



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ:

«Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων για Μηχανικούς»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Οι Πολιτικές Περιβαλλοντικής Διαχείρισης των Ξενοδοχειακών
Μονάδων. Η Περίπτωση του Ηρακλείου Κρήτης.

Environmental Management Policies in Hotel Industry. The case of
Heraklion Crete.

ΚΕΦΑΛΑΣ ΘΕΜΙΣΤΟΚΛΗΣ, ΜΟ 122



Επιβλέπων Καθηγητής: Δρ. Ρομπογιαννάκης Ιωάννης

Ηράκλειο, Αύγουστος 2021

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να διερευνηθούν οι πολιτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης των ξενοδοχειακών μονάδων στο Ηράκλειο της Κρήτης. Ο πληθυσμός της έρευνας αποτελείται από όλους τους εργαζομένους στον ξενοδοχειακό κλάδο. Το τελικό δείγμα που συγκεντρώθηκε μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας Google doc ήταν ίσο με 150 εργαζομένους. Από την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε βρέθηκε τα $\frac{3}{4}$ του δείγματος των εργαζομένων στα ξενοδοχεία να αντιλαμβάνονται την ποιότητα ως τα χαρακτηριστικά της υπηρεσίας που ικανοποιούν ή ξεπερνούν τις προσδοκίες των πελατών ενώ ταυτόχρονα ικανοποιούνται και οι δεδομένες προδιαγραφές της παραγωγής της υπηρεσίας. Όσον αφορά τις ενέργειες που εκτελούνται στα ξενοδοχεία ανάλογα με το πρότυπο που εφαρμόζουν τα 8/10 των εργαζομένων ανέφεραν την απαγόρευση καπνίσματος σε κοινόχρηστους χώρους, την ανακύκλωση χαρτιού / γυαλιού / πλαστικών και το αυτόματο σύστημα διακοπής ηλεκτρισμού μέσω κάρτας πρόσβασης για κάθε δωμάτιο. Ακόμα, τα 2/3 του δείγματος ανέφερα τα συστήματα αυτοματισμού για το κλείσιμο της ψύξης με το άνοιγμα της μπαλκονόπορτας, την φύτευση περιβάλλοντος χώρου ή/και στεγών με είδη προσαρμοσμένα στις τοπικές συνθήκες, την χρήση προϊόντων προσωπικής υγιεινής και απορρυπαντικών φιλικών προς το περιβάλλον και τον τοπικό βιολογικό καθαρισμό. Πάνω από το 50% του δείγματος ανέφερε τον διαχωρισμό απορριμμάτων ανά κατηγορία, την αγορά προϊόντων τοπικής παραγωγής ή / και βιολογικών προϊόντων μαζί με την αντικατάσταση ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών με συσκευές ενεργειακής κλάσης A, τα συστήματα ελέγχου φωτισμού (π.χ. αισθητήρες κίνησης και φωτεινότητας), το 51,33% του δείγματος αναφέρει την επεξεργασία νερών για χρήση σε πότισμα και καθαριότητα εξωτερικών χώρων και την αντικατάσταση παλαιών καυστήρων και λεβήτων με νέους υψηλής απόδοσης και συντήρησής τους. Επιπρόσθετα, πάνω από το 50% του δείγματος ανέφερε ότι πραγματοποιείται συστηματικός έλεγχος για την ορθολογική εφαρμογή πρότυπου περιβαλλοντικής διαχείρισης. Τα $\frac{3}{4}$ των εργαζομένων ανέφεραν ότι έχει εκπαιδευτεί / ενημερωθεί το προσωπικό των ξενοδοχείων σε θέματα περιβαλλοντικής συνείδησης / συμπεριφοράς. Ως προς τα οφέλη της εφαρμογής περιβαλλοντικής πολιτικής τα 2/3 ανέφεραν την μείωση του λειτουργικού κόστους, μέσω εξοικονόμησης ενέργειας, νερού και ολοκληρωμένης διαχείρισης απορριμμάτων, την αύξηση ικανοποίησης των πελατών, την βελτίωση σχέσεων με την τοπική κοινωνία, την αναβάθμιση & βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του ξενοδοχείου μαζί με το συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών, την εξασφάλιση οικολογικής πιστοποίησης και μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία του ξενοδοχείου. Ακόμα, πάνω από το 50% του δείγματος των εργαζομένων ανέφερε την προσέλκυση νέων πελατών, την ενίσχυση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης / εικόνας (image) της επιχείρησης και την ενίσχυση της περιβαλλοντικής συνείδησης (πελατών, συνεργατών, κ.λπ.).

Λέξεις -κλειδιά: ξενοδοχεία, περιβαλλοντική διαχείριση, πολιτικές.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	2
Κεφάλαιο 1 ^ο Εισαγωγή στη μελέτη.....	5
Κεφάλαιο 2 ^ο Τουρισμός και τουριστική ανάπτυξη	8
2.1 Τουρισμός.....	8
2.2 Τουριστική ανάπτυξη	8
2.3 Επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στη κοινωνία, την οικονομία, το πολιτισμό και το περιβάλλον.....	10
2.3.1 Οικονομικές επιπτώσεις.....	10
2.3.2 Κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις	11
2.3.3 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	12
2.4 Μαζικός τουρισμός.....	13
2.5 Εξελίξεις για ελληνικό τουρισμό	14
2.6 Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Κρήτης	20
Κεφάλαιο 3. Πολιτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης (ΠΠΔ) των ξενοδοχειακών μονάδων.....	21
3.1 Ορισμός ΠΠΔ.....	21
3.2 Ιστορική Αναδρομή	22
3.3 Οφέλη.....	23
3.4 Συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης	26
3.4.1 Travelife	27
3.4.2 Bio-Hotels.....	28
3.4.3 TO Greenkey.....	31
3.4.4 ISO 14000	32
3.4.5 Σύστημα EMAS	34
Κεφάλαιο 4 ^ο Πράσινα Ξενοδοχεία	35
4.1 Ορισμός Πράσινων Ξενοδοχείων.....	35

4.2 Διαδικασία μετατροπής ξενοδοχείων σε πράσινα	36
4.3 Περιβαλλοντική Διαχείριση Ξενοδοχείων	37
Κεφάλαιο 5 Μεθοδολογία	40
5.1 Σκοπός έρευνας	40
5.2 Ποσοτική έρευνα	40
5.3 Πληθυσμός – Δείγμα	40
5.4 Στατιστική Ανάλυση.....	40
Κεφάλαιο 6. Αποτελέσματα έρευνας	41
Συμπεράσματα	74
Συζήτηση.....	76
Βιβλιογραφία	77
Παράρτημα.....	90

Κεφάλαιο 1^ο Εισαγωγή στη μελέτη

Προκειμένου να διασφαλιστεί η ομαλή λειτουργία μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης στο φυσικό της περιβάλλον με τα λιγότερο πιθανά βάρη και να διατηρηθεί ο φυσικός πλούτος και η βιωσιμότητα ενός τουριστικού προορισμού, είναι απαραίτητη η εφαρμογή δράσεων και μέτρων που συμβάλλουν στον σκοπό αυτό. Η περιβαλλοντική διαχείριση είναι μια ευρεία έννοια που καλύπτει ένα ευρύ φάσμα πρακτικών, με στόχο την μείωση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον που προκαλούνται από εταιρικά προϊόντα και υπηρεσίες. Ειδικότερα για τις εταιρείες του ξενοδοχειακού κλάδου, η περιβαλλοντική διαχείριση αποτελεί μια προσπάθεια αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης και ένα σημαντικό στοιχείο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης τους.

Αν και υπάρχει μια αυξανόμενη πρόοδος και στροφή του ξενοδοχειακού κλάδου προς τη βιωσιμότητα, τα ξενοδοχεία που συνήθως υιοθετούν πρακτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης είναι κυρίως τα μεγάλα ή μέλη πολυεθνικών αλυσίδων. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι τα μεγάλα ξενοδοχεία διαθέτουν τους απαραίτητους πόρους και δυνατότητες για την εφαρμογή των παραπάνω πρακτικών, παράγοντες που συνήθως είναι ανασταλτικοί για μεσαίες και μικρές μονάδες που θεωρούν ότι το κόστος της επένδυσης σε τέτοιες πρακτικές αποτελεί εμπόδιο, αγνοώντας έτσι το μακροχρόνιο μακροπρόθεσμο όφελος μιας τέτοιας επένδυσης.

Η έννοια της περιβαλλοντικής διαχείρισης είναι πολυλειτουργική και περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα πολιτικών και πρακτικών που έχουν τον μοναδικό στόχο να μειώσουν το αρνητικό αποτύπωμα που αφήνεται στο περιβάλλον από τη λειτουργία των εταιρειών. Αυτές οι πρακτικές μπορούν να διαχωριστούν και να ταξινομηθούν σε δύο κατηγορίες: τις οργανωτικές και τις λειτουργικές (Gil et al., 2001). Οι οργανωτικές πρακτικές σχετίζονται με την ανάπτυξη και εφαρμογή ενός συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης που στοχεύει στον εντοπισμό και τη συνετή και αποτελεσματική διαχείριση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της λειτουργίας μιας εταιρείας. Μερικά ενδεικτικά παραδείγματα τέτοιων οργανωτικών πρακτικών είναι η περιβαλλοντική εκπαίδευση του προσωπικού και ο καθορισμός στόχων με οικολογικό περιεχόμενο. Οι λειτουργικές πρακτικές, σε αντίθεση με τις οργανωτικές, είναι σε θέση να βελτιώσουν την περιβαλλοντική απόδοση απευθείας μέσω των τροποποιήσεων που έχουν ως αποτέλεσμα την παραγωγή και τη λειτουργία του συστήματος μιας εταιρείας.

Πολλά ξενοδοχεία σήμερα εφαρμόζουν πρακτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης και προσπαθούν να τις κοινοποιήσουν σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, προκειμένου να βελτιώσουν τη φήμη τους, να δημιουργήσουν ένα ισχυρό εμπορικό σήμα, να ενισχύσουν περαιτέρω την αφοσίωση των πελατών τους και να αποφύγουν τις αρνητικές επιπτώσεις των κανονισμών που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος (Bird et al., 2007). Σύμφωνα με τον Bruns (2000) τα ξενοδοχεία που σχεδιάζουν και υιοθετούν περιβαλλοντικές πολιτικές στοχεύουν στην μείωση των λειτουργικών δαπανών τους, όπως η εξοικονόμηση κόστους μειώνοντας την κατανάλωση νερού και ενέργειας. Τομείς που προσφέρουν εξαιρετικές ευκαιρίες για εξοικονόμηση κόστους είναι η διαχείριση του νερού, της ενέργειας και των λυμάτων, η μείωση των στερεών αποβλήτων και η προμήθεια οικολογικών υλικών και προϊόντων. Τέλος, η έρευνα του Bohdanowicz (2005) σχετικά με τα ευρωπαϊκά ξενοδοχεία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι τα σημαντικότερα κίνητρα για τους ξενοδόχους, που τους ενθαρρύνουν να υιοθετήσουν πιο φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές, έχουν προτεραιότητα την μείωση του λειτουργικού κόστους που προκύπτει από την εφαρμογή τους, οι απαιτήσεις των πελατών, η βελτίωση της εικόνας του ξενοδοχείου, και η επιθυμία μιας εταιρείας να μειώσει την επιβάρυνση για το περιβάλλον.

Παρά την αυξανόμενη φιλοπεριβαλλοντική τάση και τη δημοτικότητα των συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης, τα ευρήματα των Gil et al. (2001) έδειξαν ότι κυρίως οι μεγαλύτερες ξενοδοχειακές εταιρείες εφαρμόζουν τελικά πρακτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης. Παρόμοια συμπεράσματα προέκυψαν από την έρευνα του Chan (2011) σχετικά με ξενοδοχεία στο Χονγκ Κονγκ, δείχνοντας ότι τα ξενοδοχεία, τα οποία πιστοποιήθηκαν με το ISO 14001 ήταν μεγάλα και αναγνωρισμένα ή μέλη πολυεθνικών ομάδων. Επομένως, το μέγεθος φαίνεται να αποτελεί βασικό παράγοντα για την περιβαλλοντική απόδοση ενός ξενοδοχείου σύμφωνα με τον Elsayed (2006), δεδομένου ότι καθορίζει την οργανωτική ικανότητα μιας εταιρείας να υιοθετεί πρωτοβουλίες σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος.

Μετά τη μελέτη των εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες - μεγάλες ξενοδοχειακές εταιρείες που σχετίζονται με την εφαρμογή ενός Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, θα πρέπει να αναφερθούν οι δυσκολίες που σχετίζονται με τους περιορισμένους πόρους τους, το υψηλό σχετικό κόστος και την έλλειψη γνώσεων και χρόνου (Hobson & Essex, 2001). Ως αποτέλεσμα, οι μικρές επιχειρήσεις τείνουν να εφαρμόζουν περιορισμένες και κατακεραματισμένες πρακτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης, χωρίς επίσημη περιβαλλοντική πολιτική (Dewhurst & Thomas, 2003). Αυτές οι εταιρείες δεν έχουν γενικά οργανωτική δομή η οποία είναι σαφώς καθορισμένη και συνήθως οι περιβαλλοντικές ανησυχίες δεν αποτελούν μέρος των αξιών τους (Scharer, 2002). Επίσης, η εφαρμογή πολιτικών περιβαλλοντικής διαχείρισης σε αυτού του είδους τα ξενοδοχεία είναι περιορισμένη και όχι μεταξύ των προτεραιοτήτων της ιδιοκτησίας και της διοίκησης, λόγω των περιορισμένων πόρων τους, οι οποίοι αποτελούν κοινό πρόβλημα για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (Emeksz et al., 2006). Επιπλέον, οι αντιλήψεις, οι στάσεις και οι αξίες των διευθυντών ξενοδοχείων μπορούν επίσης να είναι πιθανά εμπόδια. Οι διευθυντές μικρού μεγέθους ξενοδοχείων πιστεύουν ότι τα μεγάλα επιβαρύνουν περισσότερο το περιβάλλον. Επομένως, θα πρέπει να ανησυχούν περισσότερο για θέματα προστασίας (Mensah, 2006). Τέλος, η συμβολή της έρευνας του Chan (2011) έχει μεγάλη σημασία, καθώς εντοπίζει και επισημαίνει εμπόδια που σχετίζονται μόνο με μικρά και μεσαία ξενοδοχεία, όπως α) η έλλειψη της αίσθησης του επείγοντος, β) η ασάφεια των προτύπων, γ) η έλλειψη εξειδικευμένων συμβούλων, δ) η αντίθετη καθοδήγηση και ε) η ασυνεπής υποστήριξη (Chan, 2011). Οι ενέργειες των μικρότερων ξενοδοχείων αφορούν κυρίως απλές πρακτικές χαμηλού κόστους χωρίς καινοτομίες και την ενεργή συμμετοχή των ξενοδόχων (Hobson & Essex, 2001). Ορισμένοι ξενοδόχοι φοβούνται ότι η υιοθέτηση πρακτικών περιβαλλοντικής διαχείρισης συνεπάγεται υψηλό επενδυτικό κόστος, επομένως ο δρόμος προς την περιβαλλοντική βιωσιμότητα είναι απαγορευτικός από οικονομική άποψη, λόγω των διακυμάνσεων της αγοράς και των μειωμένων κερδών που προκαλούνται από τη γενική οικονομική ύφεση, τους πολέμους και τα θέματα υγείας (Bohdanowicz, 2005).

Τα μικρά και μεσαία ξενοδοχεία αποτελούν σημαντικό μέρος της τουριστικής βιομηχανίας και μπορούν να συμβάλουν συλλογικά στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της κοινωνίας στην οποία ανήκουν. Η τελική υιοθέτηση πρακτικών περιβαλλοντικής διαχείρισης συνεπάγεται σημαντικά οφέλη για τα μικρά και μεσαία ξενοδοχεία παρά τις αρχικές δυσκολίες που συχνά εμποδίζουν την προσπάθειά τους προς αυτόν τον σκοπό. Αυτά τα οφέλη είναι εσωτερικά και εξωτερικά. Τα εσωτερικά οφέλη έχουν να κάνουν με οργανωτικές βελτιώσεις όπως η συνολική βελτίωση της διαχείρισης ποιότητας, η εισαγωγή της εκπαίδευσης και η ενθάρρυνση της καινοτομίας. Υπάρχουν επίσης παροχές που σχετίζονται με ανθρώπινους παράγοντες, όπως η βελτίωση της στάσης, των γνώσεων και των δεξιοτήτων των εργαζομένων. Τέλος, όσον αφορά τα εσωτερικά οφέλη, πολύ σημαντικά είναι και τα οικονομικά, όπως η εξοικονόμηση κόστους (Hillary, 2004). Τα εξωτερικά οφέλη των ξενοδοχειακών μονάδων έχουν να κάνουν με το περιβάλλον, δηλαδή τη βελτίωση της περιβαλλοντικής τους απόδοσης, την εξοικονόμηση φυσικών πόρων, την αύξηση της ανακύκλωσης, την μείωση της

περιβαλλοντικής ρύπανσης και τη νομική τους συμμόρφωση. Πρόσθετα εξωτερικά οφέλη είναι επίσης αυτά που σχετίζονται με θέματα εμπορικού και επικοινωνιακού χαρακτήρα, όπως η εισαγωγή σε νέες αγορές-στόχους που χαρακτηρίζονται από περιβαλλοντικές ευαισθησίες ικανοποιώντας τις περιβαλλοντικές τους απαιτήσεις, την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι άλλων ξενοδοχείων και τη βελτίωση της εικόνας τους (Hillary, 2004). Στο πλαίσιο αυτό θα εξεταστούν και οι ξενοδοχειακές μονάδες του Ηρακλείου Κρήτης προκειμένου να διαπιστωθεί αν υιοθετούν πολιτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Κεφάλαιο 2^ο Τουρισμός και τουριστική ανάπτυξη

2.1 Τουρισμός

Ο τουρισμός είναι παγκοσμίως ένας σημαντικός οικονομικός παράγοντας για την εθνική ανάπτυξη των χωρών. Μέσω του τουρισμού πολλές χώρες μπορούν να αναπτύξουν το εθνικό τους ΑΕΠ ενώ παράλληλα τροφοδοτεί σε μεγάλο βαθμό την απασχόληση με τις θέσεις εργασίας που δημιουργεί. Σημαντική είναι επίσης και η τοπική ανάπτυξη που δημιουργείται λόγω του τουρισμού με τη δημιουργία υποδομών που ενισχύουν σημαντικά τις κοινότητες και ειδικά αυτές που βρίσκονται στην περιφέρεια και αντιμετωπίζουν προβλήματα λόγω της ύφεσης παραδοσιακών παραγωγικών τομέων όπως ο αγροτικός. Ο όρος τουρισμός κατάγεται από την λέξη *tourus* που στην αγγλική και στη γαλλική γλώσσα εκφράζεται με την λέξη *tour* που στα ελληνικά μεταφράζεται ως περιήγηση.

Η έννοια του τουρισμού έχει γίνει προσπάθεια να οριστεί και να αποσαφηνιστεί εδώ και πολλές δεκαετίες διεθνώς. Η δραστηριότητα αυτή έχει προκύψει ως ανάγκη λόγω του ότι ο χαρακτήρας του τουρισμού δεν είναι σαφής και δεν είναι εύκολο να προσδιοριστούν οι συνέπειες που έχει στην οικονομία αντίθετα από άλλους τομείς. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού ορίζει τον τουρισμό ως το σύνολο των δραστηριοτήτων των ανθρώπων που μετακινούνται μέσω ταξιδιών από το ένα μέρος στο άλλο, και δεν διαμένουν σε αυτό μόνιμα. Σκοπός αυτών των δραστηριοτήτων είναι οι συμμετέχοντες σε αυτούς να εργαστούν, να διασκεδάσουν, να επισκεφτούν πολιτιστικά μνημεία κ.ά. (Adeleke, 2014).

Βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού είναι ο προσωρινός χαρακτήρας της διαμονής σε έναν τόπο διαφορετικό από αυτόν που μένει ο επισκέπτης. Στο παρελθόν προϋπόθεση για τον τουρισμό ήταν η μη παροχή αμοιβής σε αυτόν που κάνει το ταξίδι αλλά πλέον αυτό δεν ισχύει δεδομένης της συμπερίληψης των επαγγελματικών ταξιδιών ((Argandoña, 2010).

2.2 Τουριστική ανάπτυξη

Η μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού οδήγησε στο να δημιουργηθεί μία σειρά διαφορετικών προτύπων για τη διατήρηση της τα οποία λαμβάνουν υπόψη τις ιδιαιτερότητες περιοχών και τομέων. Στο σχήμα που ακολουθεί αποτυπώνονται οι παράμετροι της τουριστικής ανάπτυξης και η επίδραση της κάθε μίας από αυτές.



Σχήμα 2.1: Παράμετροι διαμόρφωσης χαρακτηριστικών της τουριστικής ανάπτυξης.

Πηγή: Brokaj, 2014.

Όπως φαίνεται και από το παραπάνω σχήμα, οι βασικοί παράμετροι της τουριστικής ανάπτυξης είναι:

Η τουριστική ζήτηση και τα χαρακτηριστικά της. Είναι δεδομένο και κατανοητό ότι η τουριστική ζήτηση μπορεί να οδηγήσει στην μεγαλύτερη ανάπτυξη προκειμένου να καλυφθούν οι ανάγκες που δημιουργούνται. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για περιοχές που περιλαμβάνουν χαρακτηριστικά που μπορούν να δημιουργήσουν τουριστική ζήτηση όπως οι ορεινές και οι παραθαλάσσιες. Τα χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής συνδυαστικά με τις τουριστικές υπηρεσίες που αυτή προσφέρει την χαρακτηρίζουν ενώ παράλληλα γίνονται επενδύσεις και στα σχετικά προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρονται (Bugler, 2011).

Πόροι του τουρισμού. Οι χώρες και οι περιοχές που διαθέτουν τέτοιου είδους πόρους μπορούν να αναπτυχθούν πιο εύκολα τουριστικά συγκριτικά με τον ανταγωνισμό. Ως τουριστικοί πόροι χαρακτηρίζονται όλοι αυτοί που μπορούν να αποτελέσουν πόλο έλξης για έναν τουρίστα από το φυσικό κλίμα και περιβάλλον μέχρι τον πολιτισμό και τις υπηρεσίες που μπορεί να παρέχει μία περιοχή. Η ύπαρξη των πόρων και μόνο δεν είναι αρκετή για την τουριστική ανάπτυξη αλλά απαιτείται σωστή διαχείριση και προβολή τους (Burzis, 2010).

Τα πρότυπα που ήδη υπάρχουν και οι επιρροές που ασκούν. Όπως ήδη αναφέρθηκε, στον τουρισμό ήδη έχουν διαμορφωθεί κάποια πρότυπα για την ανάπτυξη τα οποία υιοθετούνται ευρέως διότι έχουν αξιολογηθεί ως αποτελεσματικά. Τα πρότυπα αυτά επηρεάζουν όσους εμπλέκονται που θεωρούν ότι θα πρέπει να τα ακολουθήσουν προκειμένου να μην αντιμετωπίσουν προβλήματα αλλά να αυξήσουν και την ανάπτυξη τους. Για παράδειγμα, πολλές παραθαλάσσιες περιοχές προσπαθούν να υιοθετήσουν τα πρότυπα επιτυχημένων παραθαλάσσιων θέρετρων

προκειμένου και αυτές να γνωρίσουν αντίστοιχη επιτυχία. Αυτό είναι ένα φαινόμενο που εντοπίζεται κυρίως στις νέες τουριστικές περιοχές που προσπαθούν να αναπτυχθούν μέσω του μιμητισμού (Durovic & Lovrentjevic, 2014).

Οι εμπλεκόμενοι στην ανάπτυξη του τουρισμού. Η ανάδειξη της σημασίας του τουρισμού και της ανάπτυξης του, έχει οδηγήσει στην εμπλοκή πολλών παραγόντων που σχετίζονται με επιμέρους τομείς. Για παράδειγμα προκειμένου η τουριστική ανάπτυξη να μπορεί να γίνεται προγραμματισμένα και με τον ορθό τρόπο έχουν δημιουργηθεί φορείς και οργανισμοί που ασχολούνται με το συγκεκριμένο αντικείμενο αν και δεν έχουν όλοι την ίδια δραστηριοποίηση (EMAS, 2011).

Οι επιχειρήσεις του τουρισμού. Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό και ειδικά οι tour operators, αποκτούν σημαντικά οφέλη από την τουριστική ανάπτυξη. Η λειτουργία αυτών των επιχειρήσεων διαμορφώνει σε μεγάλο βαθμό την τουριστική ζήτηση και αντίστοιχα αυτό συμβαίνει και στην περίπτωση της προσφοράς. Οι επιχειρήσεις μπορούν να δημιουργήσουν πρότυπα στα οποία πρέπει να ανταποκριθεί η προσφορά και ως εκ τούτου με αυτό τον τρόπο τη διαμορφώνουν (Χατζηβέργης, 2012).

Η πολιτική που ασκείται στον τουρισμό σε όλα τα επίπεδα. Είναι γεγονός ότι δημιουργούνται και διαμορφώνονται συνεχώς πολιτικές που αφορούν την τουριστική ανάπτυξη. Το ιδιαίτερο είναι ότι οι πολιτικές αυτές δεν αναπτύσσονται σε εθνικό μόνο επίπεδο αλλά και σε παγκόσμιο από διεθνείς φορείς και οργανισμούς καθώς και από χώρες που θεωρούνται επιτυχημένες στον τομέα αυτό (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001). Σε εθνικό επίπεδο η τουριστική πολιτική στην Ελλάδα διαμορφώνεται τόσο από την κεντρική διοίκηση όπως είναι για παράδειγμα το αρμόδιο υπουργείο και ο ΕΟΤ αλλά και περιφερειακά από φορείς όπως οι νομαρχίες. Η συμπερίληψη διαφορετικών παραγόντων δεν είναι τυχαία ούτε αποτέλεσμα έλλειψης οργάνωσης. Αντίθετα αποτελεί μία προσπάθεια να συνδυαστεί η κρατική κεντρική πολιτική με τις τοπικές αρχές που γνωρίζουν καλύτερα και κατά συνέπεια, μπορούν να αξιοποιήσουν τα χαρακτηριστικά της κάθε περιοχής (Engel, 2010).

2.3 Επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στη κοινωνία, την οικονομία, το πολιτισμό και το περιβάλλον

2.3.1 Οικονομικές επιπτώσεις

Σε αυτή την ενότητα παρατίθενται οι επιπτώσεις που έχει η τουριστική ανάπτυξη στον οικονομικό τομέα και ειδικότητα στα:

Απασχόληση. Όπως ήδη αναφέρθηκε, ο τουρισμός αποτελεί ένα πεδίο που ευνοεί την απασχόληση λόγω των θέσεων εργασίας που δημιουργεί. Αυτό από μόνο του δεν σημαίνει αυτομάτως ούτε ανάπτυξη αλλά ούτε και οικονομική ευρωστία για τους εργαζόμενους. Ο τουρισμός δημιουργεί εποχική απασχόληση και αυτό πολλές φορές προσελκύει ανθρώπους χωρίς εξειδίκευση και χωρίς δέσμευση στον κλάδο. Ένα άλλο φαινόμενο είναι αυτό της πολλαπλής απασχόλησης που εντοπίζεται στις περιοχές που ο τουρισμός είναι εποχιακός. Σε αυτές τις περιοχές είναι αυξημένη η αυτοαπασχόληση και εμπλέκονται σε αυτή ολόκληρες οι οικογένειες που δεν απασχολούνται όμως αποκλειστικά στον τουρισμό αλλά εργάζονται και σε άλλους κλάδους. Αυτό σημαίνει οικογένειες που την τουριστική περίοδο εργάζονται στον τουρισμό ενώ τις άλλες περιόδους σε άλλες εργασίες.

Η ανάπτυξη στην περιφέρεια. Η τουριστική ανάπτυξη είναι ιδιαίτερα σημαντική για περιοχές που είναι απομονωμένες γεωγραφικά ή είναι υποβαθμισμένες αναπτυξιακά σε άλλους τομείς. Ο τουρισμός αποτελεί γι' αυτές τις περιοχές μία καλή ευκαιρία για την ενίσχυση της απασχόλησης και των εισοδημάτων ενώ παράλληλα παρέχει στους κατοίκους της ευκαιρία να παραμείνουν εκεί και να φύγουν σε αναζήτηση εργασίας (Σαντοριναίος, 2015).

Πολλαπλές επιδράσεις στην οικονομία των περιοχών. Ο τουρισμός αποτελεί έναν κλάδο που επηρεάζει οικονομικά πολλούς τομείς ενισχύοντας τους. Τέτοιου είδους τομείς που επηρεάζονται θετικά από την ανάπτυξη του τουρισμού είναι οι μεταφορές, το εμπόριο, οι υπηρεσίες, η βιοτεχνία, η βιομηχανία, κ.ά.

Ισοζύγιο πληρωμών. Σε αυτό το ζήτημα προκύπτουν δύο επιδράσεις. Η πρώτη αφορά την επιβάρυνση που έχουν οι χώρες που ασχολούνται με τον τουρισμό στο ισοζύγιο τους λόγω της εισαγωγής αυτών που χρειάζονται για την λειτουργία του κλάδου. Η δεύτερη αφορά το συνάλλαγμα που προστίθεται στο ισοζύγιο από τους τουρίστες. Παρά την δεδομένη εμφάνιση και των δύο επιδράσεων στις τουριστικές χώρες, η έκβαση και η τάση της επίδρασης σε αρνητική ή θετική εξαρτάται από τον εθνικό προγραμματισμό στον τρόπο που ο τουρισμός λειτουργεί και αναπτύσσεται.

Φορολογία. Η λειτουργία των επιχειρήσεων και των επενδύσεων στους τουριστικό τομέα οδηγεί στην αύξηση των φορολογικών εσόδων και το ίδιο ισχύει και για τους εργαζόμενους σε αυτόν αφού το εισόδημα τους αυξάνει και κατά συνέπεια και η καταναλωτική τους ικανότητα (Europäische Union, 2009).

Πληθωρισμός και αυξήσεις τιμών. Ενώ η αύξηση του πληθωρισμού λόγω του τουρισμού είναι γενικευμένη και αφορά πολλούς τομείς η αύξηση των τιμών εντοπίζεται κυρίως στη γη λόγω της μεγάλης ανάπτυξης που σημειώνεται.

2.3.2 Κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζονται οι βασικές επιπτώσεις που εντοπίζεται σε κοινωνικό και πολιτιστικό επίπεδο:

Δομή της κοινωνίας. Η τουριστική ανάπτυξη, ειδικά σε τοπικό επίπεδο, επηρεάζει τον τρόπο που αναπτύσσεται και λειτουργεί η κοινωνία τους. Αυτό είναι αποτέλεσμα της επαφής των ντόπιων με τους τουρίστες και είναι πιο έντονο σε περιοχές όπου η τοπική κοινωνία είναι απομονωμένη. Οι νέες δομές κοινωνικές δομές που αναπτύσσονται μέσω αυτής της αλληλεπίδρασης έχουν ως κυρίαρχο στοιχείο τον τουρισμό και επηρεάζονται έντονα από τις αστικές τάσεις (GhulamRabbany, Afrin, Rahman & et al., 2013).

Κινητικότητα σε επαγγελματικό και κοινωνικό επίπεδο. Η αύξηση της απασχόλησης λόγω του τουρισμού αυξάνει και τα εισοδήματα των κατοίκων των τουριστικών περιοχών. Αυτό δημιουργεί κινητικότητα τόσο επαγγελματικά όσο και κοινωνικά. Αυτό γίνεται με δύο τρόπους. Αρχικά, οι άνθρωποι ξεκινούν να ασχολούνται με τον τουρισμό και να λαμβάνουν εισοδήματα από αυτόν. Στη συνέχεια, και λόγω των τουριστικών εισοδημάτων, εγκαταλείπουν σταδιακά άλλες οικονομικές δραστηριότητες που διατηρούσαν παράλληλα.

Επικοινωνία ανάμεσα σε τουρίστες και ντόπιους. Έχει υποστηριχθεί ότι λόγω της αλληλεπίδρασης και της επικοινωνίας ανάμεσα σε τουρίστες και ντόπιους, οι δεύτεροι υφίστανται σημαντικές αξιακές, πολιτισμικές και κοινωνικές αλλαγές. Αυτό

όμως δεν μπορεί να θεωρηθεί ως δεδομένου σε όλες τις περιπτώσεις. Η δυναμική αυτής της αλληλεπίδρασης και της επιρροής εξαρτάται από χαρακτηριστικά όπως το μέγεθος των διαφορών που υπάρχουν ανάμεσα τους ή το είδος των επαφών που έχουν, κ.ά. Σε αρκετές περιπτώσεις βέβαια η επαφή ανάμεσα σε τουρίστες και ντόπιους έχει απλώς εμπορική μορφή και μόνο.

Κοινωνικές και πολιτισμικές μεταβολές. Ο τουρισμός έχει μία αστική διάσταση και η ανάπτυξη του επηρεάζει σε κάποιο βαθμό τις τοπικές κοινωνικές και πολιτισμικές αξίες και συμπεριφορές. Έτσι παρατηρούνται μεταφορές σε στοιχεία όπως στα έθιμα, τις σχέσεις ανάμεσα στους ανθρώπους, στον τρόπο ζωής, κ.ά.

Η εμπορευματοποίηση. Ο τουρισμός έχει κατηγορηθεί πολλάκις ότι εμπορευματοποιεί τις περιοχές στις οποίες αναπτύσσεται αλλά και τις συμπεριφορές των κατοίκων τους. Γεγονός είναι ότι στους τουριστικές περιοχές η συντριπτική πλειοψηφία του πληθυσμού ασχολείται ενεργά με τον τουρισμό. Αυτό οδηγεί πολλές παραδοσιακές δραστηριότητες αλλά και πολιτισμικές εκφάνσεις να εντάσσονται στο πλαίσιο του τουρισμού και να προβάλλονται ως εμπόρευμα (Σακελλαρόπουλος, 2016).

2.3.3 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις

Σε επίπεδο περιβάλλοντος, οι σημαντικές επιπτώσεις που εντοπίζονται είναι οι κάτωθι:

Φυσικό περιβάλλον. Το φυσικό περιβάλλον επηρεάζεται από την τουριστική ανάπτυξη δεδομένων των αναγκών που πρέπει να καλυφθούν. Η ανάπτυξη των υποδομών που είναι αναγκαίες για την υποστήριξη του τουρισμού ασκούν σημαντικές επιρροές στο φυσικό περιβάλλον. Το φαινόμενο αυτό είναι πιο έντονο και έχει πιο σημαντικές επιπτώσεις σε περιοχές με περιβαλλοντικές ιδιαιτερότητες όπως για παράδειγμα οι υδροβιότοποι. Λόγω του ότι οι περισσότερες επιπτώσεις σε αυτό τον τομέα δυστυχώς είναι αρνητικές, υπάρχει συστηματική ενασχόληση προκειμένου να υπάρξουν πολιτικές και δράσεις που να προστατεύουν το περιβάλλον χωρίς να σταματούν την ανάπτυξη του τουρισμού (Gössling, Peeters, Hall & et.all, 2012).

Χρήσεις γης. Η χρήση γης είναι ένα σημαντικό πεδίο συγκρούσεων που προκύπτει με την τουριστική ανάπτυξη. Όλο και περισσότερη γη είναι αναγκαία για τη δημιουργία υποδομών και αυτό στερεί γη από άλλες δραστηριότητες όπως η γεωργία.

Μεταβολή σε τουριστικούς πόρους. Πολλοί οικισμοί που χαρακτηρίζονται ως παραδοσιακοί λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών προσελκύουν τους τουρίστες με αποτέλεσμα να μετατρέπονται σε τουριστικές περιοχές. Αυτή είναι μία εξέλιξη που μπορεί να δημιουργήσει αρνητικές συνέπειες. Αυτός είναι και ο λόγος που υπάρχει έντονη δραστηριότητα προκειμένου να μπορεί να αντιμετωπιστεί το συγκεκριμένο φαινόμενο (Οικονόμου & Βλάχου, 2010).

Τουριστική ικανότητα των περιοχών. Πολλές φορές έχουν την ικανότητα, δηλαδή τις κατάλληλες υποδομές να δεχτούν τουρίστες. Ανάλογα με το είδος και το μέγεθος της ικανότητας, θα πρέπει να εξετάζεται και το είδος της τουριστικής ανάπτυξης που θεωρείται ως πιο κατάλληλο.

Προβλήματα. Όσο αυξάνονται τα τουριστικά θέρετρα τόσο προκύπτουν και διάφορα προβλήματα κυρίως για τη διαμόρφωση τους και τη σχέση τους με το περιβάλλον. Αυτό έχει οδηγήσει στην προσπάθεια διαμόρφωσης κανόνων σε

χωροταξικό και πολεοδομικό επίπεδο προκειμένου να αντιμετωπιστούν αυτής της μορφής τα προβλήματα. Αυτό όχι μόνο ευνοεί την ανάπτυξη του τουρισμού αλλά εξασφαλίζει και τη βιώσιμη διάσταση της (Hotelstars, 2010).

2.4 Μαζικός τουρισμός

Από τις αρχές του 20ου αιώνα, οι τάσεις του τουρισμού μεταβλήθηκαν σημαντικά με τον καλοκαιρινό παραθεριστικό τουρισμό να κυριαρχεί. Σε αυτή την τάση συνέβαλλε η διαμόρφωση της απασχόλησης και η εδραίωση των καλοκαιρινών διακοπών των εργαζόμενων με την καταβολή αποδοχών. Αυτό έκανε τις διακοπές προσβάσιμες και εφικτές για όλους και όχι μόνο γι' αυτούς που είχαν μεγάλα οικονομικά εισοδήματα. Έτσι όλο και περισσότεροι άνθρωποι ξεκίνησαν να ταξιδεύουν και ο τουρισμός σταδιακά έγινε πιο μαζικό με μεγαλύτερες ανάγκες και απαιτήσεις. Παρά το γεγονός ότι ο μαζικός τουρισμός άρχισε να διαμορφώνεται από τη δεκαετία του '30 πέρασαν αρκετές δεκαετίες προκειμένου να αρχίσουν να διατυπώνονται βασικές μεταβολές στον τουρισμό και να αναδεικνύονται κάποια χαρακτηριστικά του όπως αυτά που παρατίθενται στη συνέχεια (Hotelsterne, 2011):

- Ο μαζικός τουρισμός περιλαμβάνει πιο οργανωμένες και ευρείες υποδομές και υπηρεσίες.
- Ο μαζικός τουρισμός μπορεί να επηρεάσει τις παραγωγικές δραστηριότητες των περιοχών αφού σε κάποια στιγμή φτάνουν όχι μόνο να σχετίζονται αλλά και να εξαρτώνται από αυτόν.
- Οι επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού μπορεί να είναι αρνητικές σε πολλούς τομείς.
- Ο μαζικός τουρισμός διαμορφώνεται σε μεγάλο βαθμό όχι μόνο από τις περιοχές που υποδέχονται τους τουρίστες αλλά και από αυτές από τις οποίες προέρχονται.
- Σημαντική επίδραση στον μαζικό τουρισμό ασκούν και οι tour operators οι οποίοι δημιουργούν και τα επίπεδα της ζήτησης μέσω των τουριστικών πακέτων που προσφέρουν.
- Ο μαζικός τουρισμός συνδέεται με την εποχικότητα και το μέγεθος της ζήτησης που αναπτύσσεται λόγω αυτής.

Ο μαζικός τουρισμός αναπτύσσεται σε περιοχές όπου έχουν έντονους πόρους και τους αξιοποιούν προκειμένου να μπορούν να προσελκύσουν τουρίστες. Οι πόροι αυτοί είναι που συνιστούν την εικόνα της τουριστικής περιοχής και προβάλλονται έντονα ως σημείο αναφοράς της (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001). Το οξύμωρο που παρατηρείται σε αυτή την περίπτωση είναι ότι οι ίδιοι οι πόροι που προσελκύουν τους τουρίστες είναι και αυτοί που δέχονται σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις λόγω του μαζικού τουρισμού που επιδιώκουν να προσεγγίσουν. Λόγω όμως της έντονης βιομηχανικής και οικονομικής διάστασης που έχει ο μαζικός τουρισμός οι περιοχές που τον υφίστανται όχι μόνο δεν έχουν σκοπό να τον περιορίσουν προκειμένου να γίνει το ίδιο και με τις αρνητικές συνέπειες αλλά αντίθετα δημιουργούν και νέα προϊόντα και υπηρεσίες προκειμένου να αυξηθεί περισσότερο (Λάππα, 2020).

Παρά το γεγονός ότι ο μαζικός τουρισμός θεωρείται ίσως η κορυφαία μορφή τουρισμού, εντούτοις τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία κρίση της οποίας τα βασικά χαρακτηριστικά είναι:

- Ο μεγάλος ανταγωνισμός λόγω των πολλών προορισμών με κοινά χαρακτηριστικά. Ο ανταγωνισμός είναι ακόμα μεγαλύτερος για τους παραδοσιακούς προορισμούς λόγω της αύξησης της εμφάνισης νέων.
- Λόγω της οικονομικής κρίσης το μοτίβο των διακοπών έχει αλλάξει. Πλέον οι τουρίστες δεν κάνουν μεγάλες χρονικά διακοπές μία συγκεκριμένη περίοδο όπως στο παρελθόν αλλά προτιμούν να κάνουν περισσότερα ταξίδια κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου μειώνοντας παράλληλα και τις διανυκτερεύσεις.
- Επίσης ο μαζικός τουρισμός λόγω των σημαντικών επιπτώσεων που έχει δεν ακολουθείται από ένα μεγάλο αριθμό ανθρώπων που προτιμούν εναλλακτικές μορφές που και περισσότερο περιβαλλοντικά φιλικές όπως ο οικοτουρισμός.

Φαίνεται συνεπώς ότι ο μαζικός τουρισμός που τα βασικά συστατικά του ήταν ο ήλιος, η θάλασσα, η άμμος και το σεξ να αντικαθίσταται από άλλες μορφές τουρισμού που τα βασικά συστατικά τους είναι η εκπαίδευση, ο πολιτισμός και η ιστορία, τα events, η ψυχαγωγία, καθώς και η προστασία του περιβάλλοντος (International Organization for Standardization, 2011).

2.5 Εξελίξεις για ελληνικό τουρισμό

Ο τουρισμός αποτελεί για την ελληνική οικονομία έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης και εισροής εσόδων. Η συμμετοχή του στο ΑΕΠ είναι σταθερά μεγαλύτερη από 15%, ενώ κατά περιόδους έχει ξεπεράσει το 18%. Αξιοσημείωτο είναι και το γεγονός ότι ακόμα και εν μέσω οικονομικής κρίσης, το ποσοστό συμβολής της τουριστικής οικονομίας στο ΑΕΠ της Ελλάδας παραμένει σημαντικό, φτάνοντας το 16,5% για το 2011. Όμως, τα έτη 2009 και 2010 παρουσίασαν υστέρηση τουριστικών μεγεθών σε σχέση με το 2008, κατά το οποίο τα μεγέθη ήταν υψηλότερα, όπως φαίνεται Πίνακα 2.1. Πρέπει όμως να τονιστεί ότι το έτος 2011 εμφανίζεται ανάκαμψη (Έκθεση Αξιολόγησης της Εφαρμογής του Θεσμοθετημένου Ειδικού Πλαισίου του Τουρισμού, 2012).

Ο διεθνής τουρισμός αναπτύχθηκε στην Ελλάδα με εξαιρετικά γρήγορους ρυθμούς. Στις αρχές του 1950 οι αφίξεις ήταν λιγότερες από 70.000, το 1960 ξεπέρασαν τις 520.000, το 1970 τα 1,4 εκατομμύρια, το 1980 τα 6,5 εκατομμύρια, το 1990 έφτασαν σχεδόν τα 9 εκατομμύρια, το 2000 τα 13 εκατομμύρια και το 2011 άγγιξαν τα 16,5 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση 9,5% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Στον Πίνακα 2.2 παρουσιάζονται οι πιο πρόσφατες μεταβολές στις διεθνείς εγχώριες τουριστικές αφίξεις (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων – ΣΕΤΕ, 2013α). Ο διεθνής τουρισμός στη χώρα προβλέπεται να αυξηθεί την επόμενη δεκαετία, γρηγορότερα από τον προβλεπόμενο ευρωπαϊκό μέσο όρο, παρόλο τον εντεινόμενο ανταγωνισμό στην ευρύτερη περιοχή από φθηνότερους προορισμούς (Τουρκία, Κροατία, Αίγυπτο, Τυνησία κ.λπ.). (Hotelleriesuisse, 2010).

Πίνακας 2.1: Βασικά μεγέθη

	1990	2000	2008	2009	2010	2011	2019
ΑΕΠ	15,2%	15,9%	16,5%	15,2%	15,3%	16,5%	20,8%
Άμεση και έμμεση απασχόληση (% επί συνολικής απασχόλησης)	19,5%	19,8%	19,3%	18,5%	17,9%	18,4%	21,7%
Άμεση και έμμεση απασχόληση ('000)	731,8	781	817,1	774,2	746,2	758,3	

Πηγή: Έκθεση Αξιολόγησης της εφαρμογής του θεσμοθετημένου ειδικού πλαισίου του τουρισμού Ιαν. 2012

Πίνακας 2.2: Διεθνείς αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα.

Έτη	2007	2008	2009	2010	2011	2019	2020
Διεθνείς Αφίξεις	16,2 εκ.	15,9 εκ.	14,9 εκ.	15 εκ.	16,4 εκ.	21,5 εκ.	5,9 εκ.

Πηγή: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων – ΣΕΤΕ, 2013^α; 2021.

Η συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση είναι σημαντική, ιδίως στην περίοδο της οικονομικής κρίσης και της μεγάλης ανεργίας που παρατηρείται. Με το δεδομένο ότι ο τουρισμός είναι εντάσεως εργασίας, παρατηρείται ότι σχεδόν ένας στους πέντε κατοίκους της χώρας μας απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα. Το 2011, η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (758.300 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 18,4% των απασχολούμενων, όπως φαίνεται στον Πίνακα 2.1. (iPlan Consult (Intl) LTD, 2017).

Βάσει πρόσφατων μελετών (Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία / κοινωνία και προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη – Μελέτη Πανεπιστημίου Αιγαίου, Φεβρουάριος 2010), εκτιμάται ότι μέχρι το 2019 η απασχόληση στην τουριστική οικονομία δύναται να αυξηθεί τουλάχιστον κατά 360.000 άτομα, διαμορφώνοντας το μέγεθος της συνολικής απασχόλησης σε ένα επίπεδο ικανό να καλύψει το 100% των ανέργων του 2010. Σήμερα, έχει ιδιαίτερα αυξηθεί ο αριθμός των ανέργων και δεν υπάρχουν στοιχεία για τις δυνατότητες του τουρισμού να καλύψει τις θέσεις αυτές. Μελέτη του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (World Travel and Tourism Council –WTTC, 2011) αναφέρει ότι η συνολική συνεισφορά - επίδραση του τουρισμού στην απασχόληση (758.300 για το 2011)

εκτιμάται ότι μπορεί να αυξάνεται κατά 2,1% κατ' έτος για να φθάσει τις 944.000 θέσεις το 2021 αντιστοιχώντας στο 21,7% του συνόλου.



Σχήμα 2.2: Ανταγωνιστικότητα ελληνικού τουριστικού προϊόντος ως προς τους γειτονικούς προορισμούς.

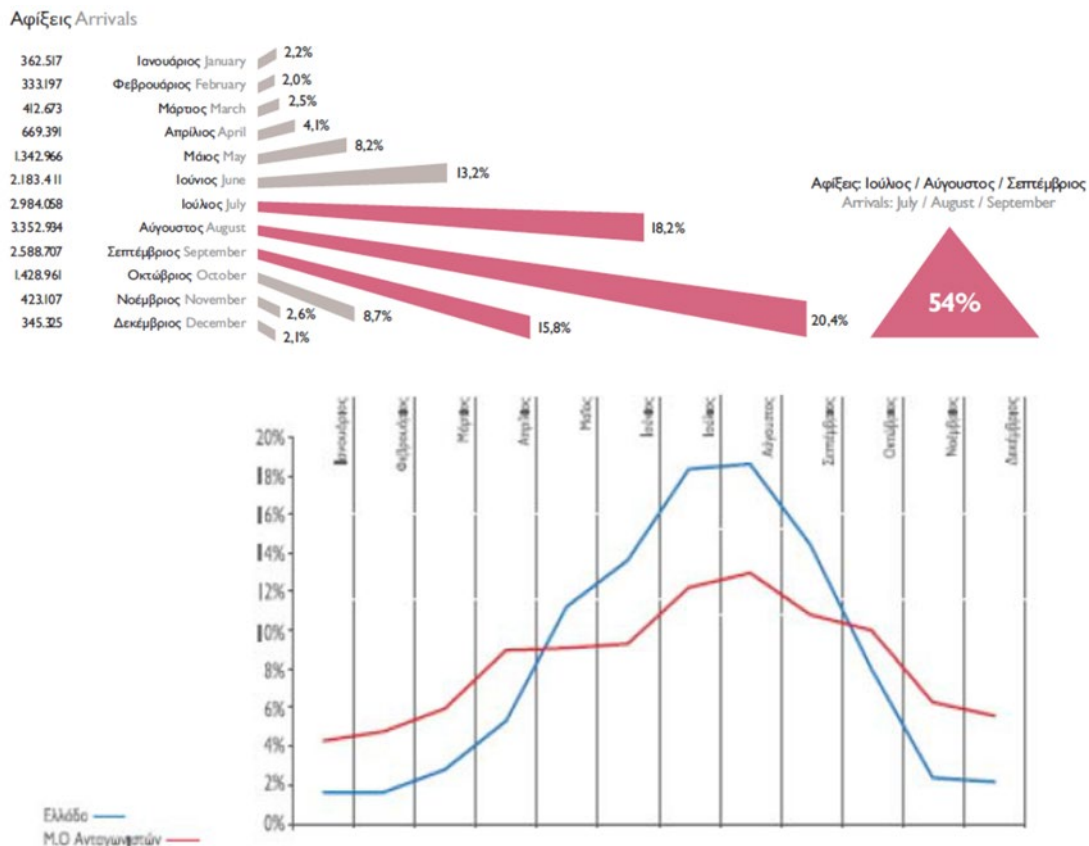
Πηγή: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων-ΣΕΤΕ, 2013β

Σύμφωνα με προβλέψεις του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών (Jacob & Kottayam, 2014), η Ελλάδα θεωρείται δημοφιλής τουριστικός προορισμός με προοπτικές να καθιερωθεί ως ισχυρή παρουσία στη διεθνή τουριστική σκηνή. Βάσει της παγκόσμιας κατάταξης, η Ελλάδα είναι μεταξύ των τριάντα πιο ανταγωνιστικών χωρών στον τουρισμό και κατέχει την 29η θέση (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού και Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ, 2011). Το ελληνικό τουριστικό προϊόν παρουσιάζει πολλά συγκριτικά πλεονεκτήματα, όπως το πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον, οι ακτές και τα νησιά, το ήπιο μεσογειακό κλίμα, η πλούσια ιστορία και πολιτισμική παράδοση, τα οποία προσφέρονται για την ικανοποίηση κάθε ιδιαίτερης επιθυμίας του επισκέπτη - τουρίστα (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011). Ωστόσο, ενώ η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού κλάδου είναι σχετικά υψηλή, συγκριτικά με τη θέση που καταλαμβάνει η χώρα στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας (83η θέση στην παγκόσμια κατάταξη), είναι σχετικά χαμηλή αποτιμώμενη σε όρους διεθνών συγκρίσεων (ISO Central Secretariat, 2009).

Η χαμηλή ανταγωνιστικότητα αποτελεί σοβαρή αδυναμία του τουρισμού μας και αποδίδεται κατά κύριο λόγο στα διαρθρωτικά προβλήματα της τουριστικής οικονομίας και στην αναποτελεσματικότητα της τουριστικής πολιτικής ως προς τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και τη διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς. Είναι σημαντικό ότι η χώρα μας δεν έχει κατορθώσει να διατηρήσει το μερίδιό της στην παγκόσμια και στην Ευρωπαϊκή αγορά, παρά το γεγονός ότι υπάρχει αύξηση στον αριθμό ταξιδιών και στην περιοχή της Νοτιοανατολικής Ευρώπης. Το μερίδιό της παγκόσμιας αγοράς μειώνεται από 1,74% το 2008 σε 1,6% το 2010 και δυστυχώς, αντίστοιχα μειώνεται από 3,29% σε 3,15% το μερίδιό στην Ευρωπαϊκή αγορά. Ειδικότερα διαπιστώνονται τα εξής (Έκθεση Αξιολόγησης της Εφαρμογής του Θεσμοθετημένου Ειδικού Πλαισίου του Τουρισμού, 2011):

- Το βασικό κίνητρο του ταξιδιού προς την Ελλάδα εξακολουθεί να παραμένει «ο ήλιος και η θάλασσα» (sunlust). Αυτό σημαίνει ότι το ελληνικό τουριστικό προϊόν παραμένει τυπικά «μεσογειακό» και δεν έχει επιτύχει ακόμη να διαφοροποιηθεί, ώστε να αμβλύνει την εξάρτησή του από τον οργανωμένο παραθεριστικό τουρισμό και να επιμηκύνει την περίοδο ζήτησής του.

- Διατηρείται η εξάρτηση από τον οργανωμένο παραθεριστικό τουρισμό, που χαρακτηρίζεται από χαμηλή τιμή πακέτου και χαμηλή συναλλαγματική απόδοση για τη χώρα – προορισμό και καθοριστική συγκέντρωση της ζήτησης στο χρόνο (υψηλή εποχικότητα) και στο χώρο (προορισμοί καθίστανται μόνο οι περιοχές που δέχονται ναυλωμένες πτήσεις).
- Εντοπίζονται ελλείψεις στη γενική υποδομή και τις μεταφορές (κυρίως περιφερειακά αεροδρόμια, αλλά και οδικό δίκτυο, λιμάνια, κατάσταση σιδηροδρόμων, ακτοπλοΐας, ανυπαρξία αερομεταφορέα για ναυλωμένες πτήσεις, κ.λπ.).



Σχήμα 2.3: Εποχικότητα τουριστικής ζήτησης, Ελλάδα και μέσος όρος ανταγωνιστών έτους 20095.

Πηγή: Kusluvan, Kusluvan, Ilhan & et al., 2010

Η τουριστική κίνηση είναι έντονα εποχική, όπως φαίνεται στο διάγραμμα (Σχήμα 2.3), παρά τις προσπάθειες που έχουν γίνει για να περιοριστεί αυτό το φαινόμενο. Οι επόμενες ενέργειες της πολιτείας θα πρέπει να εστιάσουν τόσο στην άμβλυνση της εποχικότητας του τουρισμού αλλά και στην αντιμετώπιση της υψηλής συγκέντρωσης της τουριστικής προσέλευσης σε συγκεκριμένες περιοχές της ελληνικής επικράτειας. Από τους βασικούς στόχους τους θα πρέπει να είναι η δωδεκάμηνη τουριστική δραστηριότητα και η γεωγραφική διάχυση του τουριστικού προϊόντος, με επιθυμητό αποτέλεσμα τη μείωση της διακύμανσης της πληρότητας και την επέκταση της τουριστικής περιόδου με την ένταξη στο τουριστικό προϊόν περιοχών, που είναι δυνατό να διαφοροποιηθούν και παράλληλα, με την ανάπτυξη ειδικών - εναλλακτικών μορφών τουρισμού και με ολοκληρωμένα προγράμματα αναψυχής (Δρ. Δημήτρης Λαλούμης, 2018).

Οι ειδικές – εναλλακτικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από ποικιλία, απευθύνονται σε τουρίστες κάθε οικονομικής δυνατότητας και προσαρμόζονται δυναμικά στις προτεραιότητες και τις απαιτήσεις τους. Στόχος της ανάπτυξής τους είναι ο περιορισμός ή και η εξάλειψη της εποχικότητας, μέσω της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου και η ποιοτική αναβάθμιση και ο εμπλουτισμός του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Ενδεικτικές ειδικές – εναλλακτικές μορφές τουρισμού με μεγάλο ενδιαφέρον για την Ελλάδα αποτελούν οι εξής:

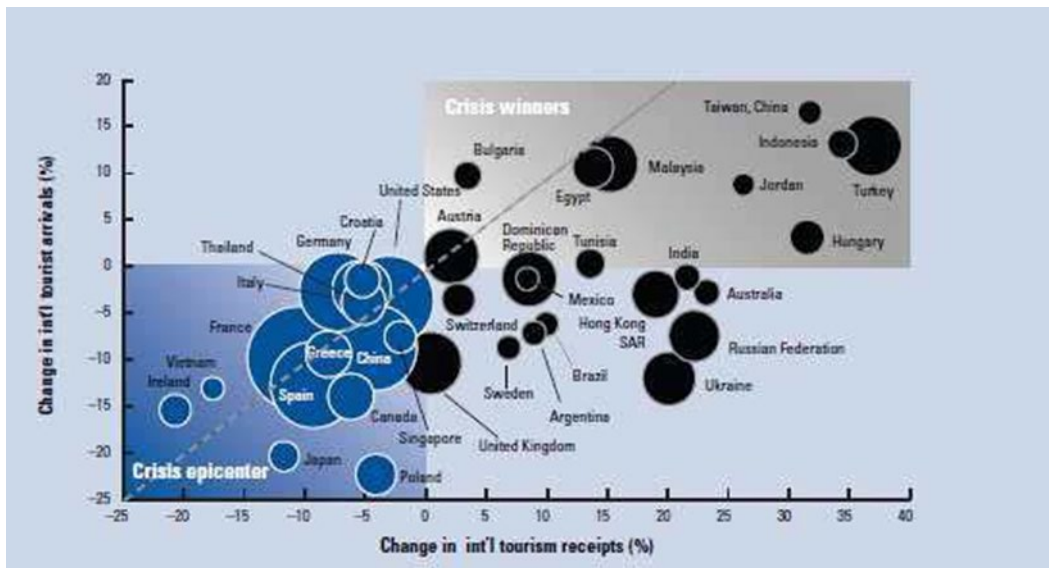
- Τουρισμός Υγείας και Ευεξίας και Ιαματικός Τουρισμός / Θερμαλισμός
- Συνεδριακός Τουρισμός
- Θαλάσσιος Τουρισμός (Τουρισμός Κρουαζιέρας, Γιότινγκ, κ.ά.)
- Αθλητικός Τουρισμός (διάφορα αθλήματα αναψυχής)
- Θρησκευτικός Τουρισμός

Σε ορισμένες περιπτώσεις, η μειωμένη ανταγωνιστικότητα οφείλεται και σε υστέρηση επικαιροποίησης ή αναμόρφωσης του θεσμικού πλαισίου που διέπει ειδικές μορφές τουρισμού, ενώ βρίσκονται υπό εξέλιξη αρκετά σχέδια νόμων που αντιμετωπίζουν τα θέματα αυτά. Σε άλλες περιπτώσεις, η μειωμένη ανταγωνιστικότητα οφείλεται σε ελλείψεις υποδομών ή ειδικών εγκαταστάσεων ή ακόμα και σε αδυναμίες προσέλκυσης επενδυτών.

Η διεθνής χρηματοοικονομική κρίση που βρίσκεται σε εξέλιξη από το 2008 που επηρέασε σημαντικά και τη χώρα μας, είχε τη βάση της σε καίρια δομικά προβλήματα, τα αποτελέσματα της οποίας εκτείνονται και επηρεάζουν κάθε τομέα της οικονομικής και κοινωνικής δομής. Πιο συγκεκριμένα, στον κλάδο του τουρισμού, τα διαθέσιμα στοιχεία δείχνουν ότι τόσο ο ελληνικός όσο και ο παγκόσμιος τουρισμός, εξακολουθούν να βιώνουν τις δυσμενείς επιπτώσεις από την παγκόσμια οικονομική κρίση. Οι περισσότερες από τις ανταγωνίστριες της Ελλάδας χώρες σε τουριστικό επίπεδο παρουσίασαν μείωση τόσο στις αφίξεις όσο και στις εισπράξεις (διάγραμμα Σχήματος 2.4) (Lehmann & Joseph, 2015).

Όσον αφορά τη χώρα μας, σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος, για το διάστημα Ιανουάριος - Δεκέμβριος 2010:

- οι τουριστικές εισπράξεις ανήλθαν στο ποσό των 9.611,3 εκατ. Ευρώ, έναντι 10.400,2 εκατ. Ευρώ στο αντίστοιχο διάστημα το 2009, σημείωσαν δηλαδή μείωση 7,6%.
- η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη (ΜΚΔ) των τουριστών που μας επισκέφτηκαν μειώθηκε κατά 8,18%, δηλαδή από 697 ευρώ το 2009 σε 640 ευρώ το 2010. Η μείωση της ΜΚΔ οφείλεται στη μείωση της μέσης διάρκειας παραμονής τους αλλά και στη συρρίκνωση του ταξιδιωτικού τους προϋπολογισμού.



Σχήμα 2.4: Επίπτωση της οικονομικής κρίσης σε μεγάλους τουριστικούς προορισμούς (2007 - 2009).

Πηγή: Lin-Heng & Ofori, 2010.

Τα παραπάνω μεγέθη σημείωσαν ελαφρά βελτίωση το 2011. Όσον αφορά το 2012, με τις πολιτικές εξελίξεις και την αβεβαιότητα που εμφανίστηκε στις ημέρες πριν τον διορισμό της παρούσας Κυβέρνησης συνεργασίας, που συνέπεσε με τη διοργάνωση της διεθνούς τουριστικής Έκθεσης WTM (2011) στο Λονδίνο, δόθηκε μία αίσθηση «ανασφάλειας» και οι αντιδράσεις των διεθνών tour operators δεν ήταν θετικές για τη χώρα αυτή την περίοδο. Έτσι, η μείωση των προκρατήσεων, όσο και η έλλειψη ρευστότητας των τουριστικών επιχειρήσεων (στοιχεία που προκύπτουν από καταγραφή του ΣΕΤΕ), κατέδειξαν τη διάнуση μίας περιόδου για το ελληνικό τουριστικό προϊόν που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως δύσκολη (τουλάχιστον για το 2012) (Lemma, 2014).

Ο εισερχόμενος τουρισμός το 2013 βίωσε την καλύτερη χρονιά όλων των εποχών. Σύμφωνα με τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), τα έσοδα μαζί με την κρουαζιέρα θα διαμορφωθούν φέτος περίπου σε 12,2 δισ. ευρώ, ενώ το 2014 μπορεί να αναρριχηθούν στα 13 δισ. ευρώ. Η χρονιά βάσει των τελευταίων προβλέψεων του Συνδέσμου, θα κλείσει με αφίξεις της τάξης των 17,5 εκατ. ξένων τουριστών, αριθμός-ρεκόρ όλων των εποχών για τη χώρα μας. Οι υψηλότερες αυξήσεις σε σχέση με τις βασικές αγορές καταγράφηκαν φέτος από τη Ρωσία, τη Γαλλία και τις ΗΠΑ. Για το 2014 υπάρχουν προσδοκίες για περαιτέρω αύξηση της εισερχόμενης ταξιδιωτικής κίνησης, καθώς ο ΣΕΤΕ εκτιμά ότι οι αφίξεις τουριστών από το εξωτερικό μπορεί να ξεπεράσουν τα 18 εκατ. Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι σε ορισμένους δημοφιλείς προορισμούς το 2014 θα ξεκινήσει η περίοδος νωρίτερα από άλλες χρονιές, ενώ οι επιπλέον διαθέσιμες αεροπορικές θέσεις για Ελλάδα φθάνουν σε 1 εκατομμύριο (Κουσουνής, 2013).

Οι κύριες προκλήσεις για το μέλλον του ελληνικού τουρισμού άπτονται της δυνατότητας εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος με μορφές και δράσεις που θα απευθύνονται τόσο στη διεθνή ζήτηση – και μάλιστα από αναδυόμενες αγορές, όπως η Ρωσία, η Κίνα, η Ινδία – όσο και στην εγχώρια αγορά που πλήττεται καίρια από τη συνεχιζόμενη συρρίκνωση του διαθέσιμου εισοδήματος. Επιπλέον, στο πλαίσιο του εντεινόμενου ανταγωνισμού στον κλάδο του τουρισμού από τις γείτονες χώρες, η ελληνική πολιτική, χρειάζεται και να προωθήσει τις κατάλληλες συνεργασίες και

συμπληρωματικότητες με τους γειτονικούς προορισμούς, προσφέροντας υπηρεσίες υψηλής ποιότητας στις κατάλληλες κάθε φορά αγορές, ώστε να αποσπάσει μέρος της τουριστικής δραστηριότητας, που σήμερα διοχετεύεται σε μεγάλο βαθμό σε εκτός Ελλάδος, προορισμούς της ευρύτερης γεωγραφικής περιοχής της χώρας. (Zein, Wazner & Meylan, 2008).

2.6 Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Κρήτης

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει το ξενοδοχειακό δυναμικό της περιφέρειας Κρήτης για το 2019.

Πίνακας 2.3: Ξενοδοχειακό δυναμικό περιφέρειας Κρήτης 2019

		2019					
		5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	Μονάδες	46	142	110	135	85	518
	Δωμάτια	11.007	16.476	5.039	4.404	2.594	39.520
	Κλίνες	23.138	32.716	9.632	8.176	4.980	78.642
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	Μονάδες	28	41	39	69	28	205
	Δωμάτια	5.326	3.912	1.782	1.935	424	13.379
	Κλίνες	10.974	7.728	3.342	3.493	808	26.345
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΡΕΘΥΜΝΟΥ	Μονάδες	21	69	112	111	17	330
	Δωμάτια	2.874	5.846	5.014	3.494	351	17.579
	Κλίνες	5.880	11.542	9.781	6.356	657	34.216
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΧΑΝΙΩΝ	Μονάδες	33	78	131	274	50	566
	Δωμάτια	3.820	5.702	5.560	9.628	1.179	25.889
	Κλίνες	8.069	11.203	10.083	16.874	2.167	48.396
ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	Μονάδες	128	330	392	589	180	1.619
	Δωμάτια	23.027	31.936	17.395	19.461	4.548	96.367
	Κλίνες	48.061	63.189	32.838	34.899	8.612	187.599

Πηγή:
Campings_regions.pdf

<https://www.grhotels.gr/wp-content/uploads/2020/02/2019->

Κεφάλαιο 3. Πολιτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης (ΠΠΔ) των ξενοδοχειακών μονάδων

3.1 Ορισμός ΠΠΔ

Η ανάγκη για πιο υπεύθυνη, φιλική προς το περιβάλλον εταιρική απόδοση έχει αναγνωριστεί εδώ και πολύ καιρό (Chou, 2014). Αυτό αφορά όλους τους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας και ισχύει ιδιαίτερα για τη βιομηχανία φιλοξενίας της οποίας οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις αυξάνονται (Kasim, 2007). Η αυξανόμενη πίεση των ενδιαφερομένων δείχνει ότι η περιβαλλοντική απόδοση των επιχειρήσεων φιλοξενίας πρέπει να βελτιωθεί (Siti-Nabiha et al., 2014).

Η κατάσταση μιας κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνης εμπορικής επιχείρησης φέρνει ορισμένα εγγενή και εξωγενή πλεονεκτήματα (Font, 2002) που μπορούν να ενθαρρύνουν τις επιχειρήσεις φιλοξενίας να ενσωματώσουν τις αρχές της αειφορίας στις επιχειρήσεις τους (Dief & Font, 2012; Font & Harris, 2004; Tamajon & Font, 2013). Η προσπάθεια κατανόησης της έκτασης αυτών των πλεονεκτημάτων έχει επιταχύνει την έρευνα σχετικά με το ρόλο των προγραμμάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης (ΠΠΔ) στην επιχειρηματική απόδοση της φιλοξενίας (Boley & Uysal, 2014) παράλληλα με την επίδρασή τους στην εταιρική στρατηγική μάρκετινγκ (Hays & Ozretic-Dosen, 2014), στον πελάτη (Baker & Crompton, 2000; Goldstein et al., 2008) και στις διευθυντικές αντιλήψεις (Garay & Font, 2012; Huimin & Ryan, 2011). Παρόλο που τα ΠΠΔ επηρεάζουν το προσωπικό, οι αντιλήψεις και οι στάσεις των εργαζομένων στις παρεμβάσεις περιβαλλοντικής διαχείρισης στη βιομηχανία φιλοξενίας αντιμετώπιστηκαν μόνο από ελάχιστες μελέτες (Chou, 2014).

Οι εργαζόμενοι συμβάλλουν στην επιτυχή ανάπτυξη παρεμβάσεων περιβαλλοντικής διαχείρισης (Govindarajulu & Daily, 2004). Ταυτόχρονα, ένα ΠΠΔ που εφαρμόζεται αποτελεσματικά μπορεί να συμβάλει στη δέσμευση του προσωπικού, ενισχύοντας έτσι τον οργανωτικό δεσμό, ενισχύοντας τη διατήρηση, βελτιώνοντας την ικανοποίηση από την εργασία και ενισχύοντας το ηθικό των υπαλλήλων (Brokaw, 2009; Park & Levy, 2014; Supanti et al., 2015). Αυτό συμβαίνει επειδή τα ΠΠΔ αυξάνουν την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των υπαλλήλων, γεγονός που επιτρέπει στο προσωπικό να ευθυγραμμιστεί με τις αξίες βιωσιμότητας του οργανισμού και να ενεργήσει προληπτικά και συνεργατικά προς την επίτευξη αυτών των αξιών (Park & Levy, 2014). Αντίθετα, εάν οι εργαζόμενοι αντιληφθούν ότι οι αξίες βιωσιμότητάς τους διακυβεύονται από τα εταιρικά οικονομικά κέρδη, τότε προκύπτει μια ασυμφωνία μεταξύ της ηθικής του προσωπικού και της δεοντολογίας του οργανισμού και συμβάλλει στη δυσαρέσκεια της εργασίας και τη χαμηλή διατήρηση της (Koh & Boo, 2001).

Τα ΠΠΔ αποτελούν τον ακρογωνιαίο λίθο των «πράσινων επιχειρήσεων» που μπορούν να οριστούν ως οι πράξεις που δημιουργούν πλούτο, ενώ ταυτόχρονα προστατεύουν το φυσικό περιβάλλον για τις μελλοντικές γενιές. Όταν μεταφράζεται στο πλαίσιο της φιλοξενίας, ένα «πράσινο» ξενοδοχείο είναι αυτό που στοχεύει στην ελαχιστοποίηση των αρνητικών περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιπτώσεων των δραστηριοτήτων του και εκπαιδεύει τους επισκέπτες και το προσωπικό του για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της συμπεριφοράς τους (Aminudin, 2013; Gao & Mattila, 2014; Stalcup et al., 2014). Για να βοηθήσουν στην εφαρμογή ΠΠΔ εσωτερικά και για να αποδείξουν την οργανωτική περιβαλλοντική δέσμευση προς τους εξωτερικούς ενδιαφερόμενους, τα ξενοδοχεία μπορούν να επιλέξουν να υποβληθούν σε οικολογική πιστοποίηση ή να υιοθετήσουν συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης (ΣΠΔ), όπως το ISO 14001 ή το EMAS (Leslie, 2007). Το ΣΠΔ επιτρέπει σε αυτούς που το υιοθετούν να χαρακτηρίσουν μια οργανωτική κουλτούρα και να επινοήσουν επιχειρησιακές

διαδικασίες και διαχειριστικές πρακτικές για την εφαρμογή και παρακολούθηση μιας εταιρικής περιβαλλοντικής πολιτικής που πληροί τα διεθνή (στην περίπτωση του ISO 14001) ή τα ευρωπαϊκά (στην περίπτωση του EMAS) πρότυπα (Chan, 2008; Rondinelli & Vastag, 2000). Τα ΣΠΔ δεν στοχεύουν στην μέτρηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, αλλά παρέχουν ένα πλαίσιο που βοηθά τις εταιρείες στον εντοπισμό και τον καθορισμό στόχων επιδόσεων βιωσιμότητας μέσω της καλύτερης εμπλοκής με εξωτερικούς (δηλαδή προμηθευτές και πελάτες) και εσωτερικούς (δηλαδή υπαλλήλους και ανώτατα στελέχη) ενδιαφερόμενους (Poksinska et al., 2003). Τα κύρια οφέλη των ΣΠΔ περιλαμβάνουν: ελαχιστοποίηση του κόστους, βελτιωμένες σχέσεις με τους πελάτες, αυξημένη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του προσωπικού και αυξημένη αναγνώριση από τις ρυθμιστικές αρχές (Daily & Huang, 2001). Η κατάρτιση των εργαζομένων, οι εκστρατείες οικοδόμησης περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης του προσωπικού και οι ασκήσεις αφοσίωσης αποτελούν τα βασικά στοιχεία των ΣΠΔ (Rondinelli & Vastag, 2000).

Η ευρύτερη υιοθέτηση ΠΠΔ στα ξενοδοχεία περιορίζεται από παράγοντες όπως το αρχικό κόστος εφαρμογής, η απρόβλεπτη αντίδραση των καταναλωτών και η έλλειψη εσωτερικής εμπειρογνώμοσύνης (Stalcup et al., 2014). Οι Graci & Dodds (2008) υποστηρίζουν ότι, παρά την καλύτερη διαθεσιμότητα πόρων, τα πολυτελή ξενοδοχεία μπορεί να είναι ιδιαίτερα απρόθυμα να υιοθετήσουν ΠΠΔ, καθώς υπάρχει εσφαλμένη αντίληψη σε αυτόν τον τομέα φιλοξενίας ότι οι περιβαλλοντικές προσπάθειες δεν ευθυγραμμίζονται με την πολυτέλεια και επομένως ενδέχεται να θέσουν σε κίνδυνο την άνεση των επισκεπτών. Το προσωπικό μπορεί να επιβάλει ένα άλλο εμπόδιο, καθώς μπορεί, εσκεμμένα ή κατά λάθος, να αποδεσμεύσει τις παρεμβάσεις περιβαλλοντικής διαχείρισης σε πολυτελή ξενοδοχεία ή να απαγορεύσει την εφαρμογή τους λόγω του χάσματος δεξιοτήτων, του χάσματος αξίας-δράσης και της κακής συμπεριφοράς (Eldemerdash & Mohamed, 2013). Παρά τα εμπόδια αυτά, το παράδειγμα του Hilton (Bohdanowicz et al., 2011) δείχνει ότι τα ΠΠΔ μπορούν να ενσωματωθούν επιτυχώς στις οργανωτικές στρατηγικές των πολυτελών ξενοδοχείων μέσω της ενεργού συμμετοχής και της υποστήριξης των εργαζομένων.

3.2 Ιστορική Αναδρομή

Η ποιότητα του περιβάλλοντος είναι απαραίτητη για τον τουρισμό. Από την άλλη πλευρά, η σχέση τουρισμού με το περιβάλλον είναι περίπλοκη και πολλές δραστηριότητες μπορούν να έχουν δυσμενείς περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Πολλές από αυτές τις επιπτώσεις συνδέονται με την κατασκευή γενικών υποδομών και με τις τουριστικές εγκαταστάσεις καθώς και με τη λειτουργία της τουριστικής βιομηχανίας. Οι αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης μπορούν σταδιακά να καταστρέψουν τους περιβαλλοντικούς πόρους από τους οποίους εξαρτάται.

Τις τελευταίες δεκαετίες έχουν αναληφθεί πρωτοβουλίες για την αιφόρο ανάπτυξη και τον αιφόρο τουρισμό σε όλο τον κόσμο. Για παράδειγμα, τα Ηνωμένα Έθνη το 1992, στη Διάσκεψη Κορυφής της Γης, που πραγματοποιήθηκε στο Ρίο ντε Τζανέιρο, δημιούργησαν την AGENDA 21, και ξεκίνησαν μια πρωτοβουλία για τη δημιουργική ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού ως δύναμη εξάλειψης της φτώχειας στον κόσμο.

Στο Διεθνές Συνέδριο για την «Κλιματική Αλλαγή και Τουρισμός» στο Νταβός το 2007, εγκρίθηκαν μέτρα για τον τουριστικό τομέα, συμπεριλαμβανομένης της ενσωμάτωσης της τουριστικής δραστηριότητας στις δεσμεύσεις της Σύμβασης για την Κλιματική Αλλαγή, του Πρωτοκόλλου του Κιότο και μετά την εποχή του Κιότο.

Επιπλέον, προώθησε επενδύσεις σε προγράμματα εξοικονόμησης ενέργειας στον τουρισμό και στη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας προκειμένου να μειωθεί η ενεργειακή κατανάλωση της τουριστικής δραστηριότητας.

Στο Συνέδριο για την «Μεσογειακή Πρωτοβουλία για την Αλλαγή του Κλίματος» που πραγματοποιήθηκε τον Οκτώβριο του 2010 στην Αθήνα, συμφωνήθηκε να προωθηθούν πολιτικές και δράσεις για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής και της μετάβασης σε ένα μοντέλο βιώσιμης ανάπτυξης. Οι συνέπειες της κλιματικής αλλαγής στο περιβάλλον στην Μεσόγειο συζητήθηκαν επίσης στο συνέδριο. Αυτή η πρωτοβουλία στοχεύει να γίνει η εναρκτήρια δράση για την υπογραφή της Διακήρυξης συνεργασίας μεταξύ των μεσογειακών χωρών για την αλλαγή του κλίματος.

Οι παραδοσιακές τουριστικές αγορές όπως η Ελλάδα, που προωθούν τουριστικά χαρακτηριστικά όπως ο ήλιος, η θάλασσα και οι αμμώδεις παραλίες, έχουν φτάσει σε ένα επίπεδο συντηρητικής πορείας ανάπτυξης. Από την άλλη πλευρά, οι μορφές τουρισμού που βασίζονται στον οικοτουρισμό, τη φύση, την κληρονομιά, την παράδοση, τις πολιτιστικές εκδηλώσεις, τον αγροτικό τουρισμό, αναμένεται να αναπτυχθούν ταχύτερα από τις παραδοσιακές τουριστικές αγορές για τα επόμενα χρόνια. Για παράδειγμα, η έκθεση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Τουρισμού έδειξε ότι ο «οικολογικός τουρισμός», με τις πολλές ομοιότητές του με τα ταξίδια περιπέτειας, συνέβαλε 154 δισεκατομμύρια δολάρια σε παγκόσμια έσοδα το 2000 και αυξάνεται με 20% ετησίως.

3.3 Οφέλη

Το περιβαλλοντικό αποτύπωμα της βιομηχανίας φιλοξενίας είναι σημαντικό (Myung et al., 2012). Λόγω του 24ωρου λειτουργικού κύκλου ζωής τους, μιας ποικιλίας παροχών που προσφέρονται και της απερισκεπτής συμπεριφοράς των καταναλωτών (Filimonau et al., 2011), τα ξενοδοχεία καταναλώνουν σημαντικές ποσότητες πόρων, παράγουν μεγάλο αποτύπωμα άνθρακα και παράγουν υπερβολικές ποσότητες αποβλήτων (Ball & Taleb, 2011; Hu et al., 2015; Mensah, 2014). Δεδομένης της συνεχιζόμενης σταθερής ανάπτυξης του διεθνούς τουρισμού, οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις των ξενοδοχείων αναμένεται να αυξηθούν, απαιτώντας εστιασμένη προσοχή για να υπάρξει ουσιαστικός μετριασμός.

Υπάρχουν πολλοί οδηγοί για την ενσωμάτωση της σκέψης της βιωσιμότητας στις επιχειρηματικές δραστηριότητες της φιλοξενίας, όπως το αυξημένο κόστος πρόσβασης σε φυσικούς πόρους, η ενισχυμένη περιβαλλοντική νομοθεσία, η διευρυμένη ζήτηση των καταναλωτών και η αυξημένη πίεση από τους μετόχους και τους εργαζομένους (Chan et al., 2017; Cherapanukorn & Focken, 2014; Dief & Font, 2010; Fraj et al., 2015; Graci & Dodds, 2008; Leonidou et al., 2013; Mensah, 2014; Siti-Nabiha et al., 2014; Tuan, 2018). Ένα υψηλό δημόσιο προφίλ της βιομηχανίας φιλοξενίας εφιστά την προσοχή των ενδιαφερόμενων μερών στην περιβαλλοντική του απόδοση, η οποία υπογραμμίζει την ανάγκη για μια διαφανή εταιρική περιβαλλοντική στρατηγική στα ξενοδοχεία (Chung & Parker, 2008). Τα ΠΠΔ που υιοθετήθηκαν από τους ξενοδόχους αποτελούν αναπόσπαστο μέρος του οράματός τους για βιωσιμότητα, του οποίου η σημασία στον κλάδο έχει πρόσφατα αυξηθεί (Bohdanowicz & Zientara, 2008).

Τα οφέλη από την υιοθέτηση ΠΠΔ σε ξενοδοχεία μπορούν να εξεταστούν μέσω του πρίσματος της θεωρίας βάσει πόρων (Hart, 1995). Αυτή η θεωρία υποδηλώνει ότι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, το ενδεχόμενο θετικής διαφοροποίησης της αγοράς

και τα χρηματοοικονομικά κίνητρα μπορούν να οδηγήσουν στη δέσμευση της εταιρείας να προστατεύσει το περιβάλλον και να συμβάλει στην κοινωνική ευημερία (Aminudin, 2013). Όταν εφαρμόζεται στη φιλοξενία, αυτό υποδηλώνει ότι τα ξενοδοχεία πρέπει να δώσουν προσοχή στην ευημερία του κοινού, του περιβάλλοντος και των κερδών της εταιρείας (Bohdanowicz & Zientara, 2009; Nguen & Slater, 2010) μέσω παραγωγικής συνεργασίας με όλους τους ενδιαφερόμενους. Πολλά ξενοδοχεία θεωρούν συνεπώς τη βιωσιμότητα ως στρατηγική, μακροπρόθεσμη προτεραιότητα και όχι ως βραχυπρόθεσμη, αυτόνομη πολιτική (Bohdanowicz et al., 2011; Boley & Uysal, 2013).

Οι Hanna et al. (2000) πιστεύουν ότι οι εργαζόμενοι είναι κρίσιμοι στην εφαρμογή ΠΠΔ σε επιχειρήσεις φιλοξενίας. Για να πετύχουν στις παρεμβάσεις περιβαλλοντικής διαχείρισης, οι διευθυντές πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τις αντιλήψεις του προσωπικού, ενώ οι υπάλληλοι του ξενοδοχείου πρέπει να αγκαλιάζουν και να υποστηρίζουν την ατζέντα εταιρικής βιωσιμότητας (Kim & Choi, 2013). Οι λειτουργικές βελτιώσεις προς την αειφορία είναι εφικτές μόνο σε ξενοδοχεία όταν το προσωπικό συμμετέχει ενεργά μέσω αυτοκατευθυνόμενης εργασίας, μάθησης και καινοτομίας (Hanna et al., 2000).

Οι οργανισμοί που επενδύουν στο ψυχολογικό κεφάλαιο του εργατικού τους δυναμικού μπορούν να βελτιώσουν την περιβαλλοντική τους απόδοση (Jabbour et al., 2015). Το ψυχολογικό κεφάλαιο προσδιορίζει τις διάφορες καταστάσεις της συναισθηματικής ευημερίας των εργαζομένων που έχουν θετικό αντίκτυπο στην απόδοση της εργασίας, όπως αισιοδοξία, αυτο-αποτελεσματικότητα, ελπίδα και ανθεκτικότητα. Έχει ιδιαίτερη σημασία για τη βιομηχανία φιλοξενίας όπου η στάση, η διάθεση και το ηθικό του προσωπικού παίζουν καθοριστικό ρόλο στην απόδοση της εργασίας, καθορίζουν την ποιότητα της παροχής υπηρεσιών και οδηγούν στην ικανοποίηση των καταναλωτών (Salanova et al., 2005). Το ψυχολογικό κεφάλαιο είναι κρίσιμο για ξενοδοχεία όπου οι εργαζόμενοι εκτίθενται σε αυξημένα επίπεδα άγχους που επηρεάζουν αρνητικά τη στάση και το ηθικό του προσωπικού και οδηγούν σε δυσαρέσκεια από την εργασία (Paek et al., 2015).

Η επένδυση στο ψυχολογικό κεφάλαιο του ξενοδοχειακού εργατικού δυναμικού είναι σημαντική, διότι η δέσμευση της οργανωτικής βιωσιμότητας συνεπάγεται συχνά ότι το προσωπικό θα πρέπει να εκτελεί επιπλέον εργασίες στους ρόλους εργασίας του που μπορεί να προκαλέσουν δυσφορία ή ακόμη και αντίσταση (Hon et al., 2013). Το επίπεδο συμμετοχής των εργαζομένων στα ΠΠΔ στα ξενοδοχεία θα εξαρτηθεί από τρεις βασικούς παράγοντες: περιβαλλοντική γνώση, περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και περιβαλλοντική ανησυχία (Chan et al., 2014). Σύμφωνα με το παραδοσιακό μοντέλο «αξίας-δράση», η περιβαλλοντική γνώση επηρεάζει την φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά (Chan & Hawkins, 2010) μέσω της αυξημένης περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις (Kollmuss & Agyeman, 2002). Προκαλεί περιβαλλοντική ανησυχία επειδή καθιστά τα άτομα πιο ευαίσθητα και συνειδητοποιούν τα περιβαλλοντικά προβλήματα. Η περιβαλλοντική ανησυχία ορίζεται ως τα συναισθήματα και οι προθέσεις συμπεριφοράς ενός ατόμου για την προστασία του περιβάλλοντος (Chan et al., 2017). Ακολουθώντας αυτήν την προσέγγιση, η περιβαλλοντική ανησυχία μεταξύ του προσωπικού του ξενοδοχείου θα επηρεαστεί από την ποσότητα και την ποιότητα των γνώσεων που λαμβάνει από τη διοίκηση σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των υπηρεσιών φιλοξενίας και τον τρόπο άμβλυνσης αυτών των επιπτώσεων (Chan et al., 2014). Τα ξενοδοχεία μπορούν να επιτύχουν καλύτερες εργασιακές συμπεριφορές, μεγαλύτερη παραγωγικότητα και χαμηλότερο κύκλο εργασιών όταν ικανοποιούν τις προσδοκίες του προσωπικού τους σχετικά με την απόδοση της εταιρικής βιωσιμότητας (Chiang, 2010). Σύμφωνα με τους Paille et al. (2014), οι επιχειρήσεις φιλοξενίας πρέπει να προσδιορίσουν τους παράγοντες που μπορούν να παρακινήσουν το προσωπικό να συμπεριφέρεται πιο υπεύθυνα για να αξιοποιήσει καλύτερα τις πρωτοβουλίες εταιρικής βιωσιμότητας.

Παρόλο που υπάρχουν εσωτερικά και εξωτερικά εμπόδια στην εφαρμογή περιβαλλοντικών παρεμβάσεων στη βιομηχανία φιλοξενίας (Chan, 2008), ο αριθμός των ξενοδοχείων που επιλέγουν να υιοθετήσουν ΠΠΔ αυξάνεται. Αυτό οφείλεται εν μέρει σε μια θετική συσχέτιση μεταξύ των δεσμεύσεων οργανωτικής βιωσιμότητας και της στάσης του προσωπικού (Kim & Choi, 2013). Τα ξενοδοχεία που υιοθετούν ΠΠΔ μπορούν να βελτιώσουν την ικανοποίηση από την εργασία των εργαζομένων και να διαμορφώσουν τη θετική αντίληψη της εταιρικής κουλτούρας και των στόχων μεταξύ του προσωπικού (Chiang, 2010). Οι κοινές αξίες και πεποιθήσεις μπορούν να παρακινήσουν τους υπαλλήλους να συνεργαστούν πιο ενεργά με την επιχείρηση και να συμμετάσχουν στα ΠΠΔ της (Govindarajulu & Daily, 2004). Τα ΠΠΔ στα ξενοδοχεία μπορούν να συμβάλουν στην αντιληπτή σημασία των εργαζομένων που τους κάνει να νιώθουν πιο ουσιαστικοί και τους επιτρέπει να ταυτίζονται καλύτερα με τον οργανισμό (Raub & Blunschi, 2014). Τα ΠΠΔ δημιουργούν μια αίσθηση ότι ανήκουν και βελτιώνουν την αυτοεκτίμηση των εργαζομένων παρέχοντας ευκαιρίες για μια θετική αλλαγή (Do Paco & Nave, 2013). Η αντίληψη ότι κάνει μια θετική αλλαγή στην κοινωνία κάνει το προσωπικό πιο παρακινημένο και ικανοποιημένο από τη δουλειά και επιφέρει επίσης την μείωση της συναισθηματικής εξάντλησης που είναι κοινή στον ξενοδοχειακό τομέα (Lamm et al., 2015). Αυτό δημιουργεί ισχυρή οργανωτική δέσμευση που ενισχύει το ηθικό του προσωπικού (Paek et al., 2015). Ως αποτέλεσμα, οι εργαζόμενοι εργάζονται σκληρότερα για να προωθήσουν την ευημερία της οργάνωσης και της κοινωνίας, γίνονται πιο δημιουργικοί και αναπτύσσουν ένα αίσθημα ευθύνης (Spanjol et al., 2015). Τέλος, λόγω της δέσμευσης της οργανωτικής βιωσιμότητας, οι εργαζόμενοι γίνονται πιο περιβαλλοντικοί και μπορούν να αναπτύξουν βελτιωμένες ηθικές αξίες εκτός εργασίας (Chou, 2014; Raub & Blunschi, 2014).

Η θετική συσχέτιση μεταξύ ΠΠΔ στα ξενοδοχεία και της ικανοποίησης από την εργασία των εργαζομένων μπορεί να εξηγηθεί από την οργανωτική δικαιοσύνη και τις θεωρίες γνωστικής δυσαρμονίας (Koh & Boo, 2001). Η θεωρία οργανωτικής δικαιοσύνης υποστηρίζει ότι το αίσθημα δικαιοσύνης που έχουν οι εργαζόμενοι μπορεί να επηρεάσει την αντίληψή τους απέναντι στον οργανισμό στον οποίο εργάζονται και, κατά συνέπεια, στα εταιρικά αποτελέσματα (Hartman et al., 1999). Όταν το προσωπικό αντιλαμβάνεται ότι ο οργανισμός εμπλέκεται σε παρεμβάσεις περιβαλλοντικής διαχείρισης, πιστεύουν ότι οι πράξεις δικαιοσύνης και δικαιοσύνης επεκτείνονται σε αυτές, οδηγώντας έτσι σε καλύτερα κίνητρα και ικανοποίηση από την εργασία (Koh & Boo, 2001; Spanjol et al., 2015; Yen et al., 2013). Η θεωρία της γνωστικής δυσαρμονίας υποδηλώνει ότι οι εργαζόμενοι αντιμετωπίζουν αυξημένη ικανοποίηση από την εργασία και λιγότερο αρνητικά συναισθήματα όταν εργάζονται για μια κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνη εταιρεία (Viswesvaran et al., 1998). Η εταιρική αποδέσμευση με τις αρχές περιβαλλοντικής διαχείρισης δημιουργεί ένα αρνητικό ηθικό περιβάλλον και προκύπτει μια σύγκρουση επειδή το προσωπικό πρέπει να θέσει σε κίνδυνο τις αξίες της δικαιοσύνης και της ισότητας που προκαλούν άγχος.

Ως μέρος της προσεκτικά σχεδιασμένης ατζέντας εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ), τα ΠΠΔ στα ξενοδοχεία μπορούν περαιτέρω να συμβάλουν στην ενίσχυση της οργανωτικής ταυτοποίησης εμπνέοντας τους υπαλλήλους και αντισταθμίζοντας τα αρνητικά συναισθήματα που προκύπτουν από την επίπονη εργασία φιλοξενίας (Aminudin, 2013). Ο οργανωτικός προσδιορισμός είναι το αίσθημα της ενότητας που έχουν οι εργαζόμενοι με μια εταιρεία (Chong & Tan, 2010) που συσχετίζεται θετικά με την ικανοποίηση και τη διατήρηση της εργασίας του προσωπικού (Aminudin, 2013). Σύμφωνα με τη θεωρία της κοινωνικής ταυτότητας, όταν οι εργαζόμενοι αντιλαμβάνονται ότι ο εργοδότης τους έχει κοινές αξίες, βλέπουν ότι το εργασιακό τους περιβάλλον αποτελεί επέκταση της προσωπικής τους ταυτότητας και λειτουργούν συνεργατικά προς το εταιρικό όραμα ως αποτέλεσμα (Park & Levy, 2014). Ωστόσο, τα ΠΠΔ στα ξενοδοχεία πρέπει να σχεδιάζονται με προσοχή και πάντα έχοντας κατά νου

τα συμφέροντα των εργαζομένων. Ο Brody (2014) δείχνει πώς ένα ανεπαρκώς ανεπτυγμένο ΠΠΔ στα Starwood Hotels and Resorts προκάλεσε δυσαρέσκεια στην εργασία μεταξύ του προσωπικού και προκάλεσε αντίσταση. Αυτό οφείλεται στην ανάγκη να κάνουν περισσότερη δουλειά για την ίδια αμοιβή για την επίτευξη εταιρικών περιβαλλοντικών στόχων. Όλα αυτά καταδεικνύουν τον κρίσιμο ρόλο των εργαζομένων στην επιτυχία και την αποτυχία των ΠΠΔ που υιοθετήθηκαν στη βιομηχανία φιλοξενίας. Απαιτούνται αποκλειστικές στρατηγικές για τη συμμετοχή του προσωπικού στην ατζέντα της εταιρικής αειφορίας (Dias-Angelo et al., 2014).

Η πρωταρχική πρόκληση στην εφαρμογή ΠΠΔ σε επιχειρήσεις φιλοξενίας αποδίδεται σε μια πιθανή σύγκρουση μεταξύ συνήθων συμπεριφορών προσωπικού και νέων απαιτήσεων που επιβάλλονται στο χώρο εργασίας (Muster & Schrader, 2011). Οι πρακτικές για το προσωπικό πρέπει να σχεδιάζονται κατά τρόπο που να επηρεάζουν το προσωπικό τόσο στην εργασία όσο και στο σπίτι (Elloy & Smith, 2003; Sraaargaren, 2020). Η προσέγγιση ρυθμίσεων υποδηλώνει ότι η συμπεριφορά του προσωπικού επηρεάζεται έντονα από ορισμένες ρυθμίσεις που μπορούν να διευκολύνουν ή να εμποδίσουν τη βιώσιμη κατανάλωση (Muster, 2011). Οι ρυθμίσεις εργασίας μπορούν να βοηθήσουν τους υπαλλήλους να αποκτήσουν νέα πρότυπα συμπεριφοράς, οδηγώντας έτσι σε πιο βιώσιμη κατανάλωση σε συνήθεις καταστάσεις, όπως στο σπίτι (Muster, 2011; Schrader, 2007). Αυτό το φαινόμενο είναι γνωστό ως φαινόμενο διαρροής του οποίου η εμφάνιση μπορεί να διευκολυνθεί από ορισμένα εταιρικά χαρακτηριστικά (Guest, 2002). Πρώτον, ένας οργανισμός θεωρείται τόπος εκπαίδευσης και συνεχούς μάθησης. Η βιώσιμη κατανάλωση θα πρέπει να διδάσκεται στις ρυθμίσεις στο χώρο εργασίας και όχι στις ρυθμίσεις ελεύθερου χρόνου, επειδή η εκμάθηση του προσωπικού θα επωφεληθεί από καλύτερες πηγές κατάρτισης (Selsky & Parker, 2005). Δεύτερον, η ιεραρχική δομή του οργανισμού υπονοεί ότι οι διαχειριστές μπορούν να λειτουργήσουν ως πρότυπα, δείχνοντας βιώσιμα πρότυπα κατανάλωσης στους υφισταμένους τους (Daily & Huang, 2001). Τέλος, οι οργανισμοί που έχουν υιοθετήσει ΠΠΔ μπορούν να αποδείξουν πιο αποτελεσματικά τα απτά οφέλη της βιώσιμης κατανάλωσης (Muster, 2011).

Η έννοια της πράσινης ισορροπίας εργασίας-ζωής μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να περιγράψει τα αποτελέσματα αλληλεπίδρασης της αειφορίας του προσωπικού και της ιδιωτικής ζωής του προσωπικού. Διασφαλίζει ότι οι υπάλληλοι ενσωματώνουν περιβαλλοντικές αξίες στην ιδιωτική και επαγγελματική τους ζωή υποστηρίζοντας τις θετικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ ζωής-εργασίας και εργασίας-προς-ζωή (Datta, 2015). Εφαρμόζοντας αυτή την έννοια μια επιχείρηση φιλοξενίας μπορεί είτε να παρακινήσει τους υπαλλήλους να υιοθετήσουν περιβαλλοντικές συμπεριφορές στην προσωπική τους ζωή (οι λεγόμενες παρεμβάσεις μεταξύ της εργασίας και της ζωής) είτε να υποστηρίξουν τη μεταφορά εμπειριών περιβαλλοντικής διαχείρισης του προσωπικού από την ιδιωτική τους ζωή στον χώρο εργασίας (τις λεγόμενες παρεμβάσεις ζωής-στην εργασία) (Ryan & Kossek, 2008). Στην ιδανική περίπτωση, οι παρεμβάσεις μεταξύ της εργασίας και της ζωής στην εργασία πρέπει να συνυπάρχουν, καθιστώντας έτσι τη μέγιστη θετική επίδραση στη δέσμευση των εργαζομένων να συνεργαστούν με τα ΠΠΔ στο σπίτι και στο χώρο εργασίας (Thompson & Bunderson, 2001).

3.4 Συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης

Με τον όρο περιβαλλοντική διαχείριση εννοείται σημαίνει ο έλεγχος των δραστηριοτήτων που μπορεί να αναλάβει κάποιος, προκειμένου να διατηρήσει τους φυσικούς πόρους και να αποφύγει την ρύπανση αυτών. Αυτό αντιστοιχεί στην καθημερινή ζωή του ατόμου, αλλά κανονικά είναι στην επιχείρηση όπου ο περιβαλλοντικός αντίκτυπος είναι ο μεγαλύτερος (Malki, 2016).

Η βασική διαδικασία ενός συστήματος διαχείρισης μπορεί, σύμφωνα με το Wellge (2009), να χωριστεί σε έξι βασικούς τομείς:

- Καθορισμός στόχων
- Προσδιορισμός της ανάγκης για δράση
- Κατανομή των πόρων
- Σχεδιασμός και εκτέλεση μέτρων
- Έλεγχος επιτυχίας, αξιολόγηση της απόδοσης και καθορισμός νέων στόχων

Επιπλέον, ένα σύστημα διαχείρισης αποτελείται από στοιχεία εγγενή στο πεδίο στο οποίο επικεντρώνεται. Στην περίπτωση ενός ποιοτικού συστήματος αυτό θα μπορούσε να είναι η αξιολόγηση των προμηθευτών, ενώ ένα περιβαλλοντικό σύστημα περιλαμβάνει μεθόδους για την αξιολόγηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων ή συστημάτων για την αντιμετώπιση έκτακτων περιστατικών (Niu, Hong, Yuan & et al., 2014).

Λαμβάνοντας υπόψη τα σημερινά περιβαλλοντικά προβλήματα και με βάση την ποιότητα του συστήματος διαχείρισης αναπτύχθηκαν περιβαλλοντικά μοντέλα διαχείρισης. Αυτά τα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης δίνουν στις 33 επιχειρήσεις τη δυνατότητα να μειώνουν συνεχώς τις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις (Wellge, 2009).

Ένα σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης δεν περιορίζεται σε ορισμένους τομείς της επιχείρησης, αλλά πρέπει να θεωρείται ως ζωτικό στοιχείο του έργου του διοικητικού οργάνου. Αυτό σημαίνει ότι όλα τα τμήματα μιας επιχείρησης, λειτουργικές περιοχές και γραμμές παραγωγής, αποτελούν μέρος της ανάπτυξης και της εφαρμογής ενός τέτοιου συστήματος. Η διεξοδική σύνθεση μιας περιβαλλοντικής πολιτικής είναι εξαιρετικά σημαντική, καθώς η περιβαλλοντική διαχείριση βασίζεται στην ελεύθερη βούληση μιας επιχείρησης και στις ιδιαιτερότητές της που αφορούν τις περιβαλλοντικές πτυχές. Βεβαίως, οι εξωτερικές απαιτήσεις πρέπει να εκπληρωθούν ως ένας ελάχιστος στόχος (Sadeghian, 2019).

Ειδικά οι απαιτήσεις που επιβάλλονται από το κράτος εξακολουθούν ακόμη να θεωρούνται ως απειλές από τις επιχειρήσεις, αλλά ένα σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης τους βοηθά να αλλάξουν την ενεργητική τους συμπεριφορά σε μια προορατική (Engel, 2010). Επιπλέον, η εφαρμογή ενός τέτοιου συστήματος όχι μόνο καθιστά δυνατή την επίτευξη των νομικών απαιτήσεων αλλά παρακινεί να αναλάβει οικειοθελώς πρόσθετα καθήκοντα σχετικά με το περιβάλλον (Wellge, 2009). Με τη βοήθεια της σωστής κατανομής των πόρων, τον προσδιορισμό των ευθυνών και τη συνεχή βελτιστοποίηση των διαδικασιών τα περιβαλλοντικά ζητήματα μπορούν να αντιμετωπιστούν με τάξη και συνέπεια (Scott, Simpson & Sim, 2012).

3.4.1 Travelife

Το Travelife είναι ένα διεθνώς αναγνωρισμένο πρόγραμμα βιωσιμότητας καταλύματος. Σε περισσότερες από 50 χώρες υπάρχουν περίπου 1.500 μέλη που χρησιμοποιούν τα πρακτικά εργαλεία και τους πόρους του για να βελτιώσουν τις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις της επιχείρησής τους.

Περιέχοντας μια σειρά κριτηρίων που αξιολογούν την απόδοση των καταλυμάτων στους τομείς των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, της εργασίας, της συμμετοχής στην κοινότητα και των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, το αναγνωρισμένο GSTC πρότυπο σχεδιάστηκε από την τουριστική βιομηχανία, για την τουριστική βιομηχανία. Η παγκόσμια ομάδα ανεξάρτητων ελεγκτών επισκέπτεται κάθε κατάλυμα για να διενεργήσει έλεγχο.

Τα καταλύματα που πληρούν τα πρότυπα λαμβάνουν μια πιστοποίηση Travelife Gold με τη μορφή λογότυπου και πιστοποιητικού που μπορούν να εμφανίσουν με υπερηφάνεια για να δείξουν τη δέσμευσή τους στον υπεύθυνο τουρισμό. Επίσης αναφέρονται στον ιστότοπο καταναλωτών, The Travelife Collection.

Το Travelife έχει αποδειχθεί ότι βοηθά στην μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και νερού, καθώς και την παραγωγή απορριμμάτων. Η εκ των προτέρων επένδυση σε λύσεις εξοικονόμησης ενέργειας και νερού θα προσφέρει την καλύτερη μακροπρόθεσμη εξοικονόμηση κόστους και μικρές λειτουργικές αλλαγές χαμηλού κόστους που μπορούν να αποκομίσουν οφέλη από τον προϋπολογισμό.

Η έρευνα του Travelife Member 2017 αποκάλυψε ότι το 86% των καταλυμάτων που συμμετείχαν στην έρευνα είχαν βραβείο Πιστοποίησης Αριστείας Trip Advisor και μια πρόσφατη ανάλυση από την TUI Group έδειξε επίσης ότι τα ξενοδοχεία με πιστοποίηση βιωσιμότητας αναφέρουν υψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης επισκεπτών (<https://travelifestaybetter.com/>).

3.4.2 Bio-Hotels

Το BIO HOTELS είναι ο μόνος ξενοδοχειακός σύλλογος στην αγορά που λειτουργεί υπό αυστηρούς όρους αναφοράς για να εξασφαλίσει τη χρήση 100% βιολογικών τροφίμων, ποτών (για αλκοολούχα ποτά τουλάχιστον το 75% της προσφοράς πρέπει να είναι οργανικό), 100% πράσινη ενέργεια, χρήση ανακυκλωμένου χαρτιού ή βιώσιμων πόρων και πιστοποιημένων φυσικών ή βιολογικών καλλυντικών. Όλα τα ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ BIO αξιολογούν το αποτύπωμα άνθρακα κάθε δύο χρόνια, προκειμένου να εντοπίσουν περαιτέρω πιθανές εξοικονομήσεις. Το 50% των μελών είναι ήδη ουδέτερο ως προς το κλίμα. Η αξιολόγηση γίνεται από τον Fokus Zukunft.

ΦΥΣΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ & ΒΙΟΠΟΙΚΙΛΟΤΗΤΑ

Τα περιουσιακά στοιχεία της φυσικής κληρονομιάς αναφέρονται στη μεγάλη βιοποικιλότητα των οικοσυστημάτων και των ειδών στον πλανήτη μας. Εκτός από τη δική του εγγενή αξία, τα φυσικά περιουσιακά στοιχεία έχουν τεράστια σημασία για τον τουρισμό, το οποίο μπορεί να υποστηρίξει και να απειλήσει τη συνέχιση και την ανάπτυξή τους. Πολλές μορφές τουρισμού εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την ανέπαφη φύση ικανή να παρέχει πόρους οικοσυστήματος, π.χ. κρατώντας μια μεγάλη αξία για αναψυχή και αναψυχή παρέχοντας τη βάση και το σκηνικό για πολλές τουριστικές δραστηριότητες. Μια βιώσιμη προσέγγιση στον τουρισμό πρέπει να αναλάβει την ευθύνη για τη διατήρηση και την ενίσχυση όλων των μορφών φυσικής κληρονομιάς. Αυτό απαιτεί σταθερή δέσμευση για αποτελεσματικό σχεδιασμό και διαχείριση, ιδίως σε προστατευόμενες περιοχές, συμπεριλαμβανομένης της υπεύθυνης ερμηνείας της κληρονομιάς και της διαχείρισης επισκεπτών, υποστηριζόμενη από όλους τους ενδιαφερόμενους τουρισμού.

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ, ΣΤΥΛ ΖΩΗΣ & ΠΟΙΚΙΛΟΤΗΤΑ

Η πολιτιστική κληρονομιά περιλαμβάνει κάθε πολιτιστική έκφραση που μεταδίδεται από το παρελθόν και κληρονομείται από τη σημερινή κοινωνία. Μπορεί να λάβει υλικές μορφές, όπως κτίρια και αντικείμενα, ή να είναι άυλα, συμπεριλαμβανομένων παραδόσεων, τρόπων ζωής και εθίμων. Ο βιώσιμος τρόπος ζωής έχει καταστεί αναπόσπαστο μέρος της συνολικής προσπάθειας προς την αειφόρο ανάπτυξη, που ασχολείται με την ποιότητα της ζωής όλων των πολιτών σε όλο τον κόσμο, την υγεία και την ευημερία τους (Στόχος SDG 3). Η ποικιλομορφία των πολιτισμών και του τρόπου ζωής γιορτάζεται επίσης ως μέρος του ειρηνικού ευημερούμενου και ασφαλούς κόσμου που προβλέπεται στην Ατζέντα του 2030.

ΚΑΛΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ & ΕΚΕ

Το άνοιγμα, η συμμετοχή, η διαφάνεια, η αποτελεσματικότητα, η λογοδοσία και η συνοχή είναι βασικά χαρακτηριστικά της χρηστής διακυβέρνησης. Η διαχείριση τουριστικών προορισμών, οργανισμών και ΜΜΕ απαιτεί την εφαρμογή διαδικασιών χρηστής διακυβέρνησης σε όλα τα διοικητικά επίπεδα. Από την έναρξη της Ατζέντας 21, ο UNWTO και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχουν εκπονήσει κατευθυντήριες γραμμές χρηστής διακυβέρνησης και δέσμες δεικτών διαχείρισης προορισμού. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) είναι μια βασική έννοια της επιχειρηματικής ηθικής που βασίζεται στην προσέγγιση των ενδιαφερομένων, αναλαμβάνοντας την ευθύνη μεταξύ των εταιρειών να επιδιώκουν κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς στόχους εκτός από τη μεγιστοποίηση του κέρδους και μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών μιας εταιρείας να καταστήσει την εταιρεία υπεύθυνη για τις πράξεις της.

ΑΛΛΑΓΗ ΚΛΙΜΑΤΟΣ - ΑΠΟΔΟΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΡΩΝ

Η κλιματική αλλαγή θεωρείται από πολλούς ως μία από τις σημαντικότερες τρέχουσες προκλήσεις για τη βιωσιμότητα του τουρισμού. Όπως και λίγες άλλες βιομηχανίες, ο τουρισμός βασίζεται σε μεγάλο βαθμό σε άθικτους φυσικούς πόρους, με την κατάταξη του κλίματος πρώτη μαζί με τα νερά, τη φύση και τα τοπία, απαιτώντας καινοτόμο διαχείριση της αποδοτικότητας των πόρων. Κατά συνέπεια, ο τουρισμός επηρεάζεται με πολλούς τρόπους από την κλιματική αλλαγή στην ανάγκη προσαρμογής στις επιπτώσεις οποιωνδήποτε αλλαγών. Ταυτόχρονα, η τουριστική βιομηχανία είναι ένας από τους κύριους συντελεστές των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, επομένως η ανθρωπογενής κλιματική αλλαγή, η οποία απαιτεί αντίστοιχες στρατηγικές και μέτρα άμβλυσης από την πλευρά τους. Αυτός ο αμοιβαίος αντίκτυπος απαιτεί επιπλέον θεμελιώδεις αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο πολλοί προορισμοί και επιχειρήσεις εργάζονται για την εφαρμογή της ενεργειακής απόδοσης και της αποδοτικότητας των πόρων και για την ελαχιστοποίηση των αποβλήτων καθώς και των πολιτικών προσαρμογής ενόψει της κλιματικής αλλαγής.

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Η διαχείριση προορισμού ορίζει μια διαδικασία που περιλαμβάνει συντονισμένες δράσεις με στόχο τον έλεγχο των οικονομικών, κοινωνικοπολιτισμικών και περιβαλλοντικών διαστάσεων μιας συγκεκριμένης τουριστικής περιοχής. Θα πρέπει να πραγματοποιείται από τοπικές αρχές και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς του τουρισμού σε συνεργασία, σύμφωνα με τις αρχές της χρηστής διακυβέρνησης. Έχει κεντρική σημασία για την παροχή βιώσιμου τουρισμού, καθώς επιτρέπει μια εδαφική προσέγγιση για τον πολυτομεακό, τον πολίτη, τον πολυθεματικό πίνακα προκλήσεων και ευκαιριών που αντιμετωπίζει η τουριστική ανάπτυξη. Έχει επίσης κεντρική σημασία για την εφαρμογή του βιώσιμου τουρισμού, καθώς οι δράσεις που

αναλαμβάνονται σε προορισμούς σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο μπορούν να επηρεάσουν καλύτερα τις τουριστικές επιπτώσεις.

ΤΑΞΙΔΙ, ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ & ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑ

Οι βιώσιμες μεταφορές και τα ταξίδια (αναφέρονται επίσης ως «ήπια κινητικότητα» ή «βιώσιμη κινητικότητα») διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού, καθώς οι μεταφορές που σχετίζονται με τον τουρισμό, ιδίως η οδική και η εναέρια κυκλοφορία, αυξάνονται και συμβάλλουν σημαντικά εκπομπές αερίων θερμοκηπίου, ρύπανση και κλιματική αλλαγή. Ανάπτυξη και ενθάρρυνση της χρήσης διαφορετικών τρόπων μεταφοράς με χαμηλό αντίκτυπο στο περιβάλλον, π.χ. ποδηλασία, περπάτημα, ανταλλαγή αυτοκινήτων, οικονομικά καύσιμα τα συστήματα μεταφοράς και η χρήση ηλεκτρικών οχημάτων, είναι το κλειδί για τη μείωση του οικολογικού αποτυπώματος των ταξιδιωτών. Για να επιτευχθεί αυτό, πρέπει να διαμορφωθούν και να εισαχθούν συνεπείς και καινοτόμες στρατηγικές και μέτρα βιώσιμης κινητικότητας σε επίπεδο προορισμού και επιχειρήσεων.

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΛΥΣΙΔΩΝ ΑΞΙΑΣ & ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Η διαχείριση της τουριστικής αλυσίδας αξίας και η ανάπτυξη του θεμιτού εμπορίου είναι ένας ενεργός τρόπος για την ανάπτυξη βιώσιμου και υπεύθυνου τουρισμού. Για τους σκοπούς της ανάπτυξης βιώσιμης κατανάλωσης και παραγωγής, η διαχείριση της αλυσίδας αξίας μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τις τουριστικές επιχειρήσεις για να καταστήσουν ολόκληρο τον τομέα πιο βιώσιμο, παρακινώντας τους προμηθευτές και τους αγοραστές, οι οποίοι συνθέτουν από κοινού την αλυσίδα εφοδιασμού, να εφαρμόσουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη στους οργανισμούς τους ως προϋπόθεση διαπραγμάτευσης. Σε ένα τέτοιο σενάριο, κάθε παράγοντας πρέπει να είναι μέρος μιας παγκόσμιας αλυσίδας πράσινης αξίας που αντικατοπτρίζει τις πρακτικές του δίκαιου εμπορίου. Το SDG 12 εστιάζεται πλήρως στην παγκόσμια υλοποίηση βιώσιμων αλυσίδων αξίας και στην ανάπτυξη δίκαιου εμπορίου.

ΔΙΚΤΥΟ ΓΝΩΣΕΩΝ, ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Η μεταβιομηχανική εποχή χαρακτηρίστηκε από την άνοδο της τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνιών (ΤΠΕ) και τη δημιουργία της παγκόσμιας οικονομίας της γνώσης. Η επένδυση στην ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού μέσω της δικτύωσης, της εκπαίδευσης και της κατάρτισης είναι ο πρωταρχικός μηχανισμός όχι μόνο για την προώθηση της καινοτομίας και τον ανταγωνισμό για την επιβίωση ατομικά, αλλά και για να συνεργαστούμε για την αντιμετώπιση των κοινών προκλήσεων της αειφόρου ανάπτυξης. Η δια βίου μάθηση και η ανάπτυξη δεξιοτήτων ΤΠΕ έχουν συγκεντρωθεί σε διαδικασίες δικτύωσης για να υλοποιήσουν την έννοια των Κοινοτήτων Γνώσης και Καινοτομίας ή Συμμαχίες Γνώσης, συνήθως προγράμματα δικτύωσης σε επίπεδο συμπλέγματος που είναι τα μέσα για τη διαχείριση της σύγχρονης μαζικής πληροφόρησης, εκπαίδευσης και εκπαιδευτικές ανάγκες.

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ

Η πιστοποίηση αναγνωρίζεται ως ένα σημαντικό μέσο του μάρκετινγκ. Τα πιστοποιητικά διαφημιστικών ετικετών βελτιώνουν έναν πιο διαφανή και γενικά κατανοητό χαρακτηρισμό βιώσιμων τουριστικών προϊόντων και, συνεπώς, βοηθούν τους ταξιδιώτες καθώς και τους επιχειρηματικούς εταίρους κατά μήκος της τουριστικής αλυσίδας εφοδιασμού να αποκτήσουν καλύτερο προσανατολισμό. Το μάρκετινγκ είναι ένα σημαντικό στοιχείο της εφαρμογής αρχών και πρακτικών αειφόρου τουρισμού. Οι στρατηγικές μάρκετινγκ μπορούν να παρέχουν ένα συντονιστικό πλαίσιο στο οποίο τα

συμφέροντα των προορισμών και των επιχειρήσεων μπορούν να αξιοποιηθούν για να τραβήξουν προς την κατεύθυνση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Το μάρκετινγκ ασχολείται με τον προσδιορισμό των αναγκών και προτιμήσεων των καταναλωτών, τη δημιουργία κατάλληλων προϊόντων, την παροχή χρήσιμων πληροφοριών για τα προϊόντα στους καταναλωτές και τη διαφήμιση των οφελών τους. Οι γνώσεις και οι στάσεις των ενδιαφερομένων μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά την επίτευξη βιώσιμων τουριστικών στόχων σε μεμονωμένες επιχειρήσεις και στον ευρύτερο τουριστικό προορισμό.

ΑΝΘΡΩΠΙΝΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ & ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο αιφόρος τουρισμός αναφέρεται στην Ατζέντα του 2030 (Μετασχηματίζοντας τον Κόσμο μας) τέσσερις φορές. Ωστόσο, ο όρος αμφισβητείται έντονα από τις οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών για την έλλειψη μιας ανθρωποκεντρικής προσέγγισης. Μόνο ο τουρισμός που συμβάλλει στη βελτίωση της ευημερίας των ντόπιων, της αξιοπρέπειας των εργαζομένων, της περιβαλλοντικής ακεραιότητας καθώς και της εξάλειψης της εκμετάλλευσης, των ανισοτήτων και της φτώχειας, είναι μια σημαντική επιλογή για αιφόρο ανάπτυξη. Τα Παγκόσμια Κριτήρια για τον Αειφόρο Τουρισμό έχουν συγκεκριμένες κατηγορίες για να λαμβάνουν υπόψη κοινωνικά ζητήματα στη διαδικασία αιφορίας και οι φορείς τουρισμού μπορούν να διασφαλίσουν ότι πληρούν τα απαιτούμενα πρότυπα. Εξίσου σημαντική σε αυτόν τον τομέα είναι η χρήση του τουρισμού για ανάπτυξη, η οποία αποτέλεσε αντικείμενο του Έτους Αειφόρου Τουρισμού για την Ανάπτυξη του 2017 (<https://destinet.eu>).

3.4.3 TO Greenkey

Το Green Key είναι ένα εθελοντικό οικολογικό σήμα που απονέμεται σε περισσότερα από 2.900 ξενοδοχεία και άλλα καταστήματα σε 57 χώρες. Το βραβείο Green Key είναι το κορυφαίο πρότυπο για την αριστεία στον τομέα της περιβαλλοντικής ευθύνης και της βιώσιμης λειτουργίας του τουριστικού κλάδου. Αυτό το αναγνωρισμένο οικολογικό σήμα αποτελεί δέσμευση των επιχειρήσεων ότι οι εγκαταστάσεις τους συμμορφώνονται με τα αυστηρά κριτήρια που έχει θέσει το Ίδρυμα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης. Ένα πράσινο κλειδί σημαίνει την υπόσχεση στους φιλοξενούμενους ότι, επιλέγοντας να παραμείνουν στην εγκατάσταση του Green Key, βοηθούν να κάνουν τη διαφορά σε περιβαλλοντικό επίπεδο. Τα υψηλά περιβαλλοντικά πρότυπα που αναμένονται από αυτές τις εγκαταστάσεις διατηρούνται μέσω αυστηρής τεκμηρίωσης και συχνών ελέγχων. Το Green Key είναι κατάλληλο για ξενοδοχεία, ξενώνες, μικρά καταλύματα, κάμπινγκ, πάρκα διακοπών, συνεδριακά κέντρα, εστιατόρια και αξιοθέατα (<http://www.greenkey.global/>).



Εικόνα 3. Το σήμα Green Key

Τα κριτήρια για τη βράβευση μιας επιχείρησης με το οικολογικό σήμα ποιότητας "the Green Key" χωρίζονται στις παρακάτω 13 κατηγορίες (<http://www.greenkey.global/>):

1. Περιβαλλοντική διαχείριση
2. Συμμετοχή του Προσωπικού
3. Πληροφόρηση των πελατών
4. Διαχείριση Νερού
5. Πλύσιμο και καθαρισμός
6. Διαχείριση Απορριμμάτων
7. Ενέργεια
8. Τρόφιμα και ποτά
9. Εσωτερικό περιβάλλον
10. Κήποι και χώροι στάθμευσης
11. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
12. Πράσινες δραστηριότητες
13. Διοίκηση

Σκοπός τους προγράμματος είναι (<http://www.greenkey.global/>):

- Αύξηση της χρήσης φιλικά περιβαλλοντικών και βιώσιμων μεθόδων λειτουργίας και τεχνολογίας των επιχειρήσεων, μειώνοντας τη συνολική χρήση των πόρων
- Αύξηση της ευαισθητοποίησης και αλλαγή συμπεριφοράς των πελατών, του προσωπικού και των προμηθευτών των επιμέρους επιχειρήσεων του τουρισμού
- Αύξηση της χρήσης φιλικών προς το περιβάλλον και βιώσιμων μεθόδων και αύξηση της ευαισθητοποίησης, δημιουργώντας αλλαγές στη συμπεριφορά στη βιομηχανία της φιλοξενίας και του τουρισμού

3.4.4 ISO 14000

Ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης (ISO) είναι ένας θεσμός τυποποίησης που βρίσκεται στη Γενεύη της Ελβετίας. Ιδρύθηκε το 1947 ως ιδιωτικό, μη κυβερνητικό, διεθνές οργανισμό προτύπων. (Engel, 2010) . Στόχος είναι να προωθηθεί η διεθνής εναρμόνιση και η ανάπτυξη προτύπων όπως για παράδειγμα τα μεγέθη χαρτιού ή τα πρότυπα ποιότητας και περιβάλλοντος. (Theodore, 2010) Συνολικά, το ISO έχει αναπτύξει πάνω από 18'000 διαφορετικά πρότυπα (ISO, 2009). Αν και είναι ιδιωτικό

ίδρυμα, οι κρατικοί φορείς συμμετάσχουν στην ανάπτυξη αυτών των προτύπων. Παρόλο που όλα τα πρότυπα που αναπτύχθηκαν από το ISO είναι εθελοντικά, διάφορες κυβερνήσεις έχουν συμπεριλάβει τα πρότυπα ISO στους κανονισμούς τους και περίπου 160 χώρες ενεργούν ως μέλη ISO. (Theodore , 2010)

Λόγω της Διάσκεψης των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη (UNCED), που πραγματοποιήθηκε στο Ρίο ντε Τζανέιρο το 1992, δόθηκε ιδιαίτερη σημασία στο θέμα της αειφόρου ανάπτυξης. (Theodore & Theodore, 2010). Εκεί αποφασίστηκε ότι το ISO δεν αρκεί να ενσωματωθεί στην περιβαλλοντική προστασία για τη διαχείριση της ποιότητας. Ως εκ τούτου, αναπτύχθηκε ένα εντελώς νέο και ανεξάρτητο από το σύστημα διαχείρισης ποιότητας ISO 9000 σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης. Για το σκοπό αυτό δημιουργήθηκε η "Τεχνική Επιτροπή 207 Περιβαλλοντική Διαχείριση" (TC 207). (Engel, 2010), όπου ιδιώτες και κρατικοί εμπειρογνώμονες από 75 χώρες συμμετέχουν ενεργά σε αυτή την τεχνική επιτροπή και άλλες 26 χώρες δρουν ως παρατηρητές. Επιπλέον, συμμετέχουν στο TC 207 41 διεθνείς και περιφερειακοί οργανισμοί, μεταξύ των οποίων UNCTAD, UNEP, WHO και ΠΟΕ. Το TC 207 αποτελείται από 6 υποομάδες αρμόδιες για συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης, τον περιβαλλοντικό έλεγχο και τις σχετικές περιβαλλοντικές έρευνες, την περιβαλλοντική επισήμανση, την αξιολόγηση περιβαλλοντικών επιδόσεων, την αξιολόγηση κύκλου ζωής και τη διαχείριση των αερίων θερμοκηπίου και συναφείς δραστηριότητες. (Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης, Πρότυπα ISO, 2011)

Στο έτος 1996 στη σειρά προτύπων «ISO 14000 - Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης» δημοσιεύθηκε για πρώτη φορά ως ενιαίο παγκόσμιο σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης. Αυτές οι σειρές προτύπων υποστηρίζουν τις επιχειρήσεις στην απόκτηση περιβαλλοντικών προσανατολισμένων επιδόσεων και στην επαλήθευση αυτών των προσπαθειών. Προκειμένου να βελτιωθεί η προστασία του περιβάλλοντος, αναλύονται οι επιπτώσεις στο περιβάλλον των δραστηριοτήτων, των προϊόντων και των υπηρεσιών μιας επιχείρησης και καθορίζονται οι κατάλληλοι στόχοι. (Engel, 2010)

Με τη βοήθεια του ISO 14000, οι επιχειρήσεις μπορούν όχι μόνο να μειώσουν τις αρνητικές επιπτώσεις τους στο περιβάλλον αλλά και να τις στηρίξουν στην εκπλήρωση των νομικών περιβαλλοντικών απαιτήσεων (Theodore. M, & Theodore.L, 2010).

Το ISO 14000 είναι κατάλληλο για όλες τις επιχειρήσεις του κλάδου εμπορίου, κατασκευών ή υπηρεσιών ανεξάρτητα από το μέγεθός τους (Sloan, Legrand, & Chen, 2009).

Στην αρχή της εφαρμογής του προτύπου ISO 14000, η διοίκηση πρέπει να καθορίσει μια κατάλληλη περιβαλλοντική πολιτική. Η περιβαλλοντική πολιτική πρέπει να είναι αρκετά λεπτομερής, καθώς συγκεκριμένες ενέργειες στηρίζονται στη συνέχεια. Επιπλέον, η πολιτική αυτή πρέπει να είναι προσιτή στο κοινό και να επικοινωνεί, να υλοποιείται και να συμμορφώνεται με αυτήν στην επιχείρηση. Στη συνέχεια πραγματοποιείται μια πρώτη ανασκόπηση των δραστηριοτήτων, των προϊόντων και των υπηρεσιών της επιχείρησης, προκειμένου να ενημερωθεί για την αλληλεπίδρασή τους με το περιβάλλον. Τα αποτελέσματα αυτής της ανασκόπησης αποτελούν τη βάση για το στρατηγικό σχέδιο. Ο στρατηγικός σχεδιασμός μπορεί να συγκριθεί με τη διαχείριση έργων, καθώς περιλαμβάνει επίσης το πεδίο εφαρμογής, το χρόνο, το κόστος και τις ευθύνες. Στη συνέχεια, η επιχείρηση πρέπει να προσδιορίσει περιβαλλοντικές πτυχές οι οποίες μπορούν να επηρεαστούν ή και να ελεγχθούν από 38 την επιχείρηση. Πρέπει να καθοριστούν περιβαλλοντικοί στόχοι σύμφωνα με αυτές τις πτυχές και με τις νομικές περιβαλλοντικές απαιτήσεις. Ο περιβαλλοντικός στόχος

είναι ένας γενικός στόχος και εξακολουθεί να είναι πολύ γενικός. Ως εκ τούτου, οι συγκεκριμένοι στόχοι που συνίστανται σε ποσοτικοποιημένες μετρήσεις πρέπει να καθορίζουν τους στόχους. Οι στόχοι εκπονούνται από την ίδια την επιχείρηση και δεν αποτελούν συνιστώσες των προτύπων ISO 14000. Το τελευταίο βήμα είναι να ληφθεί υπόψη το στρατηγικό σχέδιο που περιλαμβάνει τους στόχους. Απαιτούνται τόσο εσωτερικοί και εξωτερικοί έλεγχοι όσο και ανασκοπήσεις προκειμένου να καθορισθεί εάν τα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης ακολουθούν τις απαιτήσεις του πρότυπου ISO και να διασφαλιστεί η συνεχής βελτίωση. Η περιβαλλοντική διαχείριση δεν παραμένει σταθερή, αλλά συνεχώς εξελίσσεται (Theodore. M, & Theodore.L, 2010).

3.4.5 Σύστημα EMAS

Το EMAS ή αλλιώς Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου είναι ένα εθελοντικό πρόγραμμα περιβαλλοντικής διαχείρισης και περιβαλλοντικού ελέγχου. Εισήχθη από την Ευρωπαϊκή Ένωση το 1993. Η πρόθεση ήταν να δημιουργηθεί ένα εργαλείο για τις επιχειρήσεις και άλλους οργανισμούς που θα τους βοηθούσαν στη βελτίωση των περιβαλλοντικών τους επιδόσεων. Το πραγματικό νομικό υπόβαθρο είναι ο κανονισμός αριθ. 1221/2009 (EMAS III). (EMAS) (UNEP, 2011).

Σύμφωνα με τα άρθρα 48 και 50 του κανονισμού EMAS III, το πρόγραμμα αναθεωρείται αντίστοιχα στις νέες επιχειρησιακές εμπειρίες, στη διαδικασία εφαρμογής και στη διεθνή ανάπτυξη. (Europäische Union, 2009) Το EMAS είναι ένα σύστημα προσανατολισμένο στην απόδοση. Οι επιχειρήσεις δεν πρέπει μόνο να πληρούν τις νομικές απαιτήσεις, αλλά πρέπει να αυξάνουν συνεχώς τις περιβαλλοντικές τους επιδόσεις. Είναι σημαντικό να συμμετάσχουν οι εργαζόμενοι στις διαδικασίες, προκειμένου να διασφαλιστεί το ενδιαφέρον των εργαζομένων για την προστασία του περιβάλλοντος. Επιπλέον, μια επιχείρηση που υποβάλλει αίτηση εγγραφής στο EMAS πρέπει να παρέχει στο κοινό μια περιβαλλοντική δήλωση σχετικά με την κατανάλωση πόρων και ενέργειας, τις εκπομπές, τα απόβλητα και ότι άλλο σχετίζεται με το περιβάλλον (EMAS) (Wellge, 2009). Για να επιτευχθεί αυτή η επικύρωση πρέπει να διενεργηθεί περιβαλλοντικός έλεγχος, ακολουθούμενος από τους επόμενους κυκλικούς οικολογικούς ελέγχους. Οι οικολογικοί έλεγχοι διαχειρίζονται από τους κρατικούς περιβαλλοντολόγους, οι οποίοι πραγματοποιούν τον διοικητικό έλεγχο. Μια επικυρωμένη επιχείρηση αποτελεί μέρος δημόσιου μητρώου, λαμβάνει ευρωπαϊκό αριθμό μητρώου και μπορεί να χρησιμοποιεί το επίσημο λογότυπο του EMAS. (EMAS) (UNEP, 2014).

Η εγγραφή ισχύει για τρία έτη και ακολουθεί ετήσια αξιολόγηση και επικαιροποίηση της περιβαλλοντικής δήλωσης διασφαλίζοντας τη σωστή χρήση του πρωτοκόλλου. Η ποιότητα του EMAS εποπτεύεται από τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EMAS). Από την αναθεώρηση του EMAS I, όλες οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να αυξήσουν την περιβαλλοντική τους απόδοση επιτρέπεται να συμμετέχουν στο EMAS, ανεξάρτητα από την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Η μόνη προϋπόθεση είναι να βρίσκεται στην Ευρωπαϊκή Ένωση ή σε μια χώρα με διμερείς συνθήκες με την Ευρωπαϊκή Ένωση. (Engel, 2010) (Wellge, 2009).

Κεφάλαιο 4^ο Πράσινα Ξενοδοχεία

4.1 Ορισμός Πράσινων Ξενοδοχείων

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες φιλικές προς το περιβάλλον αποτελούν θέμα μεγάλης ανησυχίας του κοινού την τελευταία δεκαετία. Καθώς η κοινωνία συνειδητοποιεί περισσότερο τις ζημιές που προκαλούνται στο εύθραυστο περιβάλλον, οι πελάτες είναι πρόθυμοι να αγοράσουν τέτοια προϊόντα ή να συμμετάσχουν σε τέτοιες πρακτικές που φαίνεται να βοηθούν στην προστασία του περιβάλλοντος και είναι γνωστές με τα ονόματα «φιλικά προς το περιβάλλον», «περιβαλλοντικά φιλικό "και" πράσινο». Με την αγορά και κατανάλωση τέτοιων προϊόντων, η πελατεία λαμβάνει υπόψη όχι μόνο την προσωπική τους ικανοποίηση αλλά και την κοινωνική και περιβαλλοντική ευημερία (Vermeir & Verbeke, 2006). Ιστορικά, η ανησυχία για το περιβάλλον αναφέρεται σε βιομηχανίες υπεύθυνες για άμεση μόλυνση μέσω των επιβλαβών δραστηριοτήτων τους. Ωστόσο, η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση σχετικά με τον αντίκτυπο των καθημερινών ανθρώπινων δραστηριοτήτων στο φυσικό περιβάλλον οδήγησε στην αναγνώριση ότι όλα τα άτομα και οι επιχειρήσεις πρέπει να ασχοληθούν με την μείωση της περιβαλλοντικής ρύπανσης και της κατανάλωσης πόρων και η τουριστική βιομηχανία δεν εξαιρείται από αυτήν την υποχρέωση. Σύμφωνα με τους Sloan et al. (2009), οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι και οι πελάτες έχουν αυξανόμενες προσδοκίες ότι η τουριστική βιομηχανία και η βιομηχανία φιλοξενίας θα είναι οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες.

Η τουριστική βιομηχανία ειδικότερα έχει πολλές δυνατότητες να είναι πιο βιώσιμη και φιλική προς το περιβάλλον. Όσον αφορά τον τομέα της στέγασης, η τάση να γίνει πιο πράσινη αντικατοπτρίζεται από την εμφάνιση και την αυξανόμενη δημοτικότητα των φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών που χρησιμοποιούνται από τα καταλύματα. Αν και πολλά από αυτά έχουν ήδη εφαρμοστεί τέτοιες πρακτικές στην καθημερινή τους λειτουργία, εξακολουθούν να υπάρχουν ξενοδοχοί που λόγω των προσπαθειών εκκίνησης και του κόστους διστάζουν να το κάνουν. Για το λόγο αυτό, είναι απαραίτητη όχι μόνο η προθυμία των επιχειρήσεων να είναι πιο βιώσιμες, αλλά και η προθυμία των πελατών να πληρώσουν για τις υπηρεσίες τους.

Η αύξηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης είχε σημαντικό αντίκτυπο στην ξενοδοχειακή βιομηχανία, η οποία έχει επιδείξει πολλές προσπάθειες για τη βελτίωση των περιβαλλοντικών συνθηκών καθώς και της κοινωνικής ευθύνης. Καθώς οι τουρίστες ανησυχούν περισσότερο για περιβαλλοντικά θέματα, η επιλογή των ξενοδοχείων τους για διαμονή αλλάζει προς πιο βιώσιμες επιλογές που περιλαμβάνουν φιλικές προς το περιβάλλον πρωτοβουλίες. Αυτό το αίτημα, με τη σειρά του, οδηγεί σε αυξανόμενο αριθμό πράσινων ξενοδοχείων, επίσης γνωστών ως φιλικών προς το περιβάλλον ξενοδοχείων, με νέες φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές που ενσωματώνουν στην επιχείρησή τους. Φιλικό προς το περιβάλλον ξενοδοχείο, και βιώσιμο ξενοδοχείο είναι οι όροι που θεωρούνται συνώνυμοι με τους όρους «πράσινο ξενοδοχείο» (Zengeni, Zengeni & Muzambi, 2013). Το Green Hotel Association (2015) ορίζει ένα πράσινο ξενοδοχείο ως ένα φιλικό προς το περιβάλλον κατάλυμα που εφαρμόζει διάφορες πολιτικές για την μείωση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον και στην προστασία της φύσης. Ωστόσο, δεδομένου ότι η έννοια του όρου «πράσινο» μπορεί να διαφέρει ανάλογα με την προοπτική, η ακαδημαϊκή βιβλιογραφία σχετικά με αυτό το θέμα παρέχει διάφορους ορισμούς.

Σύμφωνα με τους Alexander & Kennedy (2002), ένα πράσινο ξενοδοχείο είναι ένα ακίνητο που καταβάλλει προσπάθειες για να επιδιώξει φιλικές προς το περιβάλλον επιχειρήσεις μέσω της ενεργειακής απόδοσης, της διατήρησης του νερού και της μείωσης των αποβλήτων. Ένα πράσινο ξενοδοχείο μπορεί επίσης να οριστεί ως ένα ευαίσθητο ξενοδοχείο που παρατηρεί περιβαλλοντικά ζητήματα και ελαχιστοποιεί την

περιβαλλοντική υποβάθμιση κατά τη λειτουργία του. Σύμφωνα με τον Gupta (1995) το πράσινο μπορεί να σημαίνει εναρμόνιση του εταιρικού περιβάλλοντος σύμφωνα με τις προσδοκίες των μετόχων καθώς και μια σημαντική νέα πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, όπως χαμηλότερο κόστος και διευρυμένο μερίδιο αγοράς. Επιπλέον, οι Gupta και Sharma (1996) ισχυρίζονται ότι, αντί για δαπάνες, η περιβαλλοντική διαχείριση πρέπει να θεωρηθεί ως ευκαιρία βελτίωσης της θέσης της επιχείρησης ενσωματώνοντας φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές που θα βοηθήσουν στην μείωση τόσο της βραχυπρόθεσμης όσο και της μακροπρόθεσμης ευθύνης.

Υπάρχουν αρκετά ποικίλες πράσινες πρωτοβουλίες στη ξενοδοχειακή βιομηχανία, που περιλαμβάνουν μια ποικιλία πρακτικών από την πρόληψη της ρύπανσης έως την περιβαλλοντική εκπαίδευση του προσωπικού. Ο Ogbeide (2012) θεωρεί ότι οι πιο κοινές πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον που εφαρμόζονται από τα ξενοδοχεία είναι η εξοικονόμηση νερού, η εξοικονόμηση ενέργειας και η μείωση των στερεών αποβλήτων. Ωστόσο, καθώς η προστασία του περιβάλλοντος γίνεται ένα πιο εμφανές πρόβλημα, η προσδοκία των τουριστών σήμερα είναι κάτι περισσότερο από απλώς προγράμματα επαναχρησιμοποίησης λευκών ειδών και πετσετών, και δεν περιορίζεται καν στα αποτελεσματικά προγράμματα διαχείρισης αποβλήτων, ενέργειας και εξοικονόμησης νερού (Ogbeide, 2012). Με την αυξανόμενη δημοτικότητα των πράσινων ξενοδοχείων σε όλο τον κόσμο, έχουν εισαχθεί ορισμένες άλλες φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές, όπως η οικολογική κουζίνα, η εγκατάσταση φωτισμού με ενεργοποίηση και η αντικατάσταση του χάρτινου check-in με ηλεκτρονικά μέσα (Ogbeide, 2012). Σύμφωνα με τον Kasanova (2008), το να είναι ένα ξενοδοχείο πράσινο μπορεί να κυμαίνεται από την ενθάρρυνση των επισκεπτών να επαναχρησιμοποιήσουν τις πετσέτες, την ανακύκλωση απορριμμάτων, τη χρήση αιολικής ενέργειας, το μαγείρεμα με βιολογικά τρόφιμα, τη μείωση των εκπομπών άνθρακα, την εγκατάσταση ηλιακών πάνελ στον τελευταίο όροφο.

4.2 Διαδικασία μετατροπής ξενοδοχείων σε πράσινα

Λόγω της φύσης της παροχής άνεσης και εξυπηρέτησης στους επισκέπτες, η ξενοδοχειακή βιομηχανία είναι μια από τις πιο ενεργειακές καταναλωτικές βιομηχανίες (Bohdanowicz et al., 2001). Σύμφωνα με την ICF Consulting Limited (2015), τα ξενοδοχεία συμβάλλουν στο ένα τοις εκατό της παγκόσμιας κατανάλωσης ενέργειας και των συναφών εκπομπών CO₂, γεγονός που τα καθιστά σημαντικό καταναλωτή ενέργειας. Οι κύριες δραστηριότητες κατανάλωσης ενέργειας σε ένα ξενοδοχείο είναι: δωμάτια θέρμανσης, δωμάτια ψύξης, φωτισμός, χρήση ζεστού νερού και άλλες δραστηριότητες που καταναλώνουν ενέργεια από τους επισκέπτες, προετοιμασία γευμάτων και πισίνες. Η ICF Consulting Limited (2015) αναφέρει ότι το 2012 τα ευρωπαϊκά ξενοδοχεία και εστιατόρια αντιπροσώπευαν το 11% της συνολικής κατανάλωσης ενέργειας στον τομέα των μη κατοικημένων κτιρίων (περίπου 10,5 Mtoe). Ταυτόχρονα, παρατηρήθηκε ότι μεταξύ 2005 και 2012 η κατανάλωση ενέργειας μειώθηκε κατά δύο μήνες το έτος. Εάν αυτή η τάση συνεχιστεί έως το 2020 και μετά μειωθεί με βραδύτερο ρυθμό μείωσης κατά 1% ετησίως έως το 2050, η κατανάλωση ενέργειας στον ξενοδοχειακό τομέα θα μπορούσε να μειωθεί στο επίπεδο των 8 Mtoe και 7 Mtoe το 2030 και το 2050, αντίστοιχα.

Όσον αφορά τις διάφορες εφαρμογές του ξενοδοχείου, η Hotel Energy Solutions (2011) αναφέρει ότι οι εκτιμώμενες πιθανές μειώσεις ενέργειας μπορούν να υπερβούν το 45% για βελτιώσεις στην απόδοση στους λέβητες, τη χρήση ηλιακών θερμικών πάνελ για παραγωγή ζεστού νερού και τη χρήση ενεργειακά αποδοτικού φωτισμού. Τα σχετικά μέτρα μείωσης της ενέργειας θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν αντικατάσταση λαμπτήρων πυρακτώσεως για φωτισμό φθορισμού, εγκατάσταση

ενεργειακά αποδοτικού εξοπλισμού πλυντηρίων καθώς και ψηφιακών θερμοστατών. και στέγνωμα πλυμένων αντικειμένων στον ήλιο. Επιπλέον, η χρήση γεωθερμικής ενέργειας, η μετάβαση σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, καθώς και η εφαρμογή ηλιακής ενέργειας όταν είναι απαραίτητο θα συμβάλει σημαντικά στη συνολική ενεργειακή απόδοση (Kasanava, 2008).

Η κατανάλωση νερού από έναν τουρίστα είναι γνωστό ότι είναι υψηλότερη από την κατανάλωση νερού από τον κάτοικο. Ένας Ευρωπαίος τουρίστας καταναλώνει περίπου 300 λίτρα την ημέρα σε σύγκριση με την κατανάλωση 100-200 λίτρων ημερησίως στην Ευρώπη. Μια τέτοια διαφορά θα μπορούσε να εξηγηθεί από διάφορους λόγους, όπως άρδευση, καθημερινός καθαρισμός δωματίων, καθημερινό πλυντήριο, συντήρηση πισινών, εντατικές δραστηριότητες κουζίνας και μια προσέγγιση ευχαρίστησης στα ντους και τα λουτρά σε επιχειρήσεις διαμονής. Τα πολυτελή ξενοδοχεία καταναλώνουν ιδιαίτερα μεγάλες ποσότητες νερού για ψυχαγωγικούς σκοπούς, όπως πισίνες, στα και άρδευση γηπέδων γκολφ (Kasim, 2007). Ωστόσο, υπάρχει έλλειψη στατιστικών σχετικά με τη χρήση νερού στον ξενοδοχειακό τομέα. Σύμφωνα με τους Styles, Schönberger και Martos (2013), υπάρχει μεγάλη πιθανότητα μείωσης του νερού στα καταλύματα και τα ξενοδοχεία που δεν διαθέτουν νερό μπορούν συνήθως να μειώσουν την κατανάλωση νερού κατά περισσότερο από 50% εφαρμόζοντας σχετικά απλές και φθηνές πρακτικές.

Η παραγωγή αποβλήτων είναι μια από τις πιο επιβλαβείς επιπτώσεις που έχει ο τομέας της φιλοξενίας στο περιβάλλον, ειδικά λόγω του γεγονότος ότι πολλές από τις εγκαταστάσεις αυτού του τομέα, όπως τα ξενοδοχεία, χρησιμοποιούν μεγάλες ποσότητες καταναλωτικών αγαθών στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων τους (Bohdanowicz, 2005). Σύμφωνα με τους Pirani & Arafat (2014), τα απόβλητα ξενοδοχείων μπορεί να είναι μη επικίνδυνα και επικίνδυνα.

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία προσπάθησε να μειώσει την ποσότητα των αποβλήτων, ιδίως μέσω της ανακύκλωσης, της λιπασματοποίησης, της πρόληψης αποβλήτων και των οικολογικών αγορών. Η ανακύκλωση είναι ιδιαίτερα γνωστή ως μια δημοφιλής πρακτική, πιθανώς λόγω μιας σύντομης περιόδου αποπληρωμής και της σημαντικής εξοικονόμησης πολλών μεθόδων ανακύκλωσης (Bader, 2005). Οι πρακτικές κομποστοποίησης θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τα απόβλητα τροφίμων (π.χ. μεταφορά απορριμμάτων τροφίμων σε εγκατάσταση λιπασματοποίησης από έναν μεταφορέα, ανάπτυξη ένα σχέδιο για τη συλλογή των απορριμμάτων τροφίμων) και να οδηγήσει σε σημαντική εξοικονόμηση στο κόστος διάθεσης απορριμμάτων (Jackson, 2013).

4.3 Περιβαλλοντική Διαχείριση Ξενοδοχείων

Ο τουρισμός είναι τομέας μεγάλης σημασίας για την οικονομία και την κοινωνία (Juan & Dolnicar, 2017), αντιπροσωπεύοντας το 10,4% του παγκόσμιου ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος, το 7% των παγκόσμιων εξαγωγών και το 10% της απασχόλησης. Ωστόσο, οι τουριστικές δραστηριότητες παράγουν το 8% των αερίων του θερμοκηπίου (Lenzen et al., 2018). Τα ξενοδοχεία καταναλώνουν υψηλά ποσά πόρων στις καθημερινές του δραστηριότητες (Verma & Chandra, 2016; 2018), με επιβλαβείς επιπτώσεις στο περιβάλλον (Legrand et al., 2016). Για το λόγο αυτό, η περιβαλλοντική βιωσιμότητα έχει αναδειχθεί ως ζωτικό ζήτημα στις στρατηγικές μάρκετινγκ τέτοιων εταιρειών (Legrand et al., 2016).

Αυτό αποδεικνύεται από το γεγονός ότι όλο και περισσότερα ξενοδοχεία ενσωματώνουν πράσινες πρακτικές στις καθημερινές τους δραστηριότητες (Martínez García de Leaniz et al., 2018). Ένας από τους κύριους λόγους για την εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών είναι η περιβαλλοντική ανησυχία των επισκεπτών, η οποία οδηγεί τις φιλοπεριβαλλοντικές αποφάσεις τους (Han et al., 2018).

Ο ξενοδοχειακός τομέας λειτουργεί σε ένα υπερ-ανταγωνιστικό περιβάλλον, αντιμετωπίζοντας μια αυξανόμενη ζήτηση για κάτι περισσότερο από τις παραδοσιακές υπηρεσίες που προσφέρονται (Kandampully & Suhartanto, 2000). Αν και η σχέση μεταξύ των χαρακτηριστικών των υπηρεσιών που προσφέρει ένα ξενοδοχείο και η ικανοποίηση των επισκεπτών έχει αναλυθεί εκτενώς στη βιβλιογραφία (Albayrak & Caber, 2015), λίγες μελέτες έχουν ασχοληθεί συγκεκριμένα με τη σχέση μεταξύ βιώσιμων χαρακτηριστικών και ικανοποίησης τουριστών (Trang et al., 2019; Yu et al., 2017; Yusof et al., 2017). Επιπλέον, τα αποτελέσματα προηγούμενων μελετών σχετικά με την αντίληψη των καταναλωτών για τις οικολογικές πρακτικές των ξενοδοχείων είναι ασαφή. Υπό αυτήν την έννοια, ενώ συγγραφείς όπως οι Berezan et al. (2014) υποστηρίζουν ότι οι οικολογικές πρωτοβουλίες είναι βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του ξενοδοχείου, όπως άλλοι συγγραφείς όπως οι Yu et al. (2017) επισημαίνουν ότι, παρόλο που οι επισκέπτες δηλώνουν ότι ανησυχούν για τα περιβαλλοντικά προβλήματα, ενδέχεται να μην συμπεριφέρονται με τρόπο που να ανταποκρίνεται στις ανησυχίες τους. Ομοίως, και παρά την άφθονη βιβλιογραφία σχετικά με την εικόνα του ξενοδοχείου ως μεταβλητή στην οποία βασίζεται ένα ανταγωνιστικό πλαίσιο που είναι δύσκολο να αναπαραχθεί (Rahman et al., 2012; Stanaland et al., 2011), έχει δοθεί έμφαση στην ανάγκη για επιπλέον έρευνα για την εκτίμηση της ενδεχόμενης επίδρασης τέτοιων περιβαλλοντικών μέτρων στην ενοποίηση και βελτίωση της εικόνας του ξενοδοχείου (Palacios-Florencio et al., 2016). Επιπλέον, όλο και περισσότερες εταιρείες αρχίζουν να εκτιμούν τη σημασία της εφαρμογής περιβαλλοντικών πρωτοβουλιών στις επιχειρήσεις τους ως εργαλείο για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης των πελατών. Από αυτή την άποψη, η πρόκληση συνίσταται στον καθορισμό του κατά πόσον μια ισχυρή και καινοτόμος περιβαλλοντική στρατηγική επιτρέπει στα ξενοδοχεία να αυξήσουν την εμπιστοσύνη των επισκεπτών.

Προηγούμενη έρευνα για ξενοδοχεία έχει πραγματοποιηθεί κυρίως σε ανεπτυγμένες χώρες (Leonidou et al., 2015), ενώ η έρευνα που εστιάζει στις αναπτυσσόμενες χώρες είναι ακόμη σπάνια (Myung et al., 2012). Επομένως, απαιτούνται πιο εμπειρικά στοιχεία, καθώς οι οικολογικές πρακτικές που χρησιμοποιούνται στις αναπτυσσόμενες χώρες ενδέχεται να διαφέρουν από αυτές που εφαρμόζονται στις ανεπτυγμένες χώρες (Singjai et al., 2018). Επιπλέον, αν και ο αντίκτυπος του φύλου στη λήψη αποφάσεων έχει αποδειχθεί σε διαφορετικά σενάρια που σχετίζονται με τους καταναλωτές (Kim, 2012; Wang et al., 2018), έχουν γίνει λίγες προσπάθειες για να καθοριστεί εάν αυτό το δημογραφικό χαρακτηριστικό μετριάξει τις σχέσεις μεταξύ περιβαλλοντικών πρωτοβουλιών, την εικόνα ξενοδοχείου και την εμπιστοσύνη και ικανοποίηση επισκεπτών.

Η πράσινη ιδέα προσελκύει όλο και περισσότερο την προσοχή τόσο από τις εταιρείες όσο και από τους καταναλωτές και έχει αποκτήσει μεγαλύτερη σημασία τα τελευταία χρόνια (Han & Kim, 2010). Δεδομένου αυτού του φαινομένου, σήμερα όλο και περισσότερα ξενοδοχεία ενσωματώνουν πράσινες πρακτικές στις καθημερινές τους δραστηριότητες για να ελαχιστοποιήσουν τις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις (Martínez García de Leaniz et al., 2018; Verma & Chandra, 2018). Αυτές οι πρακτικές έχουν οριστεί ως φιλικές προς το περιβάλλον, δηλαδή να κάνουν επιχειρήσεις με τρόπο που μειώνει τα απόβλητα, εξοικονομεί ενέργεια και γενικά προωθεί την υγεία του περιβάλλοντος (Rahman et al., 2012).

Συγγραφείς όπως οι Kasimu et al. (2012) έχουν ταξινομήσει τις πράσινες πρακτικές σε τέσσερις ομάδες: διαχείριση ενέργειας, διαχείριση αποβλήτων, εξοικονόμηση νερού και γενική υποστήριξη για πρακτικές πρασίνου. Αντιθέτως, οι Kim et al. (2012) οδηγήθηκαν σε πέντε προγράμματα: (1) στερεά απόβλητα και νερό στα δωμάτια, (2) ενέργεια, (3) στερεά απόβλητα και νερό στον καθαρισμό, (4) επιλογές εξοικονόμησης νερού για τους πελάτες και (5) βιοποικιλότητα.

Οι λόγοι για την υποστήριξη της εφαρμογής περιβαλλοντικών πρωτοβουλιών στον ξενοδοχειακό τομέα περιλαμβάνουν τα ακόλουθα: ανταγωνισμός (Kularatne et al., 2019), βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης στην αγορά (Yadav & Pathak, 2016; Yi et al., 2018), απόδειξη κοινωνικής ευθύνης και καλής φήμης (Chen et al., 2018), μείωση του κόστους (Bohner & Schlüter, 2014) ή συμμόρφωση με κυβερνητικούς κανονισμούς που έχουν σχεδιαστεί για την προστασία του περιβάλλοντος (Han, 2015).

Ωστόσο, η έρευνα σχετικά με τη συμπεριφορά των καταναλωτών έχει δείξει ότι ένα από τα πιο σημαντικά κίνητρα για τα ξενοδοχεία να υιοθετήσουν πράσινες πρακτικές είναι οι πελάτες (Kularatne et al., 2019), καθώς οι καταναλωτές ανησυχούν όλο και περισσότερο για τα προβλήματα που σχετίζονται με την κλιματική αλλαγή (Juvan & Dolnicar, 2017; Rahman et al., 2012). Από αυτή την άποψη, αρκετοί συγγραφείς έχουν δείξει ότι οι τουρίστες είναι πρόθυμοι να εγκαταλείψουν έναν βαθμό άνεσης και πολυτέλειας για να υποστηρίξουν ξενοδοχεία που έχουν υιοθετήσει φιλικές προς το περιβάλλον πρωτοβουλίες (Kim & Han, 2010; Manaktola & Jauhari, 2007) και ακόμη και για να οικονομικές θυσίες (Kim et al., 2017; Yusof et al., 2017). Στο έργο τους, οι García-Pozo et al. (2019) δείχνουν ότι η περιβαλλοντική δέσμευση από τα ξενοδοχεία και, συνεπώς, η μεγαλύτερη περιβαλλοντική τους ευαισθητοποίηση, σχετίζεται ιδιαίτερα με τους καταναλωτές της Ανδαλουσίας. Αντίθετα, άλλες μελέτες έχουν δείξει ότι, παρόλο που οι καταναλωτές γνωρίζουν περιβαλλοντικά ζητήματα, δεν είναι όλοι εξοικειωμένοι με τα περιβαλλοντικά μέτρα που εφαρμόζουν τα ξενοδοχεία (Gil-Soto et al., 2019; Wang et al., 2018). Υπό αυτήν την έννοια, τα κύρια αποτελέσματα της μελέτης των Gil-Soto et al. (2019) προτείνουν ότι παρόλο που οι πελάτες αντιλαμβάνονται πράσινες προσπάθειες (π.χ. ενέργεια, νερό, αγορές, απόβλητα, ιστότοπος και εκπαίδευση και καινοτομία), δεν διακρίνουν το επίπεδο περιβαλλοντικής δέσμευσης των ξενοδοχείων. Επιπλέον, σύμφωνα με τους Yi et al. (2018), ορισμένοι επισκέπτες πιστεύουν ότι τα ξενοδοχεία χρησιμοποιούν πράσινες πρωτοβουλίες ως μέσο προώθησης ή για να βελτιώσουν την σταθερή απόδοση. Πολλοί καταναλωτές γνωρίζουν μόνο την έννοια των "φιλικών προς το περιβάλλον ξενοδοχείων" και, κατά συνέπεια, δεν θεωρούν τις φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές ως προτεραιότητα κατά την επιλογή ενός ξενοδοχείου, προτιμώντας τα συμβατικά ξενοδοχεία (Choi et al., 2015).

Για τους τουρίστες που επιλέγουν ένα φιλικό προς το περιβάλλον ξενοδοχείο, η βεβαιότητα σχετικά με την ενεργό συμμετοχή του επιλεγμένου ξενοδοχείου στη διατήρηση του περιβάλλοντος είναι κρίσιμη (Gao & Mattila, 2016), καθώς πολλά ξενοδοχεία δεν συμμορφώνονται με τους κανονισμούς που έχουν θεσπιστεί από τις αρχές (Chen & Chang, 2013). Υπό αυτήν την έννοια, η εμπιστοσύνη στα περιβαλλοντικά μέτρα που εφαρμόζονται από φιλικά προς το περιβάλλον ξενοδοχεία είναι κρίσιμη, δεδομένου ότι οι καταναλωτές μπορεί να υποψιάζονται ότι ο λόγος για τις πράσινες πρακτικές θα μπορούσε να είναι εξοικονόμηση κόστους για το ξενοδοχείο ή βελτίωση της φήμης του, και όχι οποιαδήποτε πραγματική δέσμευση για το περιβάλλον (Sukhu & Scharff, 2018). Συγγραφείς όπως οι Palacios-Florencio et al. (2016; 2018) και Balaji et al. (2019) έχουν παρέχει εμπειρική υποστήριξη για τη θετική επίδραση των περιβαλλοντικών πρακτικών που εφαρμόζουν τα ξενοδοχεία στην εμπιστοσύνη των επισκεπτών τους.

Κεφάλαιο 5 Μεθοδολογία

5.1 Σκοπός έρευνας

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να διερευνήσει τις πολιτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης των ξενοδοχειακών μονάδων στο Ηράκλειο της Κρήτης.

5.2 Ποσοτική έρευνα

Στην παρούσα μελέτη επιλέχθηκε η ποσοτική μέθοδος έρευνας με την χρήση δομημένου ερωτηματολογίου. Πιο συγκεκριμένα εφαρμόστηκε η έρευνα επισκόπησης (survey) γιατί είναι ταχύτερη χρονικά ενώ παράλληλα είναι περισσότερο κατάλληλη για τη συλλογή μεγάλου πλήθους δείγματος. Επιπλέον, θεωρείται ότι παράγει περισσότερο αξιόπιστα αποτελέσματα για τον πληθυσμό (Cresswell, 2016).

5.3 Πληθυσμός – Δείγμα

Στην παρούσα έρευνα ο πληθυσμός της έρευνας αποτελείται από όλους τους εργαζομένους στον ξενοδοχειακό κλάδο. Το τελικό δείγμα που συγκεντρώθηκε μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας Google doc ήταν ίσο με 150 εργαζομένους.

5.4 Στατιστική Ανάλυση

Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκε περιγραφική και επαγωγική στατιστική η οποία πραγματοποιήθηκε χρησιμοποιώντας το στατιστικό πρόγραμμα SPSS22.0.

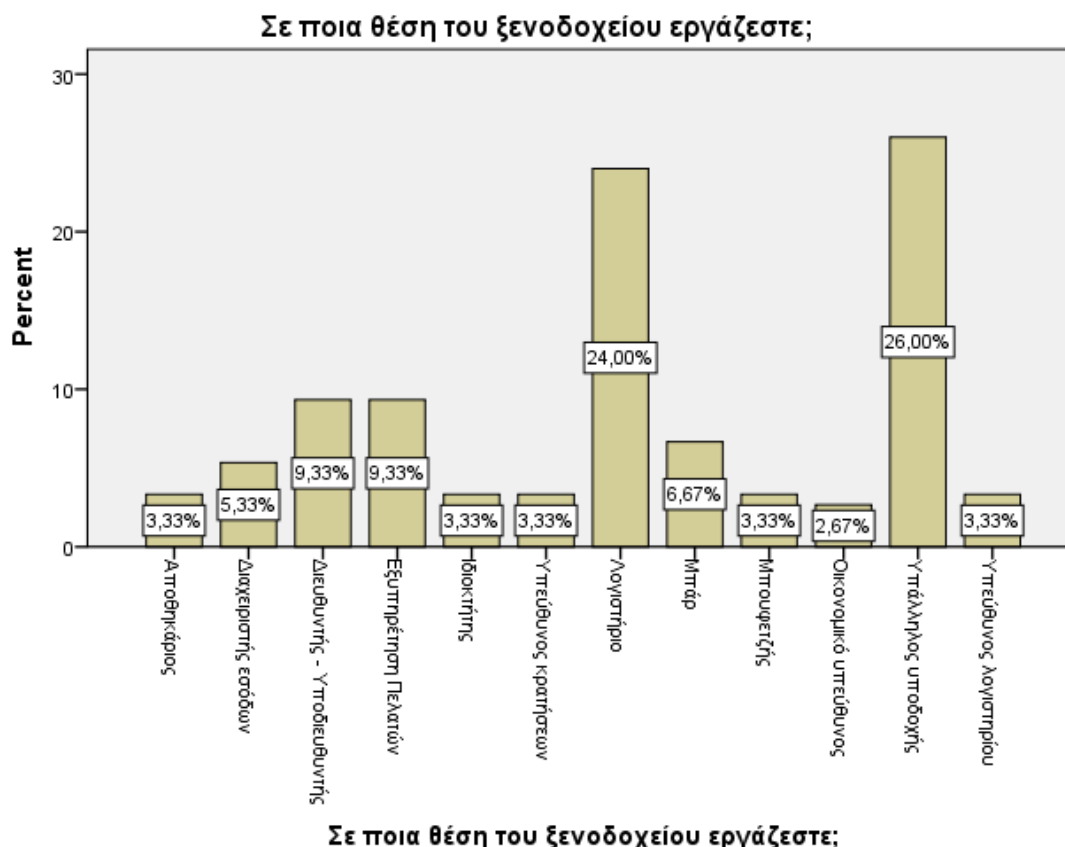
Κεφάλαιο 6. Αποτελέσματα έρευνας

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της περιγραφικής και της επαγωγικής στατιστικής.

Πίνακας 1. Θέση εργασίας

	N	%
Αποθηκάριος	5	3,3
Διαχειριστής εσόδων	8	5,3
Διευθυντής Υποδιευθυντής	- 14	9,3
Εξυπηρέτηση Πελατών	14	9,3
Ιδιοκτήτης	5	3,3
Υπεύθυνος κρατήσεων	5	3,3
Λογιστήριο	36	24,0
Μπαρ	10	6,7
Μπουφетζής	5	3,3
Οικονομικό υπεύθυνος	4	2,7
Υπάλληλος υποδοχής	39	26,0
Υπεύθυνος λογιστηρίου	5	3,3
Total	150	100,0

Σύμφωνα με τον πίνακα 1 το 26% των ερωτώμενων εργάζεται στην υποδοχή των ξενοδοχείων, το 24% των ερωτώμενων εργάζεται στο λογιστήριο, το 9,3% των ερωτώμενων είναι διευθυντές – υποδιευθυντές, ένα ακόμα 9,3% των ερωτώμενων εργάζεται στην εξυπηρέτηση πελατών, το 6,7% των ερωτώμενων εργάζεται στο μπαρ, το 5,3% των ερωτώμενων είναι υπεύθυνοι για την διαχείριση των εσόδων και το υπόλοιπο 19,2% των ερωτώμενων εργάζεται (ή έχει την ιδιότητα) να σε έξι διαφορετικές θέσεις (αποθηκάριος, ιδιοκτήτης, υπεύθυνος κρατήσεων, μπουφетζής, οικονομικός υπεύθυνος, υπεύθυνος λογιστηρίου).



Πίνακας 2. Κατηγορία ξενοδοχείου

	N	%
A΄ Κατηγορίας	92	61,3
Πολυτελείας	58	38,7
Total	150	100,0

Σύμφωνα με τον πίνακα 2 το 61,3% του δείγματος αναφέρει ότι εργάζεται σε Α' κατηγορίας ξενοδοχεία και το υπόλοιπο 38,7% του δείγματος εργάζεται σε ξενοδοχεία πολυτελείας.

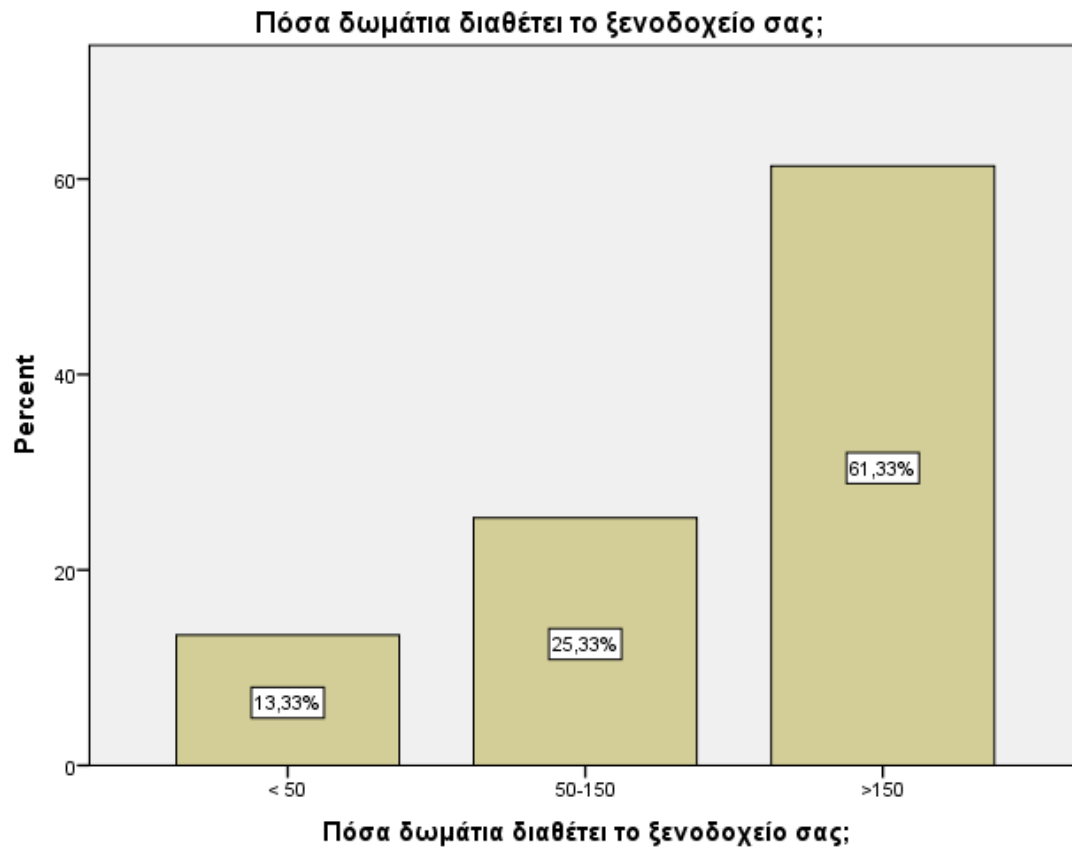


Πίνακας 3. Αριθμός δωματίων

	N	%
< 50	20	13,3
50-150	38	25,3
>150	92	61,3
Total	150	100,0

Σύμφωνα με τον πίνακα 3 το 61,3% του δείγματος αναφέρει ότι εργάζεται σε ξενοδοχείο με αριθμό δωματίων άνω των 150, το 25,3% του δείγματος αναφέρει ότι εργάζεται σε ξενοδοχείο με αριθμό δωματίων από 50 – 150 και το υπόλοιπο 13,3%

του δείγματος αναφέρει ότι εργάζεται σε ξενοδοχείο με αριθμό δωματίων μικρότερο των 50.



Πίνακας 4. Αλυσίδα ή ανεξάρτητο

	N	%
Ανεξάρτητο	54	36,0
Μέλος Αλυσίδας	96	64,0
Total	150	100,0

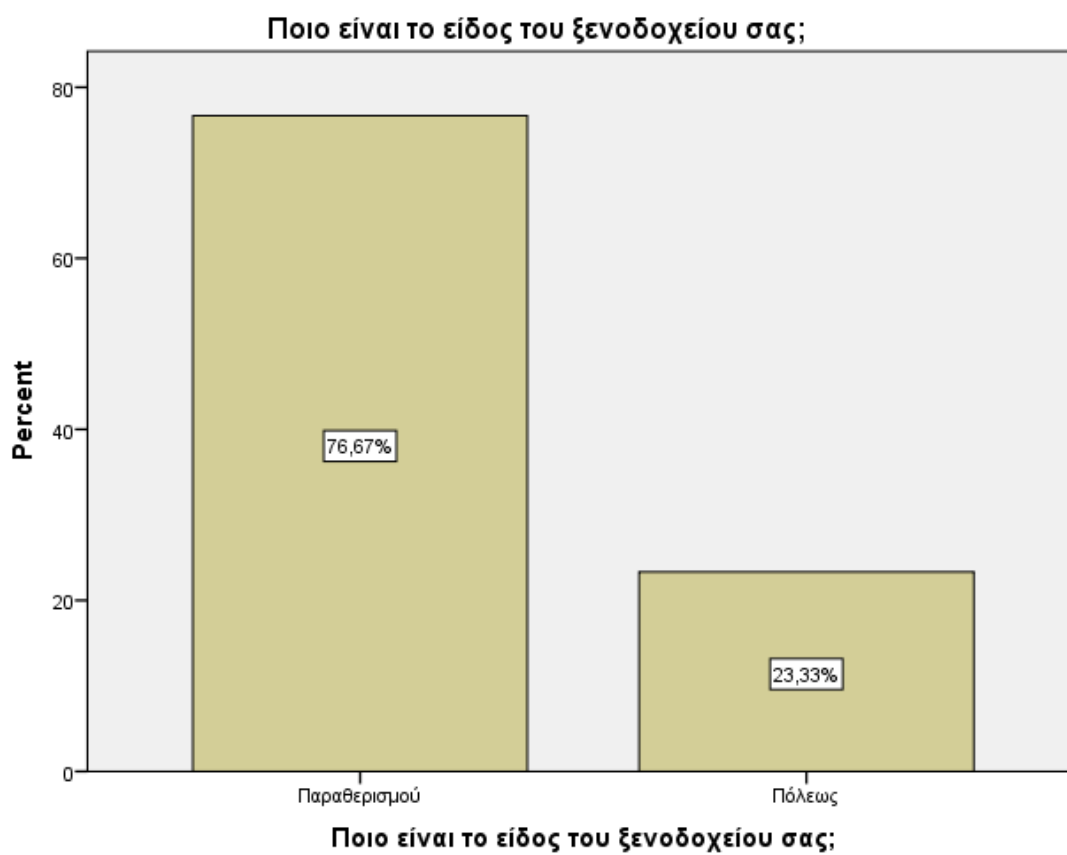
Σύμφωνα με τον πίνακα 4 το 64% του δείγματος εργάζεται σε ξενοδοχεία τα οποία είναι μέλη αλυσίδας και το υπόλοιπο 36% του δείγματος εργάζεται σε ανεξάρτητα ξενοδοχεία.



Πίνακας 5. Είδος ξενοδοχείου

	N	%
Παραθερισμού	115	76,7
Πόλεως	35	23,3
Total	150	100,0

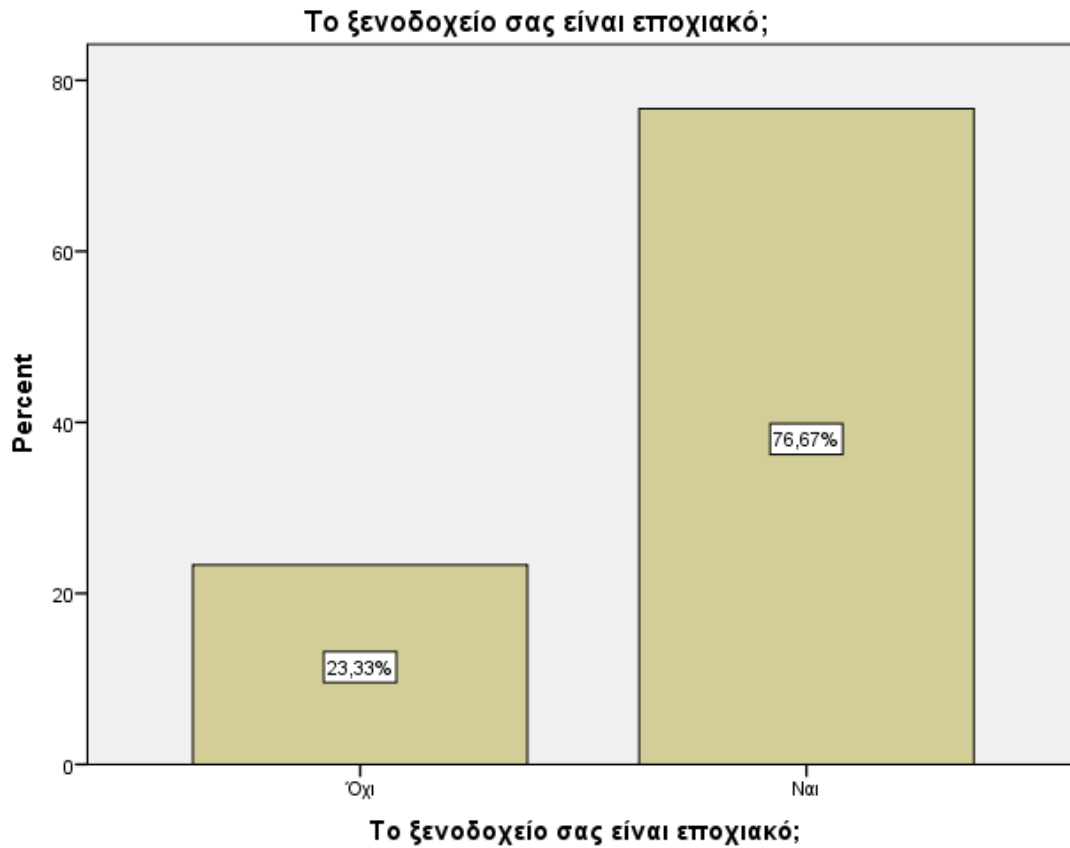
Σύμφωνα με τον πίνακα 5 το 76,7% του δείγματος εργάζεται σε παραθεριστικά ξενοδοχεία και το υπόλοιπο 23,3% του δείγματος εργάζεται σε ξενοδοχεία πόλεως.



Πίνακας 6. Εποχιακό ξενοδοχείο

	N	%
Όχι	35	23,3
Ναι	115	76,7
Total	150	100,0

Σύμφωνα με τον πίνακα 6 το 76,7% του δείγματος αναφέρει ότι εργάζεται σε εποχιακά ξενοδοχεία ενώ το 23,3% του δείγματος αναφέρει πως δεν εργάζεται σε εποχιακά ξενοδοχεία.



Πίνακας 7. Αριθμός εργαζομένων που απασχολούνται στα ξενοδοχεία

Ελάχιστη	Μέγιστη	M	TA
12	700	146,83	154,29

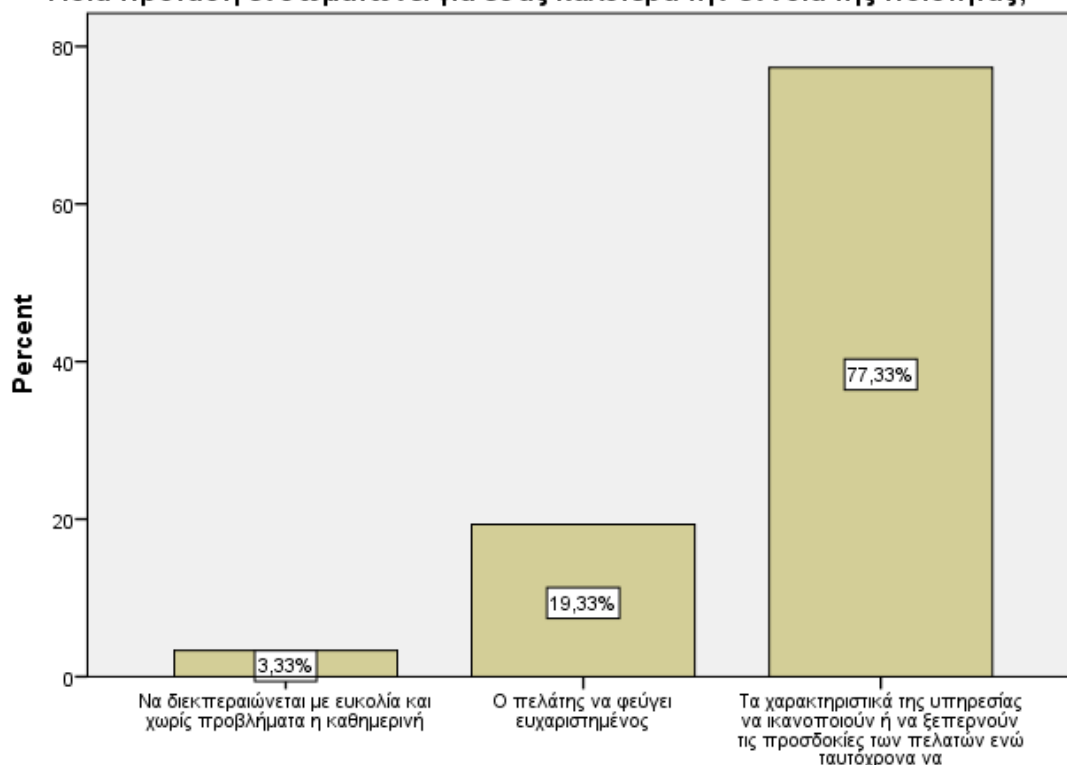
Σύμφωνα με τον πίνακα 7 ο μέσος αριθμός εργαζομένων ανά ξενοδοχείο είναι 146,83 με τυπική απόκλιση ίση με 154,29. Ο μικρότερος αριθμός εργαζομένων είναι 12 και ο μεγαλύτερος είναι 700.

Πίνακας 8. Η αντίληψη της έννοιας της ποιότητας

	N	%
Να διεκπεραιώνεται με ευκολία και χωρίς προβλήματα η καθημερινή εργασία	5	3,3
Ο πελάτης να φεύγει ευχαριστημένος	29	19,3
Τα χαρακτηριστικά της υπηρεσίας να ικανοποιούν ή να ξεπερνούν τις προσδοκίες των πελατών ενώ ταυτόχρονα να ικανοποιούνται και οι δεδομένες προδιαγραφές της παραγωγής της υπηρεσίας	116	77,3
Total	150	100,0

Σύμφωνα με τον πίνακα 8 το 77,3% του δείγματος αντιλαμβάνονται την ποιότητα ως τα χαρακτηριστικά της υπηρεσίας που ικανοποιούν ή ξεπερνούν τις προσδοκίες των πελατών ενώ ταυτόχρονα ικανοποιούνται και οι δεδομένες προδιαγραφές της παραγωγής της υπηρεσίας, το 19,3% του δείγματος αντιλαμβάνεται την ποιότητα υπό την έννοια ότι ο πελάτης να φεύγει ευχαριστημένος κα το 3,3% του δείγματος αντιλαμβάνεται την ποιότητα ως την διεκπεραίωση με ευκολίας και χωρίς προβλήματα η καθημερινή εργασία.

Ποια πρόταση ενσωματώνει για εσάς καλύτερα την έννοια της ποιότητας;



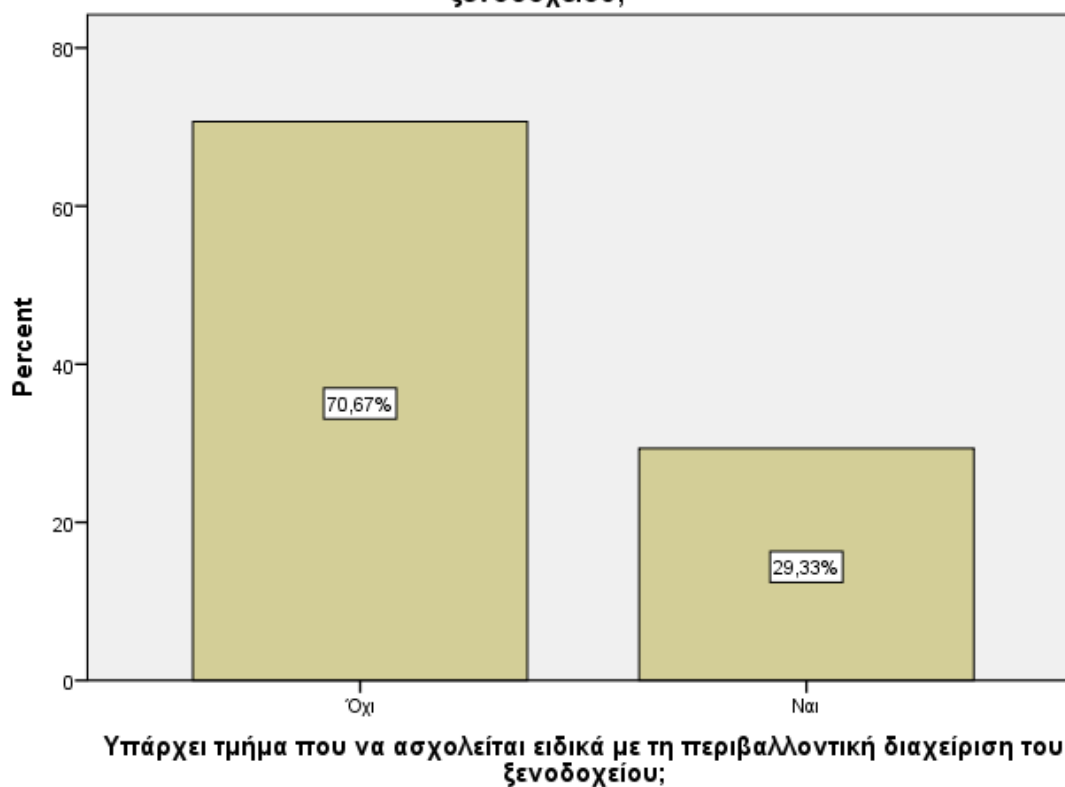
Ποια πρόταση ενσωματώνει για εσάς καλύτερα την έννοια της ποιότητας;

Πίνακας 9. Ύπαρξη τμήματος που ασχολείται ειδικά με τη περιβαλλοντική διαχείριση του ξενοδοχείου

	N	%
Όχι	106	70,7
Ναι	44	29,3
Total	150	100,0

Σύμφωνα με τον πίνακα 9 το 29,3% του δείγματος αναφέρει ότι υπάρχει τμήμα στο ξενοδοχείο που εργάζεται το οποίο ασχολείται αποκλειστικά με τη περιβαλλοντική διαχείριση του ξενοδοχείου ενώ το υπόλοιπο 70,7% του δείγματος είναι αρνητικό.

Υπάρχει τμήμα που να ασχολείται ειδικά με τη περιβαλλοντική διαχείριση του ξενοδοχείου;

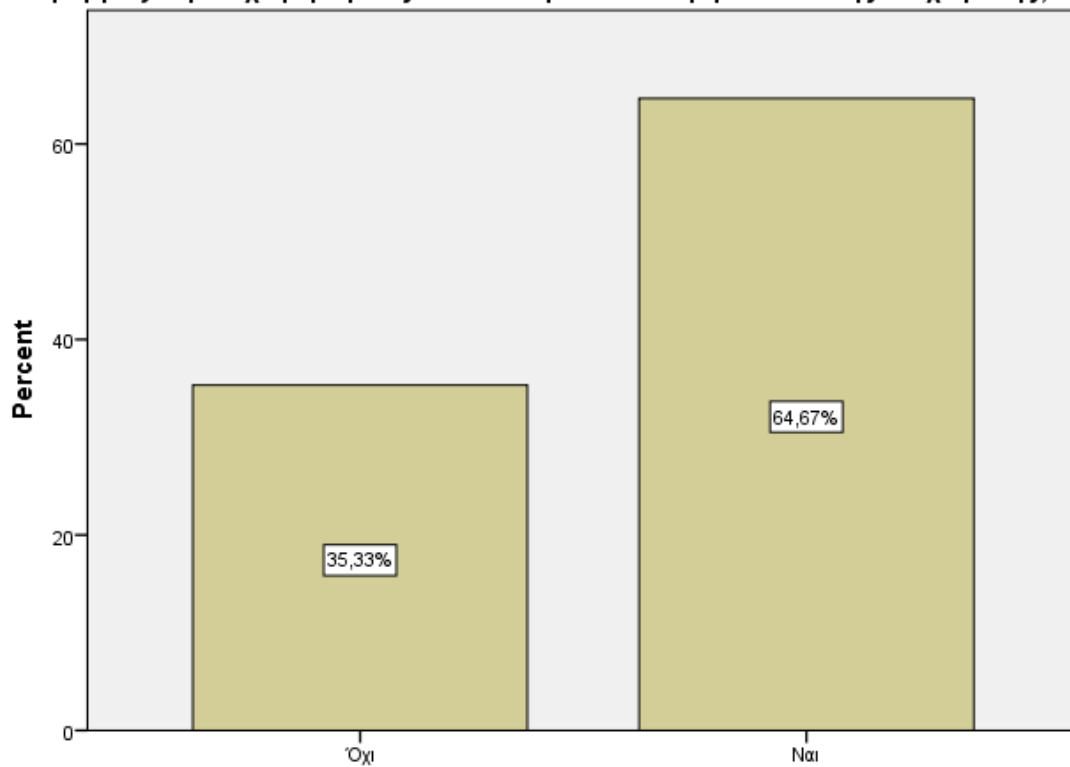


Πίνακας 10. Εφαρμογή πρότυπης περιβαλλοντικής διαχείρισης

	N	%
Όχι	53	35,3
Ναι	97	64,7
Total	150	100,0

Σύμφωνα με τον πίνακα 10 το 64,7% του δείγματος αναφέρει ότι στο ξενοδοχείο που εργάζεται εφαρμόζεται πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης ενώ 35,3% του δείγματος είναι αρνητικό.

Εφαρμόζει η επιχείρησή σας κάποιο πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης;

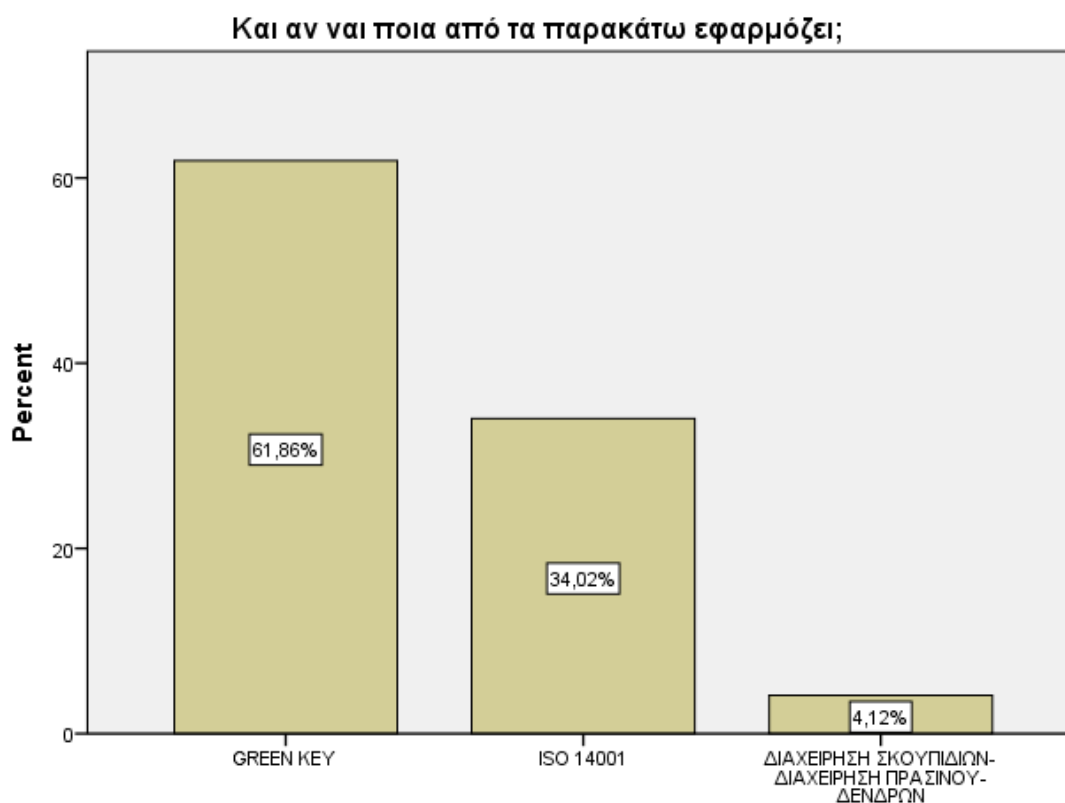


Εφαρμόζει η επιχείρησή σας κάποιο πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης;

Πίνακας 11. Πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης που εφαρμόζονται

	N	%
GREEN KEY	60	61,9
ISO 14001	33	34,0
Διαχείριση σκουπιδιών / 4 πρασίνου		4,1
Total	97	100,0

Για το 64,7% του δείγματος που αναφέρει ότι στο ξενοδοχείο που εργάζεται εφαρμόζεται πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης το 61,9% αναφέρει ότι εφαρμόζουν το Green key πρότυπο, το 34,1% του δείγματος αναφέρει ότι εφαρμόζουν το ISO14001 και το υπόλοιπο 4,1% του δείγματος αναφέρει ότι εφαρμόζουν το πρότυπο της διαχείρισης σκουπιδιών και πρασίνου.



Και αν ναι ποια από τα παρακάτω εφαρμόζει;

Πίνακας 12. Ενέργειες που εκτελούνται στα ξενοδοχεία ανάλογα με το πρότυπο που εφαρμόζουν

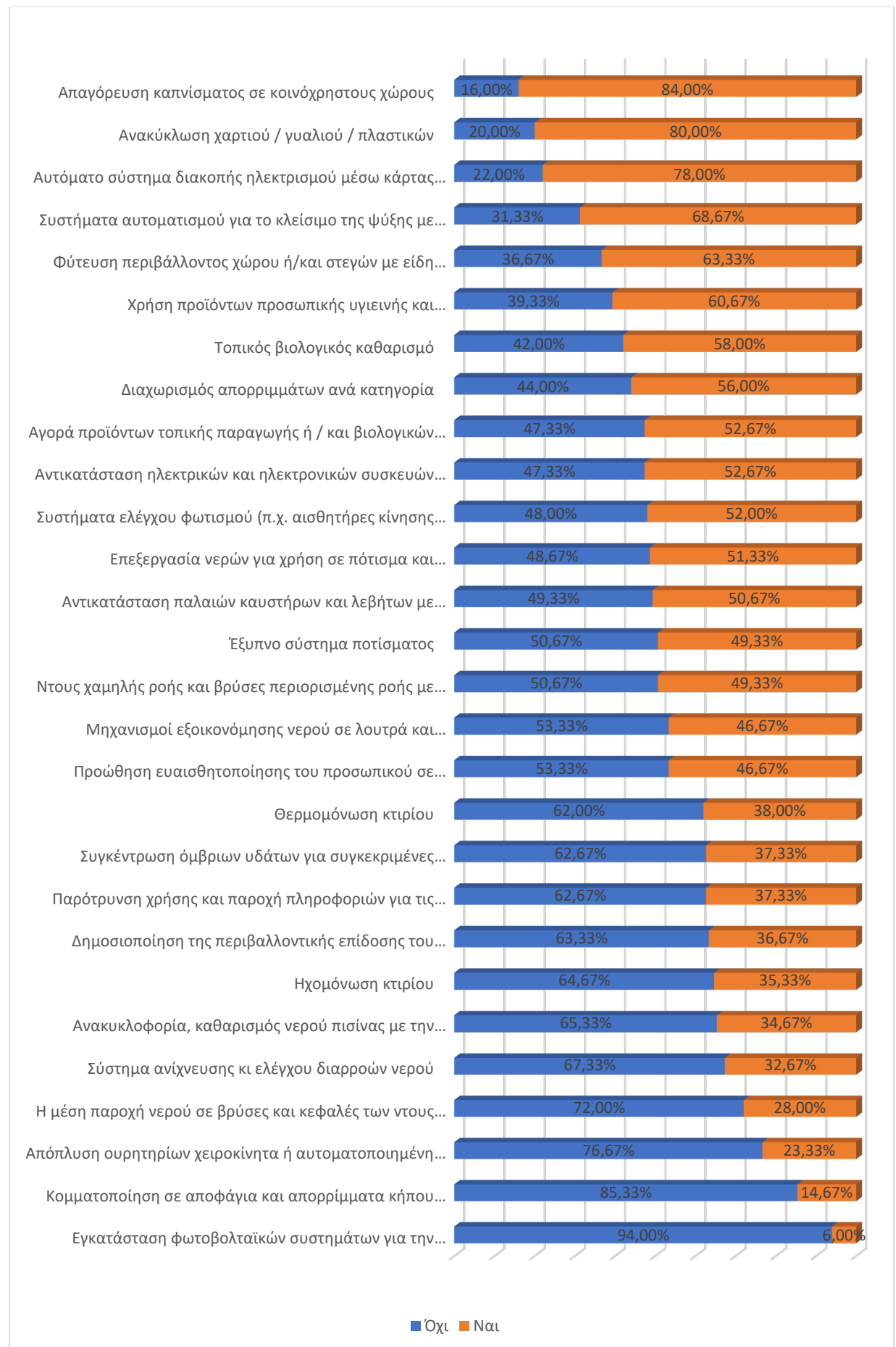
	Όχι		Ναι	
	N	%	N	%
Εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας με σκοπό την κάλυψη ιδίων αναγκών	141	94,00%	9	6,00%
Κομματοποίηση σε αποφάγια και απορρίμματα κήπου και χρήση τους	128	85,33%	22	14,67%
Απόπλυση ουρητηρίων χειροκίνητα ή αυτοματοποιημένη με χρονοδιακόπτη	115	76,67%	35	23,33%

Η μέση παροχή νερού σε βρύσες και κεφαλές των ντους να μην υπερβαίνει τα 9 λίτρα / λεπτό	108	72,00%	42	28,00%
Σύστημα ανίχνευσης κι ελέγχου διαρροών νερού	101	67,33%	49	32,67%
Ανακυκλοφορία, καθαρισμός νερού πισίνας με την εφαρμογή τεχνολογιών φιλικών προς το περιβάλλον	98	65,33%	52	34,67%
Ηχομόνωση κτιρίου	97	64,67%	53	35,33%
Δημοσιοποίηση της περιβαλλοντικής επίδοσης του ξενοδοχείου σας	95	63,33%	55	36,67%
Παρότρυνση χρήσης και παροχή πληροφοριών για τις δημόσιες συγκοινωνίες	94	62,67%	56	37,33%
Συγκέντρωση όμβριων υδάτων για συγκεκριμένες χρήσεις (π.χ. πότισμα)	94	62,67%	56	37,33%
Θερμομόνωση κτιρίου	93	62,00%	57	38,00%
Πρώθηση ευαισθητοποίησης του προσωπικού σε περιβαλλοντικά θέματα	80	53,33%	70	46,67%
Μηχανισμοί εξοικονόμησης νερού σε λουτρά και αποχωρητήρια (καζανάκια διπλής ροής νερού ή συσκευές μετατοπίσεως νερού)	80	53,33%	70	46,67%
Ντους χαμηλής ροής και βρύσες περιορισμένης ροής με ή χωρίς αισθητήρες	76	50,67%	74	49,33%
Έξυπνο σύστημα ποτίσματος	76	50,67%	74	49,33%
Αντικατάσταση παλαιών καυστήρων και λεβήτων με νέους υψηλής απόδοσης και συντήρησής τους	74	49,33%	76	50,67%

Επεξεργασία νερών για χρήση σε πότισμα και καθαριότητα εξωτερικών χώρων	73	48,67%	77	51,33%
Συστήματα ελέγχου φωτισμού (π.χ. αισθητήρες κίνησης και φωτεινότητας)	72	48,00%	78	52,00%
Αντικατάσταση ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών με συσκευές ενεργειακής κλάσης A	71	47,33%	79	52,67%
Αγορά προϊόντων τοπικής παραγωγής ή / και βιολογικών προϊόντων	71	47,33%	79	52,67%
Διαχωρισμός απορριμμάτων ανά κατηγορία	66	44,00%	84	56,00%
Τοπικός βιολογικός καθαρισμό	63	42,00%	87	58,00%
Χρήση προϊόντων προσωπικής υγιεινής και απορρυπαντικών φιλικών προς το περιβάλλον	59	39,33%	91	60,67%
Φύτευση περιβάλλοντος χώρου ή/και στεγών με είδη προσαρμοσμένα στις τοπικές συνθήκες	55	36,67%	95	63,33%
Συστήματα αυτοματισμού για το κλείσιμο της ψύξης με το άνοιγμα της μπαλκονόπορτας	47	31,33%	103	68,67%
Αυτόματο σύστημα διακοπής ηλεκτρισμού μέσω κάρτας πρόσβασης για κάθε δωμάτιο (keycardγια έλεγχο φωτισμού και κλιματισμού / θέρμανσης)	33	22,00%	117	78,00%
Ανακύκλωση χαρτιού / γυαλιού / πλαστικών	30	20,00%	120	80,00%
Απαγόρευση καπνίσματος σε κοινόχρηστους χώρους	24	16,00%	126	84,00%

Σύμφωνα με τον πίνακα 12 το 84% του δείγματος αναφέρει ότι στο ξενοδοχείο που εργάζονται εφαρμόζεται η απαγόρευση καπνίσματος σε κοινόχρηστους χώρους,

το 80% του δείγματος αναφέρει την ανακύκλωση χαρτιού / γυαλιού / πλαστικών, το 78% του δείγματος αναφέρει το αυτόματο σύστημα διακοπής ηλεκτρισμού μέσω κάρτας πρόσβασης για κάθε δωμάτιο, το 68,67% του δείγματος αναφέρει τα συστήματα αυτοματισμού για το κλείσιμο της ψύξης με το άνοιγμα της μπαλκονόπορτας, το 63,33% του δείγματος αναφέρει την φύτευση περιβάλλοντος χώρου ή/και στεγών με είδη προσαρμοσμένα στις τοπικές συνθήκες, το 60,67% του δείγματος αναφέρει την χρήση προϊόντων προσωπικής υγιεινής και απορρυπαντικών φιλικών προς το περιβάλλον, το 58% του δείγματος αναφέρει τον τοπικό βιολογικό καθαρισμό, το 56,0% του δείγματος αναφέρει τον διαχωρισμό απορριμμάτων ανά κατηγορία, το 52,67% του δείγματος αναφέρει την αγορά προϊόντων τοπικής παραγωγής ή / και βιολογικών προϊόντων μαζί με την αντικατάσταση ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών με συσκευές ενεργειακής κλάσης A, το 52,0% του δείγματος αναφέρει τα συστήματα ελέγχου φωτισμού (π.χ. αισθητήρες κίνησης και φωτεινότητας), το 51,33% του δείγματος αναφέρει την επεξεργασία νερών για χρήση σε πότισμα και καθαριότητα εξωτερικών χώρων, το 50,67% του δείγματος αναφέρει την αντικατάσταση παλαιών καυστήρων και λεβήτων με νέους υψηλής απόδοσης και συντήρησής τους, το 49,33% του δείγματος αναφέρει έξυπνο σύστημα ποτίσματος μαζί με ντους χαμηλής ροής και βρύσες περιορισμένης ροής με ή χωρίς αισθητήρες, το 46,67% του δείγματος αναφέρει μηχανισμούς εξοικονόμησης νερού σε λουτρά και αποχωρητήρια (καζανάκια διπλής ροής νερού ή συσκευές μετατοπίσεως νερού) μαζί με την προώθηση ευαισθητοποίησης του προσωπικού σε περιβαλλοντικά θέματα, το 38,0% του δείγματος αναφέρει την θερμομόνωση κτιρίου, το 37,33% του δείγματος αναφέρει την συγκέντρωση όμβριων υδάτων για συγκεκριμένες χρήσεις (π.χ. πότισμα) μαζί με την παρότρυνση χρήσης και παροχή πληροφοριών για τις δημόσιες συγκοινωνίες, το 36,67% του δείγματος αναφέρει την δημοσιοποίηση της περιβαλλοντικής επίδοσης του ξενοδοχείου σας, το 35,33% του δείγματος αναφέρει την ηχομόνωση κτιρίου, το 34,67% του δείγματος αναφέρει την ανακυκλοφορία, καθαρισμό νερού πισίνας με την εφαρμογή τεχνολογιών φιλικών προς το περιβάλλον, το 32,67% αναφέρει το σύστημα ανίχνευσης κι ελέγχου διαρροών νερού, το 28,0% του δείγματος αναφέρει την μέση παροχή νερού σε βρύσες και κεφαλές των ντους να μην υπερβαίνει τα 9 λίτρα / λεπτό, το 23,33% του δείγματος αναφέρει την απόπλυση ουρητηρίων χειροκίνητα ή αυτοματοποιημένη με χρονοδιακόπτη, το 14,67% του δείγματος αναφέρει την κομματοποίηση σε αποφάγια και απορρίμματα κήπου και χρήση τους και το 6,0% του δείγματος αναφέρει την εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας με σκοπό την κάλυψη ιδίων αναγκών.

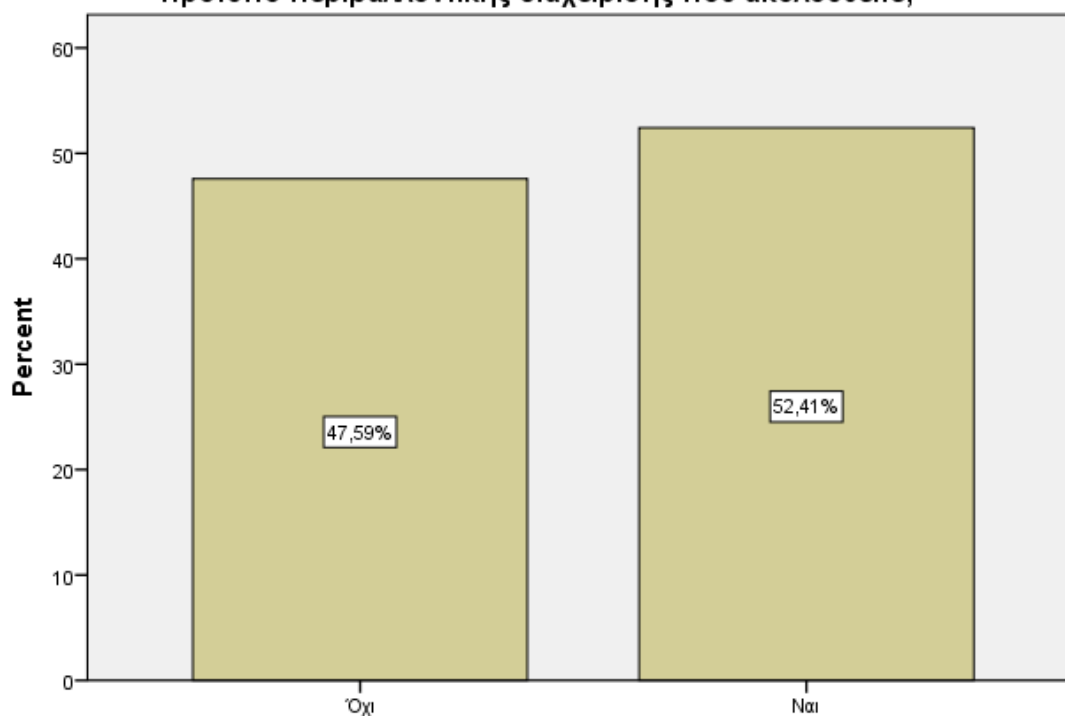


Πίνακας 13. Παρακολούθηση και συστηματικός έλεγχος για την ορθολογική εφαρμογή πρότυπου περιβαλλοντικής διαχείρισης

	N	%	Έγκυρο %
Όχι	69	46,0	47,6
Ναι	76	50,7	52,4
Total	145	96,7	100,0
Αναπάντητα	5	3,3	
Total	150	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 13 το 52,6% του δείγματος αναφέρει ότι πραγματοποιείται συστηματικός έλεγχος για την ορθολογική εφαρμογή πρότυπου περιβαλλοντικής διαχείρισης ενώ το 47,6% είναι αρνητικό.

Παρακολουθείτε και ελέγχετε συστηματικά εάν εφαρμόζεται ορθολογικά το πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης που ακολουθείτε;



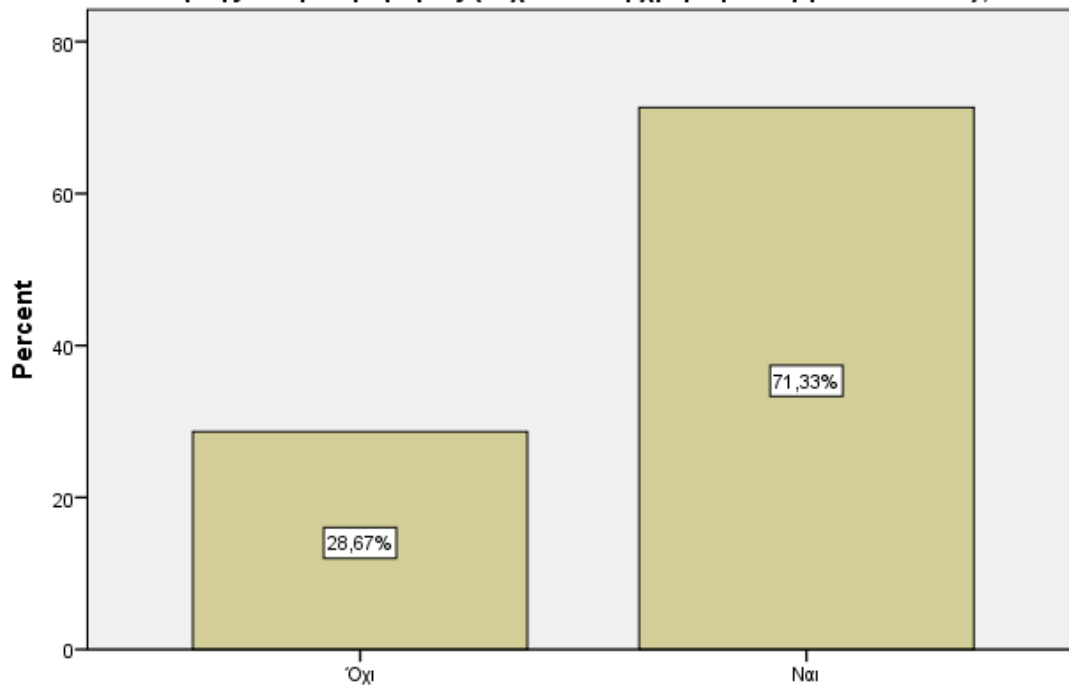
Παρακολουθείτε και ελέγχετε συστηματικά εάν εφαρμόζεται ορθολογικά το πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης που ακολουθείτε;

Πίνακας 14. Εκπαίδευση / ενημέρωση του προσωπικού σε θέματα περιβαλλοντικής συνείδησης / συμπεριφοράς

	N	%
Όχι	43	28,7
Ναι	107	71,3
Total	150	100,0

Σύμφωνα με τον πίνακα 14 το 71,3% του δείγματος αναφέρει ότι έχει εκπαιδευτεί / ενημερωθεί το προσωπικό των ξενοδοχείων σε θέματα περιβαλλοντικής συνείδησης / συμπεριφοράς ενώ το 28,7% είναι αρνητικό.

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



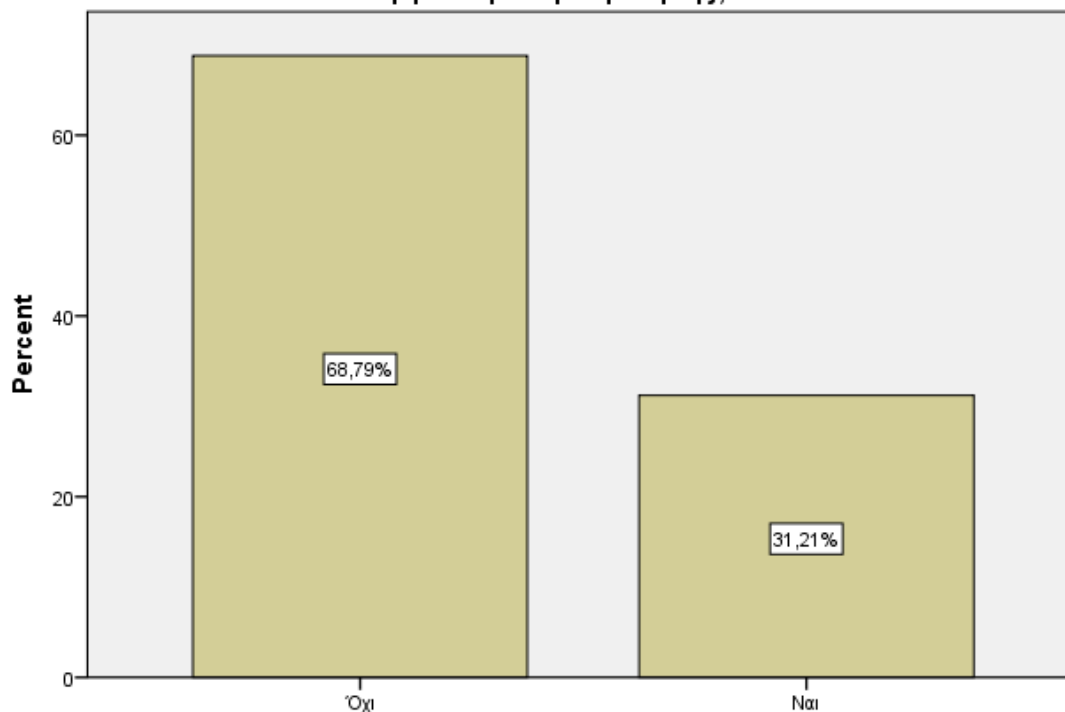
Έχετε εκπαιδεύσει / ενημερώσει το προσωπικό σας σε θέματα περιβαλλοντικής συνείδησης / συμπεριφοράς (π.χ. σωστή χρήση απορρυπαντικών);

Πίνακας 15. Ένταξη των επιχειρήσεων σε κάποιο πρόγραμμα επιδότησης για την ενεργειακή αναβάθμιση τους

	N	%	Έγκυρο %
Όχι	97	64,7	68,8
Ναι	44	29,3	31,2
Total	141	94,0	100,0
Αναπάντητα	9	6,0	
Total	150	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 15 το 31,2% του δείγματος αναφέρει ότι το ξενοδοχείο στο οποίο εργάζεται έχει ενταχθεί σε κάποιο πρόγραμμα επιδότησης για την ενεργειακή του αναβάθμιση ενώ το 68,8% του δείγματος είναι αρνητικό.

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



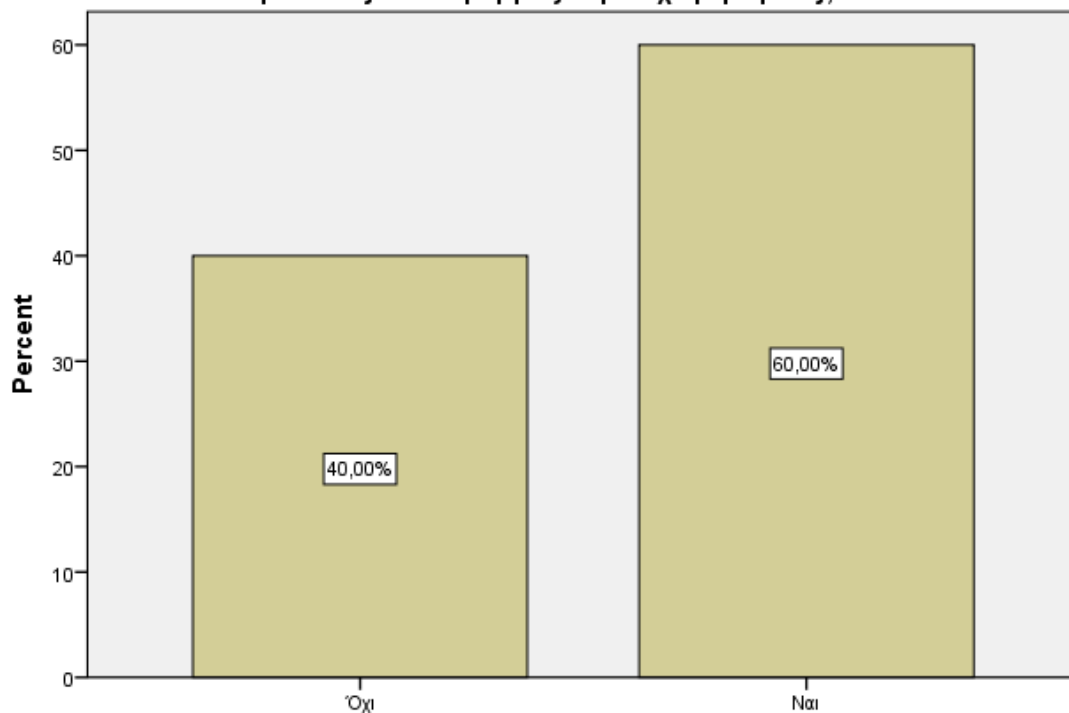
Έχει (ή είχε) ενταθεί η επιχείρησή σας σε κάποιο πρόγραμμα επιδότησης για την ενεργειακή αναβάθμισή της;

Πίνακας 16. Ενέργειες ενημέρωσης και προβολής των περιβαλλοντικών πρακτικών που εφαρμόζουν τα ξενοδοχεία

	N	%
Όχι	60	40,0
Ναι	90	60,0
Total	150	100,0

Σύμφωνα με τον πίνακα 16 το 60% του δείγματος αναφέρει ότι τα ξενοδοχεία στα οποία εργάζονται έχουν προβεί σε ενέργειες ενημέρωσης και προβολής των περιβαλλοντικών πρακτικών που εφαρμόζουν τα ξενοδοχεία ενώ το 40% είναι αρνητικό.

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



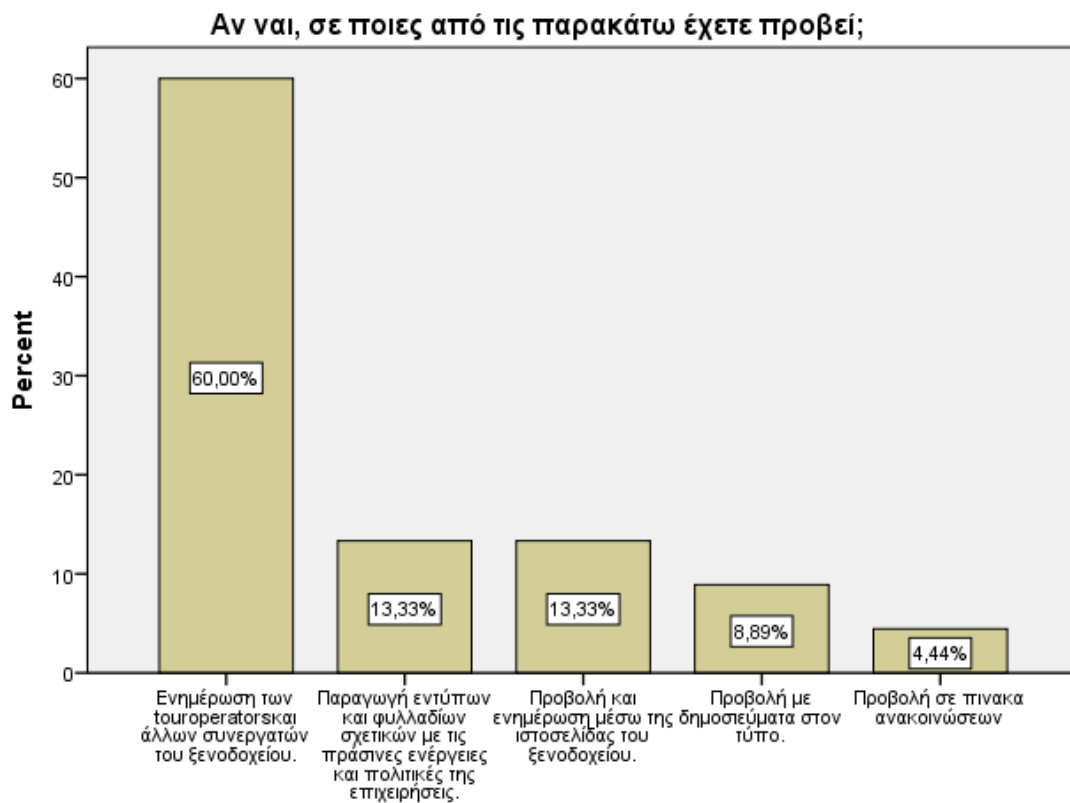
Έχετε προβεί σε ενέργειες ενημέρωσης και προβολής για τις περιβαλλοντικές πρακτικές που εφαρμόζει η επιχείρησή σας;

Πίνακας 17. Ενέργειες ενημέρωσης και προβολής

	N	%
Ενημέρωση των touroperators και άλλων συνεργατών του ξενοδοχείου.	54	60,0
Παραγωγή εντύπων και φυλλαδίων σχετικών με τις πράσινες ενέργειες και πολιτικές της επιχειρήσεις.	12	13,3
Προβολή και ενημέρωση μέσω της ιστοσελίδας του ξενοδοχείου.	12	13,3
Προβολή με δημοσιεύματα στον τύπο.	8	8,9

Προβολή σε ανακοινώσεων	σε	πίνακα 4	4,4
Total		90	100,0

Για το 60% του δείγματος που αναφέρει ότι τα ξενοδοχεία στα οποία εργάζονται έχουν προβεί σε ενέργειες ενημέρωσης και προβολής των περιβαλλοντικών πρακτικών που εφαρμόζουν το 60% έχει ενημερώσει τους του operators και άλλους συνεργάτες των ξενοδοχείων, το 13,3% έχει παραγάγει έντυπα κα φυλλάδια σχετικά με τις πράσινες ενέργειες και πολιτικές, το 13,3% έχει πραγματοποιήσει προβολή και ενημέρωση μέσω της ιστοσελίδας του ξενοδοχείου, το 8,9% έχει πραγματοποιήσει προβολή με δημοσιεύματα στον τύπο και το 4,4% έχει πραγματοποιήσει προβολή σε πίνακα ανακοινώσεων.



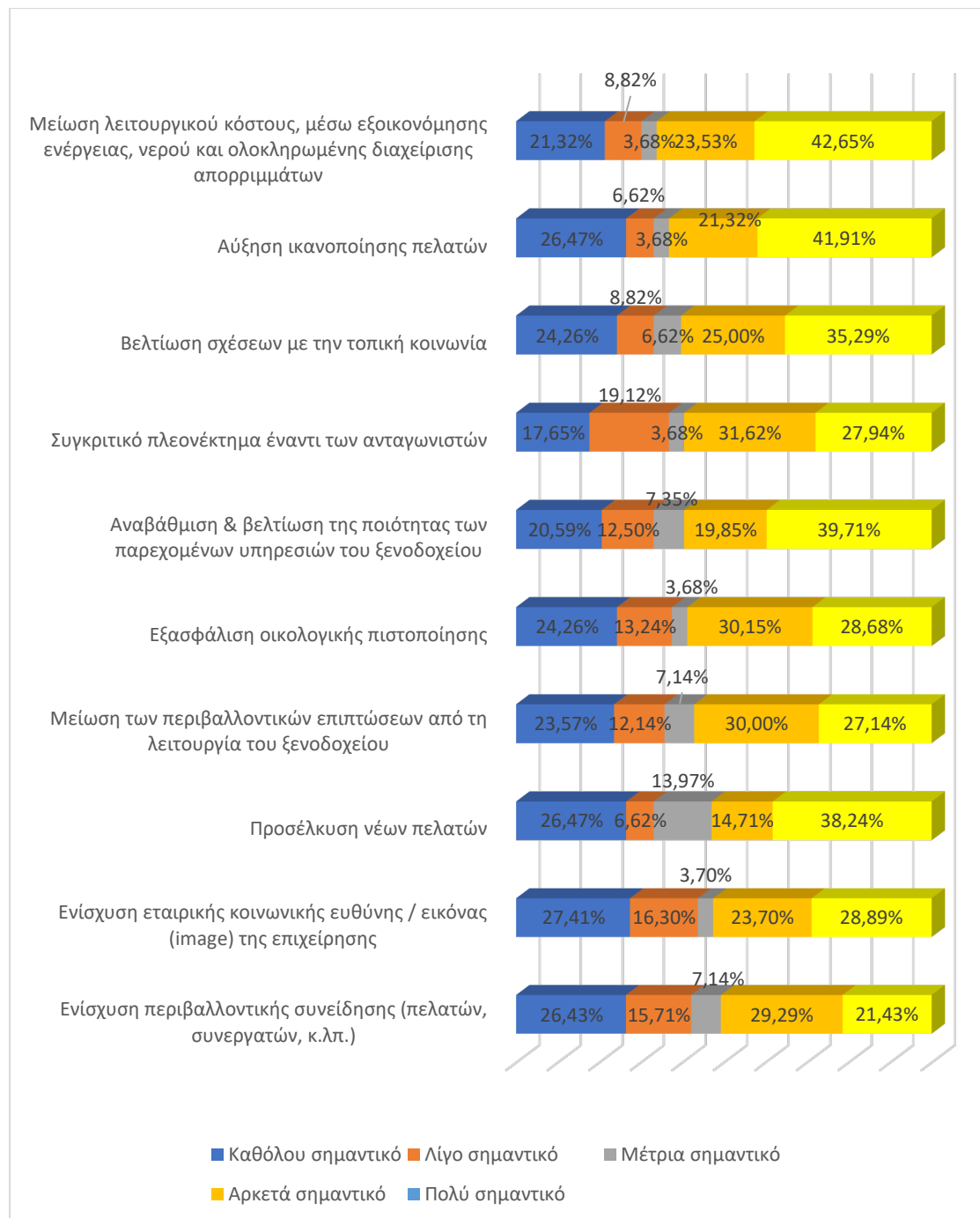
Αν ναι, σε ποιες από τις παρακάτω έχετε προβεί;

Πίνακας 18. Τα σημαντικότερα οφέλη που έχει κερδίσει η επιχείρησή από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής

	Καθόλου σημαντικό		Λίγο σημαντικό		Μέτρια σημαντικό		Αρκετά σημαντικό		Πολύ σημαντικό	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Μείωση λειτουργικού κόστους, μέσω εξοικονόμησης ενέργειας, νερού και ολοκληρωμένης διαχείρισης απορριμμάτων	29	21,32%	12	8,82%	5	3,68%	32	23,53%	58	42,65%
Μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία του ξενοδοχείου	33	23,57%	17	12,14%	10	7,14%	42	30,00%	38	27,14%
Αναβάθμιση & βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του ξενοδοχείου	28	20,59%	17	12,50%	10	7,35%	27	19,85%	54	39,71%
Αύξηση ικανοποίησης πελατών	36	26,47%	9	6,62%	5	3,68%	29	21,32%	57	41,91%
Προσέλκυση νέων πελατών	36	26,47%	9	6,62%	19	13,97%	20	14,71%	52	38,24%
Συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών	24	17,65%	26	19,12%	5	3,68%	43	31,62%	38	27,94%

Εξασφάλιση οικολογικής πιστοποίησης	33	24,26%	18	13,24%	5	3,68%	41	30,15%	39	28,68%
Ενίσχυση περιβαλλοντικής συνείδησης (πελατών, συνεργατών, κ.λπ.)	37	26,43%	22	15,71%	10	7,14%	41	29,29%	30	21,43%
Ενίσχυση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης / εικόνας (image) της επιχείρησης	37	27,41%	22	16,30%	5	3,70%	32	23,70%	39	28,89%
Βελτίωση σχέσεων με την τοπική κοινωνία	33	24,26%	12	8,82%	9	6,62%	34	25,00%	48	35,29%

Σύμφωνα με τον πίνακα 18 το 66,18% του δείγματος τουλάχιστον συμφωνεί ότι το σημαντικό όφελος από την εφαρμογή περιβαλλοντικής είναι η μείωση λειτουργικού κόστους, μέσω εξοικονόμησης ενέργειας, νερού και ολοκληρωμένης διαχείρισης απορριμμάτων, το 63,23% του δείγματος αναφέρει την αύξηση ικανοποίησης των πελατών, το 60,29% του δείγματος αναφέρει την βελτίωση σχέσεων με την τοπική κοινωνία, το 59,56% του δείγματος αναφέρει την αναβάθμιση & βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του ξενοδοχείου μαζί με το συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών, το 58,83% του δείγματος αναφέρει την εξασφάλιση οικολογικής πιστοποίησης, το 57,14% του δείγματος αναφέρει την μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία του ξενοδοχείου, το 52,95% του δείγματος αναφέρει την προσέλκυση νέων πελατών, το 52,59% αναφέρει την ενίσχυση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης / εικόνας (image) της επιχείρησης και το 50,72% του δείγματος αναφέρει την ενίσχυση της περιβαλλοντικής συνείδησης (πελατών, συνεργατών, κ.λπ.).



Πίνακας 19. Έλεγχος κανονικότητας

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Μείωση λειτουργικού κόστους, μέσω εξοικονόμησης ενέργειας, νερού και ολοκληρωμένης διαχείρισης απορριμμάτων	,256	131	,000	,759	131	,000
Μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία του ξενοδοχείου	,249	131	,000	,828	131	,000
Αναβάθμιση & βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών του ξενοδοχείου	,245	131	,000	,793	131	,000
Αύξηση ικανοποίησης πελατών	,255	131	,000	,751	131	,000
Προσέλκυση νέων πελατών	,243	131	,000	,792	131	,000
Συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών	,256	131	,000	,832	131	,000
Εξασφάλιση οικολογικής πιστοποίησης	,257	131	,000	,812	131	,000
Ενίσχυση περιβαλλοντικής συνείδησης (πελατών, συνεργατών, κ.λπ.)	,232	131	,000	,843	131	,000
Ενίσχυση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης / εικόνας (image) της επιχείρησης	,239	131	,000	,817	131	,000
Βελτίωση σχέσεων με την τοπική κοινωνία	,240	131	,000	,794	131	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Στον πίνακα 19 και σύμφωνα με τους ελέγχους Kolmogorov Smirnov & Shapiro Wilk τα δεδομένα δεν ακολουθούν την κανονική κατανομή ($p < 0.05$). Για αυτό το λόγο παρακάτω χρησιμοποιείται ο μη παραμετρικός έλεγχος Mann Whitney.

Πίνακας 20. Διαφορές μεταξύ ξενοδοχείων Α' κατηγορίας και πολυτελείας ως προς τα σημαντικότερα οφέλη που έχουν κερδίσει από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής

		Σε ποια κατηγορία ανήκει το ξενοδοχείο σας;							
		Α' Κατηγορίας			Πολυτελείας				
		M	Δ	TA	M	Δ	TA	U	p
Μείωση λειτουργικού κόστους, εξοικονόμησης νερού και ολοκληρωμένης διαχείρισης απορριμμάτων	λειτουργικού μέσω ενέργειας,	3,39	4,00	1,68	3,85	4,00	1,45	2023,000,370	
Μείωση περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία του ξενοδοχείου	των	3,10	3,50	1,49	3,47	4,00	1,62	2000,500,099	
Αναβάθμιση & της ποιότητας των παρεχομένων του ξενοδοχείου	βελτίωση των υπηρεσιών	3,35	4,00	1,64	3,61	4,00	1,53	2061,500,479	
Αύξηση πελατών	ικανοποίησης	3,24	4,00	1,73	3,78	4,00	1,56	1846,000,084	
Προσέλκυση πελατών	νέων	3,09	3,00	1,67	3,67	4,00	1,57	1781,500, 045	
Συγκριτικό έναντι των ανταγωνιστών	πλεονέκτημα	3,27	4,00	1,47	3,43	4,00	1,54	2067,000,499	
Εξασφάλιση πιστοποίησης	οικολογικής	3,11	4,00	1,63	3,48	4,00	1,49	1962,500,247	

Ενίσχυση περιβαλλοντικής συνείδησης (πελατών, συνεργατών, κ.λπ.)	2,99	3,50	1,56	3,10	4,00	1,53	2280,500,671
Ενίσχυση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης / εικόνας (image) της επιχείρησης	2,92	3,00	1,59	3,34	4,00	1,67	1876,000,101
Βελτίωση σχέσεων με την τοπική κοινωνία	3,17	4,00	1,55	3,70	4,00	1,67	1749,000,032

Στον πίνακα 20 παρατηρείται οι εργαζόμενοι που εργάζονται στα ξενοδοχεία πολυτελείας έναντι των εργαζομένων που εργάζονται σε ξενοδοχεία Α κατηγορίας να θεωρούν σε μεγαλύτερο βαθμό ότι η προσέλκυση νέων πελατών και η βελτίωση των σχέσεων με την τοπική κοινωνία είναι το σημαντικότερο όφελος των ξενοδοχείων από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής ($p < 0.05$).

Πίνακας 21. Διαφορές μεταξύ ανεξάρτητων ξενοδοχείων και ξενοδοχείων που είναι μέλη αλυσίδας ως προς τα σημαντικότερα οφέλη που έχουν κερδίσει από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής

	Το ξενοδοχείο σας ανήκει σε κάποια αλυσίδα ή είναι ανεξάρτητο;							
	Ανεξάρτητο			Μέλος Αλυσίδας			U	p
	M	Δ	TA	M	Δ	TA		
Μείωση λειτουργικού κόστους, μέσω εξοικονόμησης ενέργειας, νερού και ολοκληρωμένης διαχείρισης απορριμμάτων	3,33	4,00	1,75	3,71	4,00	1,51	1962,000,418	

Μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία του ξενοδοχείου	3,22	4,00	1,67	3,26	4,00	1,49	2201,500,899
Αναβάθμιση & βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του ξενοδοχείου	3,63	5,00	1,83	3,36	4,00	1,45	1720,000,052
Αύξηση ικανοποίησης πελατών	3,53	5,00	1,78	3,41	4,00	1,63	1909,500,288
Προσέλκυση νέων πελατών	3,43	5,00	1,78	3,25	4,00	1,58	1894,500,263
Συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών	3,33	4,00	1,56	3,33	4,00	1,47	2082,500,818
Εξασφάλιση οικολογικής πιστοποίησης	3,22	5,00	1,93	3,28	4,00	1,36	1927,500,338
Ενίσχυση περιβαλλοντικής συνείδησης (πελατών, συνεργατών, κ.λπ.)	3,02	3,00	1,83	3,04	4,00	1,37	2141,500,692
Ενίσχυση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης / εικόνας (image) της επιχείρησης	3,02	3,00	1,83	3,15	4,00	1,51	2105,500,994

Βελτίωση σχέσεων με την τοπική κοινωνία	3,41	5,00	1,80	3,37	4,00	1,50	1917,000,312
---	------	------	------	------	------	------	--------------

Δεν παρατηρούνται στατιστικά σημαντικές διαφορές

Πίνακας 22. Διαφορές μεταξύ παραθεριστικών ξενοδοχείων και ξενοδοχείων πόλεως ως προς τα σημαντικότερα οφέλη που έχουν κερδίσει από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής

	Ποιο είναι το είδος του ξενοδοχείου σας;							
	Παραθερισμού			Πόλεως			U	p
	M	Δ	TA	M	Δ	TA		
Μείωση λειτουργικού κόστους, μέσω εξοικονόμησης ενέργειας, νερού και ολοκληρωμένης διαχείρισης απορριμμάτων	3,55	4,00	1,68	3,69	4,00	1,23	1418,000,944	
Μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία του ξενοδοχείου	3,23	4,00	1,58	3,33	4,00	1,47	1574,000,690	
Αναβάθμιση & βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών του ξενοδοχείου	3,40	4,00	1,67	3,69	4,00	1,23	1349,000,640	
Αύξηση ικανοποίησης πελατών	3,47	4,00	1,69	3,38	4,00	1,68	1311,000,487	

Προσέλκυση νέων πελατών	3,30	3,00	1,65	3,38	4,00	1,68	1426,000,982
Συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών	3,25	4,00	1,55	3,69	4,00	1,23	1201,000,190
Εξασφάλιση οικολογικής πιστοποίησης	3,19	4,00	1,67	3,54	4,00	1,10	1325,000,547
Ενίσχυση περιβαλλοντικής συνείδησης (πελατών, συνεργατών, κ.λπ.)	2,99	3,00	1,59	3,20	4,00	1,35	1539,000,561
Ενίσχυση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης / εικόνας (image) της επιχείρησης	2,99	4,00	1,63	3,50	4,00	1,59	1240,500,068
Βελτίωση σχέσεων με την τοπική κοινωνία	3,31	4,00	1,69	3,69	4,00	1,23	1280,000,388

Δεν παρατηρούνται στατιστικά σημαντικές διαφορές

Πίνακας 23. Διαφορές μεταξύ εποχιακών ξενοδοχείων και μη εποχιακών ξενοδοχείων ως προς τα σημαντικότερα οφέλη που έχουν κερδίσει από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής

Το ξενοδοχείο σας είναι εποχιακό;

Όχι

Ναι

M

Δ

TA

M

Δ

TA

U

p

Μείωση λειτουργικού κόστους, μέσω εξοικονόμησης ενέργειας, νερού και ολοκληρωμένης διαχείρισης απορριμμάτων	3,69	4,00	1,23	3,55	4,00	1,68	1418,000,944
Μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία του ξενοδοχείου	3,33	4,00	1,47	3,23	4,00	1,58	1574,000,690
Αναβάθμιση & βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών του ξενοδοχείου	3,69	4,00	1,23	3,40	4,00	1,67	1349,000,640
Αύξηση ικανοποίησης πελατών	3,38	4,00	1,68	3,47	4,00	1,69	1311,000,487
Προσέλκυση νέων πελατών	3,38	4,00	1,68	3,30	3,00	1,65	1426,000,982
Συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών	3,69	4,00	1,23	3,25	4,00	1,55	1201,000,190
Εξασφάλιση οικολογικής πιστοποίησης	3,54	4,00	1,10	3,19	4,00	1,67	1325,000,547
Ενίσχυση περιβαλλοντικής συνείδησης (πελατών, συνεργατών, κ.λπ.)	3,20	4,00	1,35	2,99	3,00	1,59	1539,000,561

Ενίσχυση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης / εικόνας (image) της επιχείρησης	3,50	4,00	1,59	2,99	4,00	1,63	1240,500,068
Βελτίωση σχέσεων με την τοπική κοινωνία	3,69	4,00	1,23	3,31	4,00	1,69	1280,000,388

Δεν παρατηρούνται στατιστικά σημαντικές διαφορές

Συμπεράσματα

Από την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε βρέθηκε τα $\frac{3}{4}$ του δείγματος των εργαζομένων στα ξενοδοχεία να αντιλαμβάνονται την ποιότητα ως τα χαρακτηριστικά της υπηρεσίας που ικανοποιούν ή ξεπερνούν τις προσδοκίες των πελατών ενώ ταυτόχρονα ικανοποιούνται και οι δεδομένες προδιαγραφές της παραγωγής της υπηρεσίας. Ακόμα, το $\frac{1}{3}$ του δείγματος ανέφερε ότι υπάρχει τμήμα στο ξενοδοχείο που εργάζεται το οποίο ασχολείται αποκλειστικά με τη περιβαλλοντική διαχείριση του ξενοδοχείου. Τα $\frac{2}{3}$ του δείγματος των εργαζομένων ανέφεραν ότι στο ξενοδοχείο που εργάζονται εφαρμόζεται πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης. Στα ξενοδοχεία που εφαρμόζεται πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης τα $\frac{2}{3}$ ανέφεραν ότι εφαρμόζουν το Green key πρότυπο και το $\frac{1}{3}$ ανέφεραν ότι εφαρμόζουν το ISO14001.

Όσον αφορά τις ενέργειες που εκτελούνται στα ξενοδοχεία ανάλογα με το πρότυπο που εφαρμόζουν τα $\frac{8}{10}$ των εργαζομένων ανέφεραν την απαγόρευση καπνίσματος σε κοινόχρηστους χώρους, την ανακύκλωση χαρτιού / γυαλιού / πλαστικών και το αυτόματο σύστημα διακοπής ηλεκτρισμού μέσω κάρτας πρόσβασης για κάθε δωμάτιο. Ακόμα, τα $\frac{2}{3}$ του δείγματος ανέφερα τα συστήματα αυτοματισμού για το κλείσιμο της ψύξης με το άνοιγμα της μπαλκονόπορτας, την φύτευση περιβάλλοντος χώρου ή/και στεγών με είδη προσαρμοσμένα στις τοπικές συνθήκες, την χρήση προϊόντων προσωπικής υγιεινής και απορρυπαντικών φιλικών προς το περιβάλλον και τον τοπικό βιολογικό καθαρισμό. Πάνω από το 50% του δείγματος ανέφερε τον διαχωρισμό απορριμμάτων ανά κατηγορία, την αγορά προϊόντων τοπικής παραγωγής ή / και βιολογικών προϊόντων μαζί με την αντικατάσταση ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών με συσκευές ενεργειακής κλάσης A, τα συστήματα ελέγχου φωτισμού (π.χ. αισθητήρες κίνησης και φωτεινότητας), το 51,33% του δείγματος αναφέρει την επεξεργασία νερών για χρήση σε πότισμα και καθαριότητα εξωτερικών χώρων και την αντικατάσταση παλαιών καυστήρων και λεβήτων με νέους υψηλής απόδοσης και συντήρησής τους. Κάτω από το 50% του δείγματος ανέφερε το έξυπνο σύστημα ποτίσματος μαζί με ντους χαμηλής ροής και βρύσες περιορισμένης ροής με ή χωρίς αισθητήρες και τους μηχανισμούς εξοικονόμησης νερού σε λουτρά και αποχωρητήρια (καζανάκια διπλής ροής νερού ή συσκευές μετατοπίσεως νερού) μαζί με την προώθηση ευαισθητοποίησης του προσωπικού σε περιβαλλοντικά θέματα. Επίσης, τα $\frac{4}{10}$ του δείγματος των εργαζομένων ανέφεραν την θερμομόνωση κτιρίου, την συγκέντρωση όμβριων υδάτων για συγκεκριμένες χρήσεις (π.χ. πότισμα) μαζί με την παρότρυνση χρήσης και παροχή πληροφοριών για τις δημόσιες συγκοινωνίες, την δημοσιοποίηση της περιβαλλοντικής επίδοσης του ξενοδοχείου σας και την ηχομόνωση κτιρίου. Επιπλέον, το $\frac{1}{3}$ του δείγματος ανέφερε την ανακυκλοφορία, καθαρισμό νερού πισίνας με την εφαρμογή τεχνολογιών φιλικών προς το περιβάλλον, το σύστημα ανίχνευσης κι ελέγχου διαρροών νερού. Επιπρόσθετα, το 14% του δείγματος ανέφερε την μέση παροχή νερού σε βρύσες και κεφαλές των ντους να μην υπερβαίνει τα 9 λίτρα / λεπτό και την απόπλυση ουρητηρίων χειροκίνητα ή αυτοματοποιημένη με χρονοδιακόπτη. Ακόμα, το $\frac{1}{6}$ του δείγματος ανέφερε την κομματοποίηση σε αποφάγια και απορρίμματα κήπου και χρήση τους.

Επιπρόσθετα, πάνω από το 50% του δείγματος ανέφερε ότι πραγματοποιείται συστηματικός έλεγχος για την ορθολογική εφαρμογή πρότυπου περιβαλλοντικής διαχείρισης. Τα $\frac{3}{4}$ των εργαζομένων ανέφεραν ότι έχει εκπαιδευτεί / ενημερωθεί το προσωπικό των ξενοδοχείων σε θέματα περιβαλλοντικής συνείδησης / συμπεριφοράς. Ακόμα το $\frac{1}{3}$ των εργαζομένων ανέφεραν ότι το ξενοδοχείο στο οποίο εργάζονται έχει ενταχθεί σε κάποιο πρόγραμμα επιδότησης για την ενεργειακή του αναβάθμιση. Επιπλέον, για τα $\frac{2}{3}$ δείγματος που ανέφεραν ότι τα ξενοδοχεία στα οποία εργάζονται έχουν προβεί σε ενέργειες ενημέρωσης και προβολής των περιβαλλοντικών πρακτικών που εφαρμόζουν τα $\frac{2}{3}$ αυτών έχει ενημερώσει τους tour operators και άλλους συνεργάτες των ξενοδοχείων.

Ως προς τα οφέλη της εφαρμογής περιβαλλοντικής πολιτικής τα 2/3 ανέφεραν την μείωση του λειτουργικού κόστους, μέσω εξοικονόμησης ενέργειας, νερού και ολοκληρωμένης διαχείρισης απορριμμάτων, την αύξηση ικανοποίησης των πελατών, την βελτίωση σχέσεων με την τοπική κοινωνία, την αναβάθμιση & βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του ξενοδοχείου μαζί με το συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών, την εξασφάλιση οικολογικής πιστοποίησης και μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία του ξενοδοχείου. Ακόμα, πάνω από το 50% του δείγματος των εργαζομένων ανέφερε την προσέλκυση νέων πελατών, την ενίσχυση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης / εικόνας (image) της επιχείρησης και την ενίσχυση της περιβαλλοντικής συνείδησης (πελατών, συνεργατών, κ.λπ.).

Από την επαγωγική στατική βρέθηκε οι εργαζόμενοι που εργάζονται στα ξενοδοχεία πολυτελείας έναντι των εργαζομένων που εργάζονται σε ξενοδοχεία Α κατηγορίας να θεωρούν σε μεγαλύτερο βαθμό ότι η προσέλκυση νέων πελατών και η βελτίωση των σχέσεων με την τοπική κοινωνία είναι το σημαντικότερο όφελος των ξενοδοχείων από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής ($p < 0.05$). Τέλος, δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές είτε μεταξύ ανεξάρτητων ξενοδοχείων και ξενοδοχείων που είναι μέλη αλυσίδας ή μεταξύ παραθεριστικών ξενοδοχείων και ξενοδοχείων πόλεως ή μεταξύ εποχιακών ξενοδοχείων και μη εποχιακών ξενοδοχείων ως προς τα σημαντικότερα οφέλη που έχουν κερδίσει από την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής.

Συζήτηση

Προκειμένου να αναπτυχθεί η συνειδητοποίηση της σημασίας της διατήρησης και προστασίας των φυσικών πόρων για τους τουρίστες, τους κατοίκους της περιοχής και το προσωπικό του ξενοδοχείου, είναι απαραίτητη η περιβαλλοντική εκπαίδευση όλων των ενδιαφερομένων μερών, που συνεργάζονται, να μπορούν να αυξήσουν την ποιότητα της εμπειρίας ενός πελάτη (Tsaur et al., 2006). Οι εργαζόμενοι, για παράδειγμα μετά από μια περίοδο εκπαίδευσης και κατάρτισης, είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις πρακτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης με μεγαλύτερο κίνητρο (Ayuso, 2006). Επιπλέον, οι διευθυντές ξενοδοχείων πρέπει να κάνουν ουσιαστικές αλλαγές στον τρόπο διαχείρισης τους, καθώς η δέσμευσή τους για την εφαρμογή στρατηγικών περιβαλλοντικής διαχείρισης και την ανάπτυξη μαθησιακών διαδικασιών μπορεί να οδηγήσει σε επιτυχία (Aguiló et al., 2005). Οι διευθυντές γνωρίζουν ότι η υιοθέτηση και εφαρμογή πρακτικών περιβαλλοντικής διαχείρισης μπορούν να προσελκύσουν τον τύπο των τουριστών που μοιράζονται σχετικές περιβαλλοντικές αξίες, τις οποίες λαμβάνουν υπόψη στη διαδικασία λήψης αποφάσεων (Butler, 2008).

Οι επιτυχημένες εταιρείες και η αιεφόρος ανάπτυξη συνδέονται στενά. Δεδομένου ότι τα μέτρα για την μείωση των περιβαλλοντικών ανησυχιών θεωρούνται ολοένα και πιο σημαντικά, ιδιαίτερα για τη διατήρηση της πράσινης εικόνας και της φήμης μιας εταιρείας, είναι σημαντικό για τα ξενοδοχεία να αναλάβουν περισσότερες ενέργειες σχετικά με την υιοθέτηση και την εφαρμογή πρωτοβουλιών περιβαλλοντικής διαχείρισης (Singal, 2014). Τα αποτελέσματα της έρευνας του Singal (2014) έδειξαν ότι οι επενδύσεις που έγιναν σε πρακτικές που μετριάζουν τις περιβαλλοντικές ανησυχίες από εταιρείες φιλοξενίας και τουρισμού κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης περιόδου, είχαν θετικές επιπτώσεις στην αξιοπιστία τους κατά την επόμενη περίοδο. Η δέσμευση στην αιεφόρο ανάπτυξη μπορεί να αποτελέσει πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και το κλειδί για τη μακροπρόθεσμη επιτυχία μιας εταιρείας (López-Gamero et al., 2011). Μέσα από αυτά τα ευρήματα καθίσταται απολύτως σαφές, η σημασία της υιοθέτησης προληπτικών περιβαλλοντικών προγραμμάτων από τις επιχειρήσεις της τουριστικής βιομηχανίας.

Η αύξηση της παγκόσμιας περιβαλλοντικής ευαισθησίας δημιουργεί μια ευκαιρία στο μακρο-περιβάλλον των ξενοδοχείων, το οποίο μπορεί να αποκτήσει πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού. Αυτή η ευκαιρία σχετίζεται με την εφαρμογή πολιτικών περιβαλλοντικής διαχείρισης. Υπάρχουν όμως σημαντικά εμπόδια. Τα εμπόδια στην υιοθέτηση φιλοπεριβαλλοντικών πρακτικών, αφορούν κυρίως μικρά και μεσαία ξενοδοχεία, κατηγοριοποιούνται σε εσωτερικά και εξωτερικά με τα εσωτερικά να διαδραματίζουν σημαντικότερο ρόλο και έχουν να κάνουν κυρίως με το μέγεθος του ξενοδοχείου, το κόστος της υιοθέτησης, την έλλειψη των απαραίτητων δεξιοτήτων και γνώσεων και των αντιλήψεων, των στάσεων και των αξιών των διευθυντών ξενοδοχείων (αρνητική εταιρική κουλτούρα). Τα κίνητρα από την άλλη πλευρά είναι πολύ ελκυστικά, συμπεριλαμβανομένης, μεταξύ άλλων, της μείωσης του λειτουργικού τους κόστους και της βελτίωσης της φήμης και της εικόνας τους προς τους πελάτες τους. Μόλις ένα ξενοδοχείο ξεκινήσει την εφαρμογή ενός συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης, υπάρχουν εκτεταμένα οφέλη, τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά, όπως εξοικονόμηση κόστους, οργανωτικές βελτιώσεις μέσω της βελτιστοποίησης της συνολικής διαχείρισης ποιότητας, εισαγωγή εκπαίδευσης, διέγερση καινοτομίας, βελτίωση της περιβαλλοντικής απόδοσης, φυσικοί πόροι εξοικονόμηση και διείσδυση σε νέες αγορές-στόχους. Τα ξενοδοχεία, που είναι πρωτοπόρα στην εφαρμογή πράσινων πρακτικών, μπορούν να εγκατασταθούν στο μυαλό των τουριστών ως ηγέτες και μπορούν να επεκτείνουν περισσότερο το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα, συμβάλλοντας με τον ίδιο τρόπο στην προστασία και τη διατήρηση του περιβάλλοντος και τη βιωσιμότητα ενός τουριστικού προορισμού.

Βιβλιογραφία

- Adeleke, B. O. (2014). Residents' perception of tourism impact on the physical environment of redemption camp, Ogun state, Nigeria. *Calitatea*, 15(S5), 24.
- Aguiló, E., Alegre, J., & Sard, M. (2005). The persistence of the sun and sand tourism model. *Tourism management*, 26(2), 219-231.
- Albayrak, T., & Caber, M. (2015). Prioritisation of the hotel attributes according to their influence on satisfaction: A comparison of two techniques. *Tourism Management*, 46, 43-50.
- Alexander, S., & Kennedy, C. (2002). Green hotels: Opportunities and resources for success. *Zero Waste Alliance*, 5(7), 1-9.
- Aminudin, N. (2013). Corporate social responsibility and employee retention of 'green' hotels. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 105, 763-771.
- Argandoña, A. (2010). *Corporate social responsibility in the tourism industry: Some lessons from the Spanish experience*. IESE Business School Working Paper No. 844.
- Ayuso, S. (2006). Adoption of voluntary environmental tools for sustainable tourism: Analysing the experience of Spanish hotels. *Corporate social responsibility and environmental management*, 13(4), 207-220.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of tourism research*, 27(3), 785-804.
- Balaji, M. S., Jiang, Y., & Jha, S. (2019). Green hotel adoption: a personal choice or social pressure?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(8), 3287-3305.
- Ball, S., & Taleb, M. A. (2011). Benchmarking waste disposal in the Egyptian hotel industry. *Tourism and Hospitality Research*, 11(1), 1-18.
- Berezan, O., Millar, M., & Raab, C. (2014). Sustainable hotel practices and guest satisfaction levels. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 15(1), 1-18.
- Bird, R., Hall, A. D., Momentè, F., & Reggiani, F. (2007). What corporate social responsibility activities are valued by the market?. *Journal of business ethics*, 76(2), 189-206.
- Bohdanowicz, P. (2005). European hoteliers' environmental attitudes: Greening the business. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 46(2), 188-204.
- Bohdanowicz, P., Churie-Kallhauge, A., Martinac, I., & Rezachek, D. (2001). *Energy-efficiency and conservation in hotels—towards sustainable tourism*. 4^o Simpósio Internacional em Arquitetura da Ásia e Pacífico, Havaí.
- Bohdanowicz, P., & Zientara, P. (2008). Corporate social responsibility in hospitality: Issues and implications. A case study of Scandic. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(4), 271-293.

- Bohdanowicz, P., & Zientara, P. (2009). Hotel companies' contribution to improving the quality of life of local communities and the well-being of their employees. *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 147-158.
- Bohdanowicz, P., Zientara, P., & Novotna, E. (2011). International hotel chains and environmental protection: an analysis of Hilton's we care! programme (Europe, 2006–2008). *Journal of Sustainable Tourism*, 19(7), 797-816.
- Bohner, G., & Schlüter, L. E. (2014). A room with a viewpoint revisited: descriptive norms and hotel guests' towel reuse behavior. *PloS one*, 9(8), e104086.
- Boley, B. B., & Uysal, M. (2013). Competitive synergy through practicing triple bottom line sustainability: Evidence from three hospitality case studies. *Tourism and Hospitality Research*, 13(4), 226-238.
- Brody, D. (2014). Go green: Hotels, design, and the sustainability paradox. *Design Issues*, 30(3), 5-15.
- Brokaj, R. (2014). Local Governments role in the sustainable tourism development of a destination. *European scientific journal*, 10(31).
- Brokaw, L. (2009). Does sustainability change the talent equation?. *MIT Sloan Management Review*, 51(1), 33.
- Bruns, R. (2000). Do not throw in the towel. *Lodging*, 26(2), 88.
- Bugler, T. (2011). *Handbook to achieve the ISO 14001 Certification in the Hotel Industry*. Doctoral dissertation.
- Burzis, H.U. (2010). *The Adoption and Implementation of Environmental Management Systems in New Zealand Hotels: the Manager's Perspective*. Auckland, New Zealand.
- Butler, J. (2008). The compelling “hard case” for “green” hotel development. *Cornell hospitality quarterly*, 49(3), 234-244.
- Creswell, J. W. (2016, March). *Advances in mixed methods research*. Paper presented at the 18th CAQD conference, Berlin, Germany.
- Chan, E. S. (2008). Barriers to EMS in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), 187-196.
- Chan, E. S. (2011). Implementing environmental management systems in small-and medium-sized hotels: Obstacles. *Journal of hospitality & tourism research*, 35(1), 3-23.
- Chan, E. S., & Hawkins, R. (2010). Attitude towards EMSs in an international hotel: An exploratory case study. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 641-651.
- Chan, E. S., Hon, A. H., Chan, W., & Okumus, F. (2014). What drives employees' intentions to implement green practices in hotels? The role of knowledge, awareness, concern and ecological behaviour. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 20-28.

- Chan, E. S., Hon, A. H., Okumus, F., & Chan, W. (2017). An empirical study of environmental practices and employee ecological behavior in the hotel industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(5), 585-608.
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2013). Greenwash and green trust: The mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk. *Journal of business ethics*, 114(3), 489-500.
- Chen, S., Chen, H. H., Zhang, K. Q., & Xu, X. L. (2018). A comprehensive theoretical framework for examining learning effects in green and conventionally managed hotels. *Journal of Cleaner Production*, 174, 1392-1399.
- Cherapanukorn, V., & Focken, K. (2014). Corporate social responsibility (CSR) and sustainability in Asian luxury hotels: Policies, practices and standards. *Asian Social Science*, 10(8), 198-209.
- Chiang, C. C. S. (2010). *How corporate social responsibility influences employee job satisfaction in the hotel industry*. UNLV Theses/Dissertations/Professional papers/Capstones. Paper 598.
- Choi, H., Jang, J., & Kandampully, J. (2015). Application of the extended VBN theory to understand consumers' decisions about green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 87-95.
- Chong, W. N., & Tan, G. (2010). Obtaining intangible and tangible benefits from corporate social responsibility. *International Review of Business Research Papers*, 6(4), 360-371.
- Chou, C. J. (2014). Hotels' environmental policies and employee personal environmental beliefs: Interactions and outcomes. *Tourism Management*, 40, 436-446.
- Chung, L. H., & Parker, L. D. (2008). Integrating hotel environmental strategies with management control: a structuration approach. *Business Strategy and the Environment*, 17(4), 272-286.
- Daily, B. F., & Huang, S. C. (2001). Achieving sustainability through attention to human resource factors in environmental management. *International Journal of operations & production management*, 21(12), 1539-1552.
- Datta, M. A. (2015). Green work-life balance: A new concept in green HRM. *International Journal of Multidisciplinary Approach & Studies*, 2(2), 83-89.
- Dewhurst, H., & Thomas, R. (2003). Encouraging sustainable business practices in a non-regulatory environment: A case study of small tourism firms in a UK national park. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(5), 383-403.
- Dias-Angelo, F., Jabbour, C. J., & Calderaro, J. A. (2014). Greening the work force in Brazilian hotels: The role of environmental training. *Work*, 49(3), 347-356.
- Dief, M. E., & Font, X. (2010). The determinants of hotels' marketing managers' green marketing behaviour. *Journal of sustainable tourism*, 18(2), 157-174.

- Dief, M. E., & Font, X. (2012). Determinants of environmental management in the Red Sea Hotels: personal and organizational values and contextual variables. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 36(1), 115-137.
- Do Paco, A., & Nave, A. C. (2013). Corporate volunteering. *Employee relations*, 35(5), 547-559.
- Durovic, M., & Lovrentjev, S. (2014). Indicators of sustainability in cultural tourism. *The Macrotheme Rev (A multidisciplinary journal of global macro trends)*, 3(7), 180-189.
- Eldemerdash, J. M., & Mohamed, L. M. (2013). Exploring obstacles of employing environmental practices: The case of Egyptian green hotels. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 12(3), 243-258.
- Elloy, D. F., & Smith, C. R. (2003). Patterns of stress, work-family conflict, role conflict, role ambiguity and overload among dual-career and single-career couples: an Australian study. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 10(1), 55-66.
- Elsayed, K. (2006). Reexamining the expected effect of available resources and firm size on firm environmental orientation: An empirical study of UK firms. *Journal of Business Ethics*, 65(3), 297-308.
- EMAS (2011). *EMAS Statistics Evolution of Organizations and Sites*. Retrieved May 02, 2001, from EMAS: <http://ec.europa.eu/environment/emas/pictures/Stats/201103%20Overview%20of%20the%20takeup%20of%20EMAS%20across%20the%20years%202.JPG>
- Emeksiz, M., Gursoy, D., & Icoz, O. (2006). A yield management model for five-star hotels: Computerized and non-computerized implementation. *International journal of hospitality management*, 25(4), 536-551.
- Engel, G.R. (2010). Ansatz der Europäischen Gemeinschaft. In G.-R. Engel, *Analyse und Kritik der Umweltmanagementsysteme* (pp. 24-25). Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.
- Europäische Union (2009). *Verordnung (EG) Nr. 1221/ 2009 des Europäischen Parlaments und des Rates*. Amtsblatt der Europäischen Union.
- Filimonau, V., Dickinson, J., Robbins, D., & Huijbregts, M. A. (2011). Reviewing the carbon footprint analysis of hotels: Life Cycle Energy Analysis (LCEA) as a holistic method for carbon impact appraisal of tourist accommodation. *Journal of Cleaner Production*, 19(17-18), 1917-1930.
- Font, X. (2002). Environmental certification in tourism and hospitality: progress, process and prospects. *Tourism management*, 23(3), 197-205.
- Font, X., & Harris, C. (2004). Rethinking standards from green to sustainable. *Annals of tourism Research*, 31(4), 986-1007.
- Fraj, E., Matute, J., & Melero, I. (2015). Environmental strategies and organizational competitiveness in the hotel industry: The role of learning and innovation as determinants of environmental success. *Tourism management*, 46, 30-42.

- Gao, Y. L., & Mattila, A. S. (2014). Improving consumer satisfaction in green hotels: The roles of perceived warmth, perceived competence, and CSR motive. *International journal of hospitality management*, 42, 20-31.
- Gao, Y. L., & Mattila, A. S. (2016). The impact of option popularity, social inclusion/exclusion, and self-affirmation on consumers' propensity to choose green hotels. *Journal of business ethics*, 136(3), 575-585.
- Garay, L., & Font, X. (2012). Doing good to do well? Corporate social responsibility reasons, practices and impacts in small and medium accommodation enterprises. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 329-337.
- García-Pozo, A., Mondéjar-Jiménez, J., & Sánchez-Ollero, J. L. (2019). Internet's user perception of corporate social responsibility in hotel services. *Sustainability*, 11(10), 2916.
- Ghulam Rabbany, M., Afrin, S., Rahman, A., Islam, F., & Hoque, F. (2013). Environmental effects of tourism. *American Journal of Environment, Energy and Power Research*, 1(7), 117-130.
- Gil, M. A., Jiménez, J. B., & Lorente, J. C. (2001). An analysis of environmental management, organizational context and performance of Spanish hotels. *Omega*, 29(6), 457-471.
- Gil-Soto, E., Armas-Cruz, Y., Morini-Marrero, S., & Ramos-Henríquez, J. M. (2019). Hotel guests' perceptions of environmentally friendly practices in social media. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 59-67.
- Goldstein, N. J., Cialdini, R. B., & Griskevicius, V. (2008). A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels. *Journal of consumer Research*, 35(3), 472-482.
- Gössling, S., Peeters, P., Hall, C. M., Ceron, J. P., Dubois, G., & Scott, D. (2012). Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review. *Tourism management*, 33(1), 1-15.
- Govindarajulu, N., & Daily, B. F. (2004). Motivating employees for environmental improvement. *Industrial management & data systems*. *Industrial Management and Data Systems*, 104(4), 364-372.
- Graci, S., & Dodds, R. (2008). Why go green? The business case for environmental commitment in the Canadian hotel industry. *Anatolia*, 19(2), 251-270.
- Guest, D. E. (2002). Perspectives on the study of work-life balance. *Social Science Information*, 41(2), 255-279.
- Gupta, M. C. (1995). Environmental management and its impact on the operations function. *International Journal of Operations & Production Management*, 15(8), 34-51.
- Gupta, M., & Sharma, K. (1996). Environmental operations management: an opportunity for improvement. *Production and Inventory Management Journal*, 37, 40-46.

- Han, H. (2015). Travelers' pro-environmental behavior in a green lodging context: Converging value-belief-norm theory and the theory of planned behavior. *Tourism Management*, 47, 164-177.
- Han, H., & Kim, Y. (2010). An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior. *International journal of hospitality management*, 29(4), 659-668.
- Han, H., Lee, J. S., Trang, H. L. T., & Kim, W. (2018). Water conservation and waste reduction management for increasing guest loyalty and green hotel practices. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 58-66.
- Hanna, M. D., Newman, W. R., & Johnson, P. (2000). Linking operational and environmental improvement through employee involvement. *International journal of operations & production management*, 20(2), 148-165.
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of management review*, 20(4), 986-1014.
- Hartman, S. J., Yrle, A. C., & Galle, W. P. (1999). Procedural and distributive justice: Examining equity in a university setting. *Journal of Business Ethics*, 20(4), 337-352.
- Hays, D., & Ozretic-Došen, Đ. (2014). Greening hotels-building green values into hotel services. *Tourism and hospitality management*, 20(1), 85-102.
- Hillary, R. (2004). Environmental management systems and the smaller enterprise. *Journal of cleaner production*, 12(6), 561-569.
- Hobson, K., & Essex, S. (2001). Sustainable tourism: A view from accommodation businesses. *Service Industries Journal*, 21(4), 133-146.
- Hon, A. H., Chan, W. W., & Lu, L. (2013). Overcoming work-related stress and promoting employee creativity in hotel industry: The role of task feedback from supervisor. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 416-424.
- Hotelstars (2010, December 01). *Erläuterung zum Kriterienkatalog*. Germany, The Netherlands, Austria, Sweden, Switzerland, Czech Republic, Hungary.
- Hotelsterne. (n.d.). *Geschichte und Entwicklung des Originals*. Retrieved May 04, 2011, from Hotelsterne: <http://www.hotelsterne.ch/index.cfm?A0F5C6001143DAD1544A54A56FB CDD4>.
- Hotelleriesuisse (2010). *Geschäftsbericht 2010*. Bern, Switzerland.
- Hu, A. H., Huang, C. Y., Chen, C. F., Kuo, C. H., & Hsu, C. W. (2015). Assessing carbon footprint in the life cycle of accommodation services: The case of an international tourist hotel. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 22(4), 313-323.
- Huimin, G., & Ryan, C. (2011). Ethics and corporate social responsibility—An analysis of the views of Chinese hotel managers. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 875-885.

- International Organization for Standardization (2011). *Origins and ISO/ TC 207*. Retrieved May 02, 2011, from International Organization for Standardization: http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_and_leadership_standards/environmental_management/origins_and_iso_tc207.htm
- iPlan Consult (Intl) LTD (2017). *Environmental impact assessment study report for the proposed residential hotel apartments on plot L.R. No. 4242/65 Along Saunders Close, off Getathuru Road, Kitusuru Area- Nairobi City County*. April 2017.
- ISO Central Secretariat (2009). *Environmental Management. The ISO 14000 Family of International Standards*. Geneva, Switzerland.
- Jabbour, C. J. C., Jugend, D., de Sousa Jabbour, A. B. L., Gunasekaran, A., & Latan, H. (2015). Green product development and performance of Brazilian firms: measuring the role of human and technical aspects. *Journal of Cleaner Production*, 87, 442-451.
- Juvan, E., & Dolnicar, S. (2017). Drivers of pro-environmental tourist behaviours are not universal. *Journal of Cleaner Production*, 166, 879-890.
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image. *International journal of contemporary hospitality management*, 12(6), 346-351.
- Kasavana, M. L. (2008). Green hospitality. *Hospitality upgrade, summer*, 140-148.
- Kasim, A. (2007). Towards a wider adoption of environmental responsibility in the hotel sector. *International journal of hospitality & tourism administration*, 8(2), 25-49.
- Kasimu, A. B., Zaiton, S., & Hassan, H. (2012). Hotels involvement in sustainable tourism practices in Klang Valley, Malaysia. *International Journal of Economics and Management*, 6(1), 21-34.
- Kim, A. K. (2012). Determinants of tourist behaviour in coastal environmental protection. *Tourism Geographies*, 14(1), 26-49.
- Kim, Y. J., Palakurthi, R., & Hancer, M. (2012). The environmentally friendly programs in hotels and customers' intention to stay: An online survey approach. *International journal of hospitality & tourism administration*, 13(3), 195-214.
- Kim, S. H., & Choi, Y. (2013). Hotel employees' perception of green practices. *International journal of hospitality & tourism administration*, 14(2), 157-178.
- Kim, S. H., Lee, K., & Fairhurst, A. (2017). The review of "green" research in hospitality, 2000-2014. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 226-247.
- Koh, H. C., & Boo, H. Y. (2001). The link between organizational ethics and job satisfaction: A study of managers in Singapore. *Journal of Business Ethics*, 29(4), 309-324.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?. *Environmental education research*, 8(3), 239-260.

- Kularatne, T., Wilson, C., Månsson, J., Hoang, V., & Lee, B. (2019). Do environmentally sustainable practices make hotels more efficient? A study of major hotels in Sri Lanka. *Tourism Management*, 71, 213-225.
- Kusluvan, S., Kusluvan, Z., Ilhan, I., & Buyruk, L. (2010). The human dimension: A review of human resources management issues in the tourism and hospitality industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(2), 171-214.
- Lamm, E., Tosti-Kharas, J., & King, C. E. (2015). Empowering employee sustainability: Perceived organizational support toward the environment. *Journal of Business Ethics*, 128(1), 207-220.
- Lehmann, J., & Joseph, S. (Eds.). (2015). *Biochar for environmental management: science, technology and implementation*. Routledge.
- Lemma, A. (2014). *Tourism Impacts. Evidence of Impacts on employment, gender, income*. Overseas Development Institute. July 2014.
- Legrand, W., Sloan, P., & Chen, J. S. (2016). *Sustainability in the hospitality industry: Principles of sustainable operations*. Routledge.
- Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522-528.
- Leonidou, L. C., Leonidou, C. N., Fotiadis, T. A., & Zeriti, A. (2013). Resources and capabilities as drivers of hotel environmental marketing strategy: Implications for competitive advantage and performance. *Tourism Management*, 35, 94-110.
- Leonidou, L. C., Leonidou, C. N., Fotiadis, T. A., & Aykol, B. (2015). Dynamic capabilities driving an eco-based advantage and performance in global hotel chains: The moderating effect of international strategy. *Tourism Management*, 50, 268-280.
- Leslie, D. (2007). The missing component in the 'greening' of tourism: the environmental performance of the self-catering accommodation sector. *International Journal of Hospitality Management*, 26(2), 310-322.
- Lin-Heng, L., & Ofori, G. S. (2010). The Environmental Dimensions of the Hotel Industry. In L. Lin-Heng, & G. S. Ofori (eds.). *Sustainability Matters* (pp. 37-43). New, Jersey, London, Singapore, Beijing, Shanghai, Hong Kong, Taipei, Chennai: World Scientific.
- Lopez-Gamero, M., Claver-Cortés, E., & Francisco Molina-Azorin, J. (2011). Environmental perception, management, and competitive opportunity in Spanish hotels. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(4), 480-500.
- Malki, S. (2016). Towards an integrated management system: a hypothetical case. *Journal of Management Policy and Practice*, 17(1).
- Manaktola, K., & Jauhari, V. (2007). Exploring consumer attitude and behaviour towards green practices in the lodging industry in India. *International journal of contemporary hospitality management*, 19(5), 364-377.

- Martinez Garcia de Leaniz, P., Herrero Crespo, A., & Gómez López, R. (2018). Customer responses to environmentally certified hotels: The moderating effect of environmental consciousness on the formation of behavioral intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1160-1177.
- Mensah, I. (2006). Environmental management practices among hotels in the greater Accra region. *International Journal of Hospitality Management*, 25(3), 414-431.
- Mensah, I. (2014). Different shades of green: Environmental management in hotels in Accra. *International Journal of Tourism Research*, 16(5), 450-461.
- Muster, V. (2011). Companies promoting sustainable consumption of employees. *Journal of consumer policy*, 34(1), 161-174.
- Muster, V., & Schrader, U. (2011). Green work-life balance: A new perspective for green HRM. *German Journal of Human Resource Management*, 25(2), 140-156.
- Myung, E., McClaren, A., & Li, L. (2012). Environmentally related research in scholarly hospitality journals: Current status and future opportunities. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1264-1275.
- Nguyen, D. K., & Slater, S. F. (2010). Hitting the sustainability sweet spot: Having it all. *Journal of Business Strategy*, 31(3), 5-11.
- Niu, B., Hong, S., Yuan, J., Peng, S., Wang, Z., & Zhang, X. (2014). Global trends in sediment-related research in earth science during 1992–2011: a bibliometric analysis. *Scientometrics*, 98(1), 511-529.
- Ogbeide, G. C. (2012). Perception of green hotels in the 21st century. *Journal of Tourism Insights*, 3(1), 1.
- Paek, S., Schuckert, M., Kim, T. T., & Lee, G. (2015). Why is hospitality employees' psychological capital important? The effects of psychological capital on work engagement and employee morale. *International journal of hospitality management*, 50, 9-26.
- Paillé, P., Chen, Y., Boiral, O., & Jin, J. (2014). The impact of human resource management on environmental performance: An employee-level study. *Journal of Business Ethics*, 121(3), 451-466.
- Palacios-Florencio, B., Castellanos-Verdugo, M., & Rosa-Díaz, I. M. (2016). Effect of Environmental Activities within the frame of Corporate Responsibility in hotel establishments. *Environmental Engineering & Management Journal (EEMJ)*, 15(7).
- Palacios-Florencio, B., García del Junco, J., Castellanos-Verdugo, M., & Rosa-Díaz, I. M. (2018). Trust as mediator of corporate social responsibility, image and loyalty in the hotel sector. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1273-1289.
- Park, S. Y., & Levy, S. E. (2014). Corporate social responsibility: perspectives of hotel frontline employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(3), 332-348.

- Pirani, S. I., & Arafat, H. A. (2014). Solid waste management in the hospitality industry: A review. *Journal of environmental management*, 146, 320-336.
- Poksinska, B., Dahlgard, J. J., & Eklund, J. A. (2003). Implementing ISO 14000 in Sweden: motives, benefits and comparisons with ISO 9000. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 20(5), 585-606.
- Rahman, I., Reynolds, D., & Svaren, S. (2012). How “green” are North American hotels? An exploration of low-cost adoption practices. *International journal of hospitality management*, 31(3), 720-727.
- Raub, S., & Blunschi, S. (2014). The power of meaningful work: How awareness of CSR initiatives fosters task significance and positive work outcomes in service employees. *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1), 10-18.
- Robin, C. F., Pedroche, M. S. C., & Astorga, P. S. (2017). Revisiting green practices in the hotel industry: A comparison between mature and emerging destinations. *Journal of Cleaner Production*, 140, 1415-1428.
- Rondinelli, D., & Vastag, G. (2000). Panacea, common sense, or just a label?: The value of ISO 14001 environmental management systems. *European Management Journal*, 18(5), 499-510.
- Ryan, A. M., & Kossek, E. E. (2008). Work-life policy implementation: Breaking down or creating barriers to inclusiveness?. *Human Resource Management: Published in Cooperation with the School of Business Administration, The University of Michigan and in alliance with the Society of Human Resources Management*, 47(2), 295-310.
- Salanova, M., Agut, S., & Peiró, J. M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: the mediation of service climate. *Journal of applied Psychology*, 90(6), 1217-1227.
- Sadeghian, M. M. (2019). Negative Environmental Impacts of Tourism, a Brief Review.
- Schaper, M. (2002). The challenge of environmental responsibility and sustainable development implications for SME and entrepreneurship academics. In Fóglistaller, U., Pleitner, H. J., Volery, T. & Weber, W. (eds.). *Radical changes in the world: Will SMEs soar or crash?* (pp. 525-534). St Gallen, Switzerland: Recontres de St Gallen.
- Schrader, U. (2007). The moral responsibility of consumers as citizens. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, 2(1), 79-96.
- Scott, D., Simpson, M. C., & Sim, R. (2012). The vulnerability of Caribbean coastal tourism to scenarios of climate change related sea level rise. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(6), 883-898.
- Selsky, J. W., & Parker, B. (2005). Cross-sector partnerships to address social issues: Challenges to theory and practice. *Journal of management*, 31(6), 849-873.
- Singal, M. (2014). The link between firm financial performance and investment in sustainability initiatives. *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1), 19-30.

- Singjai, K., Winata, L., & Kummer, T. F. (2018). Green initiatives and their competitive advantage for the hotel industry in developing countries. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 131-143.
- Siti-Nabiha, A. K., George, R. A., Wahid, N. A., Amran, A., Mahadi, R., & Abustan, I. (2014). The Development of a Green Practice Index for the Malaysian Hotel Industry. *Issues in Social & Environmental Accounting*, 8(1), 23-47.
- Sloan, P., Legrand, W., & Chen, J. S. (2009). Financing schemes and funds according to sustainable principles. *Sustainability in the Hospitality Industry*, 161-167.
- Sloan, P., Legrand, W., & Chen, J. S. (2009). Energy Efficiency. In P. Sloan, W. Legrand, & J. S. Chen (eds.). *Sustainability in the Hospitality Industry: Principles of Sustainable Operations* (pp. 13-26). Oxford, Burlington: Butterworth-Heinemann.
- Spaargaren, G. (2020). Sustainable consumption: a theoretical and environmental policy perspective. In *The ecological modernisation reader* (pp. 318-333). Routledge.
- Spanjol, J., Tam, L., & Tam, V. (2015). Employer–employee congruence in environmental values: An exploration of effects on job satisfaction and creativity. *Journal of Business Ethics*, 130(1), 117-130.
- Stalcup, L. D., Deale, C. S., & Todd, S. Y. (2014). Human resources practices for environmental sustainability in lodging operations. *Journal of human resources in hospitality & tourism*, 13(4), 389-404.
- Stanaland, A. J., Lwin, M. O., & Murphy, P. E. (2011). Consumer perceptions of the antecedents and consequences of corporate social responsibility. *Journal of business ethics*, 102(1), 47-55.
- Styles, D., Schönberger, H., & Galvez Martos, J. L. (2013). *Best environmental management practice in the tourism sector*. Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- Sukhu, A., & Scharff, R. (2018). Will 'doing right' lead to 'doing well'? An examination of green behavior. *Journal of consumer marketing*, 35(2), 169-182.
- Supanti, D., Butcher, K., & Fredline, L. (2015). Enhancing the employer-employee relationship through corporate social responsibility (CSR) engagement. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(7), 1479-1498.
- Tamajón, L. G., & Font, X. (2013). Corporate social responsibility in tourism small and medium enterprises evidence from Europe and Latin America. *Tourism Management Perspectives*, 7, 38-46.
- Theodore, M. K., & Theodore, L. (2010). ISO 14000. In M. K. Theodore, & L. Theodore (eds.). *Introduction to Environmental Management* (pp. 45-60). Boca Raton: CRC Press Taylor & Francis Group.
- Thompson, J. A., & Bunderson, J. S. (2001). Work-nonwork conflict and the phenomenology of time: Beyond the balance metaphor. *Work and Occupations*, 28(1), 17-39.

- Trang, H. L. T., Lee, J. S., & Han, H. (2019). How do green attributes elicit pro-environmental behaviors in guests? The case of green hotels in Vietnam. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(1), 14-28.
- Tsaur, S. H., Lin, Y. C., & Lin, J. H. (2006). Evaluating ecotourism sustainability from the integrated perspective of resource, community and tourism. *Tourism management*, 27(4), 640-653.
- Tuan, L. T. (2018). Activating tourists' citizenship behavior for the environment: the roles of CSR and frontline employees' citizenship behavior for the environment. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1178-1203.
- UNEP (2011). *Tourism: Investing in Energy and Resource Efficiency*. Part of the 2011 UNEP Green Economy Report, UNEP 2011
- UNEP (2014). *Tourism's Three Main Impact Areas*. Accessed in 2018 at: <http://www.unep.org/resourceefficiency/Business/SectoralActivities/Tourism/TheTourismandEnvironmentProgramme/FactsandFiguresaboutTourism/ImpactsOfTourism/EnvironmentalImpacts/TourismsThreeMainImpactAreas/tabid/78776/Default.aspx>
- Verma, V. K., & Chandra, B. (2016). Hotel guest's perception and choice dynamics for green hotel attribute: A mix method approach. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(5), 1-9.
- Verma, V. K., & Chandra, B. (2018). An application of theory of planned behavior to predict young Indian consumers' green hotel visit intention. *Journal of cleaner production*, 172, 1152-1162.
- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). Sustainable food consumption: Exploring the consumer "attitude-behavioral intention" gap. *Journal of Agricultural and Environmental ethics*, 19(2), 169-194.
- Viswesvaran, C., Deshpande, S. P., & Joseph, J. (1998). Job satisfaction as a function of top management support for ethical behavior: A study of Indian managers. *Journal of Business Ethics*, 17(4), 365-371.
- Wang, J., Wang, S., Xue, H., Wang, Y., & Li, J. (2018). Green image and consumers' word-of-mouth intention in the green hotel industry: The moderating effect of Millennials. *Journal of Cleaner Production*, 181, 426-436.
- Wellge, S. (2009). Umweltmanagement. In S. Wellge, *Evaluation von betrieblichen Umweltmanagementsystemen* (pp. 7-9, 11-18). Darmstadt: Institut WAR.
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2016). Young consumers' intention towards buying green products in a developing nation: Extending the theory of planned behavior. *Journal of Cleaner Production*, 135, 732-739.
- Yen, C. H., Chen, C. Y., & Teng, H. Y. (2013). Perceptions of environmental management and employee job attitudes in hotel firms. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 12(2), 155-174.
- Yi, S., Li, X., & Jai, T. M. (2018). Hotel guests' perception of best green practices: A content analysis of online reviews. *Tourism and Hospitality Research*, 18(2), 191-202.

- Yu, Y., Li, X., & Jai, T. M. C. (2017). The impact of green experience on customer satisfaction: evidence from TripAdvisor. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(5), 1340-1361.
- Yusof, Y., Awang, Z., Jusoff, K., & Ibrahim, Y. (2017). The influence of green practices by non-green hotels on customer satisfaction and loyalty in hotel and tourism industry. *International Journal of Green Economics*, 11(1), 1-14.
- Zein, K., Wazner, M. S., & Meylan, G. (2008). *Best Environmental Practices for the Hotel Industry*. Lausanne, Switzerland.
- Zengeni, N., Zengeni, D. M. F., & Muzambi, S. (2013). Hoteliers' Perceptions of the Impacts of Green Tourism on Hotel Operating Costs in Zimbabwe: The Case of Selected Harare Hotels. *Australian journal of business and management research*, 2(11), 64.
- Δρ. Δημήτρης Λαλούμης - Πρόεδρος ΔΡΑΤΤΕ, Επίκουρος Καθηγητής Τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων Τ.Ε.Ι. Αθήνας. Available at.: <http://www.dratte.gr/ARTHRA/2006hotelstory.htm> (2018)
- Λάππα, Β. (2020). *Μόλυνση που προκαλείται στο περιβάλλον από τις ξενοδοχειακές μονάδες*.
- Οικονόμου, Σ. & Βλάχου, Α. (2010). *Διερεύνηση της περιβαλλοντικής επίδοσης των ξενοδοχείων και ενοικιαζόμενων δωματίων στη νήσο Κέρκυρα*. ΣΣΔΟ-p378-390
- Σακελλαρόπουλος, Σ. (2016). *Πολιτισμικός τουρισμός στο περιβάλλον των νέων τεχνολογιών*. Master's thesis, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.
- Σαντοριναίος, Φ. (2015). *Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και φυσικό περιβάλλον-Η περίπτωση της Μυκόνου*.
- Χατζηβέργης, Κ. (2012). *Σημειώσεις στο μάθημα: Διοίκηση Ξενοδοχειακών επιχειρήσεων*. Λάρισα.

https://www.grhotels.gr/wp-content/uploads/2020/02/2019-Campings_regions.pdf

<https://travelifestaybetter.com/>

<https://destinet.eu>

Παράρτημα

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

A. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1. Σε ποια θέση του ξενοδοχείου εργάζεστε;

2. Σε ποια κατηγορία ανήκει το ξενοδοχείο σας;

Α' Κατηγορίας Πολυτελείας

3. Πόσα δωμάτια διαθέτει το ξενοδοχείο σας;

< 50 50-150 150

4. Το ξενοδοχείο σας ανήκει σε κάποια αλυσίδα ή είναι ανεξάρτητο;

Μέλος Αλυσίδας Ανεξάρτητο

5. Ποιο είναι το είδος του ξενοδοχείου σας;

Πόλεως Παραθερισμού

6. Το ξενοδοχείο σας είναι εποχιακό;

Ναι Όχι

7. Πόσοι εργαζόμενοι απασχολούνται στο ξενοδοχείο σας;

B. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

8. Ποια πρόταση ενσωματώνει για εσάς καλύτερα την έννοια της ποιότητας;

Ο πελάτης να φεύγει ευχαριστημένος

Να διεκπεραιώνεται με ευκολία και χωρίς προβλήματα η καθημερινή εργασία

Τα χαρακτηριστικά της υπηρεσίας να ικανοποιούν ή να ξεπερνούν τις προσδοκίες των πελατών ενώ ταυτόχρονα να ικανοποιούνται και οι δεδομένες προδιαγραφές της παραγωγής της υπηρεσίας

9. Υπάρχει τμήμα που να ασχολείται ειδικά με τη περιβαλλοντική διαχείριση του ξενοδοχείου;

Ναι

Όχι

10. Εφαρμόζει η επιχείρησή σας κάποιο πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης;

Ναι

Όχι

11. Και αν ναι ποια από τα παρακάτω εφαρμόζει;

EMAS ECOLABEL

ISO 14001

GREEN KEY

Άλλο:

Κανένα

12. Ανάλογα με το πρότυπο που εφαρμόζετε (ΕΛΟΤ EN ISO 14001, EMAS, ECOLABEL, GREENKEY) σημειώστε ποιες από τις παρακάτω ενέργειες εκτελείτε; (Μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία απαντήσεις)

	Ναι	Όχι
Πρώθηση ευαισθητοποίησης του προσωπικού σε περιβαλλοντικά θέματα		
Εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας με σκοπό την κάλυψη ιδίων αναγκών		
Αντικατάσταση ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών με συσκευές ενεργειακής κλάσης A		

Ντους χαμηλής ροής και βρύσες περιορισμένης ροής με ή χωρίς αισθητήρες		
Ανακύκλωση χαρτιού / γυαλιού / πλαστικών		
Ανακυκλοφορία, καθαρισμός νερού πισίνας με την εφαρμογή τεχνολογιών φιλικών προς το περιβάλλον (π.χ. μέθοδος καθαρισμού με ιόντα χαλκού αντί χλωρίου)		
Δημοσιοποίηση της περιβαλλοντικής επίδοσης του ξενοδοχείου σας		
Μηχανισμοί εξοικονόμησης νερού σε λουτρά και αποχωρητήρια (καζανάκια διπλής ροής νερού ή συσκευές μετατόπισεως νερού)		
Αυτόματο σύστημα διακοπής ηλεκτρισμού μέσω κάρτας πρόσβασης για κάθε δωμάτιο (keycardγια έλεγχο φωτισμού και κλιματισμού / θέρμανσης)		
Συστήματα αυτοματισμού για το κλείσιμο της ψύξης με το άνοιγμα της μπαλκονόπορτας		
Επεξεργασία νερών για χρήση σε πότισμα και καθαριότητα εξωτερικών χώρων		
Συστήματα ελέγχου φωτισμού (π.χ. αισθητήρες κίνησης και φωτεινότητας)		
Διαχωρισμός απορριμμάτων ανά κατηγορία		
Απόπλυση ουρητηρίων χειροκίνητα ή αυτοματοποιημένη με χρονοδιακόπτη		
Η μέση παροχή νερού σε βρύσες και κεφαλές των ντους να μην υπερβαίνει τα 9 λίτρα / λεπτό		
Αντικατάσταση παλαιών καυστήρων και λεβήτων με νέους υψηλής απόδοσης και συντήρησής τους		
Θερμομόνωση κτιρίου		

Ηχομόνωση κτιρίου		
Παρότρυνση χρήσης και παροχή πληροφοριών για τις δημόσιες συγκοινωνίες		
Απαγόρευση καπνίσματος σε κοινόχρηστους χώρους		
Χρήση προϊόντων προσωπικής υγιεινής και απορρυπαντικών φιλικών προς το περιβάλλον		
Σύστημα ανίχνευσης κι ελέγχου διαρροών νερού		
Έξυπνο σύστημα ποτίσματος		
Τοπικός βιολογικός καθαρισμό		
Φύτευση περιβάλλοντος χώρου ή/και στεγών με είδη προσαρμοσμένα στις τοπικές συνθήκες		
Συγκέντρωση όμβριων υδάτων για συγκεκριμένες χρήσεις (π.χ. πότισμα)		
Αγορά προϊόντων τοπικής παραγωγής ή / και βιολογικών προϊόντων		
Κομματοποίηση σε αποφάγια και απορρίμματα κήπου και χρήση τους		

13. Παρακολουθείτε και ελέγχετε συστηματικά εάν εφαρμόζεται ορθολογικά το πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης που ακολουθείτε;

Ναι

Όχι

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

Ναι

Όχι

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

Ναι

Όχι

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

Ναι

Όχι

17. Αν ναι, σε ποιες από τις παρακάτω έχετε προβεί;

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

Προβολή και ενημέρωση μέσω της ιστοσελίδας του ξενοδοχείου.

Ενημέρωση των tour operators και άλλων συνεργατών του ξενοδοχείου.

Προβολή με δημοσιεύματα στον τύπο.

Άλλη (παρακαλώ προσδιορίστε): _____

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

	Καθόλου σημαντικό	Λίγο σημαντικό	Μέτρια σημαντικό	Αρκετά σημαντικό	Πολύ σημαντικό
Μείωση λειτουργικού κόστους, μέσω εξοικονόμησης ενέργειας, νερού και ολοκληρωμένης διαχείρισης απορριμμάτων.					
Μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία του ξενοδοχείου.					
Αναβάθμιση & βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών του ξενοδοχείου.					

Αύξηση ικανοποίησης πελατών.					
Προσέλκυση νέων πελατών.					
Συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών.					
Εξασφάλιση οικολογικής πιστοποίησης.					
Ενίσχυση περιβαλλοντικής συνείδησης (πελατών, συνεργατών, κ.λπ.).					
Ενίσχυση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης / εικόνας (image) της επιχείρησης.					
Βελτίωση σχέσεων με την τοπική κοινωνία.					