε συνδυασμό και με τις κλιματικές αλλαγές και τα ακραία καιρικά φαινόμενα, η προστασία του περιβάλλοντος είναι πλέον αναγκαία. Θα πρέπει να γίνει κατανοητό από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς στον τουριστικό τομέα ότι η ενεργή συμμετοχή τους στην προστασία του περιβάλλοντος είναι ζωτικής σημασίας, τόσο για την επιχειρηματική τους δραστηριότητα, όσο και για την παραχώρηση ενός καλύτερου κόσμου στις επόμενες γενιές.

Συμπερασματικά, οι άμεσα και έμμεσα εμπλεκόμενοι στην τουριστική βιομηχανία και η πολιτική οφείλουν να συνεργαστούν και να θεσπίσουν νόμους και κανόνες που να επιβάλλουν την προστασία του περιβάλλοντος.

Εικόνα 2: Πράσινος Τουρισμός



¹⁰Οικονόμου Σ., Βλάχου Α., (2010), «Διερεύνηση της περιβαλλοντικής επίδοσης των ξενοδοχείων και ενοικιαζόμενων δωματίων στη νήσο Κέρκυρα», Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, ΤΕΙ Καβάλας, Καβάλα

2.2. ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους και πολυτιμότερους τομείς για την οικονομία της χώρας μας. Οι τουρίστες δεν ταξιδεύουν μόνο για να ξεκουραστούν, να διασκεδάσουν και να ανανεωθούν, αλλά και για να απολαύσουν τη φύση, τα ιστορικά μνημεία και το περιβάλλον των τόπων που επισκέπτονται. Όμως, τα τελευταία χρόνια, οι αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, τόσο από τον άνθρωπο, όσο και από την τουριστική ανάπτυξη, όπως η πληθώρα των σκουπιδιών, η ρύπανση, η επέκταση των ξενοδοχείων, η καταστροφή των φυσικών οικοσυστημάτων, κλπ., είναι φανερή. Ιδίως, ο οργανωμένος, μαζικός τουρισμός, θεωρείται από τις βασικότερες αιτίες για την καταστροφή του περιβάλλοντος, λόγω της χρήσης του ως βάση για τις υποδομές.

Ο τουρισμός θα πρέπει να συνεισφέρει και να επιβάλλει την προστασία του περιβάλλοντος, και όχι την καταστροφή του. Τον σκοπό αυτόν έρχεται να εξυπηρετήσει ο πράσινος τουρισμός. Στόχος του πράσινου τουρισμού είναι η ανάπτυξη βιώσιμου τουρισμού μακροπρόθεσμα, αποφεύγοντας τις φυσικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές καταστροφές, συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο στην ευημερία και την ενίσχυση των ανθρώπων και των τουριστικών τόπων.

Επιπλέον, ο Bramwell (1990), ορίζει ως πράσινο τουρισμό «τον τουρισμό που αναβαθμίζει τα τοπικά πολιτιστικά στοιχεία, λειτουργεί κάτω από τον έλεγχο των τοπικών κοινωνιών, παρέχει απασχόληση και διατηρεί τα οικονομικά οφέλη εντός των τοπικών κοινωνιών»¹¹. Στην πραγματικότητα, όμως, ο ορισμός αυτός δεν μπορεί να πιστοποιηθεί, καθώς τα οικονομικά οφέλη, τις περισσότερες φορές, διαχέονται προς το εξωτερικό. Για τον λόγο αυτό, συχνότερα χρησιμοποιείται ο ορισμός, που ορίζει τον πράσινο τουρισμό ως «την ανάπτυξη που καλύπτει τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες»¹². Αποτελεί, δηλαδή, τη φροντίδα της σημερινής ανάπτυξης, χωρίς να υπονομεύει τις δυνατότητες ανάπτυξης των μελλοντικών γενεών. Η πράσινη ανάπτυξη έχει τρεις συνιστώσες:

- Οικονομική,
- Κοινωνική,
- Περιβαλλοντική,

¹¹Υφαντίδου Γ., Σπυριδοπούλου Ε., (2016), «Πράσινος τουρισμός», https://repository.kallipos.gr/pdfviewer/web/viewer.html?file=/bitstream/11419/4262/2/02_c_hapter_6.pdf

¹²<http://www.greenhotels.gr/home/prasinος-tourismos>

οι οποίες απαιτούν ισόρροπη πολιτική συνεκτίμηση¹³.

Το ζήτημα του πράσινου τουρισμού έχει μεγάλη σημασία για την χώρα μας, καθώς ο σχεδιασμός, ο προγραμματισμός και η διαχείριση του τουρισμού και της ανάπτυξης του, υστερούσαν σε θέματα που σχετίζονταν με το περιβάλλον και την προστασία του, σε σχέση με τις ανταγωνιστικές χώρες, όπως η Γαλλία και η Ισπανία. Επιπρόσθετα, η Ελλάδα είναι μια χώρα που διαθέτει πολλούς και εξαιρετικούς φυσικούς πόρους, στοιχείο που επιβάλλει την ανάπτυξη του τουρισμού της με πρότυπα που σέβονται το περιβάλλον και αναδεικνύουν τους πόρους της. Γι' αυτό, άλλωστε, τα τελευταία χρόνια γίνεται εμφανέστερη η ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, που θεωρούνται – όχι τυχαία – ένας ποιοτικός τρόπος ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος, προστατεύοντας ταυτόχρονα και το περιβάλλον.

Στο σημείο αυτό, αξίζει να σημειωθεί ότι η τουριστική βιομηχανία χαρακτηρίζει ως πράσινο τουρισμό ζητήματα που σχετίζονται με την εξοικονόμηση της ενέργειας, την αποφυγή ρύπανσης των ακτών, κλπ. (Κιλιπίρης, 2006)¹⁴. Ενώ, ένα ξενοδοχείο θεωρείται ως «πράσινο» όταν γνωρίζει ότι η λειτουργία του έχει επιπτώσεις στο περιβάλλον, και χρησιμοποιεί τεχνικές και μεθόδους που συνεπάγονται την προστασία του περιβάλλοντος και την εξοικονόμηση ενέργειας. Παρόλο που πολλοί επιχειρηματίες χρησιμοποιούν τον όρο «πράσινος τουρισμός» και «πράσινο ξενοδοχείο» για λόγους μάρκετινγκ και για μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών. Χωρίς βέβαια να αμφισβητείτε το γεγονός ότι η τουριστική βιομηχανία ανταποκρίνεται πλέον στις αρχές των τουριστών για ζητήματα που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος¹⁵.

Σύμφωνα με έρευνα που έχει πραγματοποιηθεί από τον Αγγλικό Οργανισμό Τουρισμού (ETB, 1992), έχουν δημιουργηθεί τέσσερις κατηγορίες που σχετίζονται με τον πράσινο τουρισμό και την συμπεριφορά των τουριστών προς το περιβάλλον. Οι κατηγορίες αυτές είναι οι εξής:

- Αδρανής, οι οποίοι δεν έχουν κανένα ενδιαφέρον για το περιβάλλον
- Περιστασιακοί, οι οποίοι ενδιαφέρονται για το περιβάλλον περιστασιακά

¹³<http://www.greenhotels.gr/home/prasinis-tourismos>

¹⁴Κιλιπίρης, Φ., (2006), «Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη στις μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις (Ξενοδοχεία, Ταξιδιωτικά γραφεία)», Διδακτορική Διατριβή, Θεσσαλονίκη, <https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/375/5/kilipiris.pdf>

¹⁵Κιλιπίρης, Φ., (2006), «Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη στις μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις (Ξενοδοχεία, Ταξιδιωτικά γραφεία)», Διδακτορική Διατριβή, Θεσσαλονίκη, <https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/375/5/kilipiris.pdf>

- Πράσινοι, οι οποίοι έχουν υιοθετήσει την λογική του πράσινου τουρισμού και της προστασία του περιβάλλοντος
- Πρωτοπόροι, οι οποίοι έχουν δρουν αποκλειστικά και μόνο με βάση την προστασία του περιβάλλοντος.

Εικόνα 3: Πράσινα Ξενοδοχεία



2.3. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Με την πάροδο των χρόνων και την ανάπτυξη του τουρισμού, η ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος κρίνεται απαραίτητη. Το γεγονός αυτό έχει υιοθετήσει και το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού, που πλέον κατηγοριοποιεί τις καταναλωτικές του συνήθειες με βάση τις συνέπειες που έχουν στο περιβάλλον, ακόμα κι αν αυτές είναι ακριβότερες από τα άλλα προϊόντα (Han, et. al., 2010)¹⁶. Η αλλαγή αυτή στην συμπεριφορά του καταναλωτή, παρατηρείται και στα τουριστικά προϊόντα, με αποτέλεσμα, για παράδειγμα

¹⁶Han, H. Hsu, L. and Sheu, C. (2010), «Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities», *Tourism Management*, 31, pp. 325–334

ξενοδοχεία που δεν σέβονται και δεν τηρούν πρακτικές για την προστασία του περιβάλλοντος, να μην αποτελούν επιλογές των τουριστών (Manaktola, Jauhari, 2007)¹⁷.

Η τουριστική βιομηχανία και η επιχειρήσεις της διακρίνοντας την ανάγκη αυτή των καταναλωτών, άρχισαν να εξετάζουν και να εφαρμόζουν πρακτικές περισσότερο φιλικές με το περιβάλλον (Bohdanowics, 2006)¹⁸. Ήδη από τα μέσα της δεκαετίας του '90, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ξεκίνησαν να προσαρμόζονται στις φιλικές τεχνικές και να συμμετέχουν σε προγράμματα ανακύκλωσης, στη χρήση φωτισμού χαμηλής κατανάλωσης, στη χρήση της ηλιακής ενέργειας, στη χρήση συστημάτων διαχείρισης των υδάτων, κλπ. (Honey, Stewart, 2002)¹⁹. Επιπλέον, εκτός από τα οφέλη προς το περιβάλλον, η μετατροπή ενός ξενοδοχείου σε «πράσινο», βοηθάει στην εξοικονόμηση χρημάτων προς όφελος των επιχειρηματιών.

Ειδικότερα, το Grand Hyatt Dubai²⁰, λειτουργεί με βάση τους περιβαλλοντικούς κανονισμούς και πρότυπα, εφαρμόζοντας τις πολιτικές του μέσω μιας συντονισμένης περιβαλλοντικής διαχείρισης του συστήματος. Πιο αναλυτικά, το ξενοδοχείο έχει επενδύσει σε προηγμένα συστήματα για την προστασία του περιβάλλοντος, όπως συστήματα διαχείρισης των υδάτων και ηλιακά συστήματα θέρμανσης, και έχει καταφέρει να μειώσει την εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα κατά 630 τόνους, χρησιμοποιώντας, απλά, LED φωτισμό. Ενώ, προσπαθεί να ελαχιστοποιήσει και την παραγωγή απορριμμάτων και αποβλήτων, με αποτέλεσμα να μειώσει κατά μειώσει τα έξοδα του κατά 65%.

Τα ξενοδοχεία Sani Resort, έχουν καταφέρει να εξοικονομήσουν περίπου \$10 εκατομμύρια μειώνοντας την ενεργειακή κατανάλωση κατά 16%. Ακόμη, η επιχείρηση χρησιμοποιεί συστήματα εξοικονόμησης του νερού και ανακυκλώνει μηνιαίως 2 τόνους χαρτί, 4.5 τόνους γυαλί, 660 κιλά μαγειρικά έλαια και 30 κιλά μπαταρίες. Ενώ, συμμετέχει σε δράσεις αναδάσωσης σε τοπικό, αλλά και διεθνές επίπεδο, με χαρακτηριστικό παράδειγμα το ξενοδοχείο στην Χαλκιδική, όπου το 2010 φυτεύτηκαν περίπου 5.500 δέντρα. Επιπρόσθετα, ο ξενοδοχειακός όμιλος Aldemar χρησιμοποιεί συστήματα για την προστασία

¹⁷Manaktola, K., Jauhari, V.,(2007), «Exploring consumer attitude and behavior towards green practices in the lodging industry in India», *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, (5), pp. 364–377

¹⁸Bohdanowicz, P., (2006), «Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries—survey results», *International Journal of Hospitality Management*, 25, pp.662–682

¹⁹Honey, M. and Stewart, M. (2002), «The Evolution of Green Standards for Tourism», Honey, M. *Ecotourism & Certification: Setting Standards in Practice*, Washington: Island Press, pp. 33-71

²⁰<https://dubai.grand.hyatt.com/en/hotel/our-hotel.html>

των υδάτινων πόρων, βιολογικό καθαρισμό, ανακυκλώνει χαρτί, γυαλί και πλαστικό, και έχει καταφέρει να καλύπτει το 85% των αναγκών του με ηλιακή ενέργεια.

Συμπερασματικά, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχουν διαπιστώσει ότι η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί ισχυρό εργαλείο για θέματα μάρκετινγκ, καθώς και για την αύξηση των κερδών τους. Για τον λόγο αυτό, γίνονται συνεχώς προσπάθειες να μετατρέψουν τις εγκαταστάσεις τους σε «πράσινες» και να στηρίζουν την προστασία των περιβαλλοντικών και φυσικών πόρων. Σύμφωνα άλλωστε και με έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί, το 90% των τουριστών θα επέλεγε να μείνει σε ένα «πράσινο» ξενοδοχείο, που σέβεται και προστατεύει το περιβάλλον (Han, et. al., 2011)²¹. Για τον λόγο αυτό, αλλά και για την αποφυγή ψευδών αναφορών για «πράσινα» ξενοδοχεία, έχουν δημιουργηθεί πιστοποιήσεις, οι οποίες θα αναλυθούν στη συνέχεια, που δηλώνουν κατά πόσο μια επιχείρηση καθίσταται φιλική προς το περιβάλλον.

²¹Han, H. Hsu, L. Lee, J. and Sheu, C. (2011), «Are lodging customers ready to go green? An examination of attitudes, demographics, and eco-friendly intentions», *International Journal of Hospitality Management*, **30**, p.p. 345–355

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με την πάροδο των ετών, η ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος, σε όλους τους τομείς, έγινε ακόμα μεγαλύτερη. Ιδίως στον τομέα του τουρισμού, ο οποίος βασίζεται στην ανάπτυξη του και την επιτυχία του στο ευρύτερο περιβάλλον, φυσικό και πολιτιστικό, η ανάγκη αυτή είναι ακόμα μεγαλύτερη. Ειδικά, εάν αναλογιστεί κανείς ότι η τουριστική βιομηχανία ευθύνεται για το 5% παγκοσμίως των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα, γίνεται κατανοητό ότι η ευθύνη του για την κλιματική αλλαγή και την καταστροφή του περιβάλλοντος είναι σημαντική. Για τον λόγο αυτό, έχουν προταθεί μέτρα και πρακτικές που θα πρέπει ή έχουν ήδη εφαρμοστεί στον τουριστικό τομέα με σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος.

Σήμερα, πολλές επιχειρήσεις έχουν πραγματοποιήσει περιβαλλοντικές επιθεωρήσεις με σκοπό να αξιολογήσουν την περιβαλλοντική τους επίδοση, και έχουν προσπαθήσει να διαμορφώσουν ανάλογα τις λειτουργίες τους. Ωστόσο, οι μεμονωμένες ενέργειες δεν είναι πάντα επαρκείς ώστε να διασφαλίσουν ότι η επιχείρηση ικανοποιεί και λειτουργεί σύμφωνα με τις πρακτικές αυτές. Προκειμένου η λειτουργία των επιχειρήσεων να είναι αποτελεσματική, θα πρέπει να υπάρχει ένα δομημένο σύστημα διαχείρισης και αξιολόγησης των πρακτικών που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις.

Η αύξηση των περιβαλλοντικών προβλημάτων και η σύγχρονη τάση για την προστασία του και τον σεβασμό του, καθώς και η υποχρέωση για συμμόρφωση προς τους κανονισμούς και τους νόμους, οδήγησαν τις επιχειρήσεις στην ανάπτυξη των συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης. Οι επιχειρήσεις πλέον, ενσωματώνουν περιβαλλοντικές πρακτικές, υιοθετούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και εφαρμόζουν διάφορα εργαλεία, όπως τα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης, με σκοπό να βελτιώσουν την λειτουργία τους (Μανδαράκα, Γεωργακόπουλος, 2006)²².

Για να γίνει περισσότερο κατανοητό, στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ο ορισμός των συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης. Συγκεκριμένα. Ως σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης (ΣΠΔ – EMS) ορίζεται «το σύνολο των ενεργειών το οποίο οδηγεί μια επιχείρηση στην υιοθέτηση και στην εφαρμογή περιβαλλοντικών πρακτικών». Τα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης αποτελούν, σε γενικές γραμμές, ένα σύνολο

²²Μανδαράκα Μ., Γεωργακόπουλος Κ.Α., (2006), «Ελληνική Βιομηχανία: προς την οικονομία της γνώσης», ΤΕΕ, Αθήνα

δραστηριοτήτων, διαδικασιών, πρακτικών και πόρων που έχουν ως στόχο την αντιμετώπιση και την αποφυγή των περιβαλλοντικών συνεπειών από τα προϊόντα, τις υπηρεσίες και τις λειτουργίες των επιχειρήσεων (Μανδαράκα, 2004)²³. Ο κύριος σκοπός τους είναι η συνεχής βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων μιας επιχείρησης, η συμμόρφωση τους με τη νομοθεσία, η ικανοποίηση της περιβαλλοντικής πολιτικής και πρόληψη της περιβαλλοντικής καταστροφής. Τέλος, πρόκειται για ένα οργανωμένο σύστημα που εξυπηρετεί στην γενικότερη βελτίωση της λειτουργίας μιας επιχείρησης, αλλά και στην βιωσιμότητα της.

Τα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης ενσωματώνονται στο γενικό σύστημα διαχείρισης της επιχείρησης και στοχεύει στην περιβαλλοντική της επίδοση. Είναι σημαντικό η επιχείρηση, να αξιολογεί ανά διαστήματα την επίδοσή της, ώστε να μπορούν να εφαρμοστούν αλλαγές και βελτιώσεις, με σκοπό την καλύτερη απόδοση της (ΕΛΟΤ EN ISO, 1997)²⁴. Ένα σωστά δομημένα σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης θα πρέπει να είναι περιβαλλοντικά ορθό, κοινωνικά υπεύθυνο και οικονομικά βιώσιμο.

Στη συνέχεια θα παρουσιαστούν και θα αναλυθούν τα περιβαλλοντικά πρότυπα που αφορούν τον τουριστικό τομέα, αλλά και οι πιστοποιήσεις που μπορεί να αποκτήσεις μια επιχείρηση για να «αποδείξει» την περιβαλλοντική της λειτουργία.

3.1. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Συχνά οι όροι «περιβαλλοντική πιστοποίηση» και «οικολογικό σήμα» συγχέονται, ωστόσο έχουν αρκετές διαφορές. Ενώ η περιβαλλοντική πιστοποίηση δίνεται σε οργανισμούς που πληρούν απόλυτα ένα ελάχιστο σύνολο κριτηρίων, το οικολογικό σήμα δίνεται σε οργανισμούς που έχουν καλύτερη απόδοση από άλλους οργανισμούς στον ίδιο τομέα και βασίζονται σε κάποια βαθμολόγηση. Τα πρότυπα που απευθύνονται στον τουρισμό έχουν συνήθως και τους δύο τρόπους αξιολόγησης, δηλαδή κάποια ελάχιστα κριτήρια που πρέπει να πληρούνται και επιπλέον βαθμολόγηση, όπως τα οικολογικά σήματα.

Σύμφωνα με το Center on Ecotourism and Sustainable Development, τα προγράμματα πιστοποίησης διαφοροποιούνται μεταξύ τους, ανάλογα με κάποιους παράγοντες. Μερικοί από τους παράγοντες αυτούς έχουν να κάνουν με το αν οι επιχειρήσεις

²³Μανδαράκα Μ., (2004), «Συστήματα και εργαλεία περιβαλλοντικής διαχείρισης», Διδακτικές Σημειώσεις

²⁴ΕΛΟΤ EN ISO, (1997), «Συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης – Προδιαγραφές με καθοδήγηση για την χρήση τους», Αθήνα

αξιολογούν τη διαδικασία ή το αποτέλεσμα, αν υπάρχουν πολλαπλά επίπεδα κατηγοριοποίησης ή αποδοχή/απόρριψη των υποψηφίων και τέλος, αν το πρόγραμμα χαρακτηρίζεται ως πιστοποίηση ή ως οικολογικό σήμα. Υπάρχουν προγράμματα τα οποία βασίζουν την αξιολόγησή τους στις διαδικασίες που ακολουθεί η επιχείρηση και τη βελτίωση αυτών, χωρίς ωστόσο να ορίζουν συγκεκριμένες επιδόσεις. Έτσι, τα καταλύματα δεν συγκρίνονται μεταξύ τους, αλλά το καθένα συγκρίνει τις λειτουργίες του με αυτές των προηγούμενων περιόδων λειτουργίας του. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν τα πρότυπα ISO 9000 και 14001.

Αντίθετα, υπάρχει η κατηγορία προγραμμάτων, η οποία στηρίζεται στη συμμόρφωση ή όχι επιχειρήσεων με συγκεκριμένα κριτήρια που θέτουν εξωτερικοί φορείς. Έτσι, οι επιχειρήσεις συγκρίνονται με βάση τις περιβαλλοντικές τους αποδόσεις. Τα πρότυπα που στοχεύουν στο βιώσιμο τουρισμό έχουν στοιχεία και από τις δύο κατηγορίες προτύπων, αλλά δίνουν κυρίως έμφαση στο κομμάτι της απόδοσης. Η βαθμολόγηση θεωρείται καλύτερος τρόπος αξιολόγησης των περιβαλλοντικών πρακτικών απ' ό,τι το σύστημα αποδοχής/απόρριψης των υποψηφίων επιχειρήσεων, καθώς συμβάλλει σημαντικά στη σύγκριση μεταξύ των καταλυμάτων, σε ένα πλαίσιο κοινών κριτηρίων. Παράλληλα, παρακινεί τις επιχειρήσεις να βελτιώσουν τη βαθμολογία τους, άρα βοηθά στο ευρύτερο επίπεδο βιωσιμότητας του τουρισμού.

Σύμφωνα με τον ορισμό του ISO (GLOBAL ECOLABELLING NETWORK, 2004) υπάρχουν τρία είδη ετικετών περιβαλλοντικής απόδοσης:

- Ένα εθελοντικό - βασισμένο σε πολλά κριτήρια - πρόγραμμα τρίτων, που αποδίδει μια άδεια η οποία επιτρέπει τη χρήση των οικολογικών σημάτων για τα προϊόντα που υποδεικνύει ως περιβαλλοντικά προτιμητέα σε μια κατηγορία προϊόντων, με βάση τις εκτιμήσεις του κύκλου ζωής.
- Ενημερωτικές περιβαλλοντικές δηλώσεις από την ίδια την εταιρεία. Σε αυτή την περίπτωση η εταιρεία ισχυρίζεται πως το προϊόν της έχει συγκεκριμένες περιβαλλοντικές ιδιότητες, αλλά δεν υπάρχει εξακρίβωση από κάποιον αρμόδιο φορέα.
- Εθελοντικά προγράμματα που παρέχουν ποσοτικοποιημένα περιβαλλοντικά δεδομένα ενός προϊόντος, σύμφωνα με προκαθορισμένες κατηγορίες των παραμέτρων που ορίζονται από τρίτους, με βάση την αξιολόγηση του κύκλου ζωής και ελέγχεται από τους ίδιους ή άλλους ειδικούς.

Τα πιο γνωστά περιβαλλοντικά πρότυπα είναι:

- **Travel Forever**, του Διεθνούς Συμβουλίου Βιώσιμου Τουρισμού (Global Sustainable Tourism Council²⁵)
- **Green Leaders**²⁶, της εταιρείας TripAdvisor, το οποίο διακρίνεται σε τέσσερα επίπεδα (bronze, silver, gold, platinum)
- **Travel Foundation**, ανεξάρτητος, μη κερδοσκοπικός οργανισμός
- **Green Globe Certification**, αξιολογεί τις επιδόσεις της βιωσιμότητας ταξιδιωτικών και τουριστικών επιχειρήσεων
- **EU Eco Label**²⁷, για τουριστικά καταλύματα, που προσδιορίζει και προβάλλει τουριστικές επιχειρήσεις που σέβονται το περιβάλλον
- **Green Key**²⁸, του Γαλλικού Ιδρύματος για την περιβαλλοντική Εκπαίδευση στην Ευρώπη
- **The Mohonk Agreement**, συμφωνία²⁹ της Νέας Υόρκης, κατά τη διάρκεια της συνάντησης του αμερικάνικου Institute for Policy Studies, το Νοέμβριο του 2000

Καθένα από τα παραπάνω περιβαλλοντικά πρότυπα, διαθέτει τις δυνατότητες και τις αδυναμίες του, οι οποίες έχουν κυρίως να αντιμετωπίσουν προβλήματα δυσκολίας στην εφαρμογή τους, λόγω επιπλέον δαπανών που απαιτούνται. Παρόλα αυτά, οι ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις οφείλουν να ερευνούν τα πλεονεκτήματα έναντι ορισμένων μειονεκτημάτων και να καταλήγουν στο αν και πόσο σημαντικότερα οφέλη προκύπτουν από την εφαρμογή περιβαλλοντικών προγραμμάτων.

3.1.2. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΠΟΝΟΜΗΣ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΩΝ ΑΣΤΕΡΙΩΝ - GREEN STAR RATING

²⁵ Διεθνής Οργανισμός για τη δημιουργία και τη διαχείριση των προτύπων για τον αειφόρο τουρισμό

²⁶ Δωρεάν, εθελοντικό πρόγραμμα του TripAdvisor

²⁷ Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα

²⁸ Διεθνές Περιβαλλοντικό Σήμα

²⁹ Ορίζει ότι τα προγράμματα πιστοποίησης τουρισμού, θα πρέπει να προσαρμοστούν για να ταιριάζουν σε συγκεκριμένες γεωγραφικές ιδιαιτερότητες και τομείς της τουριστικής βιομηχανίας

Άξιο αναφοράς και θέματος ως προς συζήτησης αποτελεί το γεγονός ότι υπάρχει μία πολύ άμεση σχέση ανάμεσα στην περιβαλλοντική ευαισθησία ενός ξενοδοχείου και στην αξιολόγηση του, η οποία πραγματοποιείται μέσω του «green star rating». Το «green star Hotel rating system» είναι βασισμένο σε ένα πρόγραμμα πιστοποίησης όπου λεγόμενα «πράσινα αστέρια» αποδίδονται ως βραβείο με βάση το επίπεδο της περιβαλλοντικής ευαισθησίας του ξενοδοχείου. Για να απολαύει ένα ξενοδοχείο την πιστοποίηση ως «Green Star Hotel» χρειάζεται αφοσίωση.

Εκτός αυτού το ξενοδοχείο για να περάσει με επιτυχία το στάδιο της επιβεβαίωσης της ικανότητας του ως προς την εγκατάσταση του, πρέπει να ικανοποιεί όλα τα υποχρεωτικά κριτήρια κατά 100%. Επιπλέον περιβαλλοντικές και κοινωνικές δράσεις και πρωτοπόρες περιβαλλοντικές πρακτικές οφείλουν να υπάρχουν. Αυτή η διαδικασία πρόκειται να επαληθευτεί από ένα ανεξάρτητο οικονομικό έλεγχο και από μία ανεξάρτητη επιτροπή.

Σε περίπτωση που τα υποχρεωτικά κριτήρια ικανοποιούνται στο έπακρο και εξαρτωμένου του κατά πόσο εντατική είναι η αφοσίωση του ξενοδοχείου για βιωσιμότητα τότε του αποδίδονται από 3 μέχρι 5 πράσινα αστέρια. Ο αριθμός των αστεριών εξαρτάται από τους πόντους που κάθε ξενοδοχείο θα συγκεντρώσει από την κάθε κατηγορία κριτηρίων.

Όσον αφορά την αξιολόγηση των οικολογικών ξενοδοχείων αυτή μοιράζεται σε 3 κατηγορίες:

- **“GOOD” και 3 αστέρια:** Η κατάταξη αυτή σημαίνει ότι το ξενοδοχείο είναι φιλικό προς το περιβάλλον και ότι εκθέτει μία υψηλή σε σύγκριση με άλλα ξενοδοχεία περιβαλλοντική δέσμευση. Η διοίκηση του ξενοδοχείου καθώς και οι υπάλληλοι του είναι εξολοκλήρου εμπλουτισμένοι με την αίσθηση της προστασίας της φύσης και του περιβάλλοντος. Τέλος, σημαίνει ότι συνεχίζονται να λαμβάνονται μέτρα για την καλύτερη ακόμη προστασία.
- **“VERY GOOD” και 4 αστέρια:** Η κατάταξη αυτή σημαίνει ότι ξενοδοχείο είναι πολύ φιλικό προς το περιβάλλον και ότι βρίσκεται σε μία συνεχή προσπάθεια προστασίας του περιβάλλοντος μέσω επενδύσεων και ανακοινώσεων περί αυτού. Το ξενοδοχείο διαφέρει με αξιοσημείωτο τρόπο από άλλα ξενοδοχεία στην περιβαλλοντική του διοίκηση. Η προστασία της φύσης και του περιβάλλοντος έχει την ίδια σημαντικότητα τόσο για τη διοίκηση του ξενοδοχείου όσο και για τους εργαζόμενους του. Τέλος η κατάταξη αυτή υποδηλώνει ότι και τα δύο τμήματα που προαναφέρθηκαν από κοινού αφιερώνουν τις προσπάθειες τους στην συνεχόμενη βελτίωση της προστασίας του περιβάλλοντος.

- **“EXCELLENT” και 5 αστέρια:** Η κατάταξη αυτή σημαίνει ότι το ξενοδοχείο διαφέρει κατά έναν πολύ ξεχωριστό τρόπο για την φιλικότητα του ως προς το περιβάλλον και ότι ανήκει σε μία μικρή ομάδα ξενοδοχείων η οποία δείχνει μία υψηλή δέσμευση σε μία εντατική και συνεχόμενη προστασία της φύσης και του περιβάλλοντος ως προς όλες τις κατευθύνσεις. Η διοίκηση όπως και το ανθρώπινο δυναμικό έχουν ως πρώτη προτεραιότητα τους την προστασία της φύσης και του περιβάλλοντος σε όλα τα μήκη και πλάτη της έννοιας του. Στην σημερινή εποχή υπάρχουν πάρα πολλά διαδικτυακά προγράμματα ανά τον κόσμο τα οποία αναλαμβάνουν την αξιολόγηση οικολογικών ξενοδοχείων και βάσει αυτού τα αναδεικνύουν μέσα από τα sites τους ως οικολογικές προτάσεις, αποδίδοντας κάθε φορά τον ανάλογο αριθμό των «green star».

Ένα τέτοιο αξιολογικό πρόγραμμα είναι το «eco hotels of the world». Πρόκειται για ένα δωρεάν διαδικτυακό πρόγραμμα, το οποίο δημιουργήθηκε ως μία online βιτρίνα για όλα εκείνα τα ξενοδοχεία τα οποία είναι φιλικά προς το περιβάλλον, αποτελώντας την πιο κατανοητή στον απλό κόσμο λίστα «Eco Hotel», αλλά και ανεξάρτητη από κάθε είδους συμφέροντα. Το πρόγραμμα αυτό συνδέει με ένα πολύ επιδέξιο τρόπο τα συστατικά του κάθε ξενοδοχείου, που το καθιστούν φιλικό προς το περιβάλλον, με την αξιολόγηση του. Όλες οι διαδικτυακές φόρμες, οι οποίες χρησιμοποιούνται στο παρόν πρόγραμμα, είναι φόρμες που αξιολογούν 5 βασικά στοιχεία για το εκάστοτε ξενοδοχείο προκειμένου, αφενός, να το συμπεριλάβουν στην λίστα τους και αφετέρου να του αποδώσουν τον κατάλληλο βαθμό κατάταξης.

Ειδικότερα, στη φόρμα αυτή περιλαμβάνεται η αξιολόγηση του νερού της ενέργειας των αποθεμάτων της περιβαλλοντικής δραστηριότητας καθώς επίσης και η προστασία του περιβάλλοντος. Κάθε κατηγορία αξιολογείται με ένα έως και πέντε αστέρια. Το τελικό αποτέλεσμα προκύπτει από το μέσο όρο που θα απολάβει το ξενοδοχείο σε κάθε κατηγορία και ύστερα συνολικά και στις πέντε. Ο βαθμός σε κάθε κατηγορία θα αποδοθεί ανάλογα με το κατά πόσο κάθε ξενοδοχείο καθρεφτίζει τις περιβαλλοντικές ευαισθησίες του, το οποίο το καθιστούν επάξιο να συμπεριληφθεί στην εν λόγω λίστα των περιβαλλοντικών ξενοδοχείων του κόσμου.

3.2. ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Σήμερα, υπάρχουν πολλές διεθνής και τοπικές πιστοποιήσεις για την περιβαλλοντική διαχείριση των επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα. Τα πιο γνωστά, παγκοσμίως, είναι το πρότυπο ISO 14001 και ο κανονισμός EMAS. Επιπλέον, έχουν δημιουργηθεί και οικολογικά σήματα τα οποία αποτελούν μια πιο εξειδικευμένη κατηγορία πιστοποίησης. Τα πιο γνωστά από αυτά είναι το Green Key διεθνώς και το EU Eco – Label, στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ενώ, έχουν αναπτυχθεί και άλλα οικολογικά σήματα, λιγότερο γνωστά, όπως το Green Globe και το Travel Life. Παρακάτω θα γίνει ανάλυση μερικών από των προτύπων που αναφέρθηκαν.

3.2.1. ΠΡΟΤΥΠΟ ISO 14001



Το ISO 14001 αποτελεί ένα διεθνές πρότυπο, που εκδόθηκε από τον Διεθνή Οργανισμό Τυποποίησης (ISO) το 1996, ενώ στα τέλη του 2004, εκδόθηκε η νέα του έκδοση 14001:2004. Η εφαρμογή του έχει ως στόχο τη βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων μιας επιχείρησης, θέτοντας μετρήσιμους στόχους για την πρόληψη των περιβαλλοντικών επιπτώσεων που προκύπτουν από τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Αναλυτικότερα, αφορά την καλύτερη και αποτελεσματικότερη λειτουργία της επιχείρησης, συνδυάζοντας την με την εξοικονόμηση πόρων και τη δημιουργία κερδών.

Με τη χρήση του, οι επιχειρήσεις μπορούν να μειώσουν την περιβαλλοντικής τους επίδραση και να βελτιώσουν την απόδοσή τους. Ταυτόχρονα, είναι αρκετά ευέλικτο και μπορεί να εφαρμοστεί σε όλων των ειδών των τουριστικών επιχειρήσεων, τόσο για τις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις από την λειτουργία τους, όσο και στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχουν.

3.2.2. ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ EMAS

Το EMAS (Eco – Management and Audit Scheme) είναι ένας Ευρωπαϊκός Κανονισμός Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου, ο οποίος εφαρμόζεται από το 1995, και επιτρέπει στις επιχειρήσεις να αξιολογήσουν και να βελτιώσουν τις περιβαλλοντικές τους επιδόσεις. Οι βασικοί του στόχοι είναι η βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων των επιχειρήσεων, η συμμόρφωση τους με την περιβαλλοντική νομοθεσία και η γνωστοποίηση των περιβαλλοντικών επιτυχιών της επιχείρησης.



Το σύστημα αυτό, εκτός από τον Κανονισμό που έχει εκδοθεί, χρησιμοποιεί ως βάση εφαρμογής του το πρότυπο ISO 14001, με σκοπό τον πλήρη έλεγχο και τη συνεχή βελτίωση της λειτουργίας της επιχείρησης. Η πορεία που ακολουθείται για την εφαρμογή του κανονισμού EMAS έχει ως εξής:

- Περιβαλλοντική πολιτική της επιχείρησης
- Αρχική περιβαλλοντική ανάλυση
- Εκπόνηση περιβαλλοντικού προγράμματος
- Εφαρμογή περιβαλλοντικού προγράμματος
- Περιβαλλοντική δήλωση
- Επαλήθευση – Δημοσιοποίηση

3.2.3. ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΑ GREEN KEY

Το Green Key αποτελεί ένα σύστημα περιβαλλοντικής πιστοποίησης των τουριστικών επιχειρήσεων, το οποίο δημιουργήθηκε από το Ίδρυμα για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση (FEE – Foundation for Environmental Education), και έχει ως σκοπό την ευαισθητοποίηση των ανθρώπων που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος.

Η εφαρμογή του αφορά την περιβαλλοντική διαχείριση της επιχείρησης και την περιβαλλοντική εκπαίδευση των ανθρώπων που εμπλέκονται με την επιχείρηση, όπως το προσωπικό, οι επισκέπτες, οι συνεργάτες, κλπ. Επιπρόσθετα, η εφαρμογή του σήματος Green Key διαθέτει τις εξής προδιαγραφές:

- Περιβαλλοντική διαχείριση
- Συμμετοχή προσωπικού
- Πληροφόρηση πελατών
- Διαχείριση νερού
- Πλύσιμο και Καθαρισμός
- Διαχείριση απορριμμάτων
- Ενέργεια
- Τρόφιμα και Ποτά
- Εσωτερικό περιβάλλον
- Κήποι και Χώροι Στάθμευσης
- Πράσινες δραστηριότητες
- Διοίκηση



Το σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης, Green Key, είναι φανερό ότι θέλει να καλύψει όλα τα πεδία εφαρμογής μια επιχείρησης και έχει ως στόχο την αποτελεσματικότερη περιβαλλοντική διαχείριση των επιχειρήσεων, καθώς και την ταυτόχρονη ευαισθητοποίηση των ανθρώπων που εμπλέκονται με την επιχείρηση.

3.2.4. ΠΡΟΤΥΠΟ TRAVEL LIFE

Το Travel Life είναι ένα σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης, το οποίο ξεκίνησε να εφαρμόζεται το 2007 και έχει ως σκοπό τη βελτίωση των περιβαλλοντικών, των κοινωνικών και των οικονομικών επιπτώσεων των επιχειρήσεων που σχετίζονται με τον



τουρισμό. Έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο, ώστε να αποτελεί ένα δίκαιο και προσιτό σύστημα για τις επιχειρήσεις βοηθώντας τις στην αποτελεσματικότερη λειτουργία τους και στην βιωσιμότητα τους. Η εφαρμογή του βασίζεται στις εξής κατηγορίες:

- Γενικές λειτουργίες
- Λειτουργίες στο γραφείο και στις πωλήσεις

- Διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας
- Πελάτες

3.2.5. ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΑ ECO – LABEL

Το οικολογικό σήμα EU Eco – Label, ξεκίνησε να εφαρμόζεται το 1992 σύμφωνα με τον κανονισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης 880/92/ΕΟΚ³⁰, με σκοπό να παροτρύνει τις επιχειρήσεις του τουρισμού να στραφούν σε οικολογικότερα και φιλικότερα προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες. Ο νέος κανονισμός που εκδόθηκε το 2010 και καθιέρωσε το οικολογικό σήμα EU Eco - Label³¹ έχει ως σκοπό τη μείωση και την πρόληψη των αρνητικών συνεπειών προς το περιβάλλον, από την κατανάλωση των προϊόντων και των υπηρεσιών.

Στο επόμενο κεφάλαιο θα παρουσιαστεί εκτενέστερο το σήμα EU Eco – Label, ενώ στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 8) παρουσιάζεται συνοπτικά ένας συγκριτικός πίνακας των συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης.



³⁰Κανονισμός ΕΟΚ αριθμ. 880/92 του Συμβουλίου της 23^{ης} Μαρτίου 1992, σχετικά με το κοινοτικό σύστημα απονομής οικολογικού σήματος

³¹Κανονισμός ΕΚ αριθμ. 66/2010 του ΕΚ και του Συμβουλίου της 25^{ης} Νοεμβρίου 2009, σχετικά με το οικολογικό σήμα της ΕΕ (EU Eco – Label)

Πίνακας 2: Συγκριτικός πίνακας Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

	ISO 14001	Eco-Label	Green-key	Travelife
Μορφή	Διεθνές πρότυπο - Self-commitment	Award	Self-commitment	Self-commitment
Ορισμός	Ένα δομημένο σύνολο κατευθυντήριων οδηγιών & γενικών απαιτήσεων το οποίο σχεδιάζεται για να βοηθήσει μια επιχείρηση ώστε να μειώσει την επίδραση της στο περιβάλλον χρησιμοποιώντας διάφορες επιχειρηματικές πρακτικές νομιμότητας της λειτουργίας του καταλύματος	Ευρωπαϊκός κανονισμός με συγκεκριμένα κριτήρια που ως στόχο έχουν την περιβαλλοντική αναβάθμιση του προϊόντος	Σήμα περιβαλλοντικής διαχείρισης τουριστικών μονάδων που ως στόχο έχουν την προώθηση του αειφόρου τουρισμού.	Είναι μια πρωτοπόρος πρωτοβουλία κατάρτισης, διαχείρισης και πιστοποίησης για τις τουριστικές επιχειρήσεις που δεσμεύονται να επιτύχουν τη βιωσιμότητα.
Κατηγορίες κριτηρίων	Το όλο πρόγραμμα δομείται ανάλογα με τις ανάγκες τις επιχειρήσεις. Αλλά οι βασικές πτυχές του είναι: Περιβαλλοντική πολιτική Περιβαλλοντική ανασκόπηση Πρόγραμμα διαχείρισης περιβαλλοντικών πτυχών Εκπαίδευση προσωπικού	Ενέργεια Νερό Απορρυπαντικά και απολυμαντικά Απορρίμματα Άλλες υπηρεσίες Γενική Διαχείριση	Περιβαλλοντική διαχείριση Συμμετοχή του Προσωπικού Πληροφόρηση των πελατών Διαχείριση Νερού Πλύσιμο και καθαρισμός Διαχείριση Απορριμμάτων Ενέργεια Τρόφιμα και ποτά Εσωτερικό περιβάλλον Κήποι και χώροι στάθμευσης Πράσινες δραστηριότητες Διοίκηση	Γενικές λειτουργίες Λειτουργίες στο γραφείο και στις πωλήσεις Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας Πελάτες
Περιορισμοί / Πλεονεκτήματα	Απαιτείται νομοθετική συμμόρφωση (δηλαδή το κατάλυμα θα πρέπει να είναι πλήρως νόμιμο) Επικεντρώνεται στη συνεχή βελτίωση του συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης που εφαρμόζει η επιχείρηση. Γίνονται συστάσεις έτσι όλοι οι προμηθευτές και υπεργολάβοι πρέπει να συμμορφώνονται με την περιβαλλοντική πολιτική τους.	Απαιτείται νομοθετική συμμόρφωση (δηλαδή το κατάλυμα θα πρέπει να είναι πλήρως νόμιμο) Γίνονται συστάσεις έτσι όλοι οι προμηθευτές και υπεργολάβοι πρέπει να συμμορφώνονται με την περιβαλλοντική πολιτική τους.	Χρειάζεται μία υπεύθυνη δήλωση περί πλήρους νομιμότητας της λειτουργίας του καταλύματος	Απαιτείται ενημέρωση του επιθεωρητή σχετικά με τη νομιμότητα της λειτουργίας του καταλύματος
Έλεγχος	Τρία χρόνια αλλά απαιτείται ετήσιος έλεγχος συμμόρφωσης	Διετής έλεγχος	Ετήσιος έλεγχος συμμόρφωσης	Ετήσιος έλεγχος συμμόρφωσης
Φορέας πιστοποίησης	TUV - ΕΛΟΤ	ΑΣΑΟΣ - ΥΠΕΚΑ	Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης (ΜΚΟ)	Πιστοποιημένοι ελεγκτές του ίδιου του φορέα (ΑΒΤΑ - Βρετανικός Ταξιδιωτικός Σύνδεσμος)
Αναγνώριση	Παγκόσμια αναγνώριση	Παγκόσμια αναγνώριση	Παγκόσμια αναγνώριση	Αναγνώριση μόνο στην Ε.Ε.

Πηγή:

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ECO – LABEL

4.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ECO - LABEL

Ο τουρισμός αποτελεί ένα τομέα ο οποίος έχει να επιδείξει αρκετά σήματα πιστοποίησης για το σεβασμό προς το περιβάλλον, είτε των ξενοδοχειακών μονάδων, είτε των τουριστικών προορισμών, όπως για παράδειγμα η γνωστή σε όλους μας μπλε σημαία για τις ακτές. Τα σήματα αυτά απονέμονται, από ανεξάρτητους κυρίως φορείς, αν και εφόσον ικανοποιούνται ορισμένα οικολογικά κριτήρια. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, βασικό αντικείμενο ανάλυσης της παρούσας εργασίας, αποτελεί το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα (Eco - Label), το οποίο καθιερώθηκε το 1992 μέσω του κανονισμού 880/92/ΕΟΚ της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με σκοπό την παρότρυνση των επιχειρήσεων για φιλικότερα προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες. Το λουλούδι με τα δώδεκα αστέρια, που συνιστά το λογότυπο του Eco - Label, αποτελεί το χαρακτηριστικό των προϊόντων και των υπηρεσιών στα οποία έχει απονεμηθεί η οικολογική αυτή σήμανση, διευκολύνοντας με αυτό τον τρόπο το καταναλωτικό κοινό στο να εντοπίζει εύκολα τα οικολογικά προϊόντα.

Το λογότυπο του Ευρωπαϊκού Οικολογικού Σήματος, αφενός απονέμεται μόνο εάν το προϊόν ή η υπηρεσία πληρούν τα υψηλά περιβαλλοντικά πρότυπα και τις απαραίτητες επιδόσεις και αφετέρου η απονομή του πιστοποιεί ότι το προϊόν είναι φιλικό προς το περιβάλλον καθ' όλη την διάρκεια ζωής του, ξεκινώντας από την πρώτη ύλη, συνεχίζοντας με τη διαδικασία παραγωγής, τη διανομή, τη χρήση και καταλήγοντας στην τελική διάθεσή του. Σήμερα, το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα είναι αναγνωρισμένο σε 27 κράτη - μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως και στη Νορβηγία, στο Λιχτενστάιν και στην Ισλανδία και χρησιμοποιείται για πολλές και διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών, με τη συνεχή προσθήκη όλο και περισσότερων ομάδων.

Το Eco - Label, πέρα από τον πρώτο και κυρίαρχο ρόλο του στην περιβαλλοντική ευαισθησία, παίζει πολύ σημαντικό ρόλο και από οικονομικής άποψης. Μέσα στο πέρασμα των χρόνων, έχει διαπιστωθεί ότι η εξασφάλιση αυτού του ευρωπαϊκού οικολογικού σήματος εδραιώνει και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης, ενώ παράλληλα εκτοξεύει τη φήμη της, καθώς αποτελεί ένδειξη περιβαλλοντικής ευθύνης. Ειδικότερα, μετά από έρευνες που έχουν διεξαχθεί, περίπου τα 2/3 των ευρωπαϊκών καταναλωτών είναι διατεθειμένοι να αγοράζουν οικολογικά προϊόντα και να βιώνουν υπηρεσίες με κυρίαρχο το αίσθημα της περιβαλλοντικής φροντίδας. Αυτό το γεγονός με τη σειρά του έχει ως αποτέλεσμα η αγορά

τέτοιων προϊόντων και υπηρεσιών να παρουσιάζει δυναμική ανάπτυξη στον ευρωπαϊκό χώρο.

4.2. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Το λογότυπο της μαργαρίτας - όπως έχουμε ήδη αναφέρει - είναι μία ετικέτα, η οποία εμφανίζεται σε όλα τα προϊόντα στα οποία έχει απονεμηθεί το οικολογικό σήμα, ανεξάρτητα από την προέλευση και τη φύση τους, με απόρροια τα προϊόντα αυτά να αναγνωρίζονται από περισσότερους από 470 εκατομμύρια καταναλωτές σε όλο τον κόσμο. Έως τώρα έχουν θεσπιστεί οικολογικά κριτήρια από την Ευρωπαϊκή επιτροπή για 11 κατηγορίες προϊόντων (23 προϊόντα) και για 2 είδη υπηρεσιών. Οι κατηγορίες αυτές αναφέρονται στον πίνακα 2.

Πίνακας 3: Κατηγορίες προϊόντων και υπηρεσιών

Κατηγορίες Προϊόντων	Κατηγορίες Υπηρεσιών
<ul style="list-style-type: none"> ❖ ηλεκτρικές συσκευές ❖ προϊόντα καθαρισμού ❖ ένδυση ❖ επικαλύψεις-επενδύσεις δαπέδων ❖ κηπουρική ❖ έπιπλα ❖ χαρτί ❖ οικιακές συσκευές/αντικείμενα ❖ υπόλοιπα οικιακά αντικείμενα ❖ λιπαντικά 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ υπηρεσίες τουριστικών καταλυμάτων ❖ υπηρεσίες κατασκηνώσεων/κάμπινγκ

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ, Σύγγραμμα, ΚΛΙΠΙΡΗΣ ΦΩΤΗΣ, 2009, ΔΙΣΙΓΜΑ

Η καθεμία από τις προαναφερθείσες κατηγορίες πρέπει να φέρουν ορισμένα οικολογικά κριτήρια για να απολαύουν το οικολογικό σήμα. Στη συνέχεια της εργασίας μας,

θα εστιάσουμε την προσοχή μας στην κατηγορία **υπηρεσιών τουριστικών καταλυμάτων**, την οποία και θα αναλύσουμε εκτενέστερα.

4.3. ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΠΟΝΟΜΗΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΤΗΣ Ε.Ε.

Τα κριτήρια απονομής του Σήματος, όπως είναι φυσικό, αφορούν περιβαλλοντικά ζητήματα όπως η κατανάλωση ενέργειας, η τοξικότητα ουσιών, η ανακύκλωση και η προστασία από τα λύματα. Πρόκειται για ιδιαίτερα αυστηρά κριτήρια, τα οποία βασίζονται σε επιστημονικά στοιχεία και καθορίζονται, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, μετά από εκτεταμένες διαβουλεύσεις μεταξύ ειδικών και εκπροσώπων από τη βιομηχανία, από οργανώσεις καταναλωτών και από περιβαλλοντικές οργανώσεις και οργανισμούς. Η αυστηρότητα αυτή των κριτηρίων σε συνδυασμό με το γεγονός ότι η απονομή του σήματος, γίνεται μόνο στην περίπτωση που επαληθευτεί από ανεξάρτητο φορέα ότι το προϊόν/υπηρεσία ανταποκρίνεται στα εν λόγω κριτήρια, έχουν ως αποτέλεσμα την αύξηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών, οι οποίοι γνωρίζουν ότι από τη στιγμή που θα δουν ένα προϊόν ή μία υπηρεσία να φέρει την αντίστοιχη ετικέτα, σημαίνει πως πράγματι είναι άκρως φιλικό προς το περιβάλλον.

Συγκεκριμένα λοιπόν, προκειμένου να απονεμηθεί το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα σε οποιοδήποτε προϊόν ή υπηρεσία, από αυτά που περιγράψαμε παραπάνω, λαμβάνονται υπόψη:

- Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις (*ιδίως οι επιπτώσεις στην κλιματική αλλαγή, στη φύση και τη βιοποικιλότητα*), η κατανάλωση ενέργειας και φυσικών πόρων, η παραγωγή αποβλήτων, οι εκπομπές σε όλα τα στοιχεία του περιβάλλοντος, η ρύπανση μέσω φυσικών φαινομένων και μέσω της χρήσης και ελευθέρωσης επικίνδυνων ουσιών
- Η υποκατάσταση επιβλαβών ουσιών από λιγότερο επιβλαβείς ουσίες καθαυτές ή μέσω της χρήσης διαφορετικών υλικών ή σχεδιαστικών τροποποιήσεων, εφόσον είναι τεχνικά εφικτή
- Η δυνατότητα μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, χάρη στην ανθεκτικότητα και την επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων
- Το καθαρό οικολογικό ισοζύγιο των θετικών και αρνητικών συνεπειών για το περιβάλλον, συμπεριλαμβανομένων θεμάτων υγείας και ασφάλειας, κατά τις διάφορες φάσεις του κύκλου ζωής των εξεταζόμενων προϊόντων

- Εφόσον κρίνεται σκόπιμο, κοινωνικές και ηθικές παράμετροι μέσω, λόγου χάρη, της παραπομπής σε σχετικές διεθνείς συμβάσεις και συμφωνίες, όπως τα πρότυπα και οι κώδικες δεοντολογίας της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (ΔΟΕ)
- Κριτήρια που έχουν καθορισθεί για άλλα περιβαλλοντικά σήματα, ιδίως επισήμως αναγνωρισμένα, σε εθνικό ή περιφερειακό επίπεδο, περιβαλλοντικά σήματα EN ISO 14024 τύπου I, εφόσον υπάρχουν για τη συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων με στόχο τη βελτίωση των συνεργειών.
- Στο μέτρο του δυνατού, η αρχή της μείωσης των πειραμάτων στα ζώα.

4.4. ECO – LABEL ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ

Όπως ήδη γνωρίζουμε, μια υγιής τουριστική βιομηχανία εξαρτάται από ένα υγιές περιβάλλον. Ωστόσο, στην ανάλυση που προηγήθηκε, είδαμε ότι η ανάπτυξη του τουρισμού και των υπηρεσιών του και ειδικότερα η λειτουργία των ξενοδοχειακών μονάδων, η οποία είναι απαραίτητη για την άνθηση και την επιβίωση της τουριστικής δραστηριότητας, μπορεί να προκαλέσει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον. Οι επιπτώσεις αυτές αφορούν τόσο τους φυσικούς πόρους, όσο και το οικοσύστημα. Η ίδια η λειτουργία, δηλαδή, των τουριστικών καταλυμάτων, καθώς και άλλων υπηρεσιών που συνδέονται άρρηκτα με τον τουρισμό, επιδρώντας αρνητικά στο περιβάλλον, λειτουργούν ανασταλτικά στην ύπαρξη μιας υγιούς τουριστικής βιομηχανίας.

Μπορούμε να συμπεράνουμε, λοιπόν, ότι αν μια χώρα στοχεύει στο να στηρίξει την οικονομία της στον κλάδο του τουρισμού, πρέπει πρώτα από όλα να επικεντρωθεί στην ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων από την τουριστική ανάπτυξη και τη μεγιστοποίηση των θετικών αποτελεσμάτων στο περιβάλλον και μετά να προχωρήσει στο σχεδιασμό της τουριστικής δραστηριότητας. Για το σκοπό αυτό, έχουν καθιερωθεί σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, διάφορα σχήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης, όπως για παράδειγμα το Ευρωπαϊκό οικολογικό σήμα (Eco label), το οποίο και θα εξετάσουμε εκτενέστερα στη συνέχεια. Οι σημάνσεις αυτές αποσκοπούν στον περιορισμό των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία των τουριστικών καταλυμάτων και στην παρότρυνση των επιχειρήσεων για φιλικότερα προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες, ενισχύοντας παράλληλα την εικόνα και την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών καταλυμάτων, εφόσον έχει απονεμηθεί φυσικά σε αυτά κάποιο σήμα.

Πιο συγκεκριμένα, η ανάπτυξη του Ευρωπαϊκού Οικολογικού Σήματος για την κατηγορία των ξενοδοχειακών μονάδων και των τουριστικών καταλυμάτων, άρχισε να εφαρμόζεται τον Απρίλιο του 2013, βάσει της σχετικής απόφασης 2003/287/EC. Με την απόφαση αυτή, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θέσπισε τα κριτήρια για την απονομή του Eco Label στις υπηρεσίες παροχής τουριστικών καταλυμάτων και αποσκοπεί στο να κατευθύνει τον πελάτη που αναζητά τουριστικές υπηρεσίες, με πιστοποιημένη περιβαλλοντική επίδοση, οι οποίες αποδεικνύουν έμπρακτα το σεβασμό τους προς το περιβάλλον.

Χρήζει βέβαια επισημάνσης το γεγονός ότι τα οικολογικά κριτήρια απονομής του Ευρωπαϊκού Οικολογικού Σήματος των τουριστικών υπηρεσιών, αναθεωρήθηκαν μέσω της 2009/578/EC (Παράρτημα III). Η ευρωπαϊκή οικολογική σήμανση Eco Label για τα τουριστικά καταλύματα και τις ξενοδοχειακές μονάδες, αποτελεί ένα αποτελεσματικό εργαλείο διαφήμισης των τουριστικών καταλυμάτων που λειτουργούν σύμφωνα με τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης. Οι τουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες μπορούν να υποβάλλουν τον φάκελο υποψηφιότητας για την απόκτηση του σήματος, διαμορφώνονται στους πίνακες 3 και 4.

Πίνακας 4: Συλλογικά τουριστικά καταλύματα

ΣΥΛΛΟΓΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ	
Ξενοδοχεία και παρόμοια καταλύματα	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ξενοδοχεία ○ Ξενώνες ○ Διαμερίσματα / rooms to rent ○ Resorts ○ Βίλλες
Άλλα συλλογικά καταλύματα	<ul style="list-style-type: none"> ○ Παραθεριστικές κατοικίες ○ Τουριστικοί χώροι κατασκήνωσης ○ Μαρίνες ○ Ορεινά καταφύγια
Ειδικευμένα καταλύματα	

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Κέντρα Υγείας ○ Κάμπινγκ εργασίας και διακοπών ○ Δημόσια μέσα μεταφοράς ○ Συνεδριακά Κέντρα
--	--

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, Αγροτουρισμός, Σύγγραμμα, Δρ. Γεώργιος Στ. Έξαρχος, Δρ. Στέφανος Γ. Καραγιάννης, 2004, Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης

Πίνακας 5: Ιδιωτικά τουριστικά καταλύματα

ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ	
Ενοικιαζόμενα δωμάτια	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ενοικιαζόμενα δωμάτια σε σπίτια οικογενειών ○ Κατοικίες ενοικιαζόμενες από ιδιώτες ή μεσιτικά γραφεία
Άλλα ιδιωτικά καταλύματα	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ιδιόκτητες κατοικίες ○ Καταλύματα που παρέχονται δωρεάν από συγγενείς ή φίλους ○ Άλλα ιδιωτικά καταλύματα

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, Αγροτουρισμός, Σύγγραμμα, Δρ. Γεώργιος Στ. Έξαρχος, Δρ. Στέφανος Γ. Καραγιάννης, 2004, Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης

4.4.1. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΛΗΡΟΥΝ ΟΙ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΜΕ ΕCO LABEL

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει παραπάνω, η απονομή του Ευρωπαϊκού Οικολογικού Σήματος σε ένα προϊόν/υπηρεσία που επιθυμεί να φέρει το λογότυπο της μαργαρίτας, προϋποθέτει ότι το εκάστοτε προϊόν/υπηρεσία, ικανοποιεί τα υποχρεωτικά και στον ελάχιστο βαθμό κάποια προαιρετικά κριτήρια του συστήματος. Ως θεμελιώδους σημασίας κριτήριο για

την απονομή του Eco - Label, λογίζεται ο περιορισμός των βασικών επιπτώσεων των προσφερόμενων ξενοδοχειακών υπηρεσιών στο περιβάλλον.

Για την απονομή του Σήματος στα Τουριστικά καταλύματα, έχουν θεσπιστεί ειδικά κριτήρια. Τα οικολογικά κριτήρια χωρίζονται σε υποχρεωτικά (πίνακας 5) και σε προαιρετικά (πίνακας 6). Επισημαίνεται ότι, συγκεκριμένα κριτήρια μπορούν να ικανοποιούνται με την ύπαρξη συγκεκριμένης ενημέρωσης ή υπενθύμισης προς τον πελάτη, όπως η επισήμανση να επαναχρησιμοποιούνται οι πετσέτες ή να μην αφήνουν τις βρύσες ανοικτές.

Πίνακας 6: Υποχρεωτικά κριτήρια

ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ³²		
Ενέργεια	1. Ηλεκτρική ενέργεια από ανανεώσιμες πηγές. 2. Ανθρακας και βαρέα κλάσματα πετρελαίου. 3. Απόδοση και παραγωγή θερμότητας. 4. Κλιματισμός. 5. Ενεργειακή απόδοση κτιρίων. 6. Μόνωση παραθύρων. 7. Διακοπή λειτουργίας της θέρμανσης ή του κλιματισμού.	8. Διακοπή φωτισμού. 9. Ενεργειακά αποδοτικοί λαμπτήρες. 10. Εξωτερικές συσκευές θέρμανσης. 11. Παροχή νερού για βρύσες & ντους. 12. Κάλαθοι απορριμμάτων στα αποχωρητήρια. 13. Απόπλυση ουρητηρίων. 14. Αλλαγή πετσετών & σεντονιών. 15. Ορθή απομάκρυνση των λυμάτων

³²Για κάθε κριτήριο που ικανοποιείται από τα παραπάνω, το τουριστικό κατάλυμα «κερδίζει» κάποιους βαθμούς. Όταν συγκεντρώσει τους απαιτούμενους βαθμούς τότε μπορεί να λάβει το Eco label. Επιπρόσθετα είναι στην ευχέρεια του καταλύματος εφόσον δεν συγκεντρώσει τους απαιτούμενους βαθμούς από τα υποχρεωτικά κριτήρια, να συγκεντρώσει επιπλέον βαθμούς με την ικανοποίηση κάποιων προαιρετικών οικολογικών κριτηρίων.

Απορρυπαντικά & Απολυμαντικά	16. Απολυμαντικά. Απορρίμματα. 17. Διαχωρισμός απορριμμάτων από τους επισκέπτες.	18. Διαχωρισμός απορριμμάτων 19. Αναλώσιμα προϊόντα μιας χρήσης. 20. Συσκευασίες πρωινού.
Άλλες Υπηρεσίες	21. Απαγόρευση καπνίσματος σε κοινόχρηστους χώρους.	22. Δημόσιες συγκοινωνίες
Γενική Διαχείριση	23. Συντήρηση και επισκευές λεβήτων και συστημάτων κλιματισμού. 24. Καθορισμός περιβαλλοντικής πολιτικής και προγράμματος δράσης. 25. Κατάρτιση προσωπικού.	26. Πληροφόρηση των επισκεπτών. 27. Στοιχεία σχετικά με την κατανάλωση ενέργειας και νερού. 28. Συγκέντρωση άλλων δεδομένων. 29. Πληροφορίες που εμφανίζονται στο οικολογικό σήμα.

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, Αγροτουρισμός, Σύγγραμμα, Δρ. Γεώργιος Στ. Έξαρχος, Δρ. Στέφανος Γ. Καραγιάννης, 2004, Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης

Πίνακας 7: Προαιρετικά κριτήρια

ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ		
	30. Παραγωγή ηλεκτρικού ρεύματος μέσω ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. 31. Ενέργεια από	42. Βιοκλιματική αρχιτεκτονική 43. Ενεργειακή απόδοση ψυγείων, φούρνων, πλυντηρίων πιάτων,

<p>Ενέργεια</p>	<p>ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. 32. Ενεργειακή απόδοση λέβητα. 33. Εκπομπές NOx από τους λέβητες. 34. Τηλεθέρμανση. 35. Συνδυασμένη παραγωγή θέρμανσης και ηλεκτρικής ενέργειας. 36. Αντλία θερμότητας. 37. Ανάκτηση θερμότητας. 38. Ρύθμιση θερμοκρασίας 39. Έλεγχοι ενεργειακής απόδοσης κτιρίων. 40. Κλιματισμός. 41. Αυτόματη διακοπή λειτουργίας κλιματισμού και συστημάτων θέρμανσης.</p>	<p>πλυντηρίων ρούχων, περιστροφικών στεγνωτηρίων και εξοπλισμού γραφείου. 44. Ηλεκτρικοί στεγνωτήρες χεριών και μαλλιών με αισθητήρα απόστασης. 45. Σημείο τοποθέτησης ψυγείου. 46. Αυτόματος διακόπτης φωτισμού στα δωμάτια των επισκεπτών. 47. Χρονοδιακόπτης σάουνας. 48. Θέρμανση πισίνας με ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. 49. Αυτόματοι διακόπτες φωτισμού.</p>
<p>Νερό</p>	<p>50. Χρήση βρόχινου και ανακυκλωμένου νερού. 51. Αυτόματα συστήματα ποτίσματος των εξωτερικών χώρων. 52. Παροχή νερού από τις βρύσες και τις κεφαλές των ντους. 53. Απόπλυση αποχωρητηρίων 54. Κατανάλωση νερού από τα πλυντήρια πιάτων. 55. Κατανάλωση νερού</p>	<p>61. Εξοικονόμηση νερού στα ουρητήρια. 62. Χρήση αυτοχθόνων φυτών για νέα φύτευση σε εξωτερικούς χώρους. 63. Απορρυπαντικά 64. Χρώματα και βερνίκια εσωτερικού και εξωτερικού χώρου. 65. Υποστήριξη εναλλακτικών μέσων έναντι των τεχνητών μέσων αφής ψησταριάς.</p>

	<p>από τα πλυντήρια ρούχων.</p> <p>56. Θερμοκρασία και παροχή νερού από τις βρύσες.</p> <p>57. Χρονοδιακόπτες καταιονιστήρων.</p> <p>58. Κάλυμμα πισίνας.</p> <p>59. Αποπάγωση.</p> <p>60. Ενδείξεις σκληρότητας του νερού.</p>	<p>66. Πισίνες: Δόση απολυμαντικού ή φυσικές/οικολογικές πισίνες.</p> <p>67. Μηχανικός καθαρισμός.</p> <p>68. Οικολογικοί κήποι.</p> <p>69. Εντομοκτόνα και ζιζανιοκτόνα</p>
Απορρίμματα	<p>70. Λιπασματοποίηση.</p> <p>71. Δοχεία αναψυκτικών μιας χρήσης.</p>	<p>72. Διάθεση λιπών/ελαίων.</p> <p>73. Χρησιμοποιημένα υφάσματα, έπιπλα & άλλα προϊόντα</p>
Λοιπές Υπηρεσίες	<p>74. Εξωραϊσμός της στέγης.</p> <p>75. Περιβαλλοντική ενημέρωση και εκπαίδευση.</p> <p>76. Απαγόρευση καπνίσματος στους κοινόχρηστους χώρους και στα δωμάτια.</p> <p>77. Ποδήλατα.</p> <p>78. Υπηρεσία μεταφοράς επισκεπτών.</p> <p>79. Επιστρεφόμενες ή επαναπληρώσιμες φιάλες</p>	<p>80. Χρήση επαναφορτιζόμενων προϊόντων.</p> <p>81. Προϊόντα χαρτιού.</p> <p>82. Μη αναλώσιμα αγαθά διαρκείας.</p> <p>83. Τρόφιμα τοπικής παραγωγής.</p> <p>84. Οργανικά τρόφιμα.</p> <p>85. Ποιότητα του αέρα στους εσωτερικούς χώρους.</p>

<p>Γενική Διαχείριση</p>	<p>86. Καταχώρηση υπό το κοινοτικό σύστημα οικολογικής διαχείρισης και οικολογικού ελέγχου (EMAS) ή πιστοποίηση ISO του τουριστικού καταλύματος. 87. Καταχώρηση EMAS ή πιστοποίηση ISO των προμηθευτών.</p>	<p>88. Συμμόρφωση των υπεργολάβων με τα υποχρεωτικά κριτήρια. 89. Μετρητές ενέργειας και νερού. 90. Πρόσθετες περιβαλλοντικές ενέργειες.</p>
---------------------------------	---	--

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, Αγροτουρισμός, Σύγγραμμα, Δρ. Γεώργιος Στ. Έξαρχος, Δρ. Στέφανος Γ. Καραγιάννης, 2004, Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης

4.4.2. ΚΟΣΤΟΣ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΑΙΤΗΣΗΣ

Το κόστος υποβολής αίτησης είναι 1000 ευρώ και καταβάλλεται με την υποβολή της. Προβλέπεται έκπτωση 75% για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις που απασχολούν μέχρι 10 άτομα και 25% για τις Μικρές και τις Μεσαίες. Υπάρχει επίσης ένα ετήσιο τέλος χρήσης με βάση τις ετήσιες πωλήσεις.

4.4.3. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

- Συλλογή τεκμηρίωσης-προετοιμασία φακέλου.
- Υποβολή της αίτησης μαζί με το φάκελο τεκμηρίωσης στον αρμόδιο φορέα (Α.Σ.Α.Ο.Σ.).
- Αποστολή πρόσθετων στοιχείων (εντός 6 μηνών από την κοινοποίηση στην εταιρία).
- Επιθεώρηση αρμόδιου φορέα.
- Ορισμός διορθωτικών ενεργειών.
- Σύντομη επιθεώρηση από φορέα.
- Απονομή Eco Label.
- Υπογραφή σύμβασης με τους όρους χρήσης του οικολογικού σήματος.

Για να απονεμηθεί το Οικολογικό Σήμα (Ecolabel) στο τουριστικό κατάλυμα, θα πρέπει να υποβληθεί φάκελος αίτησης, στον οποίο θα περιλαμβάνονται αποδεικτικά της εκπλήρωσης των απαιτήσεων των κριτηρίων, στο ΑΣΑΟΣ (Αρμόδιος Φορέας του ΥΠΕΧΩΔΕ). Στη συνέχεια, το ΑΣΑΟΣ διεξάγει τον απαραίτητο έλεγχο ικανοποίησης των κριτηρίων και έπειτα το Οικολογικό Σήμα απονέμεται στο τουριστικό κατάλυμα. Επισημαίνεται ότι τα τουριστικά καταλύματα τα οποία έχουν πιστοποιηθεί με EMAS ή/και με ISO 14001, κερδίζουν έκπτωση 20% από τα ετήσια τέλη χρήσης.

Πίνακας 8: Τα 7 πρώτα ξενοδοχεία της Ελλάδας, που εξασφάλισαν την ευρωπαϊκή πιστοποίηση του Eco – Label

Apollonia Beach Resort&Spa	Ηράκλειο
Daphne's club hotel apartments	Ξυλόκαστρο
Sungarden Rhodes	Ρόδος
Sunwing Resort Kallithea-Rhodes city	Ρόδος
Eagles palace hotel&spa	Ουρανούπολη
Grecotel Pella beach	Χαλκιδική
Sunwing resort Makrigialos	Κρήτη

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία, <http://www.greenhotels.gr/>

4.4.4. ΣΕ ΤΙ ΔΙΑΦΕΡΟΥΝ ΑΠΟ ΤΑ ΥΠΟΛΟΙΠΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΟΥ ΔΕΝ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ECO - LABEL;

Έχοντας, πλέον, κατανοήσει τους λόγους για τους οποίους είναι καταλυτικής σημασίας, για τον κλάδο του τουρισμού, η συρρίκνωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων που πηγάζουν από τη δόμηση και τη λειτουργία των ξενοδοχειακών μονάδων, είναι σημαντικό, να συνεχιστεί η ανάλυση, με τα πλεονεκτήματα που μπορεί να απολαύσει ένα κατάλυμα, το οποίο έχει αποκτήσει το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα. Πρώτα από όλα, λοιπόν, η ύπαρξη του Οικολογικού σήματος σε μια ξενοδοχειακή επιχείρηση είναι ουσιαστικά το μέσο για την ανάδειξη των προσπαθειών της, όσον αφορά στην προστασία του περιβάλλοντος, στους φιλοξενούμενους της καθώς και των συνεπαγόμενων βελτιώσεων στην ποιότητα των υπηρεσιών της. Αποτελεί, με λίγα λόγια, την εγγύηση για την υψηλή περιβαλλοντική επίδοση των υπηρεσιών που παρέχονται από την εκάστοτε επιχείρηση.

Επιπλέον, η απόκτηση του Eco - Label από τουριστικά καταλύματα οδηγεί σε μεγαλύτερη αναγνώριση των συγκεκριμένων σε σχέση με άλλα καταλύματα, τα οποία δε φέρουν το σήμα, από τουρίστες που είναι περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένοι και τείνουν να εκφράζουν την προτίμησή τους σε καταλύματα τα οποία διαθέτουν οικολογική πιστοποίηση. Επίσης, τέτοιου είδους ξενοδοχεία, που περιλαμβάνονται στη λίστα των “πράσινων” με ευρωπαϊκά κριτήρια ξενοδοχείων και camping, χαρακτηρίζονται ως τουριστικές εγκαταστάσεις οι οποίες στοχεύουν στην προσφορά υψηλής ποιότητας υπηρεσιών, προσελκύοντας πελατεία υψηλών απαιτήσεων, γεγονός που ενισχύει ακόμα περισσότερο την αναγνωρισιμότητά τους.

Ένα ακόμα σημαντικό πλεονέκτημα, είναι ότι το επίσημο site της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το Green Store του European Eco - Label, στο οποίο περιλαμβάνονται όλες οι εταιρίες και τα προϊόντα που τους έχει απονεμηθεί το σήμα, δύναται να παρέχει δωρεάν διαφημιστικές υπηρεσίες σε όλες τις επιχειρήσεις που φέρουν το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα. Δεδομένου ότι το εν λόγω site έχουν το δικαίωμα και τη δυνατότητα να το επισκεφθούν όλοι οι πολίτες της ΕΕ, μέσω internet, αποτελεί ένα επιπλέον σημαντικό εργαλείο προβολής των οικολογικών τουριστικών καταλυμάτων.

Ταυτόχρονα, η απόκτηση του σήματος Eco - Label για μια ξενοδοχειακή μονάδα αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο για τη συρρίκνωση του κόστους λειτουργίας της. Η παρατήρηση αυτή πηγάζει από το ότι η μείωση της κατανάλωσης φυσικών πόρων όπως η ενέργεια και το νερό, τα οποία αποτελούν ουσιαστικά κάποια από τα κριτήρια που πρέπει να πληρούν τα ξενοδοχεία προκειμένου να τους απονεμηθεί το σήμα, είναι προφανές ότι βοηθά στη μείωση των δαπανών της επιχείρησης.

Επιπροσθέτως, σχετικά με τις υπηρεσίες που παρέχονται σε ένα τουριστικό κατάλυμα που φέρει το Οικολογικό σήμα, η περιβαλλοντική δέσμευση του, συνδυάζεται με υψηλά επίπεδα καθαριότητας, υγιεινή διατροφή και ένα υγιές περιβάλλον τόσο για τους φιλοξενούμενους όσο και για τους εργαζόμενους. Όλα αυτά σε συνδυασμό με τη χρησιμοποίηση φυσικών οικοδομικών υλικών, ύπαρξη χώρων για μη καπνιστές, αποφυγή χρήσης επικίνδυνων χημικών ουσιών το πλύσιμο των κλινοσκεπασμάτων με φιλικά προς το περιβάλλον απορρυπαντικά, δημιουργούν στον φιλοξενούμενο μια μοναδική αίσθηση άνεσης και ευελιξίας, που διαφέρει σημαντικά με αυτή που μπορεί να παρέχει ένα οποιοδήποτε άλλο ξενοδοχείο, χωρίς οικολογική σήμανση. Η ευχαρίστηση αυτή που προκαλείται, συμβάλλει σαφώς καταλυτικά στην ικανοποίηση των προσδοκιών των φιλοξενούμενων, όσον αφορά στις επιδόσεις και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών της εκάστοτε ξενοδοχειακής μονάδας.

Τέλος, μια επιχείρηση παροχής υπηρεσιών τουριστικών καταλυμάτων η οποία είναι οικολογικά βραβευμένη με το «Λουλούδι», μπορεί να χρησιμοποιήσει αυτή την επιβράβευση ως εργαλείο marketing, το οποίο δύναται να συνεισφέρει σε σημαντικό βαθμό στο ζήτημα προσέγγισης επισκεπτών, που χαρακτηρίζονται για την υψηλή περιβαλλοντική τους ευαισθησία. Αξίζει να σημειωθεί πως πολλές φορές οι ίδιοι οι τουριστικοί πράκτορες, οι οποίοι αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του τουρισμού, είθιστα να εκδηλώνουν την προτίμησή τους στα καταλύματα τα οποία είναι εγκεκριμένα με Eco - Label.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

5.1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η παρούσα εργασία με θέμα «Περιβαλλοντική πιστοποίηση και το οικολογικό σήμα EU Eco-label» έχει ως σκοπό να απαντηθούν κάποια βασικά ερωτήματα σχετικά με το τι ακριβώς είναι το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα (Eco - Label) αλλά και να αναδείξει λεπτομερώς πώς πιστοποιείται περιβαλλοντικά ένα τουριστικό κατάλυμα. Ταυτόχρονα, προκύπτουν ασφαλή συμπεράσματα σχετικά με την υφιστάμενη κατάσταση της Ελλάδας, όσον αφορά την ύπαρξη ξενοδοχείων με οικολογική σήμανση και την εφαρμογή «πράσινων» πρακτικών μέσω πρωτογενούς έρευνας που διεξήχθη σε πληθώρα τουριστικών καταλυμάτων, το καθένα με διαφορετικά χαρακτηριστικά.

Στα πλαίσια, λοιπόν, της έρευνας δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο 13 ερωτήσεων, το οποίο και στάλθηκε σε τουριστικά καταλύματα διαφόρων περιοχών της χώρας μας. Το σύνολο των ερωτήσεων αφορά κλειστές ερωτήσεις, με τους συμμετέχοντες στην έρευνα να πρέπει να επιλέξουν μια ή περισσότερες (σε κάποιες ερωτήσεις) απαντήσεις από αυτές που τους δίνονται. Ενώ υπάρχει και μια ερώτηση ανοικτού τύπου, όπου οι συμμετέχοντες καλούνται να δώσουν τις δικές τους απαντήσεις σχετικά με τους λόγους για τους οποίους θα επιθυμούσαν να λάβουν πιστοποίηση περιβαλλοντικού τύπου.

Αναλυτικότερα, οι δύο πρώτες ερωτήσεις αφορούν δημογραφικά στοιχεία των επιχειρήσεων και σχετίζονται με το είδος την επιχείρησης που λαμβάνει μέρος στην έρευνα και την περιοχή στην οποία βρίσκεται. Οι ερωτήσεις 3 – 7 σχετίζονται με τις περιβαλλοντικές πρακτικές που χρησιμοποιεί η επιχείρηση. Στη συνέχεια οι ερωτήσεις 8 – 13 αφορούν τις περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις και το αν οι επιχειρήσεις διαθέτουν πιστοποίηση, εάν υπάρχουν εμπόδια στην υιοθέτηση τους και εάν έχουν παρατηρήσει διαφορές από την «πράσινη» λειτουργία τους.

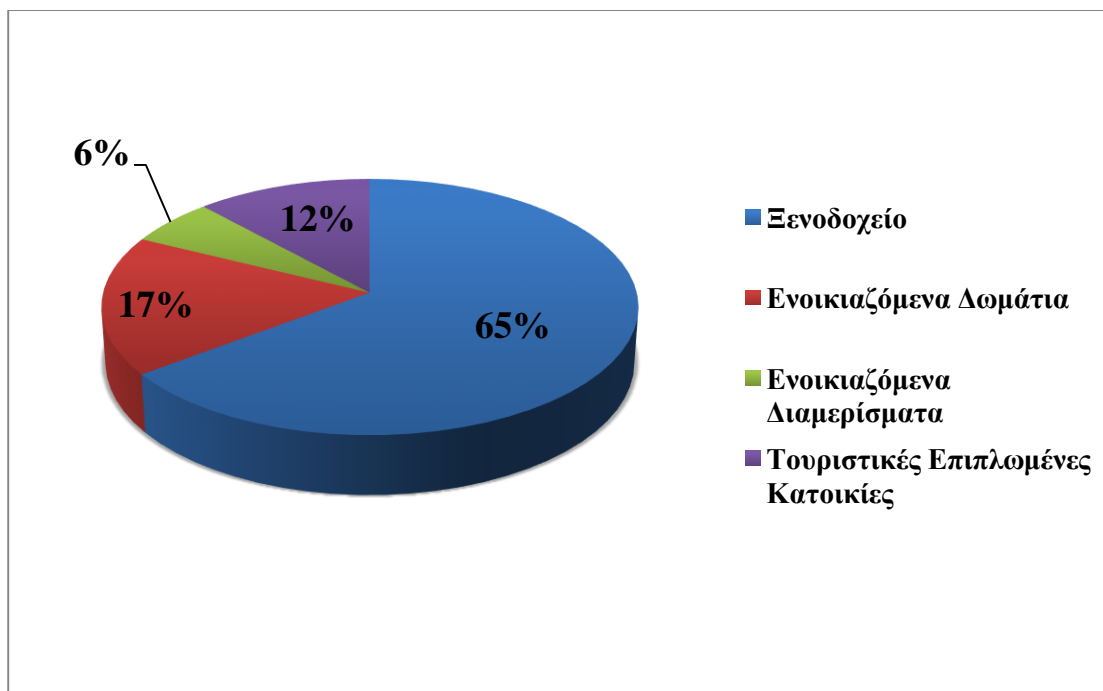
Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν με ηλεκτρονικό τρόπο, με τη βοήθεια της φόρμας της Google docs, με την έρευνα να διαρκεί 4 μήνες και επεξεργάστηκαν με την βοήθεια του προγράμματος Microsoft Excel. Στη συνέχεια θα αναλυθούν τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε, από τα οποία θα προκύψουν ασφαλή συμπεράσματα σχετικά με την υφιστάμενη κατάσταση της Ελλάδας, όσον αφορά την ύπαρξη ξενοδοχείων με οικολογική σήμανση και την εφαρμογή «πράσινων» πρακτικών σε αυτά.

5.2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

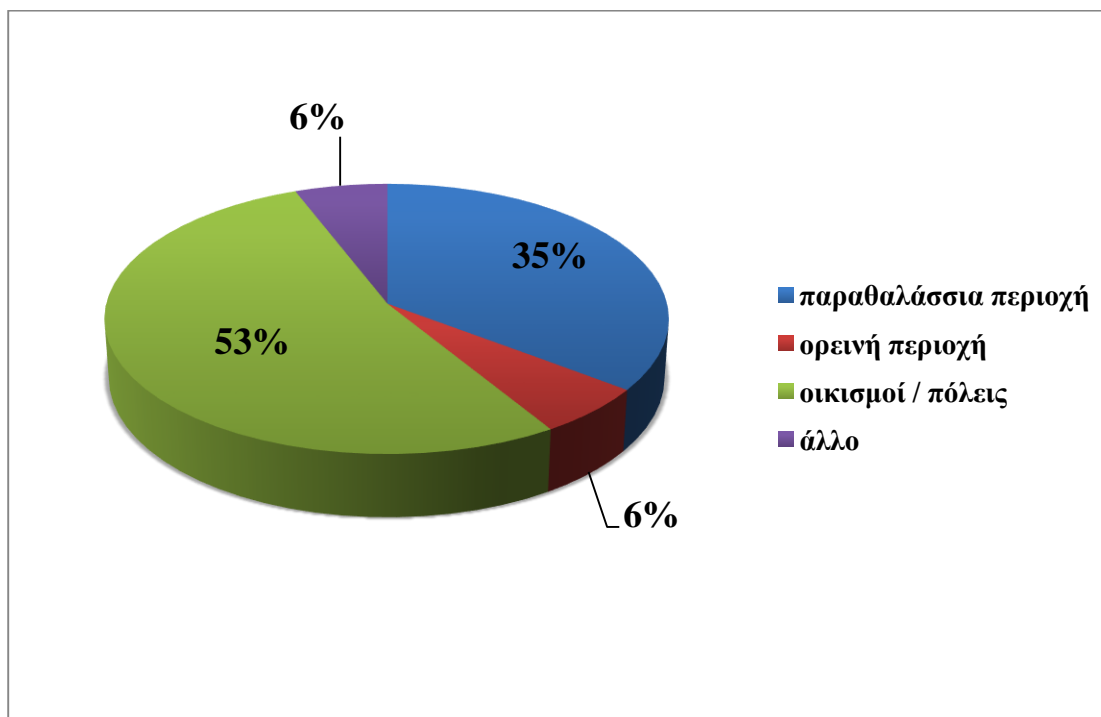
Έπειτα από επεξεργασία των απαντήσεων του ερωτηματολογίου, που δόθηκαν από αρκετές ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, διαφόρων περιοχών της Ελλάδας, προέκυψαν ορισμένα αποτελέσματα, όσον αφορά τις οικολογικές ή μη συμπεριφορές τους και το κατά πόσο ο «πράσινος» τουρισμός είναι αρκετά διαδεδομένος στις εγχώριες επιχειρήσεις. Μερικά εισαγωγικά στοιχεία των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων αφορούν το είδος της επιχείρησης και την περιοχή στην οποία αυτές βρίσκονται.

Πιο αναλυτικά, στο ερωτηματολόγιο απάντησαν σε ποσοστό 64,7% ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια σε ποσοστό 17,6%, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα σε ποσοστό 5,9% και τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες σε ποσοστό 11,8%. Ενώ, δεν υπήρχαν απαντήσεις από camping ή παραδοσιακούς ξενώνες. Όσον αφορά την περιοχή των καταλυμάτων το 35,3% βρίσκεται σε παραθαλάσσιες περιοχές, το 52,9% σε πόλεις, το 5,9% σε ορεινή περιοχή, και το υπόλοιπο 5,9% σε άλλου είδους περιοχές.

Διάγραμμα 6: Είδος Επιχείρησης



Διάγραμμα 7: Περιοχή καταλύματος



Επιπλέον, η κατηγορία των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο κυμαίνεται από 1 έως 5 αστέρια, ενώ η διάρκεια λειτουργίας τους κυμαίνεται από 1 έως 40 έτη. Ανάμεσα σε αυτά, βρίσκονται ξενοδοχεία που λειτουργούν κατά τη διάρκεια όλης της χρονιάς, αλλά και ξενοδοχεία που λειτουργούν εποχιακά, είτε μόνο για καλοκαιρινή σεζόν, είτε για 7-9 μήνες το χρόνο. Διακρίνετε, λοιπόν, ένα ευρύ δείγμα ερωτώμενων, διαφορετικής κατάταξης, διαφορετικών ετών πείρας, αλλά και διάρκειας λειτουργίας τους στο χρόνο.

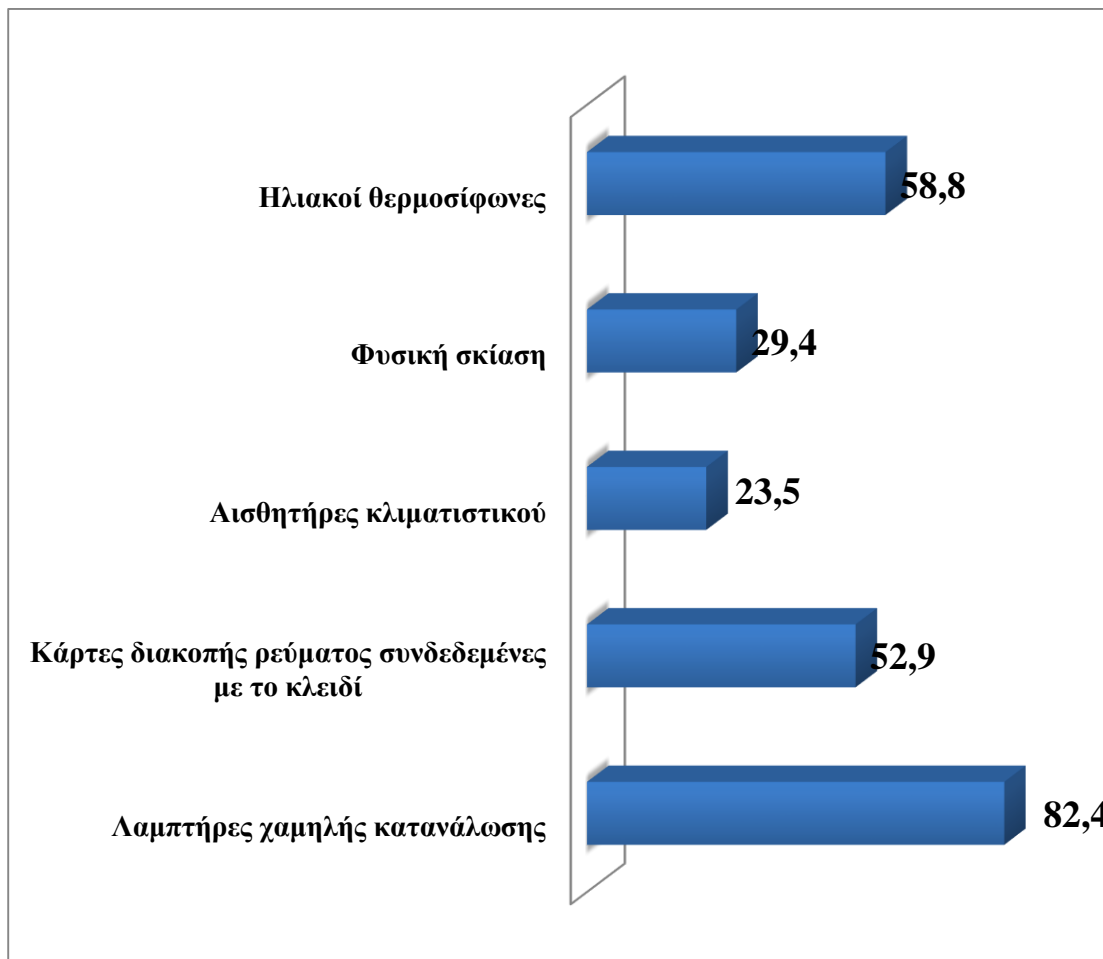
Όσον αφορά τις ερωτήσεις που εξελίσσονται στο πλαίσιο των «πράσινων» πρακτικών των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

1. Ποια συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας χρησιμοποιείτε στο κατάλυμά σας;

Από τις απαντήσεις των επιχειρήσεων παρατηρείται ότι στο σύνολο τους χρησιμοποιούν τα προτεινόμενα συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας, όπως είναι οι ηλιακοί θερμοσίφωνες, οι λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης και οι κάρτες διακοπής του ρεύματος. Με τα μεγαλύτερα ποσοστά να χρησιμοποιούν τους ηλιακούς θερμοσίφωνες, σε ποσοστό 58,8%, και τους

λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης, σε ποσοστό 82,4%, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα.

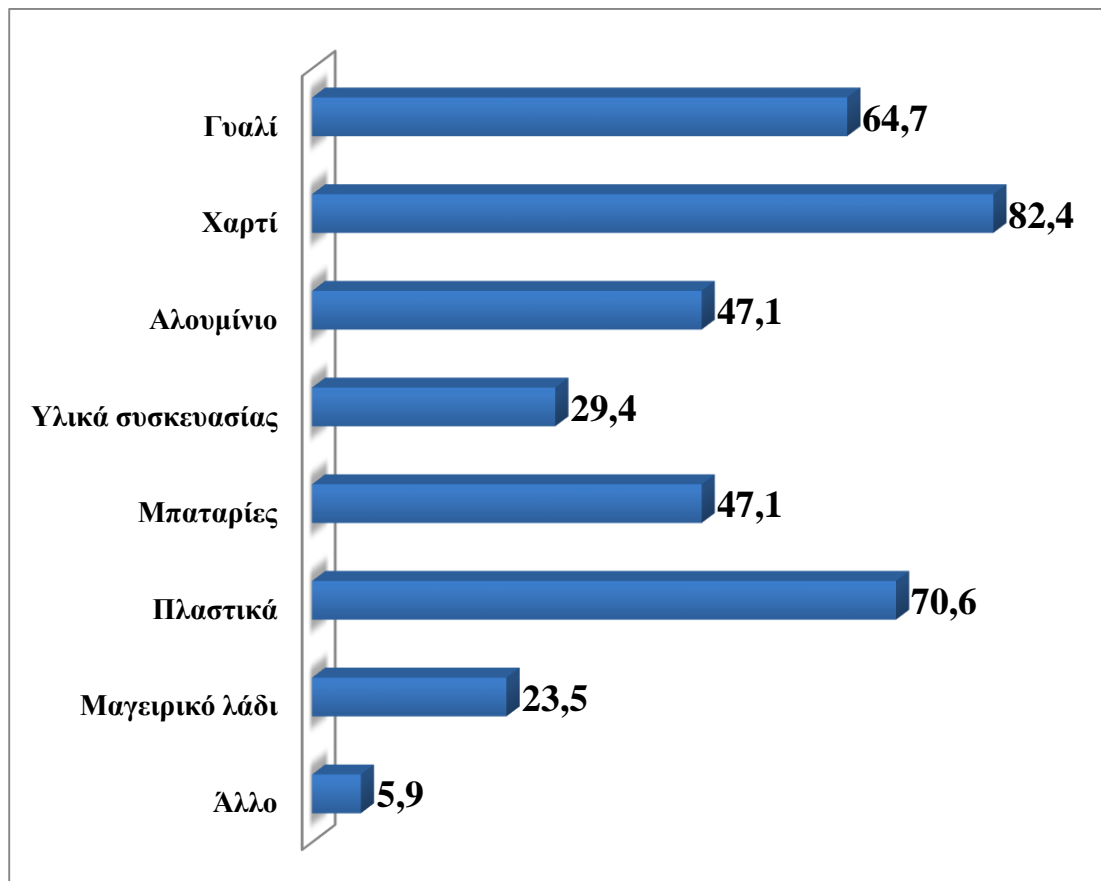
Διάγραμμα 8: Συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας στα καταλύματα



2. Ανακυκλώνετε κάποιο από τα παρακάτω απορρίμματα;

Στην ερώτηση αυτή, οι επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα, δήλωσαν ότι πραγματοποιούν ανακύκλωση, με τα μεγαλύτερα ποσοστά να έχει το χαρτί (82,4%) και το πλαστικό (70,6%), ενώ τα χαμηλότερα ποσοστά ανακύκλωσης έχουν τα υλικά συσκευασίας (29,4%) και το μαγειρικό λάδι (23,5%). Οι απαντήσεις καταγράφονται αναλυτικότερα στο διάγραμμα 9.

Διάγραμμα 9: Υλικά ανακύκλωσης



3. Από τις ακόλουθες ενέργειες, ποιες έχετε ήδη υιοθετήσει ή προτίθεστε να υιοθετήσετε προκειμένου να γίνει η επιχείρησή σας περισσότερο πράσινη;

Όσον αφορά τη διαχείριση και την εξοικονόμηση του νερού, η ερώτηση λαμβάνει τις εξής απαντήσεις, το 82,2% χρησιμοποιεί βρύσες και κεφαλές ντους που περιορίζουν την κατανάλωση νερού και το 47% διαθέτει ενεργό σύστημα ανίχνευσης διαρροών του νερού. Επιπλέον, το 29,4% ανακυκλώνει το νερό, το 23,5% διαθέτει συλλέκτες του βρόχινου νερού με σκοπό τη χρήση του στο ξενοδοχείο και το 17,6% συλλέγει το βρόχινο νερό με σκοπό την χρήση του για άρδευση. Από την άλλη, σημαντικά ενδιαφέροντα θεωρούνται τα ποσοστά των επιχειρήσεων που δεν προτίθενται να κάνουν αλλαγές προκειμένου να γίνουν πιο «πράσινες», με χαρακτηριστικό παράδειγμα το 41,2% να μην επιθυμεί να δημιουργήσει σύστημα για την ανίχνευση των διαρροών του νερού. Τα στοιχεία αυτά παρουσιάζονται αναλυτικότερα και στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 9: Ενέργειες για πιο πράσινες επιχειρήσεις

	ΝΑΙ	ΠΡΟΚΕΙΤΑΙ ΝΑ	ΟΧΙ
Υπάρχει ενεργό σύστημα ανίχνευσης διαρροών νερού	47,05%	11,76%	41,19%
Βρύσες και κεφαλές ντους που περιορίζουν την κατανάλωση νερού	88,22%	5,89%	5,89%
Ανακύκλωση νερού	29,41%	23,54%	47,05%
Συλλέκτες βρόχινου νερού για χρήση στις λειτουργίες του ξενοδοχείου	23,54%	11,76%	64,7%
Συλλέκτες βρόχινου νερού για χρήση σε άρδευση	17,65%	17,65%	64,7%

4. Από τις ακόλουθες ενέργειες, ποιες έχετε ήδη υιοθετήσει ή προτίθεστε να υιοθετήσετε προκειμένου να γίνει η επιχείρησή σας περισσότερο πράσινη

Στη συνέχεια, δόθηκαν κάποιες ακόμα πρακτικές για πράσινη επιχειρηματικότητα, στους συμμετέχοντες, οι οποίοι κλήθηκαν να δηλώσουν εάν τις χρησιμοποιούν ήδη, και εάν πρόκειται να τις χρησιμοποιήσουν ή όχι. Από το σύνολο των επιχειρήσεων η πλειοψηφία έχει ήδη υιοθετήσει τις προτεινόμενες ενέργειες. Παρόλα αυτά, υπάρχει ένα ποσοστό της τάξεως του 41,2%, το οποίο δεν πρόκειται να υιοθετήσει ενέργειες που σχετίζονται με την επιλογή των προμηθευτών του βάσει περιβαλλοντικών κριτηρίων και την επιλογή προϊόντων βάσει

της ενεργειακής τους κατανάλωσης. Τα στοιχεία αυτά, καθώς και τα ποσοστά όλων των ενεργειών που έχουν προταθεί στο ερωτηματολόγιο, φαίνονται αναλυτικά στον πίνακα 9.

Πίνακας 10: Ενέργειες για πιο πράσινη επιχείρηση

	ΗΔΗ	ΠΡΟΚΕΙΤΑΙ ΝΑ	ΟΧΙ
Χρήση προϊόντων τοπικής παραγωγής	88,22%	5,89%	5,89%
Επιλογή προμηθευτών βάσει περιβαλλοντικών κριτηρίων	47,05%	11,76%	41,19%
Επιλογή προϊόντων βάσει της ενεργειακής τους κατανάλωσης	52,92%	5,89%	41,19%
Χρήση καθαριστικών φιλικών προς το περιβάλλον	82,35%	5,89%	11,76%
Χρήση χρωμάτων φιλικών προς το περιβάλλον	64,7%	11,76%	23,54%

5. Παρέχετε εκπαίδευση στο προσωπικό και πληροφόρηση στους πελάτες σχετικά με τις «πράσινες» πρακτικές;

Στη συνέχεια, οι συμμετέχοντες του ερωτηματολογίου ρωτήθηκαν για το αν εκπαιδεύουν το προσωπικό τους σε θέματα που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος, με το 52,9% να εκπαιδεύει το προσωπικό του, το 11,7% να σκοπεύει να το εκπαιδεύσει στο μέλλον και το 35,3% να μην έχει σκοπό να το εκπαιδεύσει ποτέ. Από την άλλη, εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι το 41,1% δεν σκοπεύει να παρέχει πληροφορίες στους πελάτες του σε θέματα που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος και την επιχείρησή τους. Ενώ, το

29,4% δίνει τέτοιου είδους πληροφορίες και το 29,4% έχει σκοπό να τις δώσει στο μέλλον (πίνακας 10).

Πίνακας 11: Παροχή εκπαίδευσης στο προσωπικό και πληροφόρησης στους πελάτες

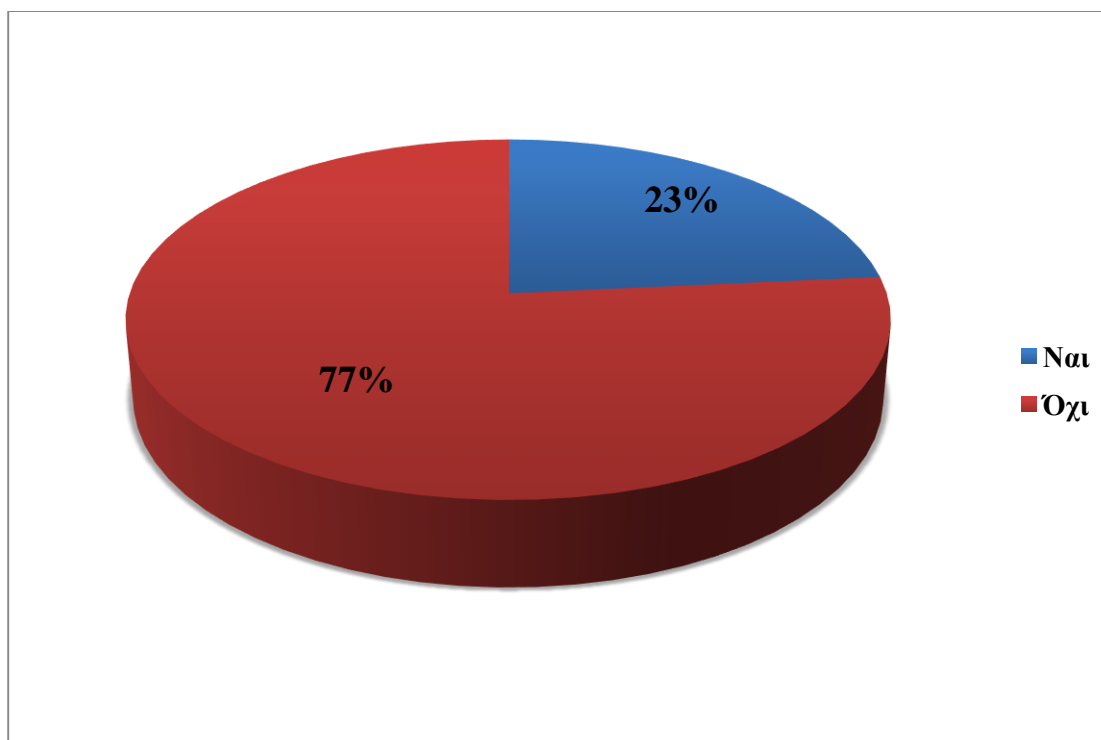
	ΝΑΙ	ΠΡΟΚΕΙΤΑΙ ΝΑ	ΟΧΙ
Παρέχετε εκπαίδευση στο προσωπικό σε θέματα περιβαλλοντικής συμπεριφοράς;	52,94%	11,76%	35,3%
Πληροφορείτε τους πελάτες σχετικά με τις «πράσινες» πρακτικές που έχουν υιοθετηθεί από την επιχείρησή σας;	29,41%	29,41%	41,18%

Από τα παραπάνω, διακρίνονται ορισμένα σημαντικά ποσοστά, που αποδεικνύουν τη χρήση των τριών από τις βασικότερες «πράσινες» πρακτικές για τις οικολογικές ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, αυτή της εξοικονόμησης ενέργειας και νερού αλλά και αυτή της ανακύκλωσης προϊόντων. Επιπλέον, διακρίνονται σημαντικά ποσοστά που αποδεικνύουν τη μέριμνα στον τομέα των προμηθειών, της εκπαίδευσης του προσωπικού, αλλά και την πληροφόρηση των πελατών σε θέματα περιβαλλοντικής συμπεριφοράς. Όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα που προέκυψε από το ερωτηματολόγιο, παρόλο που υπάρχουν αρκετές επιχειρήσεις οι οποίες μεριμνούν για τα περιβαλλοντικά προβλήματα, το ποσοστό αυτών που είναι πιστοποιημένα με κάποιο οικολογικό πρότυπο είναι πολύ μικρότερο από το συνολικό αριθμό τους.

6. Έχετε υιοθετήσει κάποιο εθελοντικό σύστημα πιστοποίησης της ποιότητας ή περιβαλλοντικής μέριμνας του καταλύματός σας;

Συγκεκριμένα, ο αριθμός των πιστοποιημένων επιχειρήσεων σε θέματα ποιότητας υπηρεσιών ή περιβαλλοντικής μέριμνας ανέρχεται στο ποσοστό του 23,5%. Το ποσοστό αυτό, αποδεικνύει τη μη διαδεδομένη νοοτροπία του «πράσινου» τουρισμού στην Ελλάδα.

Διάγραμμα 10: Υιοθέτηση συστημάτων πιστοποίησης της ποιότητας ή της περιβαλλοντικής μέριμνας των καταλυμάτων

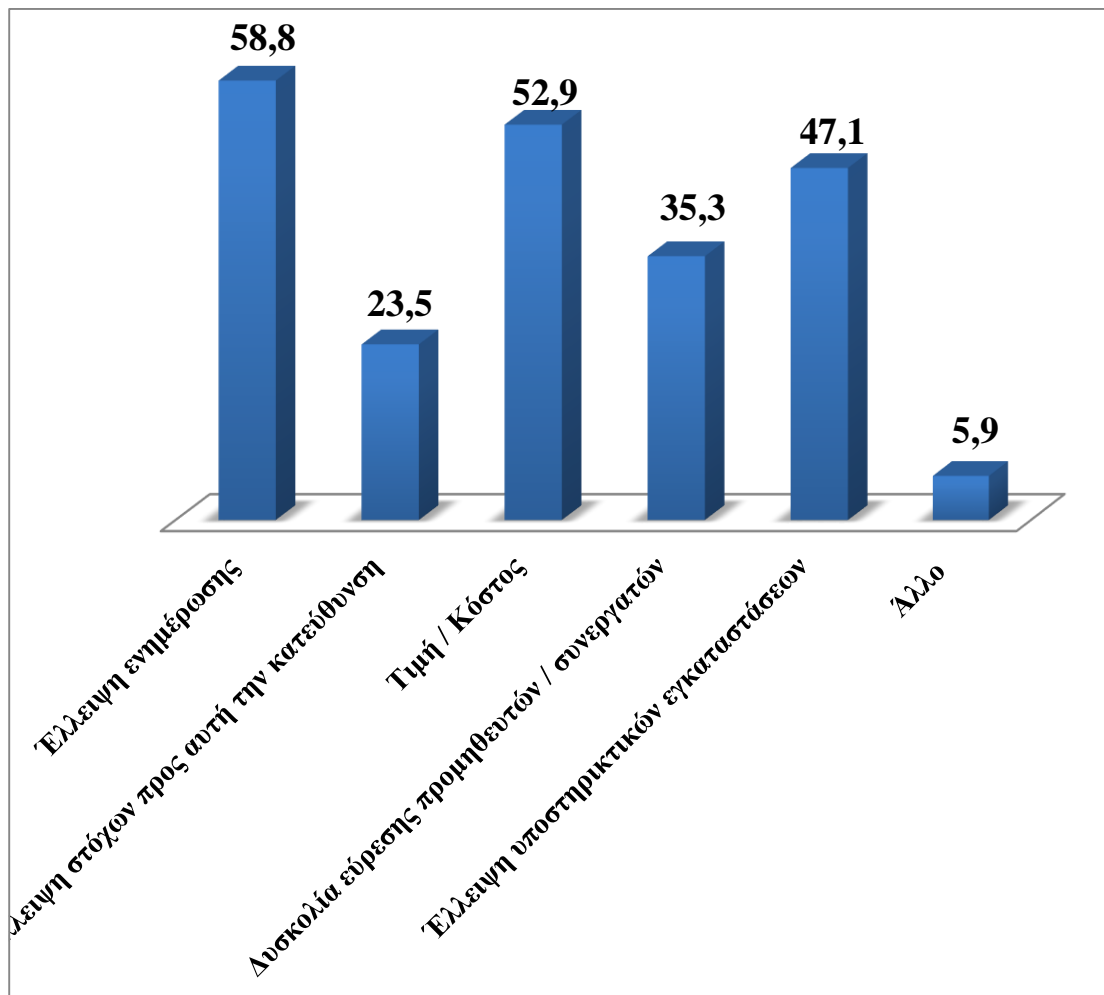


Για τον λόγο αυτό, θα μελετηθούν οι λόγοι για τους οποίους υφίσταται αυτή η κατάσταση. Παρακάτω, λοιπόν, παρατίθενται τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου σχετικά μ' αυτό.

7. Ποιο κατά τη γνώμη σας είναι το κύριο εμπόδιο στο να γίνουν οι επιχειρήσεις περισσότερο φιλικές προς το περιβάλλον;

Όσον αφορά τα εμπόδια που συναντούν οι επιχειρήσεις, ώστε να εφαρμόσουν πρακτικές που προστατεύουν το περιβάλλον, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία, σε ποσοστό 58,8% δείχνει να μην έχει σχετική ενημέρωση, σε 52,9% να στηρίζει την μη εφαρμογή «πράσινων» πρακτικών στο κόστος και σε ποσοστό 47,1% να μην διαθέτει υποστηρικτικές εγκαταστάσεις. Αναλυτικότερα καταγράφονται στο παρακάτω διάγραμμα τα ποσοστά των επιχειρήσεων σε σχέση με τα εμπόδια που συναντούν στην υιοθέτηση «πράσινων» πρακτικών.

Διάγραμμα 11: Εμπόδια υιοθέτησης «πράσινων» πρακτικών



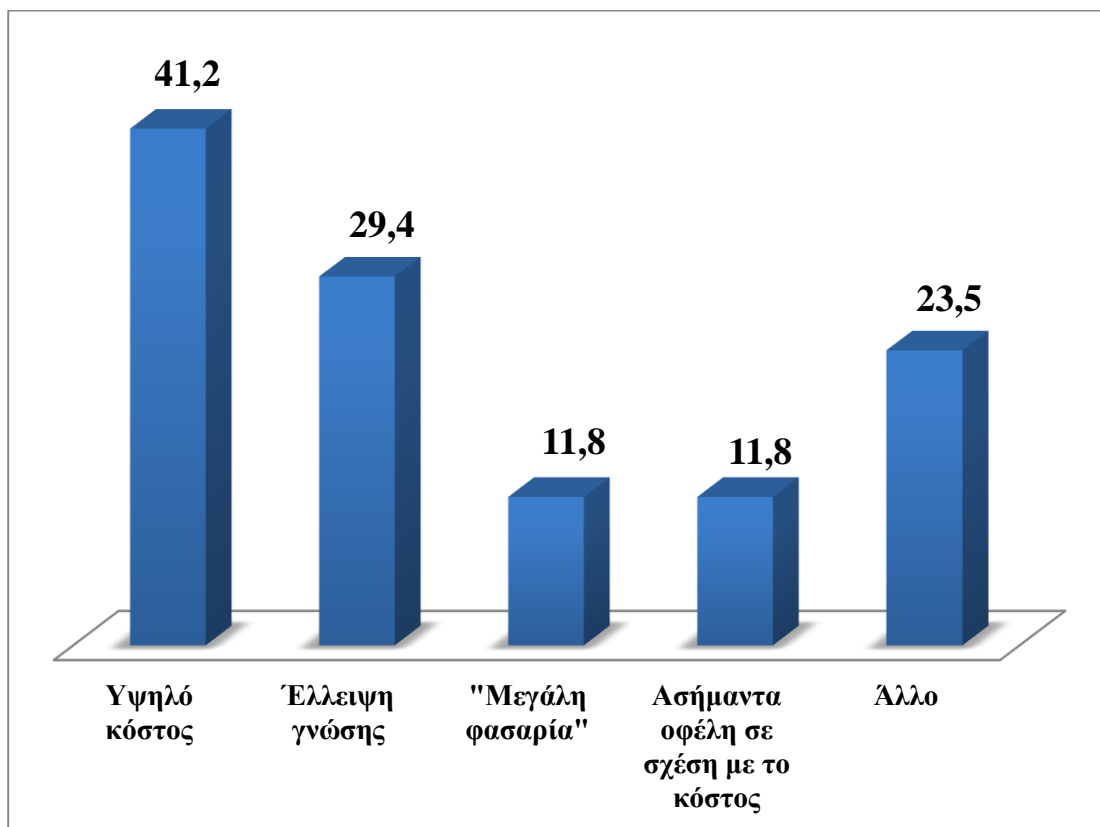
Ορισμένες, μάλιστα, επιχειρήσεις δηλώνουν σε ποσοστό **17,6%** ότι δεν ενδιαφέρονται να μουν σε καμία διαδικασία πιστοποίησης της ποιότητας του καταλύματός τους (έναντι 82,4% που δείχνουν θερμό ενδιαφέρον). Στο παρακάτω διάγραμμα, που προέκυψε από τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου, παρουσιάζονται οι λόγοι για τους οποίους οι επιχειρήσεις δεν δείχνουν ενδιαφέρον για την υιοθέτηση πρακτικών που σέβονται και προστατεύουν το περιβάλλον.

i. Αν, λοιπόν, όχι, για ποιους λόγους;

Συγκεκριμένα, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων, σε ποσοστό 41,2%, που δεν δείχνουν ενδιαφέρον για τις «πράσινες» πρακτικές, δηλώνει ότι αποτρέπεται λόγω του υψηλού κόστους για την υιοθέτηση τους. Ενώ, σε μικρότερα ποσοστά, από 30% και κάτω,

δηλώνονται λόγοι όπως η έλλειψη γνώσης. Στο διάγραμμα 12 καταγράφονται αναλυτικά οι λόγοι με τα αντίστοιχα ποσοστά τους.

Διάγραμμα 12: Λόγοι έλλειψης ενδιαφέροντος για πιστοποίηση της ποιότητας του καταλύματος



Αντιθέτως, το συντριπτικό ποσοστό του **82,4%** των επιχειρήσεων που δε διαθέτουν ήδη οικολογική πιστοποίηση, απαντούν θετικά στην ερώτηση αν θα ενδιαφέρονταν να υιοθετήσουν κάποιο είδος πιστοποίησης της ποιότητας του καταλύματός τους και μας παραθέτουν τους λόγους για τους οποίους, κατά τη γνώμη τους, «αξίζει τον κόπο». Παρατίθενται, επακριβώς, ορισμένες από τις απαντήσεις τους:

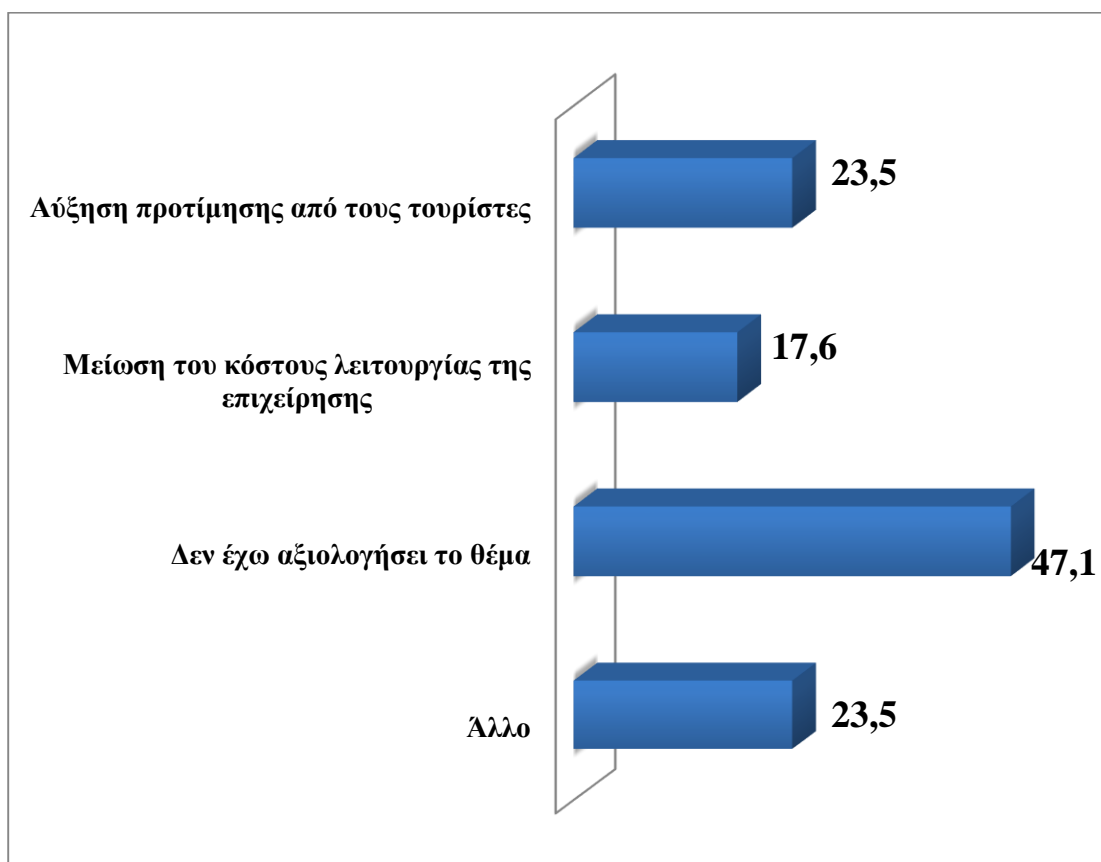
- Για την αξιολόγηση και αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών
- Για να προσαρμόσουμε την επιχείρηση, ώστε να γίνει πιο φιλική προς το περιβάλλον
- Θετικά αποτελέσματα για την επιχείρηση
- Για να σώσουμε το περιβάλλον από τις αρνητικές επιπτώσεις που επιφέρουν οι ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις
- Καλύτερη διαφήμισης για την επιχείρηση

- Για εξοικονόμηση ενέργειας
- Θα μπορούσε να προσελκύσει περισσότερο κόσμο και να αναβαθμίσει γενικά τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου
- Προσωπικό ενδιαφέρον των μελών της επιχείρησης
- Πιο ανταγωνιστική επιχείρηση
- Αύξησης της ποιότητας
- Βιωσιμότητα, αλλά και στρατηγική μάρκετινγκ

Όσον αφορά τις επιχειρήσεις που έχουν ήδη υιοθετήσει κάποιο είδος πιστοποίησης της ποιότητάς τους, παρακάτω παρατίθενται τα αποτελέσματα που αφορούν τις αλλαγές στη λειτουργία τους από την υιοθέτηση και μετά.

- ii. Ποιες αλλαγές έχετε παρατηρήσει στη λειτουργία της επιχείρησής σας από την υιοθέτηση του συστήματος πιστοποίησης και μετά;

Διάγραμμα 13: Αλλαγές από την υιοθέτηση συστημάτων πιστοποίησης



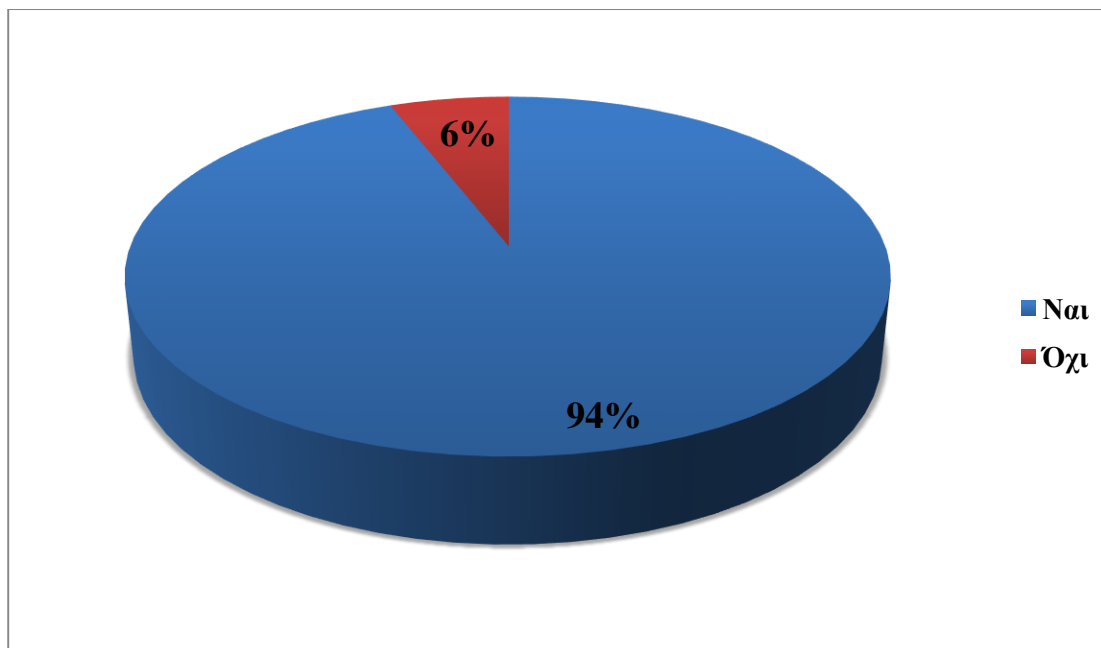
Παρατηρείται, λοιπόν, ότι το μεγαλύτερο ποσοστό θετικών αποτελεσμάτων, που επιφέρει μια οικολογική πιστοποίηση, κυμαίνεται μεταξύ «αύξησης της προτίμησης από τους τουρίστες» και «μείωσης του κόστους λειτουργίας της επιχείρησης», με ποσοστά 23,5% και 17,6% αντίστοιχα. Δυστυχώς, διακρίνεται ένα πολύ μεγάλο ποσοστό της τάξης του 47,1% των επιχειρήσεων, που δεν έχουν αξιολογήσει τις αλλαγές που αφορούν τη λειτουργία της επιχείρησης από την υιοθέτηση της πιστοποίησης και έπειτα. Ενώ, καμία από τις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα, δεν έχει παρατηρήσει αύξηση της προτίμησης από την πλευρά των τουριστικών πρακτόρων, δυνατότητα συμμετοχής σε προγράμματα που πριμοδοτούν τέτοιου είδους πρακτικές.

Τέλος, παρακάτω παρατίθεται μία από τις σημαντικότερες ερωτήσεις, η οποία και έλαβε συντριπτικό ποσοστό θετικών απαντήσεων, γεγονός που επιτρέπει να εξαχθεί πληθώρα συμπερασμάτων.

8. Θεωρείτε ότι η υιοθέτηση «πράσινων» και πρακτικών πιστοποίησης ποιότητας από την επιχείρησή σας μπορεί να προσελκύσει νέους πελάτες;

Σε αυτό το σημείο, διακρίνεται μία αντίθεση. Όπως ήδη έχει αναφερθεί από προηγούμενες ερωτήσεις, αρκετές επιχειρήσεις ίσως δεν ενδιαφέρονται ή δυσκολεύονται, λόγω ορισμένων συνθηκών, να μπουν στη διαδικασία υιοθέτησης πιστοποίησης της ποιότητάς τους. Παρόλα αυτά, υπάρχει έντονα η αντίληψη - σε ποσοστό μάλιστα 94,1% - ότι η υιοθέτηση «πράσινων» πρακτικών και η πιστοποίηση της ποιότητας των επιχειρήσεων μπορούν να προσελκύσουν νέους πελάτες.

Διάγραμμα 14: Η υιοθέτηση «πράσινων» πρακτικών προσελκύει νέους πελάτες



Η ακαδημαϊκή έρευνα που φέραμε εις πέρας και τα αποτελέσματα που διαμορφώθηκαν από αυτήν, μας διευκολύνουν στο να καταλήξουμε σε ορισμένα χρήσιμα συμπεράσματα. Με βάση τις απαντήσεις που λάβαμε, διακρίνουμε το γεγονός ότι υπάρχουν έντονες θετικές απόψεις για την υιοθέτηση οικολογικής πιστοποίησης από τις επιχειρήσεις, παρόλα αυτά υπάρχουν ταυτόχρονα και αρκετά εμπόδια που αυξάνουν το επίπεδο δυσκολίας στην όλη διαδικασία. Αυτός είναι, ίσως, ένας από τους σοβαρότερους λόγους που η διαδικασία αυτή δεν είναι ευρέως διαδεδομένη στη χώρα μας. Οι επιχειρήσεις, λοιπόν, οφείλουν να ξεπεράσουν τα όποια εμπόδια βρίσκονται μπροστά τους και να ενισχύσουν το θεσμό της οικολογικής πιστοποίησης και των θετικών αποτελεσμάτων που αυτή επιφέρει στον κλάδο του τουρισμού, αλλά και του περιβάλλοντος.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός αποτελεί μία διεθνούς εμβέλειας δραστηριότητα, στην οποία πολλές χώρες στηρίζουν ολόκληρη την οικονομία τους, αφού δύναται να επιφέρει πολλαπλές θετικές επιδράσεις, τόσο στις υπηρεσίες με τις οποίες συνδέεται άρρηκτα, όσο και σε ζητήματα ανάπτυξης και απασχόλησης. Παράλληλα όμως, όπως φάνηκε και από την ανάλυση που προηγήθηκε, η πορεία της τουριστικής ανάπτυξης άνευ σχεδιασμού και προγραμματισμού, μπορεί να οδηγήσει σε πολυάριθμα προβλήματα ανάπτυξης των τουριστικών περιοχών, καθώς και στην πρόκληση σημαντικότερων περιβαλλοντικών κινδύνων.

Η ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη, σε συνδυασμό με την κατασπατάληση των φυσικών πόρων στην οποία αυτή οδηγεί, κατέστησαν επιτακτική την ανάγκη για δημιουργία συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης, αλλά και για προώθηση της οικολογικής συνείδησης, τόσο στις επιχειρήσεις, όσο και ατομικά. Με σκοπό, λοιπόν, την παρότρυνση των επιχειρήσεων για φιλικότερα προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες, καθώς και τον ευκολότερο εντοπισμό τους από τους οικολογικά συνειδητοποιημένους ταξιδιώτες, δημιουργήθηκε το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα (ECO - Label), το οποίο πιστοποιεί τις «πράσινες» ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, εφόσον αυτές πληρούν συγκεκριμένα κριτήρια.

Μέσα από τη διεξοδική μελέτη των παραπάνω δεδομένων, προκύπτουν ασφαλή συμπεράσματα που αφορούν το κατά πόσο συμβάλλουν ουσιαστικά οι «πράσινες» υπηρεσίες των ξενοδοχειακών μονάδων, που φέρουν την ετικέτα του Eco - Label, στην προστασία του

περιβάλλοντος. Επιπλέον, μπορούμε να απαριθμήσουμε τα πλεονεκτήματα που απολαμβάνει μία τέτοιου είδους ξενοδοχειακή μονάδα και να εντοπίσουμε τις διαφορές ανάμεσα σε οικολογικά πιστοποιημένες και μη επιχειρήσεις.

Ξεκινώντας λοιπόν, αυτό που θα πρέπει να συγκρατήσουμε από την προηγηθείσα ανάλυση είναι ότι το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα παρέχει μία μοναδική ευκαιρία για την ικανοποίηση των προσδοκιών των πελατών με αυξημένη περιβαλλοντική συνείδηση. Αυτό οφείλεται τόσο στα εργαλεία και τις υπηρεσίες που διαθέτουν οι «πράσινες» ξενοδοχειακές μονάδες για την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών κινδύνων, όσο και στο γεγονός ότι η ετικέτα που φέρουν αποτελεί μία αδιαμφισβήτητη εγγύηση για την υψηλή περιβαλλοντική επίδοση των υπηρεσιών τους.

Εν συνεχεία και όσον αφορά στις «πράσινες» πρακτικές, αλλά και τη στρατηγική των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, φαίνεται ότι οι σχεδιαστές των συστημάτων έχουν καταφέρει να εντοπίσουν με ακρίβεια τις πηγές των περιβαλλοντικών προβλημάτων. Πιο συγκεκριμένα, οι ξενοδοχειακές μονάδες που φέρουν το εν λόγω οικολογικό σήμα έχουν υιοθετήσει πρακτικές οι οποίες, άμεσα και έμμεσα, αποσκοπούν στη διατήρηση του φυσικού πλούτου και συνεπώς στη βιωσιμότητα του τουριστικού κλάδου.

Ωστόσο, η συμβολή των «πράσινων» ξενοδοχείων στην προστασία του περιβάλλοντος και στην ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων που επιφέρει ο κλάδος, δεν αποτελεί το μόνο θετικό που πηγάζει από την υιοθέτηση του Eco - Label. Η απονομή του οικολογικού σήματος σε μία ξενοδοχειακή μονάδα, επιφέρει ένα εξίσου σημαντικό πλήθος πλεονεκτημάτων στην επιχείρηση. Τα σημαντικότερα από αυτά τα πλεονεκτήματα, αφορούν την αναγνωρισιμότητά της, έναντι των υπολοίπων ξενοδοχείων, από τους περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένους τουρίστες, καθώς και το γεγονός ότι κάθε τουριστικό κατάλυμα, που φέρει την ετικέτα της μαργαρίτας, μπορεί να χρησιμοποιήσει αυτή την επιβράβευση, ως εργαλείο marketing.

Ένα ακόμα βασικό συμπέρασμα, που πηγάζει από την παραπάνω ανάλυση, αφορά την επένδυση και τη στροφή του τουριστικού πληθυσμού στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες μπορούν να συμβάλλουν καθοριστικά στην ελαχιστοποίηση και την αντιμετώπιση των αρνητικών επιπτώσεων του κλάδου στο περιβάλλον. Αυτό γιατί κάθε τουριστική δραστηριότητα εναλλακτικής μορφής έχει την αφετηρία της στην ανάγκη προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος και διαφύλαξης της πολιτιστικής κληρονομιάς. Ο επαναπροσδιορισμός της σχέσης τουρισμού – περιβάλλοντος κρίνεται ως επιτακτική ανάγκη, για αυτό και αποτελεί ένα από τα κύρια θέματα πολιτικής με στόχο, τόσο την προάσπιση της τουριστικής βιομηχανίας, όσο και την προστασία των πολιτιστικών και φυσικών πόρων μιας

περιοχής. Οι κερδοφόρες δραστηριότητες των ανθρωπίνων όντων οφείλουν να μεριμνούν για τις επιπτώσεις τους και να μη συμβάλλουν αρνητικά στη μετέπειτα πορεία του περιβάλλοντος.

Μέσα από την παρούσα εργασία διαπιστώθηκε ότι τα προβλήματα που προκύπτουν δεν είναι απότοκα της τουριστικής ανάπτυξης καθεαυτή, αλλά απόρροια της πλημμελούς τήρησης των νόμων ή πλημμελούς σχεδιασμού, καθώς και πολλών άλλων παραγόντων που συνδέονται με αυτή και συμβάλλουν αρνητικά στο περιβάλλον. Τα βασικότερα «θύματα» αυτών των - άνευ σχεδιασμού - πρακτικών, είναι οι φυσικοί πόροι και το οικοσύστημα. Στο σημείο αυτό, συμπεράναμε ότι οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις, που επιφέρει η τουριστική ανάπτυξη, διαφέρουν ανάλογα με το είδος της περιοχής στο οποίο δραστηριοποιείται ο κλάδος.

Όπως σε κάθε πρόβλημα, έτσι και σε αυτό, επιτακτική είναι η ανάγκη λήψης μέτρων αντιμετώπισης και πόσο μάλλον μέτρων πρόληψης. Η μελέτη μας πάνω σε αυτό τον άξονα, απέδειξε ότι μέτρα όπως, για παράδειγμα, δημιουργία συστημάτων στερεών αποβλήτων και εγκαταστάσεων επεξεργασίας και καθαρισμού υγρών αποβλήτων, μπορούν να οδηγήσουν σε καλύτερη συνεργασία των ξενοδοχείων με το περιβάλλον. Επιπροσθέτως, η παραπάνω εργασία στην προσπάθεια ανάλυσης του οικολογικού σήματος που απονέμεται σε όλα εκείνα τα ξενοδοχεία που πληρούν τα κατάλληλα πρότυπα υγιεινής και όχι μόνο, κατέληξε στο βασικό συμπέρασμα ότι τα ξενοδοχεία που απολαμβάνουν το παραπάνω οικολογικό σήμα διαφέρουν σε πολλά και καίρια σημεία από τα υπόλοιπα ξενοδοχεία, όπως είναι για παράδειγμα τα επίπεδα καθαριότητας, τροφής, αλλά και χρήσης μη χημικών ουσιών.

Μέσα από την διεξοδική μελέτη του τι είναι αρχικά το ECO - Label και στη συνέχεια πόση αξία δίνει η πιστοποίησή του, όχι μόνο στα ίδια τα ξενοδοχεία που το απολαμβάνουν, αλλά και στο περιβάλλον, το οποίο ακόμη και σήμερα βρίσκεται σε ολόένα και μεγαλύτερο κίνδυνο, γίνεται κατανοητό πόσο σημαντικό είναι να δίνονται αυξανόμενα κίνητρα από όλους τους θεσμούς της κοινωνίας στα ξενοδοχεία προκειμένου, μέσα από τις υπηρεσίες και τις πολιτικές τους, να αυξάνεται και η ποιότητα τους. Τα ζητούμενα αυτά, μπορούν να γίνουν δεδομένα μέσα από την εποικοδομητική συνεργασία του προσωπικού, της διοίκησης, αλλά και των πελατών, ενώ παράλληλα μπορούν να έχουν πολλαπλασιαστική δράση και στα υπόλοιπα ξενοδοχεία, ώστε να εξυμνούν και αυτά το περιβάλλον ως το σημαντικότερο εκείνο μέρος της καθημερινότητας που πρέπει να διαχέεται από αγάπη, φροντίδα και συνείδηση.

Όσον αφορά την ακαδημαϊκή έρευνα που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της εργασίας και έπειτα από επεξεργασία των απαντήσεων του ερωτηματολογίου, που δόθηκαν από αρκετές ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, διαφόρων περιοχών της Ελλάδας, προέκυψαν ορισμένα συμπεράσματα, που αφορούν τις οικολογικές ή μη συμπεριφορές τους και το κατά πόσο ο «πράσινος» τουρισμός είναι αρκετά διαδεδομένος στις εγχώριες επιχειρήσεις. Με βάση τις απαντήσεις, διακρίνουμε το γεγονός ότι υπάρχουν έντονες θετικές απόψεις για την υιοθέτηση οικολογικής πιστοποίησης, αλλά και «πράσινες» πρακτικές που ήδη χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις, παρόλα αυτά υπάρχουν ταυτόχρονα και αρκετά εμπόδια που αυξάνουν το επίπεδο δυσκολίας στην όλη διαδικασία. Αυτός είναι, ίσως, ένας από τους σοβαρότερους λόγους που η διαδικασία αυτή δεν είναι ευρέως διαδεδομένη στη χώρα μας. Οι επιχειρήσεις, λοιπόν, οφείλουν να ξεπεράσουν τα όποια εμπόδια βρίσκονται μπροστά τους και να ενισχύσουν το θεσμό της οικολογικής πιστοποίησης και των θετικών αποτελεσμάτων που αυτή επιφέρει στον κλάδο του τουρισμού, αλλά και του περιβάλλοντος.

ΒΙΒΛΙΟΦΡΑΦΙΑ

- ✚ Ανθουλίδης Ι., (2013), «Βιωσιμότητα του Ελληνικού τουρισμού», Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη
- ✚ Αραβώσης Κ., (2002), «Συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης ISO 14001 – EMAS σαν μέσα σχεδιασμού, διαχείρισης και αξιολόγησης περιβαλλοντικών προγραμμάτων επιχειρήσεων», Περιβάλλον & Δίκαιο, Τεύχος 4
- ✚ ΕΛΟΤ EN ISO, (1997), «Συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης – Προδιαγραφές με καθοδήγηση για την χρήση τους», Αθήνα
- ✚ Ηγουμενάκης Ν. (1991), «Τουριστική οικονομία», Τόμος Α', Εκδ. Interbooks, Αθήνα
- ✚ Κανονισμός ΕΟΚ αριθμ. 880/92 του Συμβουλίου της 23^{ης} Μαρτίου 1992, σχετικά με το κοινοτικό σύστημα απονομής οικολογικού σήματος
- ✚ Κανονισμός ΕΚ αριθμ. 66/2010 του ΕΚ και του Συμβουλίου της 25^{ης} Νοεμβρίου 2009, σχετικά με το οικολογικό σήμα της ΕΕ (EU Eco – Label)
- ✚ Κιλίπρης, Φ., (2006), «Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη στις μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις (Ξενοδοχεία, Ταξιδιωτικά γραφεία)», Διδακτορική Διατριβή, Θεσσαλονίκη, <https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/375/5/kilipiris.pdf>
- ✚ Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., (2001), «Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον», Εκδ.: Κριτική, Αθήνα
- ✚ Κακκώσης Χ., Τσάρτας Π., «Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό», ΕΑΠ, Τόμος Β', Πάτρα

- ✚ Λαγός Δ., (2005), «Τουριστική Οικονομική», Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα
- ✚ Λυκούδης Π., (2014), «Συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης», Sustchem Engineering
- ✚ Λύτρας, Π. (1993), «Τουριστική Ψυχολογία», Β΄ έκδοση, Interbooks, Αθήνα
- ✚ Μανδaráκα Μ., (2004), «Συστήματα και εργαλεία περιβαλλοντικής διαχείρισης», Διδακτικές Σημειώσεις
- ✚ Μανδaráκα Μ., Γεωργακόπουλος Κ.Α., (2006), «Ελληνική Βιομηχανία: προς την οικονομία της γνώσης», ΤΕΕ, Αθήνα
- ✚ Οικονόμου Σ., Βλάχου Α., (2010), «Διερεύνηση της περιβαλλοντικής επίδοσης των ξενοδοχείων και ενοικιαζόμενων δωματίων στη νήσο Κέρκυρα», Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, ΤΕΙ Καβάλας, Καβάλα
- ✚ Παπαδημητρίου Γ., (2014), «Εισαγωγή στα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης», Πτυχιακή εργασία, ΤΕΙ Πειραιά, Σχολή Τεχνολογικών Εφαρμογών, Πειραιάς
- ✚ Παππάς Ν., (2008), «Περιβάλλον – Πολιτισμός – Τουρισμός – Περιφερειακή Ανάπτυξη», Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Γενική Γραμματεία Εκπαίδευσης Ενηλίκων, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων, Αθήνα
- ✚ Τερζάκης Α., (2003), «Τουρισμός και Περιβάλλον», Εκδ.: Ρίζος, Αθήνα
- ✚ Υφαντίδου Γ., Σπυριδοπούλου Ε., (2016), «Πράσινος τουρισμός», https://repository.kallipos.gr/pdfviewer/web/viewer.html?file=/bitstream/11419/4262/2/02_chapter_6.pdf
- ✚ ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ ΜΙΑ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ - Έκδοση: 2η έκδ./2015
 - Συγγραφέας: Ζαφειρόπουλος Κώστας
- ✚ Εφημερίδα της Κυβέρνησης / Αρ. Φύλλου 10 / 9 Ιανουαρίου 2015
 - (http://cert.grhotels.gr/Content/docs/%CE%A6%CE%95%CE%9A_10%CE%92_2015%20.pdf)
- ✚ Avdimiotis S., (2009) «From development to decline. Tracing the life circle notifications of a destination», Journal of Environmental Protection and Ecology

- ✚ Becken S., (2010), «The evolution of research on tourism and the environment», Tourism and the Environment, Cheltenham, MPG Books Group
- ✚ Bramwell B., (1990), «Green tourism in the country side», Tourism Management, 11(4), pp 358-360
- ✚ Bohdanowicz, P., (2006), «Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries—survey results», International Journal of Hospitality Management, 25, pp.662–682
- ✚ Han, H. Hsu, L. and Sheu, C. (2010), «Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities», Tourism Management, 31, pp. 325–334
- ✚ Han, H. Hsu, L. Lee, J. and Sheu, C. (2011), «Are lodging customers ready to go green? An examination of attitudes, demographics, and eco-friendly intentions», International Journal of Hospitality Management, **30**, p.p. 345–355
- ✚ Honey, M. and Stewart, M. (2002), «The Evolution of Green Standards for Tourism», Honey, M. Ecotourism & Certification: Setting Standards in Practice, Washington: Island Press, pp. 33-71
- ✚ Long V., (1991), «Nature Tourism: environmental stress or environmental salvation?»
- ✚ Lutz H., (2008), «Ενεργειακή αποδοτικότητα σε ξενοδοχεία»
- ✚ Manaktola, K., Jauhari, V.,(2007), «Exploring consumer attitude and behavior towards green practices in the lodging industry in India», International Journal of Contemporary Hospitality Management, (5), pp. 364–377
- ✚ Sharpley, R. (2009), «Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?», London: Earthscan.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- ✚ World Wide Fund for Nature ή World Wildlife Fund – Παγκόσμιο Ταμείο για τη φύση (wwf.gr)
- ✚ The International Ecotourism Society (ecotourism.org)
- ✚ European Commission (ec.europa.eu/environment/ecolabel)
- ✚ EOT – Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (gnto.gov.gr)

- ✚ Ιστοσελίδα Υπουργείου Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής (ypeka.gr)
- ✚ Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος (cert.grhotels.gr)
- ✚ Επιχειρησιακό πρόγραμμα: Περιβάλλον και Αειφόρος Ανάπτυξη (epperaa.gr)
- ✚ Ecocity.gr
- ✚ Planeco Development Consultants (planeco.eu/el)
- ✚ ECON 3 – Περιοδικό για την Οικονομία, την Οικολογία και την Κατασκευή (econ3.gr)
- ✚ Systasi Consulting (systasi-consulting.gr/ecolabel-hotels)
- ✚ Grekland Panorama Exhibition in Stockholm (greklandpanorama.com)
- ✚ The International Ecotourism Society (ecotourism.org)
- ✚ <http://www.antagonistikotita.gr/epanek/>
- ✚ <http://www.fee.global/>
- ✚ <http://www.greenkey.global/>
- ✚ https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82#.CE.94.CE.B9.CE.B1.CE.BA.CF.81.CE.AF.CF.83.CE.B5.CE.B9.CF.82_.CF.84.CE.BF.CF.85_.CF.84.CE.BF.CF.85.CF.81.CE.B9.CF.83.CE.BC.CE.BF.CF.8D
- ✚ <http://money-tourism.gr/wttc-186-tou-ellinikou-aep-o-tourismos/#axzz4zqgK4ozk>
- ✚ <http://www.greenhotels.gr/home/prasinos-tourismos>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Είδος επιχείρησης

Ξενοδοχείο

Ενοικιαζόμενα δωμάτια

Ενοικιαζόμενα διαμερίσματα

Επιπλωμένες κατοικίες

2. Σε τι περιοχή βρίσκεται η επιχείρηση;

Παραθαλάσσια περιοχή

Ορεινή περιοχή

Οικισμοί / Πόλεις

Άλλο

3. Ποια συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας χρησιμοποιείτε στο κατάλυμά σας;

Ηλιακοί θερμοσίφωνες

Φυσική σκίαση

Αισθητήρες κλιματιστικού
Κάρτες διακοπής ρεύματος συνδεδεμένες με το κλειδί
Λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης
Άλλο
Κανένα

4. Ανακυκλώνεται κάποιο / α από τα παρακάτω υλικά;

Γυαλί
Χαρτί
Αλουμίνιο
Υλικά συσκευασίας
Μπαταρίες
Πλαστικά
Μαγειρικό λάδι
Άλλο

5. Έχετε υιοθετήσει κάποιο εθελοντικό σύστημα πιστοποίησης της ποιότητας ή περιβαλλοντικής μέριμνας του καταλύματός σας;

Ναι
Όχι

6. Προτίθεστε να αποκτήσετε κάποιο εθελοντικό σύστημα πιστοποίησης της ποιότητας ή περιβαλλοντικής μέριμνας του καταλύματός σας;

Ναι
Όχι

7. Εάν «Ναι», για ποιο λόγο;

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

8. Εάν «Όχι», για ποιο / ποιους λόγους δεν προτίθεστε;

Υψηλό κόστος

Έλλειψη γνώσης

«Μεγάλη φασαρία»

Ασήμαντα οφέλη σε σχέση με το κόστος

Άλλο

9. Από τις ακόλουθες ενέργειες, ποιες έχετε ήδη υιοθετήσει ή προτίθεστε να υιοθετήσετε προκειμένου να γίνει η επιχείρησή σας περισσότερο πράσινη;

	ΗΔΗ	ΠΡΟΚΕΙΤΑΙ ΝΑ
Υπάρχει ενεργό σύστημα ανίχνευσης διαρροών νερού		
Βρύσες και κεφαλές ντους που περιορίζουν την κατανάλωση νερού		
Ανακύκλωση νερού		
Συλλέκτες βρόχινου νερού για χρήση στις λειτουργίες του ξενοδοχείου		
Συλλέκτες βρόχινου νερού για χρήση σε άρδευση		

10. Από τις ακόλουθες ενέργειες, ποιες έχετε ήδη υιοθετήσει ή προτίθεστε να υιοθετήσετε προκειμένου να γίνει η επιχείρησή σας περισσότερο πράσινη;

	ΗΔΗ	ΠΡΟΚΕΙΤΑΙ ΝΑ
Χρήση προϊόντων τοπικής παραγωγής		
Επιλογή προμηθευτών βάσει περιβαλλοντικών κριτηρίων		
Επιλογή προϊόντων βάσει της ενεργειακής τους κατανάλωσης		

Χρήση καθαριστικών φιλικών προς το περιβάλλον		
Χρήση χρωμάτων φιλικών προς το περιβάλλον		

11. Παρέχετε ή προτίθεστε να παρέχεται εκπαίδευση στο προσωπικό και πληροφόρηση στους πελάτες σχετικά με τις «πράσινες» πρακτικές;

	ΗΔΗ	ΠΡΟΚΕΙΤΑΙ ΝΑ
Παρέχετε εκπαίδευση στο προσωπικό σε θέματα περιβαλλοντικής συμπεριφοράς;		
Πληροφορείτε τους πελάτες σχετικά με τις «πράσινες» πρακτικές που έχουν υιοθετηθεί από την επιχείρησή σας;		

12. Ποιο / α κατά τη γνώμη σας είναι το κύριο εμπόδιο στο να γίνουν οι επιχειρήσεις περισσότερο φιλικές προς το περιβάλλον;

Έλλειψη ενημέρωσης

Έλλειψη στόχων προς αυτή την κατεύθυνση

Τιμή / Κόστος

Δυσκολία εύρεσης προμηθευτών / συνεργατών

Έλλειψη υποστηρικτικών εγκαταστάσεων

Άλλο

13. Θεωρείτε ότι η υιοθέτηση «πράσινων» και πρακτικών πιστοποίησης ποιότητας από την επιχείρησή σας μπορεί να προσελκύσει νέους πελάτες;

Ναι

Όχι