



**ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ**

**ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

**ΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΑΗΨΕΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ  
ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Εισηγητής: Ιωάννα, Κάρταλη, ΔΤ7685**

**Επιβλέπων: Γεώργιος Απλαδάς, Λέκτορας**

2023

# Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟ EVENT MANAGEMENT.....	9
1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ .....	9
1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ .....	10
1.3 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ.....	12
1.3.1 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ.....	14
1.4 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ .....	15
1.5 ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΟΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ .....	22
2.1 ΓΕΝΙΚΑ .....	22
2.2 ΟΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ.....	23
2.2.1 ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ .....	24
2.2.2 ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΠΟΡΩΝ .....	25
2.2.3 ΗΧΟΡΡΥΠΑΝΣΗ .....	26
2.3 ΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ-ΠΡΟΓΕΝΕΣΤΕΡΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ.....	27
2.4 ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ .....	30
2.4.1 ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΩΝ GREEN EVENTS .....	32
2.4.2 GREEN EVENTS ΑΠΟ ΤΗ ΣΚΟΠΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ .....	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ .....	37
3.1 ΣΚΟΠΟΣ ΚΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ.....	37
3.2 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ .....	37
3.3 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΕΡΓΑΛΕΙΟΥ.....	38
3.4 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ .....	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	39
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΖΗΤΗΣΗ & ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	49
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	51
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ .....	56

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η πράσινη οικονομία, χωρίς αποκλεισμούς, είναι μια βιώσιμη εναλλακτική λύση στο σημερινό κυρίαρχο οικονομικό μοντέλο, το οποίο επιδεινώνει τις ανισότητες, προάγει τη σπατάλη, προκαλεί έλλειψη πόρων και εγκυμονεί εκτεταμένους κινδύνους για το περιβάλλον και την ανθρώπινη υγεία.

Η παρούσα έρευνα πραγματεύεται την σημαντικότητα της ανάπτυξης του τομέα των εκδηλώσεων, ο οποίος λειτουργεί ως καταλυτικός παράγοντας στην ενίσχυση και εξέλιξη του επιχειρηματικού κλάδου και είναι σε θέση να ευνοήσει πολλούς τομείς με ιδιαίτερη σημασία στην προώθηση του τουρισμού. Αρκετές έρευνες απέδειξαν τα οικονομικά οφέλη που προσφέρει η σωστή διαχείριση των εκδηλώσεων, αλλά λίγες μελέτες έχουν διεξαχθεί για την αξιολόγηση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων ειδικών γεγονότων σε μια τοποθεσία.

Δεδομένου ότι οι εκδηλώσεις έχουν τεράστιο αντίκτυπο στο περιβάλλον και σε συνδυασμό με τη σημερινή ευαισθητοποίηση για την κλιματική αλλαγή, οι εκδηλώσεις δεν μπορούν πλέον να καθυστερούν να γίνουν βιώσιμες. Στα πλαίσια αυτά, αναλύεται το μοντέλο ανάπτυξης βιώσιμων οργανισμών εκδηλώσεων, το οποίο βασίζεται στην καθοδήγηση και εκπαίδευση των διοργανωτών εκδηλώσεων ώστε να αλλάξει ο τρόπος σκέψης τους και να εφαρμοστεί η βιωσιμότητα στην κορυφή της ατζέντας διαχείρισης εκδηλώσεων, με απώτερο σκοπό την επίλυση του περιβαλλοντικού ζητήματος που απασχολεί την κοινωνία.

Τέλος, γίνεται μία τοποθέτηση για την στάση των καταναλωτών απέναντι στο μοντέλο ανάπτυξης βιώσιμων οργανισμών εκδηλώσεων και πως οι τρέχουσες αξίες της πράσινης αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών, συνδέονται θετικά με τις ευνοϊκές αξιολογήσεις των πράσινων οργανωτικών επιδόσεων.

Στην εργασία αυτή διεξήχθη ποσοτική έρευνα μέσω διανομής ερωτηματολογίων που σκοπό είχε τη διερεύνηση των απόψεων των ατόμων σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε και συμπληρώθηκε ηλεκτρονικά μέσω της πλατφόρμας Google forms και απαντήθηκε από 87 άτομα. Τα κυριότερα ευρήματα που αναφέρθηκαν είναι ότι το δείγμα θεωρεί πως όλοι οι τύποι εκδηλώσεων έχουν επιπτώσεις στο περιβάλλον με διάφορους τρόπους όπως για

παράδειγμα η κατανάλωση μεγάλων ποσοτήτων ενέργειας και νερού. Αν και από την άλλη μπορεί να συνεισφέρει στην αξιοποίηση αναξιοποίητων πόρων. Όπως φαίνεται από τα αποτελέσματα επίσης θεωρείται ότι η μέριμνα του φορέα για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις θα πρέπει να είναι μεγάλη ιδιαίτερα σε σχέση με την ανακύκλωση των απορριμμάτων και την κατανάλωση πόρων αλλά και σε σχέση με την επιλογή των προμηθευτών. Τέλος ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας αναδεικνύεται η συσσώρευση απορριμμάτων τα πλαστικά μιας χρήσης και η καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος ως κυριότεροι παράγοντες για την επιβάρυνση του περιβάλλοντος από τις εκδηλώσεις.

## **ABSTRACT**

An inclusive green economy is a viable alternative to the current dominant economic model, which exacerbates inequalities, promotes waste, causes resource scarcity and poses widespread risks to the environment and human health.

This research addresses the importance of the development of the events sector, which acts as a catalyst in strengthening and developing the business sector and is able to favour many sectors of particular importance in promoting tourism. Several studies have demonstrated the economic benefits of proper event management, but few studies have been carried out to assess the social and environmental impact of special events in a location.

Since events have a huge impact on the environment and combined with the current awareness of climate change, events can no longer be delayed to become sustainable. In this context, the model for developing sustainable event organisations is analysed, which is based on mentoring and educating event organisers to change their way of thinking and implement sustainability at the top of the event management agenda, with the ultimate aim of solving the environmental issue of concern to society.

Finally, a positioning is made on consumer attitudes towards the sustainable events organisation development model and how current values of green consumer purchasing behaviour are positively associated with favourable evaluations of green organisational performance.

In this essay, quantitative research was conducted through the distribution of questionnaires aimed at investigating the opinions of individuals regarding the environmental impact of the events. The questionnaire was distributed and completed electronically through the Google forms platform and was answered by 87 people. The main findings reported are that the sample considers that all types of events have an impact on the environment in various ways such as for example the consumption of large amounts of energy and water. Although on the other hand it can contribute to the utilization of unused resources. As can be seen from the results, it is also considered that the organization's concern for the environmental impact should be great, especially in relation to the recycling of waste and the consumption of resources, but also in

relation to the choice of suppliers. Finally, a particularly important factor emerges is the accumulation of waste, single-use plastics and the destruction of the natural environment as the main factors for the burden on the environment from the events.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Παγκοσμίως πραγματοποιούνται εκδηλώσεις ως ένας αναπτυσσόμενος και ζωντανός τομέας που λειτουργεί ως καταλύτης για την αλλαγή, επηρεάζοντας τις σκέψεις και τις συμπεριφορές των ανθρώπων, επιτρέποντας επιχειρηματικές ανταλλαγές, ενισχύοντας συμμαχίες και δημιουργώντας κοινωνικές σχέσεις. Η συνδεσιμότητα αυτή, τόσο σε μικρή όσο και σε παγκόσμια κλίμακα, προωθεί νέες ιδέες και προϊόντα, προωθεί κοινωνικά μηνύματα, συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη επιχειρήσεων αλλά και των περιοχών που διοργανώνονται τα events και βοηθούν στο κλείσιμο συμφωνιών, τη δικτύωση, την ανάπτυξη σε επαγγελματική κλίμακα και στη βελτίωση της συνεργασίας και της καινοτομίας των ομάδων.

Η διαχείριση των εκδηλώσεων, παραδοσιακά, αναφέρεται ως δραστηριότητα μετά το μάρκετινγκ και περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες που αφορούν τον προγραμματισμό, την οργάνωση, τη στελέχωση, την ηγεσία και την αξιολόγηση μιας εκδήλωσης. Πρόκειται για ένα καθορισμένο σχέδιο που περιλαμβάνει τη δικτύωση ενός πακέτου πολυμέσων, επιτυγχάνοντας έτσι τους στόχους του πελάτη και δικαιολογώντας τις ανάγκες του για συμμετοχή σε εκδηλώσεις.

Είναι πολύ σημαντικό, κατά τη διοργάνωση μίας εκδήλωσης να είναι ξεκάθαρος ο λόγος που πραγματοποιείται η εκδήλωση καθώς επίσης, να αποσαφηνίζεται η ομάδα ενδιαφέροντος για την οποία προορίζεται η εκδήλωση αυτή. Οι διαχειριστές εκδηλώσεων πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι διαδικασίες διαχείρισης εκδηλώσεων καλύπτουν όλο το φάσμα των καταστάσεων έκτακτης ανάγκης όπως είναι οι κλιματολογικές συνθήκες. Οι διαδικασίες διαχείρισης εκδηλώσεων πρέπει επίσης να λειτουργούν με στόχο να βοηθούν το προσωπικό των εκδηλώσεων να κάνει αποτελεσματικά τη δουλειά του. Παρόλο που οι πιο σημαντικές διαδικασίες αφορούν την ασφάλεια, θα πρέπει να υπάρχουν και άλλες διαδικασίες που μειώνουν τους κινδύνους για την κερδοφορία της εκδήλωσης και τη φήμη του οργανισμού, όπως είναι το σερβίρισμα και η υγιεινή των τροφίμων, η συλλογή των απορριμάτων, ο περιορισμός πρόσβασης σε ορισμένους χώρους, η διαχείριση των ανταγωνιστών, οι κληρώσεις και οι έρανοι (Sukhpreet K., 2012).

Τα οφέλη από την ανάπτυξη και τη διοργάνωση μίας εκδήλωσης είναι πολλά και η σωστή διαχείριση μίας εκδήλωσης μπορεί να επιφέρει θετικά αποτελέσματα τόσο στους καταναλωτές όσο και στα μέλη που απαρτίζουν την επιχείρηση που αναλαμβάνει την διοργάνωση της εκδήλωσης. Με τη διοργάνωση μίας εκδήλωσης αναπτύσσονται πολλές δεξιότητες δικτύωσης, κατανοούνται και ανταλλάσσονται νέες ιδέες που επιχειρούνται στην αγορά, αποκτούνται δεξιότητες διαχείρισης και σχεδιασμού εκδηλώσεων από τους ανώτερους και τα μέλη του προσωπικού. Η εκπαίδευση και η πρακτική άσκηση στον σχεδιασμό εκδηλώσεων βοηθούν σε γενικότερο επίπεδο την ένταξη στο επιχειρηματικό περιβάλλον καθώς με αυτό το τρόπο, αναπτύσσεται επαφή με μεγάλες εταιρείες διαχείρισης εκδηλώσεων και κατ' επέκταση δημιουργούνται περισσότερες ευκαιρίες για εργασία. Είναι γεγονός, πως η κατάρτιση και η πρακτική άσκηση στον τομέα του σχεδιασμού εκδηλώσεων μπορεί να είναι ιδιαίτερα επωφελής μόνο όταν υπάρχει ενεργή συμμετοχή και θέληση για μάθηση για όσο το δυνατόν περισσότερες πτυχές στο τομέα αυτό (Sukhpreet K., 2012).

Έχουν διεξαχθεί αρκετές έρευνες για τα οικονομικά οφέλη που προσφέρει η διαχείριση εκδηλώσεων, αλλά λίγες μελέτες έχουν διεξαχθεί για την αξιολόγηση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων ειδικών γεγονότων σε μια τοποθεσία. Είναι σημαντικό να κατανοηθούν τόσο οι οικονομικές επιπτώσεις αυτών των γεγονότων αλλά και οι κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις (Rich et al., 2016). Υπάρχουν αρκετές περιβαλλοντικές επιπτώσεις που προκαλούνται από μία εκδήλωση σε όλα τα στάδια προετοιμασίας της εκδήλωσης, καθώς και στα στάδια κατά τη διάρκεια και ολοκλήρωσή της. Γενικά, υπερισχύει η άποψη ότι όσο μεγαλύτερο είναι το συμβάν, τόσο μεγαλύτερος είναι ο αρνητικός περιβαλλοντικός αντίκτυπος. Οι αποφάσεις που λαμβάνονται στο αρχικό στάδιο του σχεδιασμού μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά τους τύπους των περιβαλλοντικών επιπτώσεων που προκύπτουν από το γεγονός. Είναι απαραίτητο λοιπόν να διεξαχθεί μια βασική περιβαλλοντική αξιολόγηση κατά την προετοιμασία και ένα σχέδιο για την υλοποίηση της εκδήλωσης με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα (Rich et al., 2016).



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟ EVENT MANAGEMENT

## 1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ

Το event management (διαχείριση εκδηλώσεων) είναι η διαδικασία κατά την οποία σχεδιάζεται και φιλοξενείται μία ποικιλία δημόσιων και ιδιωτικών εκδηλώσεων για κοινωνικούς, ψυχαγωγικούς ή επαγγελματικούς σκοπούς. Ένα event μπορεί να είναι μεγάλης ή μικρής κλίμακας εκδηλώσεις και μπορεί να χαρακτηρίζονται ως συναυλίες, φεστιβάλ, επιχειρηματικά, βιομηχανικά και εκπαιδευτικά συνέδρια, εμπορικές εκθέσεις, πάρτι και συνεντεύξεις τύπου. Η διαχείριση μιας εκδήλωσης περιλαμβάνει την διαχείριση του έργου, την οργάνωση και την εκτέλεσή της. Οι άνθρωποι που ασχολούνται με την διαχείριση των εκδηλώσεων ακολουθούν τις οδηγίες που δίνουν οι πελάτες και το έργο πρέπει να ολοκληρωθεί σε συγκεκριμένο χρόνο και με συγκεκριμένο προϋπολογισμό (Howard, 2019).

Γενικά οι εκδηλώσεις είναι ένα χωροχρονικό φαινόμενο και το καθένα είναι μοναδικό λόγω των αλληλεπιδράσεων μεταξύ του περιβάλλοντος, των ανθρώπων και των συστημάτων διαχείρισης — συμπεριλαμβανομένων των στοιχείων σχεδιασμού και του προγράμματος. Μεγάλο μέρος της ελκυστικότητας των γεγονότων είναι ότι δεν είναι ποτέ τα ίδια και πρέπει να «είσαι εκεί» για να απολαύσεις πλήρως τη μοναδική εμπειρία. Επιπλέον, οι «εικονικές εκδηλώσεις», που μεταδίδονται μέσω διαφόρων μέσων, προσφέρουν επίσης κάτι ενδιαφέρον και αξία στους καταναλωτές και την τουριστική βιομηχανία. Η διαχείριση εκδηλώσεων είναι ο εφαρμοσμένος τομέας σπουδών και ο τομέας επαγγελματικής πρακτικής που αφιερώνεται στον σχεδιασμό, την παραγωγή και τη διαχείριση προγραμματισμένων εκδηλώσεων, που περιλαμβάνουν φεστιβάλ και άλλους εορτασμούς, ψυχαγωγία, αναψυχή, πολιτικές και κρατικές, επιστημονικές, αθλητικές και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, τον τομέα των επιχειρηματικών και εταιρικών υποθέσεων (συμπεριλαμβανομένων συναντήσεων, συνεδρίων και εκθέσεων) και εκείνων στον ιδιωτικό τομέα (συμπεριλαμβανομένων τελετουργιών όπως γάμοι και πάρτι, και κοινωνικές εκδηλώσεις για ομάδες συγγένειας) (Getz, 2008).

Ο αριθμός και η πολυπλοκότητα των εκδηλώσεων έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης συμβάλλουν στην προώθηση της βιομηχανίας

εκδηλώσεων, συμβάλλοντας στην αύξηση των αναγκών και του αριθμού των εταιρειών προγραμματισμού εκδηλώσεων. Μια κοινή πρόταση είναι οι εκδηλώσεις να αντιμετωπίζονται ως επιχειρήσεις. Για κάποιες εταιρείες η πραγματοποίηση τέτοιων εκδηλώσεων μπορεί να είναι μια ουσιαστική πτυχή της στρατηγικής μάρκετινγκ τους, καθώς μπορεί να βοηθήσει στην προώθηση μιας επωνυμίας και στην προώθηση των συμφερόντων μιας επιχείρησης. Οργανώσεις και θέσεις για επαγγελματικό προσωπικό για την ανάπτυξη, προώθηση και διαχείριση εκδηλώσεων έχουν δημιουργηθεί ως αποτέλεσμα της αυξανόμενης σημασίας τους. Οι εθελοντές συνεχίζουν να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην υλοποίηση εκδηλώσεων, αλλά όλο και περισσότεροι απαιτούνται για να υποβληθούν σε εκπαίδευση και να διευρύνουν τις δεξιότητές τους στη διαχείριση. Με αυτόν τον τρόπο προωθούν την συγκρότηση της ομάδας, τη βελτίωση των σχέσεων μεταξύ διαφορετικών τμημάτων και στην ενίσχυση της δικτύωσης μεταξύ των βιομηχανιών. Μέσω των εκδηλώσεων επίσης μπορούν να συγκεντρωθούν χρήματα για διάφορους λόγους και να δημιουργηθούν ευκαιρίες για τα άτομα που παρακολουθούν αυτές τις εκδηλώσεις να γνωρίσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του οργανισμού φιλοξενίας και μπορεί ακόμη και να μετατρέψουν τους συμμετέχοντες σε πιστούς πελάτες (Zehra, 2018).

## 1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η παλαιότερη αναφορά σε μεγάλες εκδηλώσεις χρονολογείται το 51 π.Χ. στην Αίγυπτο, κατά τη διάρκεια της βασιλείας της Κλεοπάτρα, η οποία ήταν φημισμένη για την δημιουργία περίτεχνων και πολυτελών συναντήσεων, κυρίως για την αναζήτηση εργατών. Η συνάντηση πραγματοποιήθηκε στον ποταμό Νείλο, συνοδευόμενη από ντυμένες υπηρέτριες, κεριά και ένα πολυτελές γεύμα. Ωστόσο, πριν από χιλιάδες χρόνια, αυτού του είδους οι συγκεντρώσεις καρποφόρησαν μόνο ως άμεσο αποτέλεσμα της θέσης και του πλούτου. Ως αποτέλεσμα, προσήλθαν πολλοί εργάτες, η οποίοι συνέβαλλαν στην ανάπτυξη και σε όλα τα γεγονότα της Κλεοπάτρας. Για την διοργάνωση και την ολοκλήρωση της εκδήλωσης χρειάστηκαν μήνες, καθώς η επικοινωνία κατά την εποχή των πυραμίδων ήταν και οι προσκλήσεις παραδίδονταν με πολύ αργούς ρυθμούς, από χέρι σε χέρι (Shemke, 2021).

Οι εκδηλώσεις έχουν τις ρίζες τους στην αρχαία ιστορία. Εκδηλώσεις και φεστιβάλ έχουν καταγραφεί κατά την περίοδο πριν από την πτώση της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας (476 μ.Χ.). Παραδοσιακά, ειδικές θρησκευτικές εκδηλώσεις πραγματοποιούνταν συγκεκριμένες ημέρες, όπως την ημέρα των Χριστουγέννων ή της Ανάστασης, ιδιαίτερα κατά το 17<sup>ο</sup> και 18<sup>ο</sup> αιώνα, ως έναν τρόπο ελέγχου του κοινού, από θρησκευτικούς ηγέτες και άρχοντες. Οι εκδηλώσεις είχαν συγκεκριμένες λειτουργίες μέσα στην κοινωνία με σκοπό τη συμμετοχή όλων στις τελετουργίες και τους εορτασμούς και την ισχυροποίηση της πολιτιστικής ταυτότητας και συνοχής της κοινωνίας. Επίσης, οι εκδηλώσεις έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην αντανάκλαση του πολιτισμού οποιουδήποτε έθνους και συνέβαλαν στην οικονομική τους ανάπτυξη (Raj et al., 2009).

Αργότερα με την περίοδο εκβιομηχάνισης, αναπτύχθηκε η ζήτηση και η ανάγκη για εκδηλώσεις και επεκτάθηκε και πέρα από τις βασιλικές οικογένειες. Καθώς η Βιομηχανική Επανάσταση αναπτύχθηκε, η επιχειρηματικότητα βελτιώθηκε οδηγώντας στην ανάγκη εμπορικών εκθέσεων, συναντήσεων και εταιρικών εκδηλώσεων. Με την εξέλιξη των εκδηλώσεων, η επιχειρηματικότητα αναπτύχθηκε εκθετικά, δίνοντας στα άτομα ευκαιρίες και λόγους να ταξιδέψουν, να συναντηθούν και να συνεργαστούν με άλλους. Επιπλέον, με την ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς, όπως τα τρένα, η εισέλευση στις εκδηλώσεις έγινε πιο εφικτή και επιθυμητή. Πέρα από τις επιχειρήσεις, τα πολιτικά κόμματα και άλλα κινήματα απογειώθηκαν επίσης, τα οποία έγιναν ένας ακόμη πρωταρχικός καταλύτης για εκδηλώσεις και συγκεντρώσεις. Ο συνδυασμός της Βιομηχανική Επανάσταση και της ανάπτυξης των επιχειρήσεων, τα μέσα μεταφοράς έδωσαν πολλές ευκαιρίες στις κοινωνίες να ευημερήσουν οικονομικά και να επενδύσουν περισσότερα χρήματα στον σχεδιασμό και στην εκτέλεση πετυχημένων και περισσότερων εκδηλώσεων. Αργότερα, τον 20ο αιώνα, η διαχείριση εκδηλώσεων αναγνωρίστηκε ως επάγγελμα αποκτώντας δημοτικότητα καθώς οι άνθρωποι επένδυσαν οικονομικά για τις υπηρεσίες που απαιτούσαν, είτε αυτές αφορούσαν τον προγραμματισμό γάμων, γιορτών, γκαλά, συνεδρίων ή συναντήσεων. Με την ανάπτυξη του διαδικτύου και την εξέλιξη της τεχνολογίας, η επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων έγινε πιο εύκολη, με αποτέλεσμα να επεκταθεί σε παγκόσμια κλίμακα. Η ανάπτυξη των κοινωνικών διαδικτυακών μέσων προχώρησε και εξέλιξε σε μεγάλο βαθμό την διαχείριση εκδηλώσεων από σχολικές και μαθητικές μέχρι συνέδρια και συναυλίες. Η συλλογή πληροφοριών μέσω των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν

πλέον στους προγραμματιστές εκδηλώσεων και συνεδρίων να συλλέγουν πληροφορίες για την δημιουργία εκδηλώσεων, ειδικά μέσω δημογραφικών στοιχείων βάσει τη δραστηριότητα, τα ενδιαφέροντα και τη δέσμευση των χρηστών. Τέλος, μέσω των ζωντανών, μεταδόσεων τα άτομα έχουν την δυνατότητα να παρακολουθούν και να συμμετέχουν στις διάφορες εκδηλώσεις μέσω των συσκευών τους από οποιαδήποτε μέρος βρίσκονται (Shemke, 2021).

### **1.3 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ**

Κατά τη δημιουργία και την ανάπτυξη εκδηλώσεων, θα πρέπει πάντα να λαμβάνονται υπόψη οι πέντε βασικές τεχνικές προώθησης. Αυτές περιλαμβάνουν τη διαφήμιση, τις δημόσιες σχέσεις, τις διασταυρούμενες προωθητικές ενέργειες, τις προωθητικές ενέργειες στο δρόμο και τα καλλιτεχνικά. Ορισμένες εκδηλώσεις χρησιμοποιούν μόνο μία από αυτές τις τεχνικές, άλλες μπορεί να τις χρησιμοποιούν όλες για να διασφαλίσουν ότι θα επιτευχθεί ο στόχος τους (Sukhpreet K., 2012).

#### *Διαφήμιση (Advertising)*

Η διαφήμιση περιλαμβάνει έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα, μέσα οδικής μεταφοράς, ειδική διαφήμιση (ημερολόγια, μπρελόκ, κούπες καφέ και άλλα προϊόντα προώθησης) καθώς επίσης και υπαίθρια μέσα (διαφημιστικές πινακίδες). Οι μεγαλύτερες εκδηλώσεις μπορεί να χρησιμοποιούν πολλούς από αυτούς τους πόρους μέσω ενήμερωσης, ενώ οι μικρότερες εκδηλώσεις μπορούν να στοχεύουν προσεκτικά το μήνυμά τους σε ένα ή δύο μέσα. Η έντυπη διαφήμιση πρέπει πρώτα να δοκιμάζεται σε μία μικρή κλίμακα διανομής για να εξεταστεί η αποτελεσματικότητά της και δεν περιορίζεται σε περιοδικά και εφημερίδες. Μπορεί να περιλαμβάνει καταλόγους μελών, ένθετα σε τοπικά εφημερίδες, φυλλάδια, αφίσες, ενημερωτικά δελτία της εκκλησίας και της συναγωγής.

Τα ηλεκτρονικά μέσα από την άλλη, περιλαμβάνουν το ραδιόφωνο, την τηλεόραση, το διαδίκτυο και κάθε μορφή διαφήμισης που περιλαμβάνει ηλεκτρονική παράδοση. Η ραδιοφωνική διαφήμιση χρησιμοποιείται συνήθως για να υπενθυμίσει στον ακροατή για την εκδήλωση, ενώ η τηλεόραση χρησιμοποιείται για να δημιουργήσει ενθουσιασμό. Το διαδίκτυο είναι ένα εξαιρετικό μέσο με το οποίο μπορούν να

προσεγγιστούν οι καταναλωτές υψηλών προδιαγραφών και όσοι ενδιαφέρονται για την επιστήμη, την τεχνολογία, και τα ταξίδια (Sukhpreet K., 2012).

#### Δημόσιες σχέσεις (Public relations)

Οι δημόσιες σχέσεις περιλαμβάνουν την ενημέρωση των μέσων μαζικής ενημέρωσης και της αγοράς-στόχου για την εκδήλωσή προκειμένου να εξασφαλιστεί η υποστήριξη των προγραμμάτων ενός οργανισμού. Οι δραστηριότητες δημοσίων σχέσεων για την εκδήλωσή μπορεί περιλαμβάνουν το σχεδιασμό, την εκτύπωση και τη διανομή πακέτων για τα μέσα ενημέρωσης, την παραγωγή ανακοινώσεων δημόσιας υπηρεσίας για το ραδιόφωνο και την τηλεόραση, την παραγωγή και διανομή δελτίων ειδήσεων ήχου και βίντεο, ή ακόμη και την παραγωγή εκδηλώσεων. Στην πραγματικότητα, σύμφωνα με πολλά επαγγέλματα δημοσίων σχέσεων, οι εκδηλώσεις αποτελούν το ταχύτερα αναπτυσσόμενο τμήμα της στρατηγικής δημοσίων σχέσεων. Το media kit είναι συνήθως ένας φάκελος τύπου παρουσίασης που περιέχει ένα ενημερωτικό δελτίο, αίτημα για ανακοίνωση κάλυψης, δελτία τύπου, ακόμη και μια ανακοίνωση δημόσιας υπηρεσίας (είτε γραπτή είτε ηχογραφημένο). Αυτό το kit διανέμεται αρκετά πριν από την εκδήλωση στα έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης. για να τα ενημερώσει για τις ευκαιρίες κάλυψης. Σε ορισμένες περιπτώσεις, ο ραδιοτηλεοπτικός φορέας μπορεί να παρέχει βοήθεια, ως περαιτέρω δημόσια υπηρεσία, στην παραγωγή αυτών των ανακοινώσεων (Sukhpreet K., 2012). .

#### Προώθηση (marketing)

Σκοπός των προωθητικών ενεργειών marketing είναι να διασφαλιστεί ότι κάθε απόφαση που λαμβάνεται παρέχει μεγαλύτερη αξία στο συνολικό αποτέλεσμα της εκδήλωσης. Για να επιτευχθεί αυτό, πρέπει να γίνεται προσεκτικός συνδυασμός των στόχων με τις στρατηγικές, να γίνονται δοκιμές όλων των ιδεών χρησιμοποιώντας ανατροφοδότηση από πραγματικούς καταναλωτές της εκδήλωσης και ίσως το πιο σημαντικό, να υπάρχει δημιουργικότητα και καινοτομία στην προώθηση του προϊόντος της εκδήλωσης με στόχο τη διαφοροποίησή του και την απόδοσή του ως μία μοναδική και πολύτιμη επένδυση.

#### Καλλιτεχνικά (Stunts)

Αφορά δραστηριότητες που σχεδιάζονται για να δημιουργήσουν κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης και την παρουσία θεατών για την προώθηση μιας συγκεκριμένης

εκδήλωσης ή σειράς εκδηλώσεων. Οι ραδιοφωνικοί σταθμοί συνεχίζουν βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στα καλλιτεχνικά τεχνάσματα και μπορεί να συνδέονται με φιλανθρωπικές προσπάθειες. Πριν ενσωματωθεί ένα καλλιτεχνικό τέχνασμα σε ένα πρόγραμμα μάρκετινγκ εκδηλώσεων, είναι σημαντικό να αναλυθεί πώς το ακροβατικό θα προωθήσει τους στόχους μάρκετινγκ και να προσδιοριστεί το σχετικό κόστος (Sukhpreet K., 2012).

### **1.3.1 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ**

Σε μία εκδήλωση, οι δραστηριότητες συνήθως ποικίλλουν ανάλογα με την κατηγορία της εκδήλωσης που διοργανώνεται. Ως εκ τούτου, η ακόλουθη λίστα έχει γενικό χαρακτήρα. Μόλις το μάρκετινγκ καταφέρει να μετατρέψει μια έρευνα σε μια επερχόμενη εκδήλωση, αρχίζει η πρακτική εργασία της διαχείρισης εκδηλώσεων. Η διαδοχική ροή του τρόπου με τον οποίο γίνεται η διαχείριση, δηλαδή ο σχεδιασμός, η οργάνωση, η στελέχωση κ.λπ. για μια εκδήλωση κατηγοριοποιείται σε τρεις ενότητες. Η πρώτη αφορά τις δραστηριότητες πριν από την εκδήλωση, η δεύτερη τις δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης και η τελευταία περιγράφει λεπτομερώς τις δραστηριότητες μετά την εκδήλωση. Αυτή η θεωρία αναφέρει ότι οι λειτουργίες της διοίκησης μπορούν να ταξινομηθούν στο σχεδιασμό, οργάνωση, τη στελέχωση, την ηγεσία και τον έλεγχο (Sukhpreet K., 2012).

#### Σχεδιασμός (Planning)

Η λειτουργία σχεδιασμού εμπλέκεται σε δραστηριότητες συντονισμού γεγονότων σε μικροεπίπεδο όπως ο σύνδεσμος που υπάρχει με τη δημιουργική ομάδα που συζητά, διευκολύνει και οργανώνει τις τεχνικές απαιτήσεις (ήχος, φως, σκηνές, σκηνικά).

#### Οργάνωση (Organizing)

Η οργάνωση στο πλαίσιο της διαχείρισης εκδηλώσεων περιλαμβάνει ουσιαστικά την περιγραφή των δραστηριοτήτων που απαιτούνται για μια εκδήλωση, τον προσδιορισμό των ατομικών και ομαδικών καθηκόντων και την κατανομή των αρμοδιοτήτων στους συντονιστές. Τέτοιες ασκήσεις βοηθούν στη δημιουργία μιας σκόπιμης δομής για τη σαφήνεια ως προς τους ρόλους και τις θέσεις.

### Στελέχωση (Staffing)

Οι λειτουργικές αρμοδιότητες σε μια δομή οργάνωσης καθορίζουν τις απαιτήσεις στελέχωσης για τη διαχείριση εκδηλώσεων. Η σημασία της δομής της ομάδας, της εμπειρίας και η εξειδίκευση των μελών της ομάδας διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη διαχείριση εκδηλώσεων.

### Καθοδήγηση και συντονισμός (Leading and coordination)

Το σύνολο και η ουσία των εκδηλώσεων στο σύνολό τους περιστρέφονται γύρω από τις προσωπικές δεξιότητες. Η ανάγκη επίτευξης σύμπραξης μεταξύ των επιμέρους προσπαθειών, έτσι ώστε η να επιτευχθεί ο στόχος της ομάδας είναι ο κύριος στόχος του συντονισμού. Οι συνολικοί συντονιστές πρέπει να είναι ηγέτες με φανταστικές κοινωνικές δεξιότητες. Οι ηγετικές ιδιότητες που επιθυμεί ένας υπεύθυνος εκδηλώσεων περιλαμβάνουν την ικανότητα να έχουν ενσυναίσθηση του περιβάλλοντος εργασίας τους.

### Έλεγχος (Controlling)

Πρόκειται για την αξιολόγηση και διόρθωση των αποκλίσεων στα σχέδια της εκδήλωσης για να διασφαλιστεί συμμόρφωση με τα αρχικά σχέδια. Η αξιολόγηση είναι μια δραστηριότητα που επιδιώκει να κατανοήσει και να μετρήσει το βαθμό στον οποίο μια εκδήλωση έχει πετύχει το σκοπό της. Ο σκοπός μιας εκδήλωσης διαφέρει σε σχέση με την κατηγορία και την παραλλαγή του γεγονότος (Sukhpreet K., 2012).

## **1.4 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ**

Οι εκδηλώσεις προσφέρουν μια μοναδική μορφή τουριστικής προσέλευσης, που κυμαίνεται σε κλίμακα από μικρά κοινοτικά φεστιβάλ, μέχρι τις διεθνείς εμπορικές εκθέσεις και μέχρι τις μεγαλύτερες παγκόσμιες αθλητικές εκδηλώσεις, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες και ο Κόσμος του Ποδοσφαίρου της FIFA Cup. Μία από τις βασικές διαφορές μεταξύ εκδηλώσεων και παραδοσιακών αξιοθέατων είναι η χρονική περίοδος κατά την οποία επηρεάζουν την κοινότητα ή την περιοχή υποδοχής. Οι εκδηλώσεις είναι βραχυπρόθεσμες εξ ορισμού, και συχνά διαρκούν μόνο μία ή δύο

ημέρες, αν και μερικές μεγαλύτερες εκδηλώσεις μπορεί να διαρκέσουν πολύ περισσότερο (π.χ. εβδομάδες για παράδειγμα το Kumbh mela στην Ινδία), ενώ τα αξιοθέατα τείνουν να προσελκύουν επισκέπτες εποχιακά ή για μεγάλο χρονικό διάστημα (Uttarakhand Open University, n.d.).

Όταν εξετάζουμε την κλίμακα και τον αντίκτυπο των εκδηλώσεων, αυτές εμπίπτουν σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες:

- Mega εκδηλώσεις,
- Hall mark εκδηλώσεις,
- Major εκδηλώσεις και
- Τοπικές (local) εκδηλώσεις.

Σύμφωνα με τον Getz (2005), τα mega-events είναι αυτά που αποδίδουν εξαιρετικά υψηλά επίπεδα τουρισμού, κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης, κύρος ή οικονομικό αντίκτυπο για την κοινότητα υποδοχής, τον τόπο ή την οργάνωση. Τέτοιες εκδηλώσεις έχουν τη δυνατότητα να λειτουργήσουν ως καταλύτες για την τοπική ανάπτυξη και να προσφέρουν μια σειρά από οικονομικά, κοινωνικο-πολιτιστικά, περιβαλλοντικά και άλλα οφέλη που σχετίζονται με την εικόνα, το branding και την επέκταση της οικονομίας.

Τα hallmark events ταυτίζονται τόσο με το πνεύμα και την ψυχή μιας κοινότητας υποδοχής που γίνονται συνώνυμα με το όνομα του του τόπου διεξαγωγής και αποκτούν ευρεία αναγνώριση και ευαισθητοποίηση. Τα hallmark events, έχουν ιδιαίτερη σημασία και ελκυστικότητα τόσο για τους συμμετέχοντες όσο και για τους επισκέπτες, προσελκύουν την προσοχή του κοινού, συμβάλλουν στην προβολή του προορισμού και διατηρούν και αναζωογονούν την παράδοση. Κλασικά παραδείγματα τέτοιων εκδηλώσεων είναι το Καρναβάλι στη Goa, η Ντουσέχρα του Kullu και το Φεστιβάλ χορού KhuajoroHo. Τα γεγονότα αυτά ταυτίζονται με την ουσία αυτών των τόπων και των πολιτών τους, και αποφέρουν τεράστια τουριστικά έσοδα καθώς και μια έντονη αίσθηση τοπικής υπερηφάνειας και διεθνούς αναγνώρισης (Uttarakhand Open University, n.d.).

Η major εκδήλωση είναι μια εκδήλωση μεγάλης κλίμακας, με έντονο δημόσιο ενδιαφέρον και κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης. Σημαντικές εκδηλώσεις προσελκύουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών και βοηθούν τους διοργανωτές να



επιτυγχάνουν καλά οικονομικά αποτελέσματα. Στην πράξη της διαχείρισης των εκδηλώσεων, αυτές οι εκδηλώσεις έχουν συχνά αθλητικό προσανατολισμό, με διεθνή φήμη και καθορισμένη δομή του ανταγωνισμού (παράδειγμα: Formula 1 Grand Prix) (Oklobdžija, 2015).

Μία τοπική εκδήλωση είναι μια εκδήλωση που στοχεύει κυρίως τοπικό κοινό και σκηνοθετείται κυρίως για κοινωνική και ψυχαγωγική αξία. Αυτές οι εκδηλώσεις συχνά παράγουν μια σειρά από οφέλη, συμπεριλαμβανομένης της πρόκλησης υπερηφάνειας στην κοινότητα και ενδυνάμωσης του αισθήματος του ανήκειν. Διάφορες τοπικές εκδηλώσεις για παράδειγμα στην Ινδία αποτελούν τα Lohrai και Baisakhi (Oklobdžija, 2015).

Οι βασικοί παράγοντες που καθορίζουν τις κατηγορίες στις οποίες εμπίπτει η κάθε εκδήλωση και κατ' επέκταση τον αντίκτυπό τους είναι το επίπεδο συμμετοχής, το κοινό/θεατές και η κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης και ο βαθμός που μια εκδήλωση δημιουργεί σημαντική διεθνή ζήτηση (Uttarakhand Open University, n.d.).

Ένας άλλος συνηθισμένος τρόπος ταξινόμησης των εκδηλώσεων είναι από τη μορφή ή το περιεχόμενό τους:

- Πολιτιστικές γιορτές
- Τέχνες και ψυχαγωγία
- Επιχειρήσεις και Εμπόριο
- Αθλητικοί αγώνες
- Αναψυχή
- Εκπαιδευτικό και Επιστημονικό
- Πολιτικό και πολιτειακό
- Ιδιωτικές εκδηλώσεις (Oklobdžija, 2015).

## **1.5 ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Σύμφωνα με τους Raj et al. (2009), το event management αποτελεί την ικανότητα και τον έλεγχο όλης της διαδικασίας, των ανθρώπων και του τόπου διεξαγωγής της εκδήλωσης.

Ο τομέας Event Management είναι μια νέα ταχέως αναπτυσσόμενη τάση που συνδέει τον τουρισμό, τις επιχειρήσεις και την αναψυχή. Παραδοσιακά, όλες οι εκδηλώσεις επικεντρώνονταν κυρίως στα οικονομικά οφέλη. Ωστόσο, οι σύγχρονες τάσεις αντανακλούν ένα ευρύτερο όραμα που βασίζεται σε βιώσιμα (κοινωνικά, πολιτιστικά, περιβαλλοντικά και οικονομικά) ζητήματα (Salama and Raffaelli, 2021).

Οι εκδηλώσεις αποτελούν σημαντικό κίνητρο του τουρισμού και κατέχουν εξέχουσα θέση στα σχέδια ανάπτυξης και μάρκετινγκ των περισσότερων προορισμών. Οι ρόλοι και οι επιπτώσεις των προγραμματισμένων εκδηλώσεων στον τουρισμό έχουν τεκμηριωθεί καλά και έχουν αυξανόμενη σημασία για την ανταγωνιστικότητα του προορισμού. Ωστόσο, μόλις πριν από μερικές δεκαετίες ο «τουρισμός εκδηλώσεων» καθιερώθηκε τόσο στην τουριστική βιομηχανία όσο και στην ερευνητική κοινότητα, έτσι ώστε η μετέπειτα ανάπτυξη αυτού του τομέα μπορεί να περιγράψει μόνο ως θεαματικός. Επίσης, το event management είναι ένας ταχέως αναπτυσσόμενος επαγγελματικός τομέας στον οποίο οι τουρίστες αποτελούν μια πιθανή αγορά για προγραμματισμένες εκδηλώσεις και η τουριστική βιομηχανία έχει γίνει ζωτικός παράγοντας στην επιτυχία και την ελκυστικότητά τους. Επίσης, οι εκδηλώσεις έχουν άλλους σημαντικούς ρόλους να παίξουν, από την οικοδόμηση κοινότητας έως την αστική ανανέωση, την πολιτιστική ανάπτυξη έως την ενίσχυση των εθνικών ταυτοτήτων (Getz, 2008).

Επίσης, η αθλητική δραστηριότητα έχει αυξήσει την τουριστική κινητικότητα μεταξύ των κοινωνιών σχεδόν παγκοσμίως, καθώς ο αθλητικός τουρισμός έχει αποκτήσει δημοτικότητα, ιδιαίτερα μέσω της συμμετοχής τουριστών σε αθλητικές εκδηλώσεις. Ο αθλητισμός εξελίσσεται συνεχώς διαδραματίζοντας σημαντικό κοινωνικό και πολιτιστικό ρόλο και έτσι ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται ως ένα φαινόμενο αντανακλώντας τις τρέχουσες ανάγκες και τον σύγχρονο τρόπο ζωής. Υπολογίζεται ότι το 25-30% της παγκόσμιας τουριστικής οικονομίας σχετίζονται με ταξίδια που συνδέουν τον αθλητισμό με αθλητικές εκδηλώσεις που αφορούν επαγγελματίες και ερασιτέχνες αθλητές καθώς και διαφορετικής κλίμακας δυσκολίας, παρουσιάζοντας συνεχώς διαφορετικούς κλάδους και ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. Επιπλέον, 21ο αιώνα οι πόλεις έγιναν υπεύθυνες για την οικονομική τους ανάπτυξη μέσω του μάρκετινγκ των αθλητικών εκδηλώσεων. Η δημοτικότητα των αθλητικών εκδηλώσεων μεταξύ των θαυμαστών και των αθλητών τους οδήγησε να διαδραματίσουν πρωταγωνιστικό ρόλο στο μάρκετινγκ και την προώθηση πόλεων, χωρών και

τουριστικών περιοχών. Ο αθλητισμός και ο τουρισμός έγιναν κύρια συστατικά της παγκόσμιας αναπτυσσόμενης βιομηχανίας ψυχαγωγίας, αφήνοντας το στίγμα τους τόσο στην υλική όσο και στην πτυχή των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Εκδηλώσεις όπως η εκδήλωση του Παγκοσμίου Πρωταθλήματος και οι Ολυμπιακοί Αγώνες, είναι εκδηλώσεις που προσφέρουν στον πολιτισμό, στην οικονομία αλλά και στην πολιτιστική εικόνα των εθνών, με αποτέλεσμα να αναπτύξουν τον τουρισμό. Οι σύγχρονες αθλητικές εκδηλώσεις αποτελούν σημαντικό μέρος του τουριστικού προϊόντος των πόλεων, καθώς η συμμετοχή των τουριστών στις εκδηλώσεις είναι το κύριο κίνητρο επίσκεψης για ένα συγκεκριμένο μέρος. Άλλοι τα αντιμετωπίζουν ως πρόσθετα αξιοθέατα, εμπλουτίζοντας την τουριστική προσφορά του οικισμού. Με αυτόν τον τρόπο, οι πόλεις ξεχωρίζουν από τον ανταγωνισμό αναπτύσσοντας το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα και οι αρχές τους δημιουργούν μια εικόνα ενός ενδιαφέροντος τόπου για επίσκεψη (Malchrowicz-Mosko & Poczta, 2018).

Τα φεστιβάλ μπορούν να διδάξουν τη σύγχρονη κοινωνία τις θετικές αξίες που απαιτούνται για την ενίσχυση των συλλογικών της κοινοτήτων καθώς αυτή ξεκινά το ταξίδι προς τη βιωσιμότητα. Ειδικά τα μουσικά φεστιβάλ έχουν έναν μοναδικό τρόπο να ξεσηκώνουν και να συνδέουν τις ψυχές των ανθρώπων. Ο Shahjahan (2004) υποστηρίζει ότι οι άνθρωποι χρειάζονται ισχυρότερα πνεύματα για να αποκτήσουν το θάρρος να μιλήσουν και να ενεργήσουν για τις αλήθειες κρίσιμων ζητημάτων όπως αυτά που αφορούν τη βιωσιμότητα, και «δεν μπορούμε να το επιτύχουμε κινητοποιώντας το μυαλό των ανθρώπων, αλλά μάλλον πρέπει να κινητοποιήσουμε τους εγκεφάλους τους. πνεύματα, τα σώματά τους και οι καρδιές τους» (σελ. 305). Η μουσική είχε ιστορικά τη δύναμη να διεγείρει τους ανθρώπους σε ένα πολύ βαθύ και ισχυρό επίπεδο, το οποίο είναι το είδος της αφύπνισης που είναι απαραίτητο για τους ανθρώπους γύρω από τις προκλήσεις της βιωσιμότητας.

Στα καλύτερά τους, τα μουσικά φεστιβάλ παρέχουν βαθιά θετικά οφέλη στην κοινωνία που αποτελούν αναπόσπαστο μέρος ενός βιώσιμου κόσμου. Μπορούν να αποτελέσουν σημαντικά πλεονεκτήματα για τη βιωσιμότητα με πέντε βασικούς τρόπους. Πρώτον, ένα πολύ δημοφιλές όφελος των μουσικών φεστιβάλ είναι η ικανότητά τους να υποστηρίζουν την οικονομική ανάπτυξη των κοινοτήτων υποδοχής. Αποφέρουν τεράστια έσοδα στις πόλεις υποδοχής, υποστηρίζουν την αστική ανανέωση και αυξάνουν τον τουρισμό, την παροχή θέσεων εργασίας και άλλα εμπορικά

αποτελέσματα (Dwyer, Mellor, Mistilis & Mules, 2000). Δεύτερον, τα μουσικά φεστιβάλ μπορούν να διατηρηθούν

και να ασκήσουν το κοινωνικό κεφάλαιο μιας πόλης ή περιοχής μέσω της συμμετοχής των πολιτών, του δημόσιου εορτασμού και της ανάπτυξης των κοινοτικών πόρων, της συνεργασίας και της συνοχής στην κοινότητα υποδοχής (Arcodia & Whitford, 2006). Επιπλέον, τα μουσικά φεστιβάλ παρείχαν ιστορικά σημαντική κοινωνική αξία ως χώροι πολιτικής επικοινωνίας, ανταλλαγής ιδεών και κοινωνικής αλλαγής (Sharpe, 2008). Τρίτον, έχουν μια μοναδική ικανότητα να χτίζουν κοινότητα, να υποστηρίζουν την αίσθηση του τόπου και της ταυτότητας μιας κοινότητας και να αναγεννούν αυθεντικές αξίες και εμπειρίες για τις κοινότητες υποδοχής (Karlsen & Brandstrom, 2008).

Οι μουσικές εκδηλώσεις έχουν μεγάλη σημασία τόσο για τον τουρισμό, όσο και για την ευαισθητοποίηση των κοινωνιών σε διάφορα θέματα. Μέσω των μουσικών εκδηλώσεων όπως οι συναυλίες και τα μουσικά φεστιβάλ, αναπτύσσονται επιτυχημένοι και καινοτόμοι τρόποι ενσωμάτωσης περιβαλλοντικής διαχείρισης και εκπαιδευτικών τεχνικών για την ευαισθητοποίηση και τον ακτιβισμό τόσο στους συμμετέχοντες στην εκδήλωση όσο και στις κοινότητες υποδοχής. Επίσης, με την είσοδο της ψηφιακής εποχής η μουσική βιομηχανία μεταμορφώνεται και επιτρέπει την πραγματοποίηση φεστιβάλ ζωντανής μουσικής με σκοπό την βελτίωση της μουσικής οικονομίας και την προώθηση διάφορων μουσικών και καλλιτεχνών. Επιπλέον, τα μουσικά φεστιβάλ αποτελούν ένα μέσο που χτίζει την ανθρώπινη σύνδεση και ενισχύει την αλληλεγγύη. Υποστηρίζεται γενικά η άποψη ότι ο σύγχρονος πολιτισμός, για να υπερασπιστεί τις προκλήσεις της βιωσιμότητας, πρέπει να μεταβεί σε έναν Ενσυναίσθητικό Πολιτισμό, μεταβαίνοντας από την ιδιοτέλεια, και την βιαιότητα των ανθρώπων στην φυσική ενσυναίσθηση και την κοινωνικότητα. Η μετάβαση σε αυτή την ενσυναίσθητη αφύπνιση απαιτεί την ανθρώπινη συντροφικότητα και την στοργή. Τα μουσικά φεστιβάλ συμβάλλουν στην ανάπτυξη αυτών των χαρακτηριστικών για την δημιουργία ενός πολιτισμού με ενσυναίσθηση. Τα μουσικά φεστιβάλ αποτελούν μια ανανεώσιμη δύναμη που βοηθάει τους ανθρώπους να θυμηθούν και να επαναφορτίσουν τη βασική τους ανθρωπιά και βοηθάει τις επιχειρήσεις, τις τέχνες και άλλους κλάδους να αναγνωρίζουν τη δύναμη των εκδηλώσεων στην ενίσχυση της ανανέωσης των κοινωνιών. Τέλος, μέσω της διαχείρισης των εκδηλώσεων οι άνθρωποι έχουν την δυνατότητα να βρίσκονται με πολλούς άλλους τύπους πολιτισμών,

προσωπικοτήτων και σταδίων ανάπτυξης. Με αυτόν τον τρόπο, οι εκδηλώσεις χτίζουν κοινότητες, υποστηρίζοντας την διαφορετικότητα, την ανεκτικότητα και θετικές αξίες όπως την βοήθεια και την συνεισφορά όντας μέρος της κοινότητας (Stettler, 2011).

Η σημαντικότητα της διαχείρισης των εκδηλώσεων εκδηλώθηκε και κατά την περίοδο της πανδημίας του Covid-19. Η πανδημία επηρέασε την υποστήριξη, τη διαχείριση και τη διακυβέρνηση των εκδηλώσεων στις δημοτικές (δηλαδή, τοπικές) αρχές ως βασικά ενδιαφερόμενα μέρη, ούτε για το πώς εμφανίστηκαν τα γεγονότα στο άνοιγμα των τοποθεσιών. Ο ρόλος και η αξία των εκδηλώσεων και των παραστάσεων μικρότερης κλίμακας, που εστίαζαν στις τέχνες στην ύπαιθρο, στην τοπική ανταπόκριση και ανάκαμψη από την πανδημία του κορωνοϊού ήταν πολύ σημαντικά. Με την είσοδο της πανδημίας παρατηρήθηκε ύφεση της οικονομίας αλλά και επιδείνωση της ψυχολογίας των ανθρώπων. Οι εκδηλώσεις και οι παραστάσεις σχετιζόμενες με τις τέχνες, λειτούργησαν ως δύναμη ανάκαμψης της οικονομίας σε τοπικό επίπεδο, και η συμβολή τους στην οικονομική αναζωογόνηση έπαιξε σημαντικό ρόλο στην αναβίωση της κοινωνικής και πολιτιστικής ζωής στις τοπικές κοινότητες, αλλά και στην εμπύχωση του κόσμου (Coles et al., 2022).

Είναι εμφανές λοιπόν, πως η ανάπτυξη και λειτουργία του επιχειρηματικού κλάδου των εκδηλώσεων συμβάλλει σημαντικά στην προώθηση του τουρισμού. Αξίζει παρ'όλα αυτά να σημειωθεί, πως η προώθηση του τουρισμού μέσω των εκδηλώσεων, πολλές φορές γίνεται με λάθος χειρισμό και μπορεί να επιφέρει αρνητικά αποτελέσματα. Όπως προαναφέρθηκε, η διαχείριση των εκδηλώσεων πολλές φορές βασίζει το μοντέλο ανάπτυξής της στα οικονομικά οφέλη που μπορεί να επιφέρει, μη λαμβάνοντας υπόψιν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που μπορεί να προκαλέσει. Επομένως, η έλλειψη περιβαλλοντικής συνείδησης τόσο από πλευράς διοργανωτών μίας εκδήλωσης, όσο και από πλευράς καταναλωτών, καθιστά την προώθηση του τουρισμού κατ' αυτό τον τρόπο, όχι και τόσο ιδανική.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΟΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

### 2.1 ΓΕΝΙΚΑ

Οι θετικές πτυχές των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των μεγάλων εκδηλώσεων σχετίζονται συχνά με τις νέες φυσικές υποδομές όπως στάδια, μεταφορές, υποδομές, χωρητικότητα αεροδρομίων και αναβαθμίσεις στις υπηρεσίες ύδρευσης και αποχέτευσης, που μπορεί να μην ήταν πολιτικά ή οικονομικά εφικτές χωρίς το γεγονός. Ωστόσο, οι μεγαλύτερες οικολογικές απειλές από οποιαδήποτε άλλη μορφή μαζικού τουρισμού, αναμφισβήτητα βρίσκονται στις υποδομές και διευθετήσεις μεταφοράς που απαιτούνται για την υποστήριξη του (όπως η φυσική ανάπτυξη θέρετρων, κατανάλωση καυσίμων από κτίρια, αεροσκάφη, τρένα, λεωφορεία, ταξί και αυτοκίνητα, υπερβολική χρήση υδάτινων πόρων, ρύπανση από εκπομπές οχημάτων, λυμάτων και απορριμμάτων), οι οποίες συσσωρεύονται σε σημαντικές, συχνά μη αναστρέψιμες, περιβαλλοντικές υποβαθμίσεις καθώς και κοινωνικές συνέπειες. Επιπλέον, τα mega-events παρέχουν ένα σκεπτικό για εξελίξεις αστικής ανάπτυξης «με συνοπτικές διαδικασίες» που διαφορετικά μπορεί να χρειαζόταν μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, δημιουργώντας έτσι ερωτήματα σχετικά με την πληρότητα της διαδικασίας αξιολόγησης περιβαλλοντικών επιπτώσεων (EIA- Environmental Impact Assessments), το επίπεδο της συμμετοχής του κοινού και της ανάγκης και της επιθυμίας για αυτές τις αλλαγές σε τοπικές εκλογικές περιφέρειες (Bob et al., 2010).

Πολλές δημόσιες και αστικές υπηρεσίες έχουν τα τελευταία χρόνια αναγνωρίσει ρητά την ανάγκη να ληφθούν υπόψη οι περιβαλλοντικές εξωτερικές επιπτώσεις ως συνέπεια των δραστηριοτήτων τους. Βασικές διεθνείς συμφωνίες, όπως για παράδειγμα μετά τις Συνόδους Κορυφής του Ρίο και του Κιότο, είχαν ως αποτέλεσμα εθνικές, περιφερειακές και τοπικές κυβερνήσεις (και οι υπηρεσίες τους) να ανακοινώνουν τις δεσμεύσεις τους για πιο περιβαλλοντικά βιώσιμους χειρισμούς (Collins et al., 2009).

## 2.2 ΟΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ

Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων είναι δύσκολο να εκτιμηθούν ποσοτικά, καθώς είναι πολύπλοκες και συχνά εμφανίζονται σε μεγάλες χρονικές περιόδους. Το ζήτημα της γενικής αξιολόγησης είναι ιδιαίτερα οξύ όσον αφορά σε μεγάλες εκδηλώσεις όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες και το Παγκόσμιο Κύπελλο της FIFA. Τα πρακτικά ζητήματα σημαίνουν ότι οποιεσδήποτε ποσοτικές τεχνικές που επιδιώκουν την αξιολόγηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων είναι πιθανό να έχουν μερικό πεδίο εφαρμογής. Τα στάδια της οργάνωσης, παράδοσης και ολοκλήρωσης των αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων έχουν αρκετές περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Για παράδειγμα, η χρήση της γης για την δημιουργία σταδίων ή οι εκπομπές που δημιουργούνται από τις μετακινήσεις των επισκεπτών προς και από τις εκδηλώσεις, είναι παράγοντες περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Κάποιες επιπτώσεις δεν είναι τόσο εμφανής και άμεσες, όπως για παράδειγμα, οι εκπομπές άνθρακα που μπορεί να παραχθούν από την παραγωγή των εμπορευμάτων. Μεγάλη σημασία έχει οι διαχειριστές εκδηλώσεων να είναι σε θέση να εκτιμήσουν τις διαφορετικές επιπτώσεις που μπορούν να έχουν οι εκδηλώσεις στο περιβάλλον και να βρουν τρόπους οργάνωσης πιο βιώσιμων εκδηλώσεων. Θέματα αειφόρου ανάπτυξης είναι επίσης ολοένα και πιο σημαντικά για πιθανούς χορηγούς, συμμετέχοντες και επισκέπτες εκδηλώσεων. Η προσεκτική εξέταση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων αποτελεί επίσης πυλώνα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και αντιπροσωπεύει ορθή στρατηγική διαχείριση. Η κατανόηση των παραγόντων των περιβαλλοντικών επιπτώσεων μπορεί επίσης να βοηθήσει τους οργανισμούς να είναι πιο αποδοτικοί ως προς το κόστος. Επιπλέον, η αποτελεσματική επικοινωνία των περιβαλλοντικών διαπιστευτηρίων μπορεί να επηρεάσει το επίπεδο και την ποιότητα της χορηγίας/χρηματοδότησης.

Το ISO 20121, το Διεθνές Πρότυπο για την Αειφόρο Διαχείριση Εκδηλώσεων αναπτύχθηκε για να βοηθήσει τη βιομηχανία εκδηλώσεων να θέσει την αειφορία πρώτη κατά τον σχεδιασμό και τη διοργάνωση εκδηλώσεων. Με βάση το Βρετανικό Πρότυπο BS 8901 (Προδιαγραφή για σύστημα διαχείρισης βιωσιμότητας για εκδηλώσεις), το ISO 20121 επιτρέπει στους διοργανωτές εκδηλώσεων και στις επιχειρήσεις να

προσδιορίσουν τις πιθανές επιπτώσεις μιας εκδήλωσης, πώς να μειώσουν τυχόν αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, τις κοινότητες και την τοπική οικονομία και αφήσει μια θετική κληρονομιά (Collins et al., 2009).

### 2.2.1 ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ

Η φιλοξενία μιας μεγάλης εκδήλωσης ασκεί σοβαρή πίεση στην αστική υποδομή και τις υπηρεσίες που σχετίζονται με τη μεταφορά, την κατανάλωση νερού ή την επεξεργασία απορριμμάτων και μπορεί να έχει σημαντικές συνέπειες. Τα έργα υποδομής και η παρουσία μεγάλου αριθμού τουριστών και θεατών θα προκαλέσουν σημαντική αύξηση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης. Συνολικά, μέτρα μετριασμού για αυτές τις πιθανές αρνητικές συνέπειες πρέπει να σχεδιαστούν και να εφαρμοστούν προκειμένου να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα της εκδήλωσης (Borchers et al., 2011). Σύμφωνα με αναφορές, οι μετακινήσεις προς και από μια εκδήλωση αντιπροσωπεύουν περίπου το 70%-90% των συνολικών εκπομπών άνθρακα στα πλαίσια των περιβαλλοντικών επιπτώσεων μιας εκδήλωσης. Ο μέσος συμμετέχων στην εκδήλωση έχει αντίκτυπο περίπου 400 λίβρες CO<sub>2</sub> την ημέρα, αλλά μπορεί να φτάσει έως και 2.000 λίβρες όταν απαιτούνται εκτεταμένα ταξίδια. Στις μετακινήσεις περιλαμβάνονται τόσο οι πτήσεις, όσο και τα υπόλοιπα μέσα μεταφοράς όπως λεωφορεία, τρένα, αυτοκίνητα κλπ. Επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής επιφέρουν και οι εκπομπές του άνθρακα που προκύπτουν από το μέγεθος των απορριμμάτων. Για παράδειγμα, ένας τυπικός συμμετέχων σε εθνικό συνέδριο παράγει περισσότερα από 1,89 κιλά απορριμμάτων την ημέρα, τα περισσότερα από τα οποία καταλήγουν σε χωματερή. Τα απορρίμματα αποτελούνται από την κατανάλωση φαγητού, την χρήση έντυπου υλικού μάρκετινγκ, πλαστικά, από κατασκευές που πραγματοποιήθηκαν για την εκδήλωση και άλλα. Για τον λόγο αυτό, οι διοργανωτές εκδηλώσεων πρέπει να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα των απορριμμάτων, και ιδίως των πλαστικών απορριμμάτων, που αποτελεί συνήθως το πρώτο βήμα για την κλιματική αλλαγή. Για παράδειγμα, η Gina Broel, διοργανώτρια εκδηλώσεων για τη Microsoft, έχει καθιερώσει τη βιωσιμότητα ως μια μακροπρόθεσμη πρωτοβουλία για την εταιρεία, εξαλείφοντας τα πλαστικά μπουκάλια νερού στις εκδηλώσεις τους, και με αυτόν τον τρόπο κατάφεραν να έχουν θετικό περιβαλλοντικό αντίκτυπο και να εξοικονομήσουν 600.000 \$ ετησίως (Duplin, 2022).



Παρόλο που πρωτοβουλίες όπως η εξάλειψη των πλαστικών μπουκαλιών νερού και η στρόφη σε βιοδιασπώμενα σκεύη και χαρτοπετσέτες είναι εξαιρετικές, συχνά θεωρείται ως ο χαμηλός καρπός της βιωσιμότητας και οι οργανισμοί μερικές φορές ελέγχονται για τον ισχυρισμό ότι αυτές οι πρωτοβουλίες δεν επαρκούν για την καταπολέμηση του σοβαρού αντίκτυπου των γεγονότων στην κλιματική αλλαγή. Εξάλλου, τα απόβλητα θα αντιπροσωπεύουν μόνο το 10-30% του συνολικού αντίκτυπου του διοξειδίου του άνθρακα. Οι οργανισμοί πρέπει να επικεντρωθούν σε μια ολιστική προσέγγιση για τη βιωσιμότητα και να εξετάσουν όλες τις πτυχές που συμβάλλουν στις εκπομπές άνθρακα (Duplin, 2022).

### 2.2.2 ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΠΟΡΩΝ

Το «διατροφικό αποτύπωμα» μιας πόλης έχει σημαντικές επιπτώσεις στα πράσινα διαπιστευτήριά της, ειδικά αν λάβει κανείς υπόψη τη χρήση ενέργειας που παράγεται από τη μεταφορά τροφίμων από απομακρυσμένες τοποθεσίες σε αστικές αγορές. Για παράδειγμα, η προμήθεια τροφίμων στις ευρωπαϊκές πόλεις αντιπροσωπεύουν περίπου το 30% του συνολικού οικολογικού τους αποτυπώματος. Περίπου το 15-20% των τροφίμων παγκοσμίως παράγεται σε αστικές περιοχές, με τις καλλιέργειες και τα ζωικά προϊόντα να αντιπροσωπεύουν συχνά σημαντικό μέρος της ετήσιας αστικής απαίτησης τροφίμων. Η παραγωγή τροφίμων αποτελεί σχεδόν το 30% του συνόλου των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, με το 15% περίπου να προέρχεται από την παραγωγή κρέατος και γαλακτοκομικών προϊόντων (Borchers et al., 2011).

Η κατανάλωση ενέργειας από την ανάπτυξη και τη λειτουργία των εκδηλώσεων, μπορεί να αφορά την ενέργεια που χρησιμοποιείται στην κατασκευή των εγκαταστάσεων, την ενέργεια από τα ταξίδια των επισκεπτών ή την ενέργεια που χρησιμοποιείται κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης. Το κρίσιμο εδώ είναι ότι ένα ποσοστό αυτής της ενέργειας αναπτύσσεται μέσω της χρήσης ορυκτών καυσίμων, δηλαδή βενζίνης και ντίζελ στα αυτοκίνητα ή άνθρακα και αερίου που καίγονται σε σταθμούς παραγωγής ενέργειας. Σε ένα επίπεδο τα ορυκτά καύσιμα είναι ένας σπάνιος και φθίνων πόρος που πρέπει να χρησιμοποιείται προσεκτικά. Αυτοί οι πόροι συνδέονται συνήθως με μακροπρόθεσμα αυξανόμενα κόστη σε πραγματικούς όρους. Σε άλλο επίπεδο, η χρήση ορυκτών καυσίμων δημιουργεί επιβλαβείς εκπομπές και έχει συνδεθεί με τις διαδικασίες κλιματικής αλλαγής. Επομένως, είναι ενδιαφέρον για τους

διαχειριστές εκδηλώσεων να κατανοήσουν τις διαδικασίες μέσω των οποίων τα γεγονότα χρησιμοποιούν την ενέργεια τόσο άμεσα όσο και έμμεσα (Duplin, 2022).

### 2.2.3 ΗΧΟΡΥΠΑΝΣΗ

Ως ηχορύπανση θεωρείται κάθε ανεπιθύμητος ήχος που επηρεάζει την υγεία και την ευημερία όχι μόνο των ανθρώπων αλλά και άλλων οργανισμών. Η μονάδα μέτρησης του ήχου είναι τα ντεσιμπέλ και οι ήχοι που ξεπερνούν τα 85 ντεσιμπέλ μπορούν να δημιουργήσουν επιβλαβείς επιπτώσεις στην ακοή ενός ατόμου. Οι ήχοι που ξεπερνούν αυτό το όριο προέρχονται συνήθως από τρένα (90 έως 115 ντεσιμπέλ) και από μουσικές εκδηλώσεις, όπως δυνατές ροκ συναυλίες (110 έως 120 ντεσιμπέλ). Η ηχορύπανση επηρεάζει εκατομμύρια ανθρώπους σε καθημερινή βάση, με το πιο κοινό πρόβλημα υγείας που προκαλεί να είναι η απώλεια ακοής. Η έκθεση σε δυνατό θόρυβο μπορεί επίσης να προκαλέσει υψηλή αρτηριακή πίεση, καρδιακές παθήσεις, διαταραχές ύπνου, δυσλειτουργίες στη μνήμη και άγχος. Η ηχορύπανση επηρεάζει επίσης την υγεία και την ευημερία της πανίδας, καθώς τα ζώα χρησιμοποιούν τον ήχο για διάφορους λόγους, συμπεριλαμβανομένης της πλοήγησης, της εύρεσης τροφής, της προσέλκυσης συντρόφων και της αποφυγής των αρπακτικών. Η ηχορύπανση δυσκολεύει την ολοκλήρωση αυτών των εργασιών, γεγονός που επηρεάζει την ικανότητά τους να επιβιώσουν (Brown, 2022).

Το κοινό απολαμβάνει να παρακολουθεί ζωντανές εκδηλώσεις για πολλούς αιώνες, αν και σχετικά πρόσφατα (τον περασμένο αιώνα περίπου), αυτά τα γεγονότα έχουν συμπεριλάβει ηλεκτρονικά-ενισχυμένο ήχο (σε αντίθεση με τον φυσικά ενισχυμένο ήχο). Με τις συνεχώς αυξανόμενες δυνατότητες των συστημάτων ενίσχυσης ήχου όσον αφορά την ισχύ, την αποτελεσματικότητα και το εύρος ζώνης, το κοινό έχει υποβληθεί σε ολοένα και μεγαλύτερα επίπεδα ηχητικής πίεσης (σε μεγαλύτερα εύρη ζώνης), τα οποία κατά συνέπεια δημιουργούν κινδύνους για την υγεία και την ασφάλεια των συμμετεχόντων στην εκδήλωση (AES, 2020).

Κατά τη διάρκεια μιας ζωντανής εκδήλωσης παράγονται υψηλά επίπεδα θορύβου, η διαχείριση των οποίων πρέπει να προβλέπεται και να διεξάγεται από επαγγελματίες μηχανικούς ήχου. Ο στόχος της διαχείρισης θορύβου ζωντανών εκδηλώσεων είναι η διατήρηση της υψηλής ποιότητας ήχου χωρίς να τίθεται σε κίνδυνο η συμμόρφωση με

τους νόμους και τους κανονισμούς σχετικά με τα εξωτερικά όρια θορύβου. Η διατήρηση της ικανοποίησης του κοινού είναι επίσης σημαντική.

### **2.3 ΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ-ΠΡΟΓΕΝΕΣΤΕΡΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ**

Όπως όλες οι ανθρώπινες δραστηριότητες, έτσι και οι εκδηλώσεις μπορούν να προκαλέσουν σημαντικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις, εκτός εάν οι περιβαλλοντικοί πόροι τυγχάνουν καλής διαχείρισης και παρακολούθησης. Ως εκ τούτου, γίνεται όλο και πιο σημαντικό να αναπτύσσονται μοντέλα που μπορούν να μετρήσουν την περιβαλλοντική τους βιωσιμότητα.

Η έρευνα του Boggia και των συνεργατών του το 2018, παρουσίασε μια καινοτόμο διαδικασία αξιολόγησης για τη μέτρηση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας των εκδηλώσεων, βασισμένη σε έναν δείκτη βιωσιμότητας, τον METER (Measuring Events Through Environmental Research). Ο δείκτης METER χρησιμοποιεί εννέα κύριες επιχειρησιακές κατηγορίες, χωρισμένες σε υποκατηγορίες και αναλυτικά στοιχεία, καλύπτοντας πτυχές της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας μιας εκδήλωσης, και αξιολογώντας όλα τα στάδιά της, όπως τον σχεδιασμό, την οργάνωση, την υλοποίηση και το τέλος της εκδήλωσης. Ο δείκτης είναι αρκετά αναλυτικός και επομένως είναι σε θέση να αντιπροσωπεύει τις πολυάριθμες πτυχές που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στην περιβαλλοντική αξιολόγηση ενός γεγονότος, και υλοποιείται μέσω διαδικτυακής πλατφόρμας βασισμένος σε μια συμμετοχική προσέγγιση. Τα αποτελέσματα της έρευνας αφορούν ένα Ευρωπαϊκό Ανοιχτάτο Σχολείο που πραγματοποιήθηκε στην Ιταλία το 2014, στο οποίο η εφαρμογή του METER έδειξε βαθμολογία αξιολόγησης βιωσιμότητας 638 βαθμών στα 1000, με εξαιρετική διαχείριση απορριμμάτων, τροφοδοσία, πτυχές εσωτερικών ταξιδιών και συμμετοχής. Πιο συγκεκριμένα, η διαχείριση απορριμμάτων, η εστίαση, τα εσωτερικά ταξίδια και η συμμετοχική προσέγγιση βαθμολογήθηκαν με 22%, 18%, 13% και 12% αντίστοιχα, καλύπτοντας περισσότερο από το μισό του δείκτη και υποδηλώνοντας άριστη διαχείριση αυτών των πτυχών. Από την άλλη, τα υλικά, τα διαφημιστικά δώρα και η ενέργεια δεν είχαν υψηλές βαθμολογίες, αν και εξακολουθούσαν να έχουν μέσο όρο βαθμολογίας. Οι υδάτινοι πόροι και η τοποθεσία συνέβαλαν το λιγότερο στη βιωσιμότητα των εκδηλώσεων με μόνο 2% στο συνολικό δείκτη. Αυτό οφειλόταν επίσης στη χαμηλή

συνεισφορά αυτής της κατηγορίας, πράγμα που σημαίνει ότι, παρά το γεγονός ότι συνδέεται με την τοποθεσία, πολλές άμεσες και έμμεσες επιπτώσεις, όπως η κατανάλωση ενέργειας και νερού κ.λπ., ελήφθησαν υπόψη σε άλλες συγκεκριμένες κατηγορίες (Boggia et al., 2018).

Η έρευνα των Andrea Collins & Crispin Cooper προσπάθησε να αξιολογήσει τη συμβολή του Οικολογικού Αποτυπώματος ως μέθοδος για την εκτίμηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του Φεστιβάλ Λογοτεχνίας και Τεχνών Hay 2012 στην Ουαλία το 2012. Ανταποκρίνεται στις εκκλήσεις για πιο αυστηρές μεθόδους αξιολόγησης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των φεστιβάλ και συμβάλλει στην παροχή στους διοργανωτές και στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής μιας πιο ισορροπημένης αξιολόγησης των αποτελεσμάτων τους. Η ανάλυση έδειξε ότι τα φεστιβάλ έχουν σημαντικές απαιτήσεις σε πόρους και περιβαλλοντικές επιπτώσεις, και πιο συγκεκριμένα τα ταξίδια επισκεπτών. Αυτές οι επιπτώσεις είναι συγκρίσιμες με μεγάλα αθλητικά γεγονότα. Το οικολογικό αποτύπωμα αξιολογεί τον αντίκτυπο της κατανάλωσης από την οπτική γωνία των καταναλωτών και τα αποτελέσματα του μπορεί να κοινοποιηθεί στους επισκέπτες του φεστιβάλ για να μπορέσουν να εκτιμήσουν τη σχέση μεταξύ των καταναλωτικών τους δραστηριοτήτων και των παγκόσμιων περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Βάσει της ανάλυσης των δραστηριοτήτων φυσικής κατανάλωσης των επισκεπτών στο φεστιβάλ (ταξίδια, κατανάλωση φαγητού και ενέργεια), το συνολικό Οικολογικό Αποτύπωμα υπολογίστηκε σε 3300 gha και ανά ημέρα επισκέπτη, σε 0,011 gha. Γενικά, το Οικολογικό Αποτύπωμα για έναν μέσο επισκέπτη ήταν περίπου 1,8 φορές μεγαλύτερο από ότι αν είχε μείνει στο σπίτι. Ο κύριος λόγος για το μεγαλύτερο Οικολογικό Αποτύπωμα των επισκεπτών ήταν ότι παρακολουθώντας το φεστιβάλ, ασχολούνταν με διαφορετικά πρότυπα κατανάλωσης, τα οποία με τη σειρά τους δημιούργησαν μεγαλύτερο αποτύπωμα, ενώ ταξίδια των επισκεπτών είχαν τον πιο σημαντικό αντίκτυπο, αντιπροσωπεύοντας το 61% του οικολογικού αποτυπώματος (Collins & Cooper, 2017).

Η έρευνα της Menezes και των συνεργατών της το 2020, είχε στόχο τη δημιουργία ενός μοντέλου προσαρμοσμένου από το ServQual για να αξιολογήσει την ποιότητα και την περιβαλλοντική βιωσιμότητα των εκδηλώσεων. Με βάση μια προσέγγιση δράσης-έρευνας, κατασκευάστηκε ένα μοντέλο που αναπτύχθηκε και εφαρμόστηκε σε μικρές εκδηλώσεις σε μία περιοχή της Βραζιλίας. Το αποτέλεσμα αυτής της έρευνας, επέτρεψε τη μέτρηση της ποιότητας της εκδήλωσης, μέσα από τις προσδοκίες και τις αντιλήψεις

των επισκεπτών. Αυτή η προσαρμογή του μοντέλου εισήγαγε νέα διαχειριστική ανάλυση και θεωρήθηκε σχετική από τους διαχειριστές εκδηλώσεων. Η κλίμακα ServQual εκτελείται σε δύο στάδια, όπου στο πρώτο στάδιο, μετρήθηκαν οι προσδοκίες των επισκεπτών για την εκδήλωση και στο δεύτερο στάδιο, μετρήθηκαν οι αντιλήψεις των επισκεπτών για την απόδοση της εκδήλωσης. Οι αξιολογήσεις, πραγματοποιήθηκαν μέσω της εφαρμογής ερωτηματολογίων με τη χρήση της κλίμακας Likert των 7 βαθμών, με την τιμή 1 για 'Διαφωνώ Απόλυτα' και την τιμή 7 για 'Συμφωνώ Απόλυτα'. Τα αποτελέσματα για την Περιβαλλοντική Αειφορία, έδειξαν τρία αρνητικά σημεία, που περιελάμβαναν την ανησυχία για τα απόβλητα, την σύναψη συμβάσεων με προμηθευτές και την βιώσιμη επικοινωνία. Θέματα που σχετίζονται με το νερό και την ενέργεια θεωρήθηκαν θετικά, αλλά οι προσδοκίες των συμμετεχόντων σχετικά με τη μείωση των εκπομπών CO<sub>2</sub> ήταν πολύ χαμηλές (Menezes et al., 2020).

Έχουν πραγματοποιηθεί και άλλες έρευνες για την βιωσιμότητα των εκδηλώσεων όπως η έρευνα του Negrușu και των συνεργατών του, όπου μελετήθηκε το αντίκτυπο της εκδήλωσης σε μια περιοχή. Στην έρευνά εξετάστηκαν οι οικονομικές, κοινωνικοπολιτιστικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Τρανσυλβανίας, θεωρώντας ότι η ανάπτυξη της εκδήλωσης είχε αναμφισβήτητα και σημαντικά αποτελέσματα στην πόλη. Τα αποτελέσματα για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις έδειξαν ότι οι δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε ένα δομημένο περιβάλλον δημιουργούν λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις σε σύγκριση με αυτές σε ένα φυσικό περιβάλλον. Επίσης, μέσω των διοργανωτών οι κύριες περιβαλλοντικές επιπτώσεις αφορούσαν την ευαισθητοποίηση για περιβαλλοντικά θέματα την μακροπρόθεσμη διατήρηση της εν λόγω περιοχής, η κυκλοφοριακή συμφόρηση που προέκυπτε ως αποτέλεσμα του κλεισίματος των δρόμων για προβολές ανοιχτού αέρα, η ηχορύπανση, η πρόσθετη κατανάλωση ενέργειας λόγω του μεγαλύτερου αριθμού προβολών ταινιών στις αίθουσες και η πρόσθετη κατανάλωση δημόσιων υπηρεσιών, όπως ο καθαρισμός και η ασφάλεια. Από τις αντιλήψεις των συμμετεχόντων, φάνηκε ότι προβληματίζονται περισσότερο για τη καταστροφή τουριστικών αξιοθέατων, την αύξηση της ρύπανσης και την δημιουργία απορριμμάτων (Negrușu et al., 2016).

## 2.4 ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Ο όρος «βιωσιμότητα» αναφέρεται σε μια μεθοδολογία για τη μεγιστοποίηση της ζωής των κοινωνικών και φυσικών συστημάτων, επιτυγχάνοντας έτσι ισορροπία ή σταθερότητα, στην οποία η κατανάλωση και η ανανέωση των πόρων εξισορροπούνται με τέτοιο τρόπο ώστε οι συνθήκες ανθρώπινης επιβίωσης να μπορούν να διατηρηθούν επ' αόριστον και να χαρακτηρίσουν τους ρυθμούς με τους οποίους οι ανανεώσιμοι πόροι μπορούν να ληφθούν ή να καταστραφούν χωρίς να τεθεί σε κίνδυνο η οικολογική ακεραιότητα (Vos, 2007).

Για να είναι βιώσιμες οι εκδηλώσεις πρέπει να αντιμετωπίζουν τις τρεις πτυχές που περιλαμβάνουν περιβαλλοντικά, οικονομικά και κοινωνικά ζητήματα (Holmes et al., 2015):

### Περιβαλλοντικά Ζητήματα

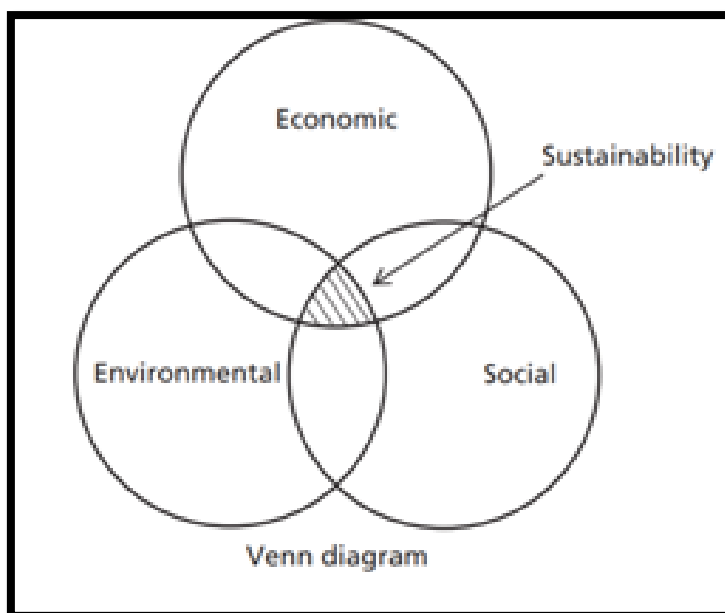
Ο σχεδιασμός και η λειτουργία των εκδηλώσεων εστιάζει στη διατήρηση των φυσικών πόρων με την ελαχιστοποίηση της ρύπανσης και άλλων αρνητικών επιπτώσεων, ενεργά εργάζεται για τη διατήρηση του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος όπου πραγματοποιείται η εκδήλωση αλλά και σε ευρύτερη κλίμακα.

### Οικονομικά Ζητήματα

Ανάλογα με το μέγεθος και την κλίμακα, η ίδια η εκδήλωση είναι οικονομικά βιώσιμη και συμβάλλει στην ανάπτυξη βιώσιμων επιχειρήσεων στην περιοχή στην οποία πραγματοποιείται και επιπλέον, πυροδοτεί συναφή οικονομική δραστηριότητα που μπορεί να διατηρηθεί και μακροπρόθεσμα.

### Κοινωνικά Ζητήματα

Η εκδήλωση βασίζεται σε κοινωνικά ηθικές και δίκαιες αρχές, όπως η απασχόληση με ίσες ευκαιρίες και οι εύλογες συνθήκες εργασίας με απουσία εκμετάλλευσης. Οι εκδηλώσεις μπορούν επίσης να συμβάλλουν στη διατήρηση και ενίσχυση των τοπικών κοινοτήτων μέσω της τοπικής απασχόλησης και της προώθησης πτυχών όπως η κοινωνική και πολιτιστική υπερηφάνεια, η διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και η ενίσχυση κοινοτικών δικτύων (Holmes et al., 2015).



Σχήμα 1. Διάγραμμα που εκπροσωπεί το σενάριο της βιωσιμότητας. Source: (Holmes et al., 2015)

Επομένως, υπάρχουν τρεις διαφορετικές διαστάσεις της βιωσιμότητας, η φυσική, η κοινωνική και η οικονομική βιωσιμότητα. Η φυσική βιωσιμότητα αναφέρεται στη μέγιστη μακροχρόνια χρήση ενός φυσικού πόρου ως προμήθεια πρώτων υλών και ενέργειας, καθώς και στη δυνατότητα χρήσης ή καταστροφής των αποβλήτων και εκμετάλλευσης των ζωντανών οργανισμών. Τα ατομικά δικαιώματα, οι περιορισμοί και οι ευθύνες για την κοινωνική βιωσιμότητα ορίζονται από την εγγενή σταθερότητα μιας κοινωνικής οργάνωσης και των συστατικών της, καθώς και τα ελάχιστα κριτήρια για την αντοχή του συστήματος στις ταλαντώσεις του συστήματος. Καθορίζει τις ουσιαστικές κλίσεις και τις κινητήριες δυνάμεις για σταθερότητα της κοινωνίας, διατηρώντας παράλληλα την ατομική ακεραιότητα. Σε όρους απόλυτης αξίας, η Οικονομική βιωσιμότητα προκύπτει από τις έννοιες της ισορροπίας μάζας και της οικονομικής ανατροφοδότησης. Ολική βιωσιμότητα είναι η τομή αυτών των τριών κατηγοριών βιωσιμότητας. Αυτή η περιοχή της πλήρους βιωσιμότητας αντιπροσωπεύεται από έναν κοινόχρηστο χώρο που υποδηλώνει μεγαλύτερη ευελιξία επιλογών, αποκτώντας όσο το δυνατόν περισσότερο κοινό έδαφος για τη μεγιστοποίηση της βιωσιμότητας (Sverdrup & Svensson, 2002).

Γίνεται εύκολα αντιληπτό, πως η ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού μοντέλου βασισμένο στην βιωσιμότητα στοχεύει σε μία κοινωνία με επίκεντρο τα ηθικά και δίκαια ιδανικά,

των ίσων ευκαιριών και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, τη διατήρηση και ενίσχυση των τοπικών κοινοτήτων και των συστημάτων κοινωνικής υποστήριξής τους.

#### 2.4.1 TO ΜΕΛΛΟΝ ΤΩΝ GREEN EVENTS

Οι έννοιες της "αειφορίας" και της "βιώσιμης ανάπτυξης" είναι ευρέως γνωστές από ένα αυξανόμενο αριθμό ανθρώπων και χρησιμοποιούνται ως εμπορικά σήματα στα μέσα ενημέρωσης και στο μάρκετινγκ, μαζί με λέξεις-κλειδιά και ιδέες όπως "κλιματική αλλαγή" και "αποτύπωμα άνθρακα", και οι καταναλωτές δίνουν προσοχή. Αυτές οι ιδέες λειτουργούν ως πράσινα αγκίστρια, τραβώντας τα πλήθη προς την πράσινη πλευρά και κάνοντας το κοινό να σκέφτεται τις προκλήσεις της βιωσιμότητας, και καθιστούν το έργο του συντονισμού των εκδηλώσεων με τη βιωσιμότητα απλούστερο με την εμπλοκή ενός κοινού που έχει ήδη συμφωνήσει με την ιδέα (Jones, as cited in Oliveira, 2010).

Τα γεγονότα δείχνουν πως όλες οι ανθρώπινες δραστηριότητες μπορούν να επιβαρύνουν σε τεράστιο βαθμό τους φυσικούς πόρους εάν δεν διαχειρίζονται και παρακολουθούνται επαρκώς. Ο αριθμός των εκδηλώσεων αυξάνεται, τόσο όσον αφορά τον συνολικό αριθμό των εκδηλώσεων όσο και τον αριθμό των ατόμων που τις παρακολουθούν. Λόγω του τεράστιου μεγέθους αυτής της παγκόσμιας επιχείρησης εκδηλώσεων και των επί εκατομμυρίων ανθρώπων που παρακολουθούν εκδηλώσεις κάθε χρόνο, ο κλάδος και όλοι όσοι διοργανώνουν τεράστιες δημόσιες συγκεντρώσεις έχουν την ευθύνη να διασφαλίσουν τη βιώσιμη διαχείριση των εκδηλώσεων (Boggia et al., 2018).

Παρά τις λίγες πληροφορίες που είναι διαθέσιμες για τον τομέα των βιώσιμων εκδηλώσεων, η ευαισθητοποίηση άρχισε να αυξάνεται σημαντικά, οι διοργανωτές εκδηλώσεων άρχισαν να προσεγγίζουν τις "πράσινες εκδηλώσεις" (green events). Αυτές οι εκδηλώσεις έχουν στον πυρήνα τους μια στρατηγική βιωσιμότητας, είναι ευαίσθητες στις οικονομικές, κοινωνικοπολιτιστικές και περιβαλλοντικές απαιτήσεις του τοπικού οικοδεσπότη της κοινότητας, και οργανώνονται με τέτοιο τρόπο ώστε να μεγιστοποιείται το θετικό αποτέλεσμα (Laing & Frost, 2010).



Οι διαχειριστές εκδηλώσεων τείνουν να αναζητούν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που σχετίζονται περισσότερο με τα ταξίδια και τις μεταφορές, την κατανάλωση τροφίμων και ποτών, την κατανάλωση ενέργειας και νερού, και την παραγωγή διαφόρων ροών αποβλήτων, ξεχνώντας μερικές φορές ότι οι επιπτώσεις της εκδήλωσης υπερβαίνουν τις όρια της ίδιας της εκδήλωσης. Ο περιβαλλοντικός αντίκτυπος μπορεί να είναι "άμεσος και τοπικής κλίμακας". Οι κατασκευαστικές δραστηριότητες, για παράδειγμα, θα έχουν άμεσο αντίκτυπο στο φυσικό οικοσύστημα της περιοχής της εκδήλωσης. Στην περίπτωση αυτή, η βιοποικιλότητα μπορεί να καταστραφεί, η φιλοξενία της εκδήλωσης μπορεί να αυξήσει τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα στην περιοχή της και οι λειτουργίες της εκδήλωσης μπορεί να δημιουργήσουν απόβλητα γύρω από τον τόπο φιλοξενίας. Ο αντίκτυπος μπορεί επίσης να είναι "μακροπρόθεσμος και παγκόσμιας κλίμακας", καθώς οι εκπομπές που σχετίζονται με την κλιματική αλλαγή δεν έχουν μόνο άμεση και τοπική επίδραση αλλά μπορεί να έχουν επιπτώσεις σε μακροπρόθεσμη και παγκόσμια κλίμακα. Για παράδειγμα, οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα από την κατασκευή των υποδομών της εκδήλωσης, καθώς και από τις μεταφορές των τουριστών προς και από την εκδήλωση, μπορούν να πρικαλέσουν μακροπρόθεσμες περιβαλλοντικές επιπτώσεις, όπως η κλιματική αλλαγή και η άνοδος της στάθμης της θάλασσας. (Oliveira J.F.D, 2022).

Στην πράξη, οι διοργανωτές εκδηλώσεων είναι απίθανο να είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν όλα αυτά τα ζητήματα που αφορούν τις συνέπειες μία εκδήλωσης, αλλά εάν έστω και ένα από αυτά γίνει κατανοητό, μπορεί να έχει αντίκτυπο στην ιεράρχηση των δράσεων και στη συνολική προσέγγιση των περιβαλλοντικών πρακτικών και κατά συνέπεια στην παρακολούθηση και τη διαχείρισή τους καθ' όλη τη διάρκεια της εκδήλωσης.

Όταν επιδιώκεται η περιβαλλοντική βιωσιμότητα στη διαχείριση των εκδηλώσεων, τρία είναι τα σενάρια διαχείρισης που πρέπει να ακολουθούνται. Αρχικά, η βιώσιμη διαχείριση εκδηλώσεων απαιτεί σχολαστική προετοιμασία εκ των προτέρων. Δεύτερον, η ανάληψη ευθύνης για τη διαχείριση εκδηλώσεων είναι απαραίτητη για την επίτευξη της βιωσιμότητας. Τρίτον, η παροχή πληροφοριών και εκπαίδευσης για τη βελτίωση των συμμετεχόντων στην εκδήλωση κατανόησης είναι ζωτικής σημασίας για την υλοποίηση της βιωσιμότητας (Yuan Y.Y., 2013).

Είναι υποχρεωτικό για τον φορέα μίας εκδήλωσης να προσδιορίσει την στάση του στόχου του απέναντι στην βιώσιμη αιτία, καθώς και να αναπτύξει την ικανότητα να είναι διαφανής σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο η εκδήλωση ανταποκρίνεται στα πρότυπα βιωσιμότητας και κατά πόσο μπορεί να επικοινωνήσει και να προσελκύσει το κοινό του με βάση αυτές τις αξίες (Henderson S., 2011).

Η επικοινωνία βρίσκεται στο επίκεντρο των εκδηλώσεων, και ο τρόπος με τον οποίο παραδίδεται αυτό το "μήνυμα" είναι μια απόφαση μάρκετινγκ. Οι πινακίδες, τα φυλλάδια, οι κονκάρδες, οι προβολές διαφανειών με λογότυπα και άλλα εργαλεία χρησιμοποιούνται στις εκδηλώσεις για τη μετάδοση μηνυμάτων τα οποία συνδέονται άμεσα με το μάρκετινγκ, και οι διοργανωτές εκδηλώσεων μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν για να στείλουν μηνύματα μίας φιλικής προς το περιβάλλον συμπεριφοράς (Tinnish S.M. & Mangal S.M., 2012).

Οι διοργανωτές εκδηλώσεων μπορούν να επιδιώξουν να διασφαλίσουν ότι οι επιπτώσεις μιας εκδήλωσης παραμένουν εντός των αποδεκτών ορίων που δεν συμβάλλουν σε οικονομικές δυσχέρειες, κοινωνικά μειονεκτήματα ή περιβαλλοντική υποβάθμιση για την περιοχή στην οποία πραγματοποιείται. Αντιθέτως, οι διοργανωτές εκδηλώσεων πρέπει να προσπαθούν να αλλάξουν τις διαδικασίες του κλάδου για να παρέχουν στους επισκέπτες συναρπαστικές, αλλά και ευσυνειδήτες εμπειρίες συμβάλλοντας με αυτό το τρόπο σε μια πράσινη οικονομία και βιώσιμη ανάπτυξη. Μια πράσινη οικονομία είναι χωρίς αποκλεισμούς και αυξάνει την ανθρώπινη ευημερία και την κοινωνική δικαιοσύνη, ενώ παράλληλα ελαχιστοποιεί τις περιβαλλοντικές απειλές. Μια πράσινη οικονομία (green economy) χωρίς αποκλεισμούς είναι μια βιώσιμη εναλλακτική λύση στο σημερινό κυρίαρχο οικονομικό μοντέλο, το οποίο επιδεινώνει τις ανισότητες, προάγει τη σπατάλη, προκαλεί έλλειψη πόρων και εγκυμονεί εκτεταμένους κινδύνους για το περιβάλλον και την ανθρώπινη υγεία. Η πράσινη οικονομία βαδίζει παράλληλα με τη βιώσιμη ανάπτυξη η οποία είναι μια μέθοδος που οδηγεί στην επίτευξη ενός πιο μακροπρόθεσμου στόχου.

#### **2.4.2 GREEN EVENTS ΑΠΟ ΤΗ ΣΚΟΠΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ**

Η περιβαλλοντική βιωσιμότητα είναι μόνο μία από τις τρεις διαστάσεις της εταιρικής βιωσιμότητας. Όπως προαναφέρθηκε, οι άλλες είναι η οικονομική και η κοινωνική.

Ενώ οι τρεις διαστάσεις είναι αλληλένδετες, τα περιβαλλοντικά ζητήματα γενικά υστερούν έναντι των οικονομικών και κοινωνικών συμφέροντων και ακόμα διερευνάται η αξία των 'πράσινων εκδηλώσεων' (Dyllick T., & Hockerts K., 2002).

Καθοριστικό ρόλο σε αυτό το προβληματισμό διαδραματίζει η στάση των καταναλωτών, δηλαδή η προθυμία τους να πληρώσουν παραπάνω για την αγορά πράσινων προϊόντων συλλογίζόμενοι πάντα αφενός την σοβαρότητα των περιβαλλοντικών επιπτώσεων και αφετέρου την 'ταλαιπωρία' του να ασπάζονται τις 'πράσινες αντιλήψεις' (green values).

Είναι ευνόητο, πως οι προσωπικές αξίες είναι αυτές που καθορίζουν τη φυσιολογική συμπεριφορά ενός ατόμου. Ένας οικολογικά συνειδητοποιημένος καταναλωτής νοιάζεται περισσότερο για τη σχέση του με τους άλλους και ενδιαφέρεται περισσότερο για την ευημερία των υπολοίπων. Για παράδειγμα, γίνεται έλεγχος από πλευράς του αν η συσκευασία του προϊόντος προς αγορά είναι ανακυκλώσιμη καθώς επίσης εαν η εταιρεία που παράγει το προϊόν είναι ρυπογόνα. Επομένως, υπάρχει μεγαλύτερη ευαισθησία ως προς την αγοραστική συμπεριφορά που επιδεικνύεται από έναν οικολογικά ευσυνείδητο καταναλωτή συγκριτικά με έναν καταναλωτή που δεν έχει οικολογικούς φραγμούς. Σε αυτή την περίπτωση λοιπόν, επικρατεί η γνώμη ότι οι τρέχουσες αξίες της πράσινης αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών συνδέονται θετικά με τις ευνοϊκές αξιολογήσεις των πράσινων οργανωτικών επιδόσεων.

Σύμφωνα με τον Prakash (2002), οι πράσινες επιδόσεις των οργανισμών μπορούν να αποδοθούν με διάφορους τρόπους. Οι επιχειρήσεις μπορούν να θεωρηθούν "πράσινες" ανάλογα με τις διαδικασίες, τα προϊόντα και τα συστήματα διαχείρισης που ακολουθούν (Prakash A., 2002). Οι Ambec & Lanoie (2008), ισχυρίζονται πως όταν οι καταναλωτές δηλώνουν πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα και οι πληροφορίες σχετικά με το πράσινο προϊόν είναι αξιόπιστες, η χρήση του "πράσινου" ως σημείο διαφοροποίησης από τα υπόλοιπα προϊόντα, είναι πιο πιθανό να οδηγήσει σε καλύτερες οικονομικές επιδόσεις (Ambec S. & Lanoie P., 2008). Αντίθετα, σύμφωνα με την έρευνα των Bonini & Oppenheim (2008), πολλά 'πράσινα' προϊόντα υποφέρουν από πρόβλημα εικόνας με αποτέλεσμα πολλοί καταναλωτές να πιστεύουν ότι τα πράσινα προϊόντα έχουν χειρότερες επιδόσεις από τα συμβατικά (Bonini S. & Oppenheim J., 2008).

Ο πράσινος προσανατολισμός των καταναλωτών και η οι αξίες τους, αποτελούν βασικούς παράγοντες αξιολόγησης της ‘πράσινης’ απόδοσης. Περαιτέρω, οι αξιολογήσεις των πράσινων επιδόσεων των καταναλωτών μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την πρόβλεψη της προθυμίας τους να πληρώσουν περισσότερα για ένα ‘πράσινο’ προϊόν γεγονός που βοηθά επίσης τις επιχειρήσεις με τη λήψη των δικών τους αποφάσεων σχετικά με την βιώσιμη ανάπτυξη και διαχείριση των εκδηλώσεών τους. Με αυτόν τον τρόπο η ευθύνη για την προστασία του περιβάλλοντος μπορεί να μοιραστεί καλύτερα μεταξύ οργανισμών και καταναλωτών (Von der Heidt & Firmin R., 2009).

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ**

### **3.1 ΣΚΟΠΟΣ ΚΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ**

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση των απόψεων των ατόμων για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που καλούμαστε να απαντήσουμε μέσω της έρευνας αυτής είναι τα εξής:

- 1) Ποιες είναι, κατά την άποψη των συμμετεχόντων, οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων στις τοπικές κοινωνίες;
- 2) Κατά πόσο υπάρχει διαφοροποίηση στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων ανάλογα το είδος της εκδήλωσης, κατά την άποψη των ερωτηθέντων;
- 3) Ποιες είναι οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων που πρέπει να μεριμνήσει ο φορέας διεξαγωγής, κατά την άποψη των συμμετεχόντων;
- 4) Ποιοι είναι οι κυριότεροι παράγοντες που έχουν περιβαλλοντική επίπτωση στις εκδηλώσεις κατά την άποψη των πολιτών;

### **3.2 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ**

Η έρευνα που διεξήχθη στην εργασία αυτή είναι ποσοτική. Στην ποσοτική έρευνα καθορίζονται μεταβλητές από τον ερευνητή και παράγονται μετρήσιμα αποτελέσματα για την ερμηνεία των φαινομένων που εξετάζονται. Η έρευνα αυτή απευθύνεται σε έναν πληθυσμό και για την απάντηση των ερωτημάτων γίνεται δειγματοληψία από το σύνολο του πληθυσμού αυτού. Το συγκεκριμένο δείγμα προέρχεται από το γενικό πληθυσμό, δεν απευθύνεται δηλαδή σε μία συγκεκριμένη πληθυσμιακή ομάδα αλλά συμπληρώνεται μόνο από ενήλικες. Το δείγμα προσεγγίστηκε μέσω γνωστών και ευρύτερου περιβάλλοντος της ερευνήτριας, και η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου έγινε ηλεκτρονικά μέσω της πλατφόρμας google forms, και έτσι δόθηκε η δυνατότητα το ερωτηματολόγιο να διαμοιραστεί και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Ο τρόπος δειγματοληψίας στη συγκεκριμένη εργασία είναι η δειγματοληψία ευκολίας που σημαίνει ότι το δείγμα που συμπληρώνει το ερωτηματολόγιο είναι άτομα τα οποία είναι εύκολοι στην ερευνήτρια να τα προσεγγίσει για να απαντήσουν.

Συνολικά απάντησε το ερωτηματολόγιο ένα σύνολο 87 ατόμων.

### **3.3 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΕΡΓΑΛΕΙΟΥ**

Το ερευνητικό εργαλείο είναι ένα ερωτηματολόγιο που διαμορφώθηκε συγκεκριμένα για να καλυφθούν οι ανάγκες στην παρούσα έρευνα και να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα. Το ερωτηματολόγιο αυτό αποτελείται από δύο μέρη. Το πρώτο είναι τα κοινωνικά και δημογραφικά στοιχεία του δείγματος που αποτελούνται από ερωτήσεις που χαρακτηρίζουν το δείγμα δηλαδή το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, την οικογενειακή κατάσταση και το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα. Το δεύτερο μέρος αφορά στο ειδικό μέρος. Αυτό αποτελείται από ερωτήσεις με ομάδες ερωτήσεων οι οποίες απαντώνται σε 5 βαθμια κλίμακα τύπου likert. Οι ερωτήσεις αυτές έχουν να κάνουν με τη συχνότητα παρεμβάσεις σε εκδηλώσεις τις απόψεις για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων στις τοπικές κοινωνίες ανάλογα με το είδος της εκδήλωσης, για τις υποχρεώσεις του φορέα σε σχέση με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων καθώς και τους παράγοντες που θεωρούνται ότι παίζουν μεγάλο ρόλο στην πρόκληση περιβαλλοντικών προβλημάτων από τις εκδηλώσεις. Κάποιες από τις ερωτήσεις διαμορφώθηκαν με βάση προγενέστερες έρευνες που έχουν διεξαχθεί στο παρελθόν όπως αυτή των Negrusa et al. (2016) και Menezes et al. (2020).

### **3.4 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ**

Τα δεδομένα της παρούσας έρευνας αναλύθηκαν στατιστικά με τη χρήση του λογισμικού IBM SPSS Statistics 25.0. Συγκεκριμένα, διενεργήθηκε μια περιγραφική ανάλυση με τα βασικά περιγραφικά μέτρα για τα κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος, καθώς και τις δηλώσεις των συμμετεχόντων στο σχετικό ερωτηματολόγιο, ενώ η παρουσίαση των δεδομένων έγινε με πίνακες συχνοτήτων και γραφήματα.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### Περιγραφικοί Στατιστικοί δείκτες

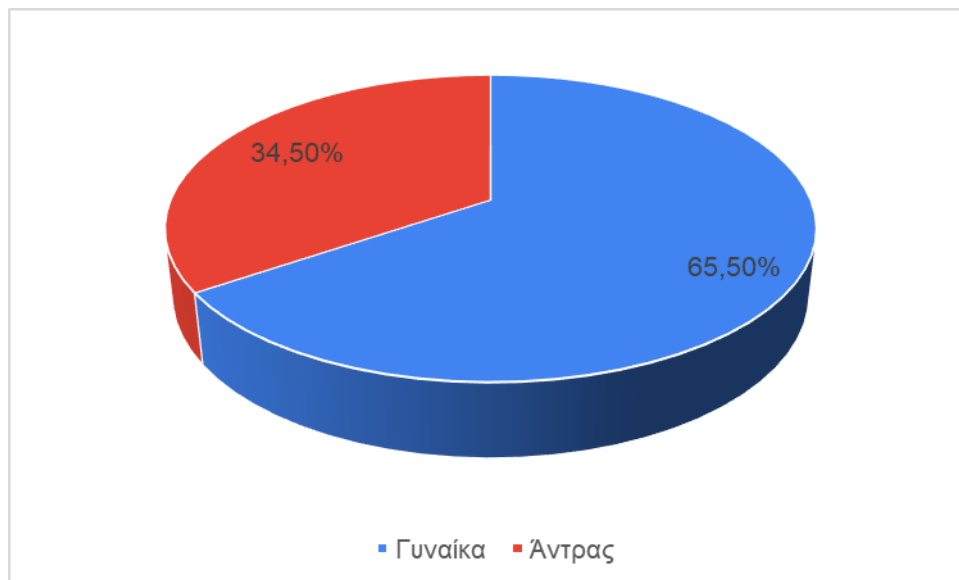
Στον πίνακα 1, περιγράφονται κάποια κοινωνικοδημογραφικά και ατομικά χαρακτηριστικά για το σύνολο του δείγματος (N=87). Συγκεκριμένα, στο σύνολο του δείγματος, το 65,5% (N=57) είναι γυναίκες και το 34,5% (N=30) είναι άντρες ενώ σχετικά με την ηλικιακή ομάδα το 55,2% (N=48) ανήκει στην ομάδα των 18-25, το 23,0% (N=20) στην ομάδα των 26-35, το 16,1% (N=14) στην ηλικιακή ομάδα των 36-45, το 3,4% (N=3) ανήκει στην ομάδα των 46-55 ενώ μόλις το 2,3% (N=2) στην άνω των 55 ετών. Σχετικά με το μορφωτικό επίπεδο το 65,5% (N=57) δήλωσε ότι είναι πτυχιούχοι κάποιου πανεπιστημιακού ή τεχνολογικού ιδρύματος, το 17,2% (N=15) έχει φοιτήσει σε κάποιο κολέγιο ή ΙΕΚ, το 12,6% (N=11) είναι κάτοχοι κάποιου μεταπτυχιακού τίτλου ενώ το 4,6% (N=4) έχει φοιτήσει μέχρι και το λύκειο. Η οικογενειακή κατάσταση των ατόμων έδειξε ότι η πλειοψηφία με ποσοστό 43,7% (N=38) είναι άγαμοι, ακολουθούν αμέσως μετά τα άτομα σε σχέση με ποσοστό 31,0% (N=27), οι παντρεμένοι ή όσοι έχουν σύμφωνο συμβίωσης με ποσοστό 21,8% (N=19) και οι διαζευγμένοι με ποσοστό μόλις 3,4% (N=3). Τέλος όσον αφορά το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα το 32,2% (N=28) δήλωσε ότι κυμαίνεται μέχρι 1000€, το 21,8% (N=19) από 1001 έως 1500, το 16,1% (N=14) από 1501 μέχρι 2000, το 11,5% (N=10) από 2001 έως 2500 ενώ το 18,4% (N=16) άνω των 2500€.

### Πίνακας 1

Πίνακας με τα βασικά περιγραφικά μέτρα των κοινωνικοδημογραφικών χαρακτηριστικών του δείγματος (N=51)

		N	%
Φύλο	Γυναίκα	57	65,5%
	Άντρας	30	34,5%
Ηλικία	18-25	48	55,2%
	26-35	20	23,0%
	36-45	14	16,1%
	46-55	3	3,4%

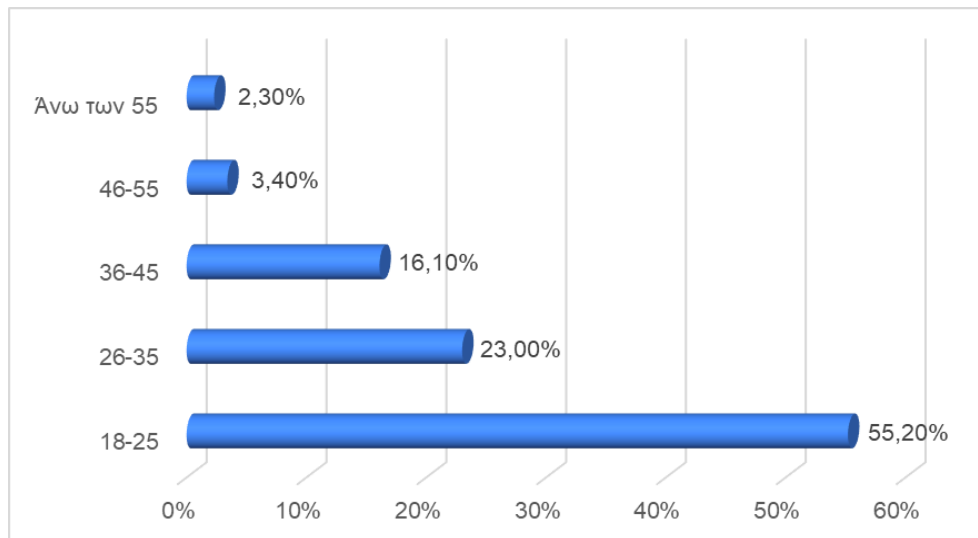
Μορφωτικό Επίπεδο	Άνω των 55	2	2,3%
	Λύκειο	4	4,6%
	ΙΕΚ/Κολλέγιο	15	17,2%
	ΑΕΙ/ΑΤΕΙ	57	65,5%
	Μεταπτυχιακό	11	12,6%
Οικογενειακή κατάσταση	Άγαμος/η	38	43,7%
	Σε σχέση	27	31,0%
	Έγγαμος/η-Σύμφωνο Συμβίωσης	19	21,8%
	Διαζευγμένος/η	3	3,4%
Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα	έως 1000	28	32,2%
	1001-1500	19	21,8%
	1501-2000	14	16,1%
	2001-2500	10	11,5%
	Άνω των 2500	16	18,4%



**Γράφημα 1**

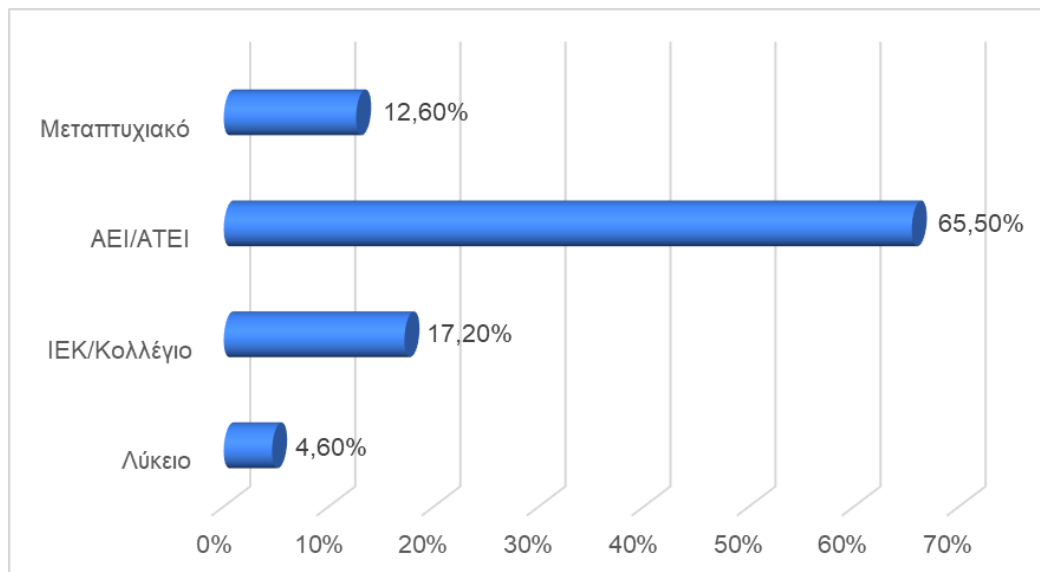
Ποσοστιαία κατανομή του φύλου των συμμετεχόντων





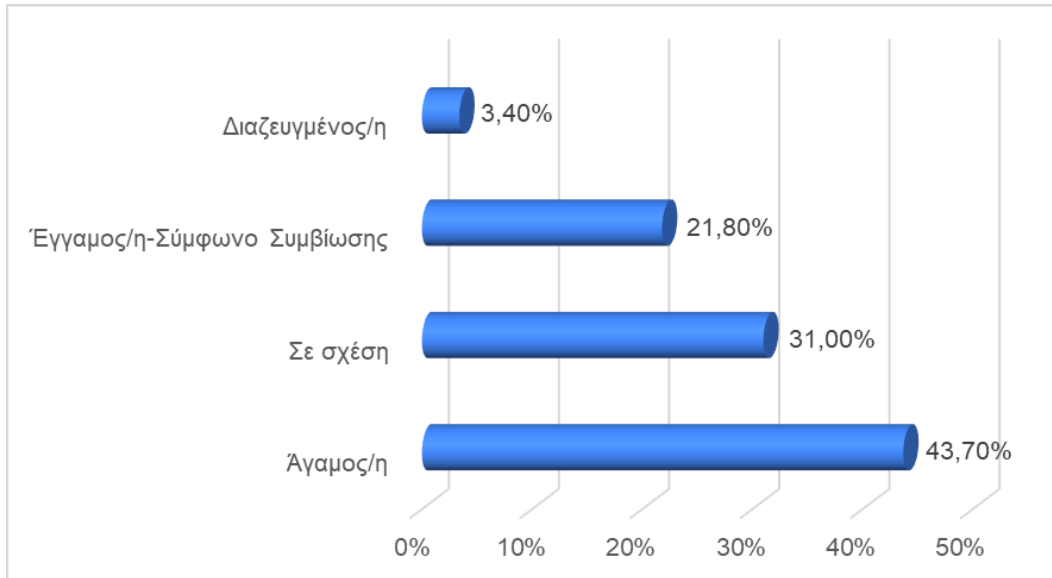
**Γράφημα 2**

Ποσοστιαία κατανομή της ηλικίας των συμμετεχόντων



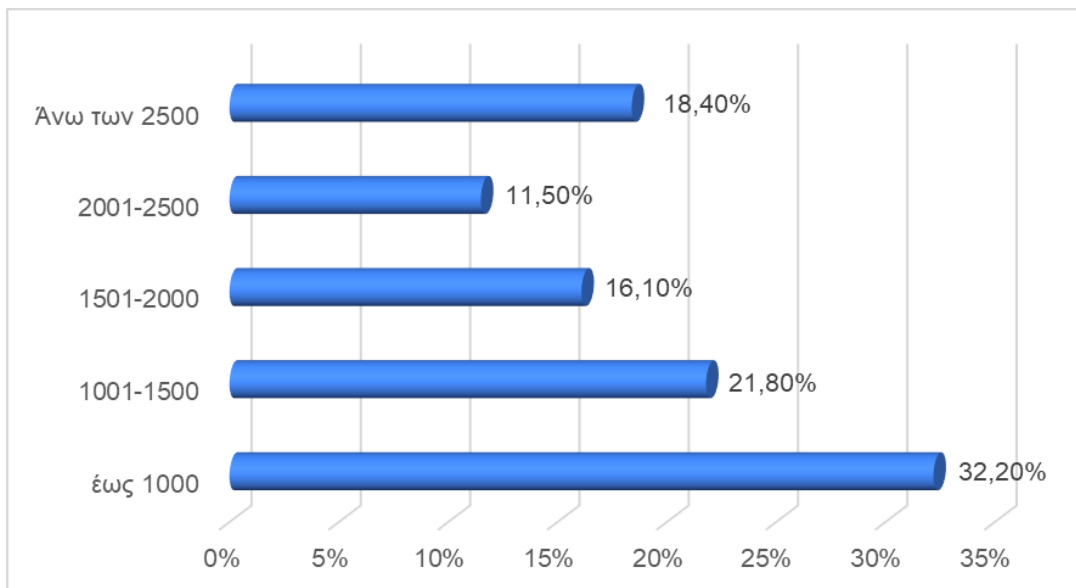
**Γράφημα 3**

Ποσοστιαία κατανομή του επιπέδου εκπαίδευσης των συμμετεχόντων



**Γράφημα 4**

Ποσοστιαία κατανομή της οικογενειακής κατάστασης των συμμετεχόντων



**Γράφημα 5**

Ποσοστιαία κατανομή του μηνιαίου οικογενειακού εισοδήματος των συμμετεχόντων

Στον πίνακα 2, παρουσιάζονται οι μέσες τιμές των αποκρίσεων των συμμετεχόντων αναφορικά με τις δηλώσεις τους για το βαθμό συμμετοχής τους σε διάφορες εκδηλώσεις, απαντώντας σε μια 5-βάθμια κλίμακα Likert. Συγκεκριμένα, παρατηρείται ότι οι συμμετέχοντες συμμετέχουν σε μεγαλύτερο βαθμό σε εκδηλώσεις αναψυχής (Μ.Τ.=3,3, Τ.Α.=1,04), ακολουθούν με λίγο μικρότερο βαθμό συμμετοχής οι ιδιωτικές εκδηλώσεις (Μ.Τ.=3,22, Τ.Α.=1,04), οι εκδηλώσεις Τέχνης και ψυχαγωγίας (Μ.Τ.=2,95, Τ.Α.=0,91), η συμμετοχή σε αθλητικούς αγώνες (Μ.Τ.=2,55, Τ.Α.=1,27) και σε πολιτιστικές γιορτές (Μ.Τ.=2,39, Τ.Α.=0,87). Επίσης, φαίνεται να σπανίζουν οι συμμετοχές των συμμετεχόντων σε Εκδηλώσεις εκπαιδευτικού και επιστημονικού περιεχομένου (Μ.Τ.=2,31, Τ.Α.=1,05), καθώς και σε επαγγελματικές εκθέσεις (Μ.Τ.=2,05, Τ.Α.=0,83), ενώ μηδενική έως σπάνια είναι η συμμετοχή τους σε εκδηλώσεις Πολιτικού/πολιτειακού περιεχομένου (Μ.Τ.=1,45, Τ.Α.=0,71).

## Πίνακας 2

Πίνακας με τις δηλώσεις των συμμετεχόντων σχετικά με το βαθμό συμμετοχής τους σε διάφορες εκδηλώσεις, απαντώντας σε μια 5-βάθμια κλίμακα Likert (1=ποτέ, 2=σπάνια, 3=αρκετά, 4=συχνά, 5=πολύ συχνά).

Είδος Εκδήλωσης	Μ.Τ. (Τ.Α.)
6.1 Πολιτιστικές γιορτές (πχ γιορτή κρασιού)	2,39 (0,87)
6.2 Τέχνες και ψυχαγωγία (πχ συναυλίες)	2,95 (0,91)
6.3 Επιχειρήσεις-Εμπόριο (πχ έκθεση)	2,05 (0,83)
6.4 Αθλητικοί αγώνες	2,55 (1,27)
6.5 Αναψυχή	3,3 (1,04)
6.6 Εκδηλώσεις εκπαιδευτικού και επιστημονικού περιεχομένου (πχ συνέδρια)	2,31 (1,05)
6.7 Πολιτικού/πολιτειακού περιεχομένου (πχ προεκλογικές ομιλίες)	1,45 (0,71)
6.8 Ιδιωτικές εκδηλώσεις (πχ γάμοι, βαφτίσεις)	3,22 (1,04)



### Γράφημα 6

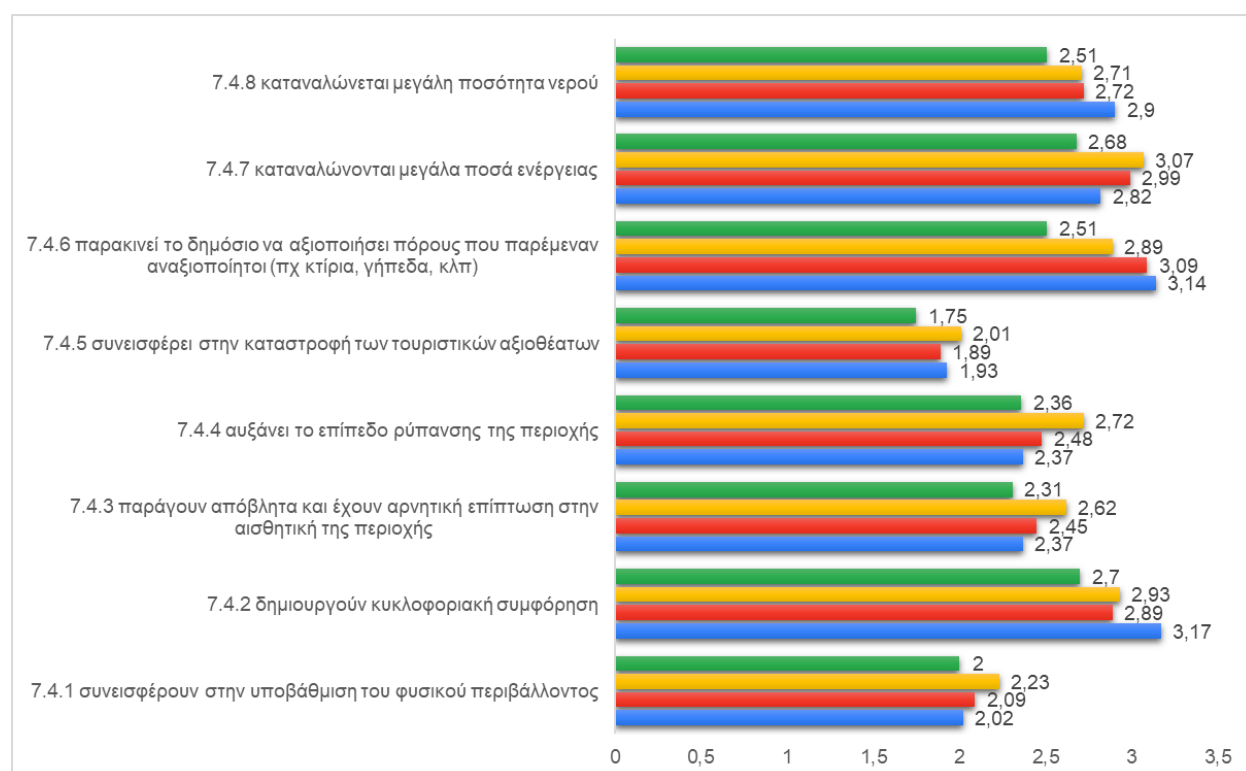
Ραβδόγραμμα με τις μέσες τιμές και τις τυπικές αποκλίσεις για τις δηλώσεις των συμμετεχόντων σχετικά με το βαθμό συμμετοχής τους σε διάφορες εκδηλώσεις

Στον πίνακα 3, παρουσιάζονται οι μέσες τιμές των αποκρίσεων των συμμετεχόντων αναφορικά με τις δηλώσεις τους για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων στις τοπικές κοινωνίες, απαντώντας σε μια 5-βάθμια κλίμακα Likert. Σε γενικές γραμμές οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι οι περισσότερες εκδηλώσεις δεν προκαλούν σοβαρές περιβαλλοντικές επιπτώσεις στις τοπικές κοινωνίες, ωστόσο πιο αναλυτικά δήλωσαν ότι τη μεγαλύτερη συνεισφορά στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος συγκριτικά με τις άλλες εκδηλώσεις, έχουν οι ψυχαγωγικές εκδηλώσεις (Μ.Α.=2,23, Τ.Α.=1,09) και τη μικρότερη συνεισφορά οι κοινωνικές εκδηλώσεις (Μ.Α.=2, Τ.Α.=1,09). Η κυκλοφοριακή συμφόρηση δήλωσαν ότι προκαλείται σε μεγαλύτερο βαθμό από αθλητικές εκδηλώσεις (Μ.Α.=3,17, Τ.Α.=1,12), η αρνητική αισθητική επίπτωση λόγω παραγωγής αποβλήτων δήλωσαν ότι προκαλείται σε μεγαλύτερο βαθμό από τις ψυχαγωγικές εκδηλώσεις (Μ.Α.=2,62, Τ.Α.=1,11), το ίδιο και η αύξηση της ρύπανσης της περιοχής (Μ.Α.=2,72, Τ.Α.=1,12), καθώς και η καταστροφή τουριστικών αξιοθέατων (Μ.Α.=2,01, Τ.Α.=1,06). Επίσης, αναφορικά με τις εκδηλώσεις που παρακινούν το δημόσιο να αξιοποιήσει πόρους που παρέμεναν αναξιοποίητοι (πχ κτίρια, γήπεδα, κλπ) οι αθλητικές εκδηλώσεις φαίνεται να έχουν τη μεγαλύτερη συνεισφορά (Μ.Α.=3,14, Τ.Α.=1,1), το ίδιο και στη μεγάλη κατανάλωση ποσότητας νερού (Μ.Α.=2,9, Τ.Α.=1,27), ενώ τη μεγαλύτερη κατανάλωση ενέργειας σύμφωνα με τις δηλώσεις των συμμετεχόντων έχουν οι ψυχαγωγικές εκδηλώσεις.

### Πίνακας 3

Πίνακας με τους μέσους όρους των δηλώσεων των συμμετεχόντων αναφορικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων στις τοπικές κοινωνίες, απαντώντας σε 5-βάθμια κλίμακα Likert (1=καθόλου, 2= λίγο, 3= αρκετά, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ) (Από Negrusa et al., 2016).

	Αθλητικές	Πολιτιστικές	Ψυχαγωγικές	Κοινωνικές
	Μ.Τ. (Τ.Α.)	Μ.Τ. (Τ.Α.)	Μ.Τ. (Τ.Α.)	Μ.Τ. (Τ.Α.)
7.4.1 συνεισφέρουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος	2,02 (1,02)	2,09 (1,09)	2,23 (1,09)	2 (1,09)
7.4.2 δημιουργούν κυκλοφοριακή συμφόρηση	3,17 (1,12)	2,89 (1,03)	2,93 (1,13)	2,7 (1,11)
7.4.3 παράγουν απόβλητα και έχουν αρνητική επίπτωση στην αισθητική της περιοχής	2,37 (1,1)	2,45 (1,15)	2,62 (1,11)	2,31 (1,08)
7.4.4 αυξάνει το επίπεδο ρύπανσης της περιοχής	2,37 (1,14)	2,48 (1,07)	2,72 (1,12)	2,36 (1,12)
7.4.5 συνεισφέρει στην καταστροφή των τουριστικών αξιοθέατων	1,93 (1,08)	1,89 (1)	2,01 (1,06)	1,75 (0,98)
7.4.6 παρακινεί το δημόσιο να αξιοποιήσει πόρους που παρέμεναν αναξιοποίητοι (πχ κτίρια, γήπεδα, κλπ)	3,14 (1,11)	3,09 (1,19)	2,89 (1,2)	2,51 (1,24)
7.4.7 καταναλώνονται μεγάλα ποσά ενέργειας	2,82 (1,25)	2,99 (1,25)	3,07 (1,22)	2,68 (1,1)
7.4.8 καταναλώνεται μεγάλη ποσότητα νερού	2,9 (1,27)	2,72 (1,26)	2,71 (1,24)	2,51 (1,1)



**Γράφημα 7**

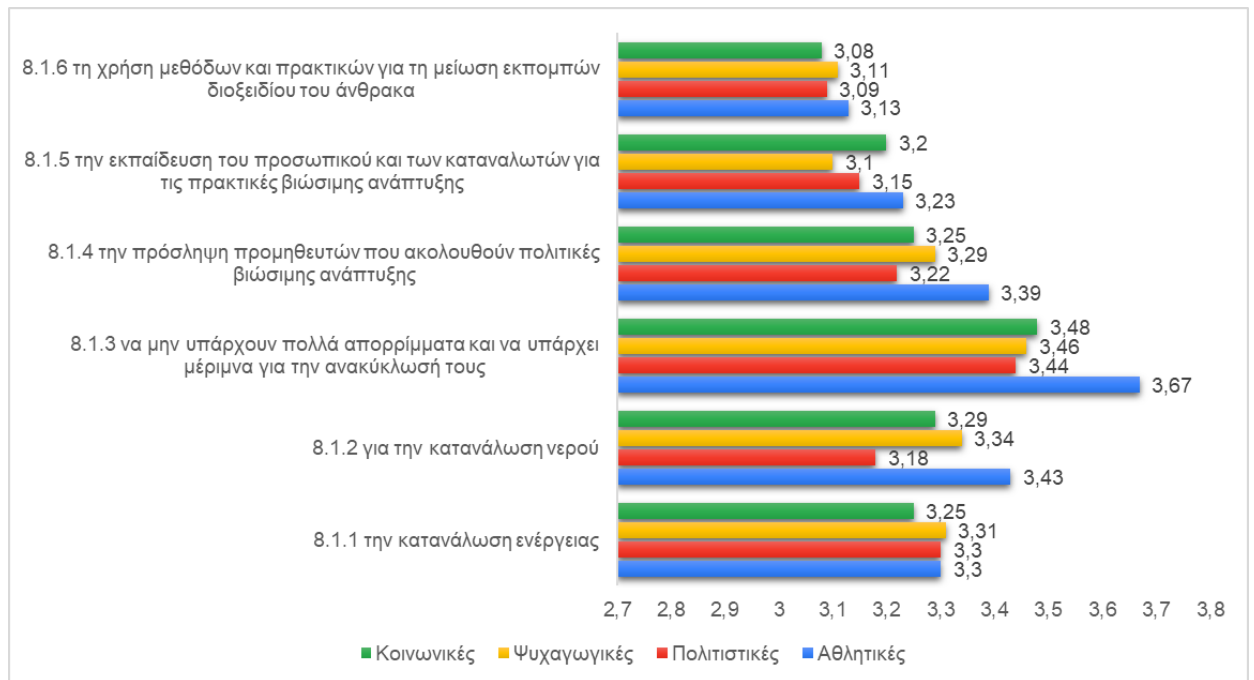
Ραβδόγραμμα με τις μέσες τιμές και τις τυπικές αποκλίσεις για τις δηλώσεις των συμμετεχόντων σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων που πρέπει να μεριμνήσει ο φορέας

Στον πίνακα 4, παρουσιάζονται οι μέσες τιμές των αποκρίσεων των συμμετεχόντων σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων που πρέπει να μεριμνήσει ο φορέας, απαντώντας σε 5-βάθμια κλίμακα Likert. Σε γενικές γραμμές οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι ο φορέας πρέπει να μεριμνήσει σχεδόν το ίδιο σε όλα τα είδη εκδηλώσεων, ωστόσο σε σύγκριση των δηλώσεων μεταξύ των εκδηλώσεων παρατηρήθηκε ότι οι συμμετέχοντες δίνουν παραπάνω βάρος στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που προέρχονται από αθλητικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες και ελάχιστα λιγότερο σε αυτές που προέρχονται από πολιτιστικές και κοινωνικές δραστηριότητες

#### Πίνακας 4

Πίνακας με τους μέσους όρους των δηλώσεων των συμμετεχόντων σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων που πρέπει να μεριμνήσει ο φορέας, απαντώντας σε 5-βάθμια κλίμακα Likert (1=καθόλου, 2= λίγο, 3= αρκετά, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ) (από Menezes et al., 2020).

Ο φορέας πρέπει να μεριμνήσει για:	Αθλητικές	Πολιτιστικές	Ψυχαγωγικές	Κοινωνικές
	Μ.Τ. (Τ.Α.)	Μ.Τ. (Τ.Α.)	Μ.Τ. (Τ.Α.)	Μ.Τ. (Τ.Α.)
8.1.1 την κατανάλωση ενέργειας	3,3 (1,22)	3,3 (1,19)	3,31 (1,28)	3,25 (1,15)
8.1.2 για την κατανάλωση νερού	3,43 (1,23)	3,18 (1,18)	3,34 (1,18)	3,29 (1,15)
8.1.3 να μην υπάρχουν πολλά απορρίμματα και να υπάρχει μέριμνα για την ανακύκλωσή τους	3,67 (1,2)	3,44 (1,16)	3,46 (1,16)	3,48 (1,09)
8.1.4 την πρόσληψη προμηθευτών που ακολουθούν πολιτικές βιώσιμης ανάπτυξης	3,39 (1,24)	3,22 (1,16)	3,29 (1,16)	3,25 (1,16)
8.1.5 την εκπαίδευση του προσωπικού και των καταναλωτών για τις πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης	3,23 (1,31)	3,15 (1,26)	3,1 (1,29)	3,2 (1,2)
8.1.6 τη χρήση μεθόδων και πρακτικών για τη μείωση εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα	3,13 (1,32)	3,09 (1,25)	3,11 (1,23)	3,08 (1,32)



### Γράφημα 8

Ραβδόγραμμα με τις μέσες τιμές και τις τυπικές αποκλίσεις για τις δηλώσεις των συμμετεχόντων σχετικά με το πόσο σημαντικοί είναι οι παρακάτω παράγοντες στην πρόκληση περιβαλλοντικών προβλημάτων από τις εκδηλώσεις

Στον πίνακα 5, παρουσιάζονται οι μέσες τιμές των αποκρίσεων των συμμετεχόντων αναφορικά με το πόσο σημαντικοί είναι οι παρακάτω παράγοντες στην πρόκληση περιβαλλοντικών προβλημάτων από τις εκδηλώσεις, απαντώντας σε 5-βάθμια κλίμακα Likert. Συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι τα σκουπίδια (Μ.Α.=4,41, Τ.Α.=1,01) προκαλούν τις πιο σοβαρές περιβαλλοντικές επιπτώσεις στις τοπικές κοινωνίες, ακολουθούν τα πλαστικά μιας χρήσης (Μ.Α.=4,17, Τ.Α.=1,16), η δαπάνη ενέργειας (Μ.Α.=4,03, Τ.Α.=1,11) και η καταστροφή φυσικού περιβάλλοντος (Μ.Α.=4,01, Τ.Α.=1,01). Αρκετά σημαντικά προβλήματα φαίνεται να είναι, η δαπάνη νερού (Μ.Α.=3,85, Τ.Α.=1,21) και οι CO2 ρύποι από μεταφορές (Μ.Α.=3,84, Τ.Α.=1,19) σύμφωνα με τις δηλώσεις των συμμετεχόντων, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας φαίνεται να είναι ο θόρυβος (Μ.Α.=3,53, Τ.Α.=1,21).

### Πίνακας 5

Πίνακας με τους μέσους όρους των δηλώσεων των συμμετεχόντων αναφορικά με το πόσο σημαντικοί είναι οι παρακάτω παράγοντες στην πρόκληση περιβαλλοντικών προβλημάτων από τις εκδηλώσεις, απαντώντας σε 5-βάθμια κλίμακα Likert

(1=Καθόλου σημαντικός, 2= Λίγο σημαντικός, 3= Μέτρια σημαντικός, 4=Πολύ σημαντικός, 5=Πάρα πολύ σημαντικός).

Παράγοντες	Μ.Τ. (Τ.Α.)
9.1 Πλαστικά μίας χρήσης	4,17 (1,16)
9.2 δαπάνη ενέργειας	4,03 (1,11)
9.3 δαπάνη νερού	3,85 (1,21)
9.4 CO2 ρύποι από μεταφορές	3,84 (1,19)
9.5 θόρυβος	3,53 (1,21)
9.6 καταστροφή φυσικού περιβάλλοντος	4,01 (1,24)
9.7 σκουπίδια	4,41 (1,01)



### Γράφημα 9

Ραβδόγραμμα με τις μέσες τιμές και τις τυπικές αποκλίσεις για τις δηλώσεις των συμμετεχόντων σχετικά με το πόσο σημαντικοί είναι οι παραπάνω παράγοντες στην πρόκληση περιβαλλοντικών προβλημάτων από τις εκδηλώσεις



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΖΗΤΗΣΗ & ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα οφέλη από την ανάπτυξη και τη διοργάνωση μίας εκδήλωσης είναι πολλά και η σωστή διαχείριση μίας εκδήλωσης μπορεί να επιφέρει θετικά αποτελέσματα τόσο στους καταναλωτές όσο και στα μέλη που απαρτίζουν την επιχείρηση που αναλαμβάνει την διοργάνωση της εκδήλωσης.

Σημειώνεται πόσο σημαντική είναι η συμβολή της ανάπτυξης μίας εκδήλωσης στην προώθηση του τουρισμού. Οι εκδηλώσεις αποτελούν σημαντικό κίνητρο του τουρισμού και κατέχουν εξέχουσα θέση στα σχέδια ανάπτυξης και μάρκετινγκ των περισσότερων προορισμών. Παρ' όλα αυτά, η προώθηση του τουρισμού μέσω των εκδηλώσεων πολλές φορές γίνεται με λάθος χειρισμό και μπορεί να επιφέρει αρνητικά αποτελέσματα καθώς πολλές φορές βασίζει το μοντέλο ανάπτυξής της στα οικονομικά οφέλη που μπορεί να επιφέρει μη λαμβάνοντας υπόψιν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που μπορεί να προκαλέσει.

Όπως προαναφέρθηκε, τα γεγονότα δείχνουν πως όλες οι ανθρώπινες δραστηριότητες μπορούν να επιφέρουν σημαντικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις εάν δεν διαχειρίζονται και παρακολουθούνται επαρκώς. Η έρευνα έδειξε, πως οι συμμετέχοντες θεωρούν πως οι περισσότερες εκδηλώσεις δεν προκαλούν σοβαρές περιβαλλοντικές επιπτώσεις στις τοπικές κοινωνίες, και πως τη μεγαλύτερη συνεισφορά στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος, έχουν οι ψυχαγωγικές εκδηλώσεις ενώ τη μικρότερη, οι κοινωνικές εκδηλώσεις, σε συμφωνία με τη βιβλιογραφία. Επιπλέον, ένα σημαντικό εύρημα που αποκρίνεται στην πραγματικότητά είναι πως η κυκλοφοριακή συμφόρηση προκαλείται από τις αθλητικές εκδηλώσεις, ενώ από τις ψυχαγωγικές εκδηλώσεις ενισχύεται η ρύπανση της περιοχής και υποβαθμίζονται τα τουριστικά αξιοθέατα.

Ακόμη, από την έρευνα προέκυψε πως τα απόβλητά των εκδηλώσεων προκαλούν τις πιο σοβαρές περιβαλλοντικές επιπτώσεις στις τοπικές κοινωνίες για τους συμμετέχοντες, ακολουθούν τα πλαστικά μιας χρήσης, η δαπάνη ενέργειας και η καταστροφή φυσικού περιβάλλοντος. Αρκετά σημαντικά προβλήματα φαίνεται να είναι, η δαπάνη νερού και οι ρύποι διοξειδίου του άνθρακα από τα μέσα μεταφοράς, σύμφωνα με τις δηλώσεις των συμμετεχόντων, ενώ οι συμμετέχοντες δεν θεωρούν την ηχορύπανση ως μια σημαντική επίπτωση των εκδηλώσεων.

Σε γενικές γραμμές οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι ο διοργανωτής της εκδήλωσης, οφείλει να μεριμνήσει σχεδόν το ίδιο σε όλα τα είδη εκδηλώσεων όποτε και η ευθύνη του διοργανωτή είναι μεγάλη, ωστόσο σε σύγκριση των δηλώσεων μεταξύ των εκδηλώσεων, παρατηρήθηκε ότι οι συμμετέχοντες δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που προέρχονται από αθλητικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες και ελάχιστα λιγότερο σε αυτές που προέρχονται από πολιτιστικές και κοινωνικές δραστηριότητες, διότι οι πρώτες είναι συνήθως πολύ μεγαλύτερης έκτασης και προσέλευσης πληθυσμού, με αποτέλεσμα να υπάρχει μεγαλύτερη επιβάρυνση για το περιβάλλον.

Συνολικά και σε συμφωνία με τη βιβλιογραφία και παρόμοιες μελέτες, η έρευνα υπέδειξε από τις αντιλήψεις των συμμετεχόντων, ότι προβληματίζονται περισσότερο για τη καταστροφή τουριστικών αξιοθέατων, την ενίσχυση της ρύπανσης και την δημιουργία απορριμμάτων, ενώ μικρότερης σημασίας αποτέλεσαν τα ζητήματα δαπάνης νερού, παραγωγής CO<sub>2</sub> και ηχορύπανσης, γεγονός που ενδεχομένως να οφείλεται στην ελλιπή ενημέρωση των καταναλωτών για θέματα που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα, την κλιματική αλλαγή και την περιβαλλοντική επιβάρυνση από τη ανθρώπινη δραστηριότητα,

Από την άλλη, είναι πλέον αδιαμφισβήτητο γεγονός πως οι εκδηλώσεις είναι απαραίτητες τόσο από πλευράς επιχειρήσεων όσο και από καταναλωτών. Επομένως, δεν υπάρχει άλλη εναλλακτική λύση από την υιοθέτηση της βιώσιμης διαχείρισής τους για να διατηρηθεί ζωντανός ο κλάδος των εκδηλώσεων. Το ρόλο αυτό αναλαμβάνουν οι «πράσινες εκδηλώσεις» που επιδιώκουν την αναζήτηση της τέλει ισορροπίας, ανάμεσα στην παροχή της καλύτερης δυνατής εκδήλωσης και τη μικρότερη δυνατή περιβαλλοντική ζημία. Η ιδέα είναι να υπάρχει σωστή ενημέρωση και αναζήτηση νέων ερευνών στον τομέα των εκδηλώσεων που θα αποσκοπούν στην απόκτηση και υιοθέτηση βιώσιμης συνείδησης και κατ' επέκταση, στην ευημερία των επόμενων γενεών.

Συμπερασματικά, η ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού μοντέλου βασισμένο στην βιωσιμότητα στοχεύει σε μία κοινωνία με επίκεντρο τα ηθικά και δίκαια ιδανικά ενώ, μια πράσινη οικονομία στοχεύει στην ανθρώπινη ευημερία και την κοινωνική δικαιοσύνη ελαχιστοποιώντας τις περιβαλλοντικές απειλές.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ambec, S & Lanoie, P 2008, 'Does it pay to be green? A systematic overview', Academy of Management, no. November, pp. 45-55.

Audio Engineering Society, 2020. Understanding and managing sound exposure and noise pollution at outdoor events. Διαθέσιμο στο: [https://www.aes.org/technical/documents/AESTD1007\\_1\\_20\\_05.pdf](https://www.aes.org/technical/documents/AESTD1007_1_20_05.pdf) (πρόσβαση στις 16 Ιανουαρίου 2022)

Bob, U., Swart, K., Smit, J.A., 2010. Social Legacies and Sport Mega-events. *Alternation*, 17(2), pp. 1 – 7. Διαθέσιμο στο: [http://alternation.ukzn.ac.za/Files/docs/Alternation%2017.2%20\(2010\).pdf#page=278](http://alternation.ukzn.ac.za/Files/docs/Alternation%2017.2%20(2010).pdf#page=278) (πρόσβαση στις 20 Ιανουαρίου 2022)

Boggia A., Massei G., Paolotti L., Rocchi L., Schiavi F., 2018. A model for measuring the environmental sustainability of events. *Journal of Environmental Management*, Volume 206, 836-845.

Bonini, S & Oppenheim, J 2008, 'Cultivating the green consumer', *Stanford Social Innovation Review*, vol. 6, no. 4, pp. 56-60.

Borchers, M., Maboda, S., Kedia, S., Trusen, C., Ackermann, K., 2011. Sustainable mega-events in developing countries : experiences and insights from host cities in South Africa, India and Brazil. Johannesburg, South Africa: Konrad-Adenauer Stiftung. Διαθέσιμο στο: [https://www.kas.de/documents/252038/253252/7\\_dokument\\_dok\\_pdf\\_29583\\_1.pdf/886f8176-782a-b6aa-af7d-f3d195e71123?version=1.0&t=1539657827091](https://www.kas.de/documents/252038/253252/7_dokument_dok_pdf_29583_1.pdf/886f8176-782a-b6aa-af7d-f3d195e71123?version=1.0&t=1539657827091) (πρόσβαση στις 18 Ιανουαρίου 2022)

Brown T., 2022. Noise Pollution. National Geographic, <https://education.nationalgeographic.org/resource/noise-pollution>.

Coles T., Garcia G., O'Malley E. & Turner C., 2022. Experiencing Event Management During the Coronavirus Pandemic: A Public Sector Perspective. *Frontiers in Sports and Active Living*, <https://doi.org/10.3389/fspor.2021.814146>.

Collins A. & Cooper C., 2017. Measuring and managing the environmental impact of festivals: the contribution of the Ecological Footprint. *Journal of Sustainable Tourism*, 25:1, 148-162.

Collins, A., Jones, C., Munday, M., 2009. Assessing the environmental impacts of mega sporting events: Two options? *Tourism Management*, 30, pp. 828–837. [doi:10.1016/j.tourman.2008.12.006](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.006)

Getz, D., 2005. *Event Management and Event Tourism*. 2nd edition. Cognizant Commun Hall, C.M., 1992. *Hallmark tourist events: Impacts, management and planning*. Belhaven: London ications Corporation: New York

Duplin S., 2022. How To Overcome The Environmental Impact of the Events Industry. beaconlive, <https://www.beaconlive.com/blog/how-to-overcome-the-environmental-impact-of-the-events-industry>.

Dyllick, T & Hockerts, K 2002, 'Beyond the business case for corporate sustainability', *Business Strategy and the Environment*, vol. 11, no. 2 (Mar/Apr), pp. 130-141

Getz, D., 2008. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, pp. 403–428. [doi:10.1016/j.tourman.2007.07.017](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017)

Henderson St., 2011. The development of competitive advantage through sustainable event management. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Volume 3 Issue 3, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17554211111142202/full/html?mobileUi=0&fullSc=1&mbSc=1&fullSc=1&fullSc=1>.

Holmes, K., Hughes, M., Mair, J., & Carlsen Jack. (2015). *Events and Sustainability*, 3-6. Ανακτήθηκε από: <https://api.taylorfrancis.com/content/books/mono/download?identifierName=doi&identifierValue=10.9774/gleaf.9781315813011&type=googlepdf>

Howard M., 2019. *What is Event Management*. Cvent.

Laing, J., & Frost, W. (2010). How green was my festival: Exploring challenges and opportunities associated with staging green events. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 261–267. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.009>

Malchrowicz-Moško E. & Poczta J., 2018. A Small-Scale Event and a Big Impact—Is This Relationship Possible in the World of Sport? *The Meaning of Heritage Sporting*

Events for Sustainable Development of Tourism—Experiences from Poland. *Sustainability*, 10(11), <https://doi.org/10.3390/su10114289>.

Menezes A., Lima R.M. , Aquere A. L., Amorim M., 2020. An Adaptation of SERVQUAL for Events Evaluation: An Environmental Sustainability Addon. *Sustainability*, 12, [doi:10.3390/su12187408](https://doi.org/10.3390/su12187408).

Negruşa A. L., Toader V., Rus R. V., Cosma S. A., 2016. Study of Perceptions on Cultural Events' Sustainability. *Sustainability*, 8(12), <https://doi.org/10.3390/su8121269>.

Oklobdžija, S., 2015. The Role Of Events in Tourism Development. *BizInfo Journal*, Volume 6(2), pp. 83-97. [doi:10.5937/BIZINFO15020830](https://doi.org/10.5937/BIZINFO15020830)

Oliveira, J.F.D. (2022). Fighting events pollution: sustainable event management, a new business model, 26-35. Ανακτήθηκε από: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/145297/2/591302.pdf>

Prakash, A 2002, 'Green marketing, public policy and managerial strategies', *Business Strategy and the Environment*, vol. 11, pp. 285-290.

Raj, R., Walters, P., Rashid, T., 2009. *Events Management*. London: Sage. Διαθέσιμο στο:

[https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=6sA2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Raj,+Walters+%26+Rashid.+2009.+Events+Management.+London:+Sage&ots=nSNwhTIUBp&sig=t7Je2YvxMNeIfnQBvk1USdoluxs&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Raj%2C%20Walters%20%26%20Rashid.%202009.%20Events%20Management.%20London%3A%20Sage&f=false](https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=6sA2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Raj,+Walters+%26+Rashid.+2009.+Events+Management.+London:+Sage&ots=nSNwhTIUBp&sig=t7Je2YvxMNeIfnQBvk1USdoluxs&redir_esc=y#v=onepage&q=Raj%2C%20Walters%20%26%20Rashid.%202009.%20Events%20Management.%20London%3A%20Sage&f=false) (πρόσβαση στις 18 Ιανουαρίου 2022)

Rich S. R., Tomas S. R., Canberg A. S., Smith W. W., 2016. Measuring the Economic, Social, and Environmental Impacts of Special Events A Mixed Methods Approach . *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*. 59, <https://scholarworks.umass.edu/ttra>.

Salama, M., Raffaelli, Y., 2021. Chapter 1 Event Management A sustainable project management perspective. In: Salama, M. (ed). Oxford: Goodfellow Publishers <http://dx.doi.org/10.23912/9781911635734-4785>

Shemke H., (2021, 11 21). The History of Event Management: Past, Present, and Future. Retrieved 6 17, 2022, from LocalHop: <https://getlocalhop.com/the-history-of-event-management-past-present-and-future/>

Stettler, S. L., 2011. Sustainable Event Management of Music Festivals: An Event Organizer Perspective. Portland State University, [https://pdxscholar.library.pdx.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1256&context=open\\_access\\_etds](https://pdxscholar.library.pdx.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1256&context=open_access_etds).

Sukhpreet K. (2012). Event Management. Lovely Professional University, 3-10. Ανακτήθηκε από: [https://ebooks.lpu.de.in/management/bba/term\\_5/DMGT304\\_EVENT\\_MANAGEMENT.pdf](https://ebooks.lpu.de.in/management/bba/term_5/DMGT304_EVENT_MANAGEMENT.pdf)

Sverdrup, H., & Svensson, M. G. E. (2002). Developing Principles and Models for Sustainable Forestry in Sweden. Kluwer Academic Publishers, 21-26. Ανακτήθηκε από: <https://www.hzu.edu.in/uploads/2020/10/Developing-Principles-and-Models-for-Sustainable-Forestry-in-Sweden.pdf>

Tinnish, S. M., & Mangal, S. M. (2012). Sustainable Event Marketing in the MICE Industry: A Theoretical Framework. Journal of Convention and Event Tourism, 13(4), 227–230. doi: <https://doi.org/10.1080/15470148.2012.731850>

Uttarakhand Open University, n.d. Introduction to Event Management. Διαθέσιμο στο: <https://www.uou.ac.in/sites/default/files/slm/HM-402.pdf> (πρόσβαση στις 17 Ιανουαρίου 2022)

Von der Heide, & Firmin, R. (2009). A consumer perspective of green event performance, 2-8. Ανακτήθηκε από: [https://researchportal.scu.edu.au/esploro/fulltext/conferencePaper/A-consumer-perspective-of-green-event/991012821167802368?repId=1267036250002368&mId=1367451320002368&institution=61SCU\\_INST](https://researchportal.scu.edu.au/esploro/fulltext/conferencePaper/A-consumer-perspective-of-green-event/991012821167802368?repId=1267036250002368&mId=1367451320002368&institution=61SCU_INST)

Vos, R. O. (2007). Defining Sustainability: A conceptual Orientation. Journal of Chemical Technology and Biotechnology, 82(4), 334–339. doi:<https://doi.org/10.1002/jctb.1675>

Yuan, Y. Y. (2013). Adding environmental sustainability to the management of event tourism. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 7(2), 175–183. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2013-0024>

Zehra, K., 2018. Resource Mobilization among Informal Entrepreneurs: A Case of Event Planning Industry of Pakistan. Jönköping International Business School. Διαθέσιμο στο: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1269843/FULLTEXT01.pdf> (πρόσβαση στις 20 Ιανουαρίου 2022)

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### ΜΕΡΟΣ 1<sup>ο</sup>: ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. ΦΥΛΟ
  - a. ΑΝΔΡΑΣ
  - b. ΓΥΝΑΙΚΑ
2. ΗΛΙΚΙΑ
  - a. 18-25
  - b. 26-35
  - c. 36-45
  - d. 46-55
  - e. ΑΝΩ ΤΩΝ 55
3. ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ
  - a. ΔΗΜΟΤΙΚΟ
  - b. ΓΥΜΝΑΣΙΟ
  - c. ΛΥΚΕΙΟ
  - d. ΙΕΚ/ΚΟΛΛΕΓΙΟ
  - e. ΑΕΙ/ΤΕΙ
  - f. ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ
  - g. ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟ
4. ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ
  - a. ΑΓΑΜΟΣ/Η
  - b. ΕΓΓΑΜΟΣ/Η-ΣΥΜΦΩΝΟ ΣΥΜΒΙΩΣΗΣ
  - c. ΣΕ ΣΧΕΣΗ
  - d. ΔΙΑΖΕΥΓΜΕΝΟΣ/Η
  - e. ΧΗΡΟΣ/Α
5. ΜΗΝΙΑΙΟ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ
  - a. ΕΩΣ 1000€
  - b. 1001-1500
  - c. 1501-2000
  - d. 2001-2500
  - e. ΑΝΩ ΤΩΝ 2500



ΜΕΡΟΣ Β: ΕΙΔΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

6. Κάθε πότε παρευρίσκεστε σε εκδηλώσεις;

Είδος εκδήλωσης	Ποτέ	Σπάνια (λιγότερο από 1 φορά το χρόνο)	Αρκετά (1-2 φορές το χρόνο)	Συχνά (5-6 φορές το χρόνο)	Πολύ συχνά (1/μήνα το λιγότερο)
6.1 Πολιτιστικές γιορτές (πχ γιορτή κρασιού)					
6.2 Τέχνες και ψυχαγωγία (πχ συναυλίες)					
6.3 Επιχειρήσεις- Εμπόριο (πχ έκθεση)					
6.4 Αθλητικοί αγώνες					
6.5 Αναψυχή					
6.6 Εκδηλώσεις εκπαιδευτικού και επιστημονικού περιεχομένου (πχ συνέδρια)					
6.7 Πολιτικού/πολιτειακού περιεχομένου (πχ προεκλογικές ομιλίες)					
6.8 Ιδιωτικές εκδηλώσεις (πχ γάμοι, βαφτίσεις)					

7. Παρακάτω υπάρχουν δηλώσεις αναφορικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων στις τοπικές κοινωνίες. Απαντήστε ανάλογα το βαθμό που πιστεύετε ότι ισχύουν για κάθε τύπο εκδήλωσης (1=καθόλου, 2= λίγο, 3= αρκετά, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ) (Από Negrusa et al., 2016)

<b>Αθλητικές εκδηλώσεις</b>	1	2	3	4	5
7.1 συνεισφέρουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος					
7.2 δημιουργούν κυκλοφοριακή συμφόρηση					
7.3 παράγουν απόβλητα και έχουν αρνητική επίπτωση στην αισθητική της περιοχής					
7.4 αυξάνει το επίπεδο ρύπανσης της περιοχής					
7.5 συνεισφέρει στην καταστροφή των τουριστικών αξιοθέατων					
7.6 παρακινεί το δημόσιο να αξιοποιήσει πόρους που δεν παρέμεναν αναξιοποίητοι (πχ κτίρια, γήπεδα, κλπ)					
7.7 καταναλώνονται μεγάλα ποσά ενέργειας					
7.8 καταναλώνεται μεγάλη ποσότητα νερού					

<b>Πολιτιστικές εκδηλώσεις</b>	1	2	3	4	5
7.1 συνεισφέρουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος					

7.2 δημιουργούν κυκλοφοριακή συμφόρηση					
7.3 παράγουν απόβλητα και έχουν αρνητική επίπτωση στην αισθητική της περιοχής					
7.4 αυξάνει το επίπεδο ρύπανσης της περιοχής					
7.5 συνεισφέρει στην καταστροφή των τουριστικών αξιοθέατων					
7.6 παρακινεί το δημόσιο να αξιοποιήσει πόρους που δεν παρέμεναν αναξιοποίητοι (πχ κτίρια, γήπεδα, κλπ)					
7.7 καταναλώνονται μεγάλα ποσά ενέργειας					
7.8 καταναλώνεται μεγάλη ποσότητα νερού					

<b>Ψυχαγωγικές εκδηλώσεις</b>	1	2	3	4	5
7.1 συνεισφέρουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος					
7.2 δημιουργούν κυκλοφοριακή συμφόρηση					
7.3 παράγουν απόβλητα και έχουν αρνητική επίπτωση στην αισθητική της περιοχής					
7.4 αυξάνει το επίπεδο ρύπανσης της περιοχής					
7.5 συνεισφέρει στην καταστροφή των τουριστικών αξιοθέατων					
7.6 παρακινεί το δημόσιο να αξιοποιήσει πόρους που δεν παρέμεναν αναξιοποίητοι (πχ κτίρια, γήπεδα, κλπ)					
7.7 καταναλώνονται μεγάλα ποσά ενέργειας					
7.8 καταναλώνεται μεγάλη ποσότητα νερού					

<b>Κοινωνικές εκδηλώσεις</b>	1	2	3	4	5
7.1 συνεισφέρουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος					
7.2 δημιουργούν κυκλοφοριακή συμφόρηση					
7.3 παράγουν απόβλητα και έχουν αρνητική επίπτωση στην αισθητική της περιοχής					
7.4 αυξάνει το επίπεδο ρύπανσης της περιοχής					
7.5 συνεισφέρει στην καταστροφή των τουριστικών αξιοθέατων					
7.6 παρακινεί το δημόσιο να αξιοποιήσει πόρους που δεν παρέμεναν αναξιοποίητοι (πχ κτίρια, γήπεδα, κλπ)					
7.7 καταναλώνονται μεγάλα ποσά ενέργειας					
7.8 καταναλώνεται μεγάλη ποσότητα νερού					

8. Παρακάτω απαντήστε σχετικά με τις υποχρεώσεις του φορέα που οργανώνει την εκδήλωση για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεων (από Menezes et al., 2020).

<b>Αθλητικές εκδηλώσεις</b>	1	2	3	4	5
8.1 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την κατανάλωση ενέργειας					
8.2 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την κατανάλωση νερού					
8.3 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για να μην υπάρχουν πολλά απορρίμματα και να υπάρχει μέριμνα για την ανακύκλωσή τους					
8.4 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την πρόσληψη προμηθευτών που ακολουθούν πολιτικές βιώσιμης ανάπτυξης					
8.5 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την εκπαίδευση του προσωπικού και των καταναλωτών για τις πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης					
8.6 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για τη χρήση μεθόδων και πρακτικών για τη μείωση εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα					

<b>Πολιτιστικές εκδηλώσεις</b>	1	2	3	4	5
8.1 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την κατανάλωση ενέργειας					
8.2 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την κατανάλωση νερού					
8.3 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για να μην υπάρχουν πολλά απορρίμματα και να υπάρχει μέριμνα για την ανακύκλωσή τους					
8.4 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την πρόσληψη προμηθευτών που ακολουθούν πολιτικές βιώσιμης ανάπτυξης					
8.5 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την εκπαίδευση του προσωπικού και των καταναλωτών για τις πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης					
8.6 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για τη χρήση μεθόδων και πρακτικών για τη μείωση εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα					

<b>Ψυχαγωγικές εκδηλώσεις</b>	1	2	3	4	5
8.1 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την κατανάλωση ενέργειας					
8.2 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την κατανάλωση νερού					
8.3 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για να μην υπάρχουν πολλά απορρίμματα και να υπάρχει μέριμνα για την ανακύκλωσή τους					
8.4 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την πρόσληψη προμηθευτών που ακολουθούν πολιτικές βιώσιμης ανάπτυξης					
8.5 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την εκπαίδευση του προσωπικού και των καταναλωτών για τις πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης					
8.6 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για τη χρήση μεθόδων και πρακτικών για τη μείωση εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα					

<b>Κοινωνικές εκδηλώσεις</b>	1	2	3	4	5
8.1 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την κατανάλωση ενέργειας					
8.2 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την κατανάλωση νερού					
8.3 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για να μην υπάρχουν πολλά απορρίμματα και να υπάρχει μέριμνα για την ανακύκλωσή τους					
8.4 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την πρόσληψη προμηθευτών που ακολουθούν πολιτικές βιώσιμης ανάπτυξης					
8.5 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για την εκπαίδευση του προσωπικού και των καταναλωτών για τις πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης					
8.6 ο φορέας αναμένεται να μεριμνήσει για τη χρήση μεθόδων και πρακτικών για τη μείωση εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα					

9. Να αναφέρετε πόσο σημαντικοί είναι οι παρακάτω παράγοντες στην πρόκληση περιβαλλοντικών προβλημάτων από τις εκδηλώσεις (Αυτοσχέδιο)

<b>Παράγοντες</b>	1	2	3	4	5
9.1 Πλαστικά μίας χρήσης					
9.2 δαπάνη ενέργειας					
9.3 δαπάνη νερού					

9.4 CO <sub>2</sub> ρύποι από μεταφορές					
9.5 θόρυβος					
9.6 καταστροφή φυσικού περιβάλλοντος					
9.7 σκουπίδια					