

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



**Η νέα φιλοσοφία του "Zero Waste Tourism". Η νέα τάση και εφαρμογή
του στην Ελληνική τουριστική πραγματικότητα.**

Πτυχιακή Εργασία
Ηράκλειο, 2022

Νίκος Ψαράς ΔΤ8074
Κατερίνα Γιαπιτζάκη ΔΤ7929
Αλκυών Τσαβδαρίδη Φον Χέμπελ ΔΤ7896

Επιβλέπων Καθηγητής: Δρ. Τριαντάφυλλου Γεώργιος

Copyright © Νίκος Ψαράς ΔΤ8074, Κατερίνα Γιαπιτζάκη ΔΤ7929, Αλκυών Τσαβδαρίδη
Φον Χέμπελ ΔΤ7896, 2022

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του
Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου του ΕΛ.ΜΕ.ΠΑ Κρήτης δεν υποδηλώνει
απαραιτήτως και αποδοχή των αποφάσεων των συγγραφέων εκ μέρους του τμήματος.

Ευχαριστίες

Η παρακάτω εργασία αποτελεί την πτυχιακή εργασία των σπουδών μας στο τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων & Τουρισμού στο Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο (ΕΛ.ΜΕ.ΠΑ.)

Η ολοκλήρωση της παρούσας πτυχιακής δεν θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί χωρίς την αμέριστη υποστήριξη και εμπιστοσύνη του επιβλέποντα καθηγητή μας Δρ. Γεώργιου Τριανταφύλλου, ο οποίος ήταν πάντα διπλά μας οπότε τον χρειαζόμασταν. Η ενθάρρυνση του αλλά και η στήριξη που μας παρείχε απλόχερα αποτέλεσαν για εμάς κινητήριο δύναμη, καθώς μας έμαθε πως για να πετύχουμε τους στόχους μας πρέπει να προσπερνάμε τα «μη» και τα «δεν» και να προσπαθούμε πάντα για το καλύτερο. Τέλος, μας έμαθε πως δεν πρέπει να συμβιβάζομαστε με την μετριότητα και πως οι σκέψεις μας και οι ιδέες μας πρέπει να είναι ελεύθερες και να μην περιορίζονται σε στενά πλαίσια και όρια.

Ακόμη, θα θέλαμε να εκφράσουμε τις ειλικρινείς μας ευχαριστίες σε όλους τους καθηγητές που συναντήσαμε κατά την διάρκεια της φοίτησης μας για τις γνώσεις που μας παρείχαν δίνοντας μας τα καταλληλά εφόδια ώστε να φτάσουμε στην ολοκλήρωση των σπουδών μας.

Επιπροσθέτως, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους συμφοιτητές μας και όλους όσους μας βοήθησαν στην υλοποίηση της ερευνάς μας, οι οποίοι αφιέρωσαν χρόνο ώστε να στηρίξουν την προσπάθειά μας και μας βοήθησαν να καταλήξουμε σε πολύ χρήσιμα συμπεράσματα.

Φυσικά, δεν θα μπορούσαμε να παραβλέψουμε την συμβολή των οικογενειών μας καθώς πίστεψαν στα όνειρα μας και μας υποστήριξαν σε όλη την διάρκεια των σπουδών μας. Με υπομονή και κουράγιο μας πρόσφεραν την απαραίτητη ηθική συμπαράσταση. Χωρίς αυτούς θα ήταν ανέφικτο να πραγματοποιήσουμε τις σπουδές μας. Νιώθουμε πολύ τυχεροί και ευγνώμονες και τους ευχαριστούμε πολύ.

Νίκος Ψαράς
Κατερίνα Γιαπιτζάκη
Αλκυών Τσαβδαρίδη Φον Χέμπελ

Περίληψη

Ο τουριστικός κλάδος έχει πλέον περάσει σε μια νέα εποχή, αυτή του Zero Waste Tourism. Ο πληθωρισμός, η οικονομία που συνεχώς αναπτύσσεται και η γρήγορη αστικοποίηση, έχουν συμβάλλει στην επιτάχυνση της παραγωγής στερεών αποβλήτων. Η σημαντική επιβάρυνση που επιφέρει η ρύπανση του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον ενός τόπου, έχει προκαλέσει παγκόσμια ανησυχία. Ως μέσω αντιμετώπισης των συγκεκριμένων ανησυχιών έρχεται να πάρει θέση η φιλοσοφία του Zero Waste Tourism. Η συγκεκριμένη φιλοσοφία αποτελεί την ιδανική λύση για την ελαχιστοποίηση των αυξανόμενων στερεών αποβλήτων στον τουριστικό κλάδο. Επίσης αποτελεί τον βασικότερο σύμμαχο του τουρισμού, καθώς εάν εφαρμοστεί σωστά επιφέρει σε έναν τόπο μόνο τα θετικά οφέλη του τουρισμού, όπως είναι για παράδειγμα η οικονομική ανάπτυξη του τόπου.

Στην εργασία μας αναλύονται διάφορες τακτικές που εφαρμόζει ένας Zero Waste τουρίστας με σκοπό να καταφέρει να κάνει το ταξίδι του όσο το δυνατόν πιο βιώσιμο γίνεται. Ακολουθώντας, αναλύσαμε τις διάφορες πρακτικές που μπορούν να εφαρμοστούν από τη πλευρά των ξενοδοχειακών μονάδων με αποτέλεσμα να έχουν όσο το δυνατόν μικρότερο περιβαλλοντικό αποτύπωμα είναι εφικτό. Θέλοντας να συγκρίνουμε όσα μάθαμε σε θεωρητικό επίπεδο με αυτά που συμβαίνουν στον τουριστικό κλάδο πραγματοποιήσαμε μια έρευνα μέσω δυο διαφορετικών ερωτηματολογίων. Μέσα από αυτή την έρευνα καταφέραμε να καταλήξουμε σε πολύ σημαντικά συμπεράσματα. Τόσο όσον αφορά την στάση που κρατούν οι Έλληνες τουρίστες κατά την διάρκεια των διακοπών τους, όσο και τις τακτικές που επιλέγουν να ακολουθήσουν οι ξενοδοχειακές μονάδες της χώρας μας και το επίπεδο της ενημέρωσης των εργαζομένων σε αυτές. Τέλος, με αυτό το τρόπο, καταφέραμε να εντοπίσουμε τρόπους με τους οποίους θα μπορούσε να αναπτυχθεί η φιλοσοφία του Zero Waste Tourism στην χώρα μας καθώς πιστεύουμε ακράδαντα πως πρέπει να δοθεί περισσότερη προσοχή και βαρύτητα στο συγκεκριμένο θέμα.

Λέξεις Κλειδιά: Zero Waste, Zero Waste Tourism, Οικοτουρισμός, Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, Γραμμική οικονομία, Κυκλική οικονομία, Κομποστοποίηση, Επαναχρησιμοποιούμενα αντικείμενα.

ABSTRACT

The tourism industry has now entered a new era, that of Zero Waste Tourism. Inflation, a growing economy and rapid urbanization have contributed to the accelerated production of solid waste. The significant burden of tourism pollution on the natural environment of a place has caused global concern. As a means of addressing these concerns, the Zero Waste Tourism philosophy comes into place. This philosophy is the ideal solution to minimize the increasing solid waste in the tourism industry. It is also the main ally of tourism, as if properly implemented it brings to a place only the positive benefits of tourism, such as for example the economic development of the place.

In our paper we analyze different tactics that a Zero Waste tourist implements in order to make their trip as sustainable as possible. Subsequently, we analyzed the different practices that can be implemented on the part of the hotels in order to have as small an environmental footprint as possible is feasible. Wanting to compare what we learned on a theoretical level with what is happening in the tourism industry, we conducted a survey using two different questionnaires. Through this survey we were able to come to very important conclusions. Both in terms of the attitude that Greek tourists hold during their holidays, as well as the tactics that the hotels in our country choose to follow and the level of information to their employees. Finally, in this way, we managed to identify ways in which the Zero Waste Tourism philosophy could be developed in our country as we strongly believe that more attention and research should be given to this issue.

Keywords: Zero Waste, Zero Waste Tourism, Ecotourism, Sustainable tourism development, Linear economy, Circular economy, Composting, Reusable objects

Πίνακας Περιεχομένων

Κεφάλαιο 1: “Τουρισμός & Περιβάλλον”	6
1.1 Σχέση τουρισμού και περιβάλλοντος	6
1.2 Επιπτώσεις του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον	7
1.2.1 Θετικές επιπτώσεις του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον	7
1.2.2 Αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον	7
1.2.3 Περιβαλλοντικές πιέσεις	7
1.3 Επιπτώσεις του τουρισμού στο τόπο προορισμού	11
1.3.1 Οικονομικά οφέλη	11
1.3.2 Κοινωνικό- πολιτιστικά οφέλη	12
1.4 Αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο τόπο προορισμού	12
1.4.1 Οικονομικός τομέας	12
1.4.2 Κοινωνικό- πολιτιστικός τομέας	13
Κεφάλαιο 2: “Ποιες νέες τάσεις έχουμε σχετικά με το περιβάλλον και τον τουρισμό – Η ανάγκη για Zero Waste”	14
2.1 Αειφόρος ανάπτυξη	14
2.2 Αειφόρος τουρισμός	14
2.3 Γενικές Αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης	14
2.4 Οικολογικός τουρισμός ή Οικοτουρισμός	15
2.4.1 Είδη οικοτουρισμού	16
2.4.2 Ανάπτυξη οικοτουρισμού	18
2.4.3 Το παράδειγμα της Costa Rica	18
2.5 Η φιλοσοφία του Zero Waste	18
2.5.1 Γραμμική οικονομία και οι συνέπειες της	19
2.5.2 Κυκλική οικονομία και Zero Waste	20
2.5.3 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της κυκλικής οικονομίας	21
Κεφάλαιο 3: “ Zero Waste Τουρίστας και οι επιλογές που θα έπρεπε να κάνει”	23
3.1 “Zero Waste Τουρίστας”	23
3.1.1 Αεροπορικά – Ακτοπλοϊκά και λοιπά εισιτήρια	23
3.1.2 Επιλογή ξενοδοχείου ή Airbnb	24
3.1.3. Πως να μειώσετε το οικολογικό σας αποτύπωμα σε ένα ξενοδοχείο.	24
3.2 Καταναλωτική συμπεριφορά	25
3.2.1 Η σημασία μίας επαναχρησιμοποιούμενης τσάντας για ψώνια	25
3.2.2 Αναμνηστικά	25
3.2.3 Ανακύκλωση	25
3.2.4 Επαναχρησιμοποιούμενα αντικείμενα	25
3.3 Ενοικίαση αυτοκινήτου	26
3.4 Ψυχαγωγία.	26
Κεφάλαιο 4: “Το Zero Waste στον κλάδο της φιλοξενίας ”	27
4.1 Βιώσιμη Φιλοξενία	27
4.2 Κυρίες οικολογικές τάσεις του ξενοδοχειακού κλάδου	27
4.3 Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω του Zero Waste	30

4.4 Πώς μερικές από τις πιο γνωστές αλυσίδες ξενοδοχείων μειώνουν την χρήση πλαστικών αποβλήτων	30
---	----

Κεφάλαιο 5: “Επιδοτήσεις & Παραδείγματα εφαρμογής του Zero Waste σε Ελληνικά ξενοδοχεία”	31
5.1 Επιδοτήσεις μηδενικών απορριμμάτων στον τουρισμό.	31
5.2 Ο ξενοδοχειακός όμιλος Μεταξά	32
5.3 Οι αξίες του ομίλου	33
5.3.1 Ο όμιλος επενδύει στους ανθρώπους	34
5.3.2 Βιωσιμότητα	34
5.3.3 Καινοτομία, ηγεσία και ανάπτυξη	34
5.3.4 Η περιβαλλοντική πολιτική- βιωσιμότητα	34
5.4 Πολιτικές σε σχέση με την βιωσιμότητα	34
5.5 Το σχέδιο Διαχείρισης Απορριμμάτων	37
Κεφάλαιο 6: “ Έρευνα πεδίου, 1^ο ερωτηματολόγιο ”	38
6.1 Μεθοδολογία της έρευνας	38
6.2 Σκοπός της έρευνας	38
6.3 Ανάλυση 1 ^{ου} ερωτηματολογίου	39
6.4 Συμπεράσματα έρευνας.	54
Κεφάλαιο 7: “Έρευνα πεδίου, 2^ο ερωτηματολόγιο ”	57
7.1 Μεθοδολογία της έρευνας	57
7.2 Σκοπός της έρευνας	57
7.3 Ανάλυση 2 ^{ου} ερωτηματολογίου	58
7.4 Συμπεράσματα έρευνας.	79
Βιβλιογραφία	82
Παράρτημα Α: Παράρτημα έρευνας 1^ο Ερωτηματολόγιο	88
Παράρτημα Β: Παράρτημα έρευνας 2^ο Ερωτηματολόγιο.	95

Κατάλογος Πινάκων, Διαγραμμάτων και Εικόνων

Κεφάλαιο 1^ο: “Γενική αναφορά στον τουρισμό”

Εικόνα 1.1 Travel & Tourism	7
---------------------------------------	---

Κεφάλαιο 2^ο: “Ποιες νέες τάσεις έχουμε σχετικά με το περιβάλλον και τον τουρισμό”

Εικόνα 2.1 Οικοτουρισμός	17
Εικόνα 2.2 Γραμμική οικονομία.	19
Εικόνα 2.3 Κυκλική οικονομία.	21

Κεφάλαιο 4^ο: “Το Zero Waste στον κλάδο της φιλοξενίας”

Εικόνα 4.1: Marriott.	30
-------------------------------	----

Κεφάλαιο 5: “Επιδοτήσεις & Παραδείγματα εφαρμογής του Zero Waste σε Ελληνικά ξενοδοχεία”

Πίνακας 5.1: Ανακύκλωση στον όμιλο	35
--	----

Κεφάλαιο 6^ο: “Έρευνά πεδίου”

Διάγραμμα 6.1 Φύλο ερωτηθέντων.	39
Διάγραμμα 6.2 Ηλικία ερωτηθέντων.	39
Διάγραμμα 6.3 Τόπος διαμονής.	40
Διάγραμμα 6.4 Οικογενειακό εισόδημα.	40
Διάγραμμα 6.5 Συχνότητα ταξιδιών.	41
Διάγραμμα 6.6 Τύπος ξενοδοχείου.	41
Διάγραμμα 6.7 Φιλοσοφία Zero Waste.	42
Διάγραμμα 6.8 Σημασία Zero Waste	42
Διάγραμμα 6.9 Εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα	43
Διάγραμμα 6.10 Boarding pass	44
Διάγραμμα 6.11 Ποσότητα αποβλήτων.	45
Διάγραμμα 6.12 Περιβαλλοντικά βιώσιμο ξενοδοχείο	46
Διάγραμμα 6.13 Περιβαλλοντικές πρακτικές	47
Διάγραμμα 6.14 Μπουφές ξενοδοχείου	47
Διάγραμμα 6.15 Τακτικές ενός Zero Waste Τουρίστα	48
Διάγραμμα 6.16 Επαναχρησιμοποιούμενο δοχείο	48
Διάγραμμα 6.17 Τρόποι μετακίνησης κατά την διάρκεια των διακοπών	49
Διάγραμμα 6.18 Επαναχρησιμοποιούμενη τσάντα	50
Διάγραμμα 6.19 Ξενοδοχείο φιλικό προς το περιβάλλον.	50
Διάγραμμα 6.20 Πρότυπα ISO.	51
Διάγραμμα 6.21 Είδος διακοπών.	51
Διάγραμμα 6.22 Επαναχρησιμοποιούμενο σκεύος	52
Διάγραμμα 6.23 Κλιματιστικό.	52
Διάγραμμα 6.24 Καθαριότητα δωματίου.	53
Διάγραμμα 6.25 Ενημέρωση Zero Waste.	54
Εικόνα 6.26 Εικόνα συμπερασμάτων	56

Κεφάλαιο 7^ο: “Έρευνα πεδίου”

Διάγραμμα 7.1 Φύλο ερωτηθέντων	58
Διάγραμμα 7.2 Ηλικία ερωτηθέντων	58
Διάγραμμα 7.3 Τόπος διαμονής	59
Διάγραμμα 7.4 Ιδιότητα.	60
Διάγραμμα 7.5 Χρόνια εργασίας στον τουριστικό κλάδο.	61
Διάγραμμα 7.6 Αστέρια ξενοδοχείου	62
Διάγραμμα 7.7 Έννοια του Zero Waste Tourism	62

Διάγραμμα 7.8 Μέθοδοι που χρησιμοποιεί το ξενοδοχείο για ένα πιο βιώσιμο περιβάλλον	63
Διάγραμμα 7.9 Έκδοση τιμολογίων	64
Διάγραμμα 7.10 Συστήματα που χρησιμοποιεί το ξενοδοχείο.	65
Διάγραμμα 7.11 Μπουφές ξενοδοχείου	66
Διάγραμμα 7.12 Υπηρεσίες καθαριότητας που παρέχει το ξενοδοχείο	67
Διάγραμμα 7.13 Μηχανισμός εξοικονόμησης ενέργειας	68
Διάγραμμα 7.14 Αξιοποίηση ηλιακής ενέργειας	69
Διάγραμμα 7.15 Ενημέρωση σχετικά με το "Zero Waste".	70
Διάγραμμα 7.16 Έξυπνα συστήματα άρδευσης.	71
Διάγραμμα 7.17 Τι τύπο κλειδιού χρησιμοποιεί το ξενοδοχείο.	72
Διάγραμμα 7.18 Διαχείριση απορριμμάτων που παράγονται στο ξενοδοχείο.	73
Διάγραμμα 7.19 Ευαισθητοποίησής των πελατών όσον αφορά την προστασία του περιβάλλοντος	74
Διάγραμμα 7.20 Παράπονα σχετικά με την διαχείριση περιβαλλοντικών θεμάτων	75
Διάγραμμα 7.21 Περιβαλλοντικά βραβεία.	76
Διάγραμμα 7.22 Πρότυπα Iso.	77
Διάγραμμα 7.23 Μελλοντικές τακτικές που θα μπορούσε να ακολουθήσει ένα ξενοδοχείο σχετικά με το Zero Waste	78
Εικόνα 7.24 Εικόνα συμπερασμάτων	81

Εισαγωγή

Ο τουρισμός είναι ο τρίτος ισχυρότερος τομέας ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας, σύμφωνα με ερευνά που πραγματοποιήθηκε το 2018 από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), κάθε χρόνο προσελκύονται δισεκατομμύρια τουρίστες. Μια χώρα μπορεί να αποτελεί πόλο έλξης για διάφορους λόγους για έναν επισκέπτη, λόγω της ιστορίας, του πολιτισμού, του κλίματος, της φυσικής ομορφιάς της και άλλα. Η ταχεία ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας όμως, έχει προσθέσει μεγάλο αντίκτυπο στο περιβάλλον τις τελευταίες δεκαετίες. (UNWTO, World Tourism Organization)

Η αύξηση του πληθυσμού, η ανάπτυξη της οικονομία σε συνδυασμό με την γρήγορη αστικοποίηση έχουν επιταχύνει σημαντικά την παραγωγή στερεών αποβλήτων στον κόσμο. Ο χειρισμός απορριμμάτων αποτελεί μείζονα ανησυχία, διότι η ακατάλληλη επεξεργασία αποβλήτων προκαλεί αυξημένη περιβαλλοντική επιδείνωση. Τις τελευταίες δεκαετίες έχουν εμφανιστεί πολλά νέα μετρά για τον αποτελεσματικό χειρισμό των αποβλήτων, ωστόσο τα περισσότερα από αυτά χρίζουν βελτίωσης. (Dileep, M. 2007)

Το “Zero waste”, είναι μια καινοτομία της δεκαετίας του 1990 η οποία σκοπεύει στην διαχείριση αποβλήτων, δίνοντας έμφαση περισσότερο στην εξάλειψη των αποβλήτων παρά στην διαχείριση αυτών. Δεδομένου ότι η διαχείριση των αποβλήτων αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες ανησυχίες πολλών τουριστικών προορισμών, βλέπουμε πως ο τουριστικός κλάδος εστιάζει ολοένα και περισσότερο στην αποτελεσματική διαχείριση των αποβλήτων καθώς και στην ελαχιστοποίηση της δημιουργίας τους. (Dileep, M. 2007)

Στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι να ενημερώσει για την νέα φιλοσοφία του “Zero Waste Tourism” και να διαδώσει την σπουδαιότητα της. Επίσης, θέλουμε να μεταδώσουμε την σημασία σχετικά με την ανάγκη εφαρμογής προγραμμάτων μηδενικών αποβλήτων κυρίως στον κλάδο της φιλοξενίας. Στόχος μας είναι ολοένα και περισσότεροι να αποκτήσουν μια φιλική προς το περιβάλλον νοοτροπία και να ελαχιστοποιήσουν σταδιακά τα απόβλητα που παράγουν, καθώς επίσης να εστιάσουν περισσότερο στην επαναχρησιμοποίηση και ανακύκλωση των προϊόντων.

Η παρακάτω πτυχιακή στοχεύει μελλοντικά ο τουριστικός κλάδος να είναι πιο φιλικός προς το περιβάλλον. Να μειωθούν τα απόβλητα ώστε το οικολογικό αποτύπωμα του τουρισμού να είναι όσο το δυνατόν μικρότερο. Παρατηρώντας την έλλειψη γνώσεων που υπάρχει πάνω σε αυτόν τον τομέα στην χώρα μας, θεωρήσαμε πως θα ήταν πολύ σημαντικό να ασχοληθούμε με αυτό το ζήτημα και να συμβάλουμε μέσω των ιδεών μας στην αειφόρο τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας.

Κεφάλαιο 1: Τουρισμός & Περιβάλλον

Ο τουρισμός συνδέεται άρρηκτα με το φυσικό περιβάλλον. Για να καταφέρει να αναπτυχθεί ο τουρισμός μιας περιοχής, πρέπει η τουριστική βιομηχανία να σέβεται και να προστατεύει το φυσικό της περιβάλλον. Είναι βέβαιο πως μαζί με την ανάπτυξη του τουρισμού δημιουργείται μεγάλος όγκος υποδομών, κάτι το οποίο έχει μεγάλη επιρροή στο περιβάλλον, αλλάζοντας την φυσική ισορροπία του τόπου. Ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα με μεγάλη δυναμική, επιφέροντας ριζικές μεταβολές τόσο στην κοινωνία όσο και στην οικονομία. Οι μεταβολές αυτές είναι ορατές σε περιφερειακό αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο. Σκοπός μας, δεν είναι μέσα από τις επιπτώσεις που προκαλούνται στο περιβάλλον να επιρρίψουμε ευθύνες στο τουρισμό, αλλά να δούμε με ποιο τρόπο μπορούν να μειωθούν οι αρνητικές συνέπειες με αποτέλεσμα ο τουρισμός να έχει θετικό πρόσημο. (Ράππη, 2010)

1.1 Σχέση τουρισμού και περιβάλλοντος

Οι ανθρώπινες ενέργειες σε συνδυασμό με τους φυσικούς πόρους και το φυσικό περιβάλλον αποτελούν έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες πάνω στον οποίο οικοδομείται το φαινόμενο "τουρισμός". Συνεπώς, η σχέση τουρισμού και περιβάλλοντος έχει αποκτήσει ιδιαίτερη σημασία τα τελευταία χρόνια.

Το φυσικό περιβάλλον αποτελεί σημαντική παράμετρο για την ανάπτυξη του τουρισμού σε μια περιοχή, ο τουρισμός ως φαινόμενο καθώς και ο κλάδος επαγγελματικών δραστηριοτήτων, πρέπει να αναδειχθεί και να χρησιμοποιηθεί με τέτοιο τρόπο ώστε να επιτύχει κάποια οικονομικά, κοινωνικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά οφέλη. Εξάλλου, εν έτη 2022 η ανάγκη διάσωσης του περιβάλλοντος, είναι πιο άμεση από ποτέ. Αυτή η ανάγκη έχει γίνει αντικείμενο μελετών από πολλές επιχειρήσεις, με σκοπό τον σωστό σχεδιασμό, τον προγραμματισμό και τη διαχείριση (στην περίπτωση μας) της τουριστικής ανάπτυξης. (Ράππη, 2010)

Πιο συγκεκριμένα και αναφερόμενοι στο θέμα της πτυχιακής μας εργασίας, γνωρίζουμε πολύ καλά πως οι επισκέπτες του τόπου μας, οι εγκαταστάσεις φιλοξενίας, οι χώροι εστίασης ακόμα και οι ίδιοι οι κάτοικοι ενός τόπου, είναι μια από τις κυριότερες αιτίες παραγωγής τεράστιου όγκου αποβλήτων. Γεγονός με μεγάλο αντίκτυπο στο περιβάλλον μας. Δεδομένου ότι το περιβάλλον στις μέρες μας αποτελεί ένα από τα κυριότερα κριτήρια ακόμη και κίνητρα για να επιλέξει ένας τουρίστας τον προορισμό που θα επισκεφτεί, ο χειρισμός των αποβλήτων στο πλαίσιο της προστασίας του περιβάλλοντος αποτελεί μείζονα ανησυχία. Επομένως, διαπιστώνουμε πως η διατήρηση της ποιότητας και η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, βρίσκονται ολοένα και περισσότερο στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος. (Ράππη, 2010)

1.2 Επιπτώσεις του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον

Το φυσικό περιβάλλον μπορούμε να το χαρακτηρίσουμε ως ένα αγαθό, το οποίο προσφέρεται σε περιορισμένες ποσότητες, είναι δύσκολο να ανασυνταχθεί και είναι ευαίσθητο και φθαρτό. Αναλυτικότερα, περιέχει ό,τι προσφέρεται από τη φύση, όπως το κλίμα, το έδαφος, τη χλωρίδα, την πανίδα κλπ. Η τουριστική δραστηριότητα «καταναλώνει» το περιβάλλον, με αποτέλεσμα να έχουμε συνέπειες είτε θετικές, είτε αρνητικές (Βαρβαρέσσος, 2010).

1.2.1 Θετικές επιπτώσεις του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον

Όσον αφορά τις θετικές επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον, η τουριστική δραστηριότητα μπορεί να συνδράμει στην βελτίωση ή στη διατήρηση του περιβάλλοντος, αν τεθεί υπό έλεγχο και οργανωθεί σωστά. Συγκεκριμένα, μπορεί να αποτελέσει μια πηγή εσόδων, η οποία θα αξιοποιηθεί για την διατήρηση των φυσικών περιοχών που αποτελούν πόλο έλξης για ένα επισκέπτη, όπως πάρκα, προστατευμένες περιοχές αλλά και εξωτερικούς χώρους αναψυχής. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι χωρίς τον τουρισμό, πιθανόν, αυτές οι φυσικές περιοχές ίσως θα χρησιμοποιούνταν για άλλη χρήση ή δεν θα αναπτύσσονταν. Χρειάζεται, επίσης, να σημειωθεί ότι ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει και στην αναβάθμιση του περιβάλλοντος μέσα από έργα ανάδειξης των φυσικών πόρων ή μέσα από πρωτοβουλίες ιδιωτών για την προστασία του (Τζούφη, 2010).

Από την άλλη πλευρά η τουριστική δραστηριότητα συμβάλλει και στην βελτίωση των υποδομών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα ένα περιβαλλοντικό πλεονέκτημα, καθώς με την αναβάθμιση των τοπικών υποδομών, μειώνουμε τα προβλήματα ρύπανσης και ενισχύουμε την περιβαλλοντική ποιότητα των τουριστικών προορισμών. Τέλος, σε περιοχές όπου οι ντόπιοι κάτοικοι δεν δείχνουν κάποια ιδιαίτερη σημασία για το φυσικό περιβάλλον και τη διατήρησή του, όταν παρατηρήσουν ενδιαφέρον από επισκέπτες για τη φύση, αντιλαμβάνονται τη σημασία της προστασίας του περιβάλλοντος και παράλληλα αυξάνεται η περιβαλλοντική τους συνείδηση (Τζούφη, 2010).

1.2.2 Αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον

Η τουριστική δραστηριότητα μπορεί να επιφέρει και πολλές αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, καθώς αναπτύσσεται συχνά σε ευαίσθητα περιβάλλοντα, με αποτέλεσμα να προκαλούνται διάφορα προβλήματα.



Πηγή: Travel Voice, 2016.

Εικόνα 1.1 Travel & Tourism

Οι επιπτώσεις αυτές μπορεί να είναι άμεσες, όπου προέρχονται απευθείας από την κύρια δραστηριότητα του τουρισμού αλλά και έμμεσες, όπου προέρχονται από ενέργειες που εξαρτώνται από την κύρια δραστηριότητα.

Επιπροσθέτως, οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού διαχωρίζονται σε τρεις κατηγορίες:

- i) Τις επιπτώσεις που προκαλούνται από την διαμονή των τουριστών σε μία περιοχή και τη μετακίνησή τους.
- ii) Τις δραστηριότητες των επισκεπτών
- iii) Την κατασκευή και συντήρηση των τουριστικών υποδομών (Ανδριώτης, 2009).

1.2.3 Περιβαλλοντικές πιέσεις

Υδάτινοι Πόροι: Το νερό αποτελεί έναν από τους πολυτιμότερους φυσικούς πόρους. Ο τουριστικός τομέας χρησιμοποιεί σε μεγάλο βαθμό υδάτινους πόρους, με αποτέλεσμα η τουριστική δραστηριότητα να επιφέρει σημαντικές επιπτώσεις στο υδάτινο περιβάλλον. Αναλυτικότερα, το νερό χρησιμοποιείται για καθαριότητα, για πόση αλλά και για αισθητικούς λόγους, όπως πότισμα κήπων στους χώρους των καταλυμάτων και τουριστικών υποδομών. Επιπλέον, καταναλώνεται σημαντική ποσότητα νερού για την κατασκευή των τουριστικών υποδομών, για την παραγωγή τροφής και για την εξόρυξη πρώτων υλών. Οι παραπάνω χρήσεις του νερού έχουν ως αποτέλεσμα την συχνή σύγκρουση με τις τοπικές ανάγκες σε νερό άλλων τομέων, όπως η γεωργία, η κτηνοτροφία, τα φυσικά οικοσυστήματα κλπ. (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Επιπλέον, προκύπτουν συχνά προβλήματα στην προσφορά του νερού, καθώς υπάρχουν ενδείξεις ότι οι τουρίστες καταναλώνουν περισσότερο νερό συγκριτικά με αυτό που καταναλώνουν οι ντόπιοι κάτοικοι. Επομένως, δημιουργούνται εντάσεις και πολλές φορές και αντιδράσεις στην τοπική κοινωνία. Παρόλα αυτά, για τις ανάγκες των τουριστών και των κατοίκων συχνά χρησιμοποιούνται οι υπόγειοι υδάτινοι πόροι μέσω γεωτρήσεων. Αυτό το γεγονός αποδυναμώνει τον υδροφόρο ορίζοντα, με αποτέλεσμα να επηρεάζεται η συνολική ανάπτυξη της περιοχής (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Άρα, ο τουριστικός κλάδος έχει άμεση σχέση και με τη διάθεση αποβλήτων στο υδάτινο περιβάλλον είτε από τις τουριστικές εγκαταστάσεις, είτε από τις δραστηριότητες των τουριστών. Αυτό οδηγεί σε ρύπανση του υδροφόρου ορίζοντα, επηρεάζοντας τα οικοσυστήματα και τη δημόσια υγεία. Επίσης, σημαντική πίεση λόγω αποβλήτων δέχονται οι ακτές και ο θαλάσσιος χώρος, καθώς πολλές τουριστικές μονάδες μολύνουν τα ύδατα, ρίχνοντας ακατέργαστα λύματα στη θάλασσα, βλάπτοντας τα υδρόβια φυτά και την υδρόβια πανίδα (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Ενεργειακοί Πόροι: Τη χρήση ενέργειας στον τουρισμό μπορούμε να την διακρίνουμε σε δύο κατηγορίες:

- i) Στη χρήση ενέργειας για μετακινήσεις τουριστών από, προς και μέσα στον τουριστικό προορισμό.
- ii) Στη χρήση ενέργειας των τουριστών στα καταλύματα, στις δραστηριότητές τους, στη διατροφή τους κλπ.

Σχετικά με την πρώτη κατηγορία, τα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούνται από τουρίστες για μετακίνηση είναι τρένα, τουριστικά λεωφορεία, πλοία, οχήματα ιδιωτικής χρήσης (αυτοκίνητα) και μοτοσυκλέτες, τα οποία χρειάζονται καύσιμα για την λειτουργία τους. Έτσι, έχουμε μια αύξηση στη ζήτηση των ορυκτών καυσίμων, με αποτέλεσμα να υπάρχουν προβλήματα εξάντλησης των αποθεμάτων που αφορούν τους ενεργειακούς πόρους. (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Όσον αφορά τη δεύτερη κατηγορία, η κατανάλωση ενέργειας που αφορά τον προορισμό, ταξινομείται σε δύο είδη:

- i) Την κατανάλωση ενέργειας που έχουμε στα καταλύματα.
- ii) Την κατανάλωση ενέργειας που συναντάμε στις δραστηριότητες των τουριστών. Στο πρώτο είδος κατατάσσουμε την ενέργεια που σχετίζεται με τη θέρμανση, το μαγείρεμα, την καθαριότητα, τον κλιματισμό, τη ψύξη, το φωτισμό αλλά και με την χρήση ηλεκτρικών - ηλεκτρονικών συσκευών. Επιπλέον, σε αυτό το είδος συμπεριλαμβάνουμε την χρήση ενέργειας που γίνεται για την κατασκευή - συντήρηση των καταλυμάτων και την ενέργεια για την προμήθεια ειδών διατροφής και άλλων καταναλωτικών προϊόντων που είναι απαραίτητα για τη λειτουργία του καταλύματος και την εξυπηρέτηση των τουριστών. (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Το δεύτερο είδος αναφέρεται στις δραστηριότητες των τουριστών, οι οποίες περιλαμβάνουν τις επισκέψεις τους σε σημεία ενδιαφέροντος για λόγους αναψυχής, σε αξιοθέατα (αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία κλπ.), σε χώρους διασκέδασης (κινηματογράφοι, χώροι εστίασης-μπαρ κλπ.) και σε αθλητικές δραστηριότητες (καταδύσεις, γκολφ, ιππασία κλπ.)

Συμπερασματικά, η τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής σχετίζεται αρκετά με την αύξηση της κατανάλωσης ενέργειας. Σε περιοχές και περιόδους έντονης τουριστικής κίνησης, η κατανάλωση ενέργειας αυξάνεται κατακόρυφα, επιφέροντας αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Ατμόσφαιρα- Κλιματική Αλλαγή: Ο τουρισμός, όπως και κάθε δραστηριότητα, συμβάλλει στην επιβάρυνση της ατμόσφαιρας. Η χρήση οχημάτων εσωτερικής καύσης που χρησιμοποιούνται για την μεταφορά τουριστών, αλλά και η αύξηση της καύσης ορυκτών καυσίμων για την παραγωγή ενέργειας, συμβάλλουν στην αύξηση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης. Πιο συγκεκριμένα, η ατμόσφαιρα μπορεί να επιβαρυνθεί από τις τουριστικές δραστηριότητες, είτε άμεσα, μέσω των μεταφορών, είτε έμμεσα, από την κατανάλωση ενέργειας στις διάφορες εγκαταστάσεις (π.χ. μαγειρεία, εγκαταστάσεις κεντρικής θέρμανσης, ψύξης κλπ.). Συμπληρωματικά, σε έναν τουριστικό προορισμό, οι αεροπορικές, οι οδικές και οι σιδηροδρομικές διαδρομές αυξάνονται λόγω της αύξησης των επισκεπτών. Έτσι, σε πολλές περιοχές, και κυρίως σε αυτές με φημισμένα αξιοθέατα, έχουμε αύξηση της ρύπανσης του αέρα λόγω της υπερβολικής χρήσης των μεταφορών από τους τουρίστες. (Μαλέκα, 2014)

Παράλληλα, ο τουρισμός έχει αναγνωριστεί ότι συμβάλλει στην κλιματική αλλαγή. Την κλιματική αλλαγή μπορούμε να την ορίσουμε ως «η αλλαγή του κλίματος που ευθύνεται άμεσα ή έμμεσα σε ανθρώπινη δραστηριότητα, η οποία αλλάζει τη σύνθεση της ατμόσφαιρας του πλανήτη, και δεν συμπεριλαμβάνεται στις φυσικές κλιματολογικές διακυμάνσεις που παρατηρούνται κατά τη διάρκεια συγκρίσιμων χρονικών περιόδων» (Μαλέκα, 2014).

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι η κλιματική αλλαγή είναι ικανή να επιφέρει:

- i) Φθορές σε τουριστικές υποδομές που βρίσκονται κοντά σε ακτές
 - ii) Υποβάθμιση σε τουριστικές υποδομές, εξαιτίας της απουσίας φυσικών πόρων (π.χ. έλλειψη χιονιού στα χιονοδρομικά κέντρα)
 - iii) Ελάττωση του διαθέσιμου νερού, λόγω μειωμένων βροχοπτώσεων.
 - iv) Μείωση των οικοτουριστικών υποδομών και δραστηριοτήτων
- (Μαλέκα, 2014).

Θόρυβος: Η ηχορύπανση αποτελεί είναι ιδιαίτερο πρόβλημα της σύγχρονης εποχής για τις τουριστικές περιοχές. Το συγκεκριμένο φαινόμενο δημιουργείται από τα μέσα μεταφοράς, όπως αεροπλάνα, αυτοκίνητα, λεωφορεία κλπ., καθώς και από τα διάφορα ψυχαγωγικά οχήματα, όπως ταχύπλοα. Όταν αυξάνεται ο αριθμός των επισκεπτών σε έναν τουριστικό προορισμό, και ιδιαίτερα σε περιοχές που συγκεντρώνονται πολλά

τουριστικά οχήματα και αξιοθέατα, έχουμε αύξηση στα επίπεδα του θορύβου. Αυτή η μεγάλη ένταση θορύβου μπορεί να φτάσει σε ενοχλητικά επίπεδα, με αποτέλεσμα να προκαλεί στρες και προβλήματα υγείας στους τουρίστες αλλά και στους ντόπιους κατοίκους. Επιπλέον, δημιουργεί διαταραχές στην άγρια φύση, ειδικά στις προστατευόμενες περιοχές. Για παράδειγμα, ο θόρυβος αυτός, μπορεί να προκαλέσει την απομάκρυνση κάποιων ειδών από τη γύρω περιοχή ή να αλλάξει την φυσική συμπεριφορά των ζώων. (Βαρβαρέσος, 2000)

Τοπίο - Αισθητική: Ο κάθε τουριστικός προορισμός έχει κάποια φυσικά χαρακτηριστικά αλλά και μια τοπική αρχιτεκτονική. Αρκετά συχνά, πολλές τουριστικές εγκαταστάσεις, όπως τα ξενοδοχεία και τα καταλύματα, διαφοροποιούνται αυτής της αισθητικής με αποτέλεσμα το τοπίο να υποβαθμιστεί και να αποτελέσει απωθητικό για τους τουρίστες και για τους ντόπιους κατοίκους της περιοχής.

Η αισθητική ρύπανση και υποβάθμιση του τοπίου μπορεί να δημιουργηθεί από τα εξής:

- i) Κακή διάταξη των τουριστικών εγκαταστάσεων.
- ii) Χρήση ακατάλληλων δομικών υλικών.
- iii) Ανεπαρκής ή ακατάλληλη χωροταξία.
- iv) Κακή συντήρηση των κτιρίων και του εξωτερικού χώρου.
- v) Ανεξέλεγκτη απόθεση αποβλήτων στο χώρο.
- vi) Έλλειψη καθαριότητας της περιοχής

(Βαρβαρέσος, 2000)

Γη - Έδαφος: Το έδαφος αποτελείται από κάποιους φυσικούς πόρους, όπως τα δάση, το εύφορο έδαφος, την άγρια φύση, τα ορυκτά κλπ. Μέσω του τουριστικού τομέα έχουμε πίεση σε αυτούς τους πόρους, καθώς χρησιμοποιούνται για την κατασκευή ψυχαγωγικών εγκαταστάσεων και τουριστικών κατασκευών. Επιπλέον, για να κατασκευάσουμε μια τουριστική υποδομή, συνήθως γίνεται εξόρυξη άμμου, διάβρωση του εδάφους και του χώματος, αλλά και υποβάθμιση του εδάφους, όταν δημιουργούνται νέοι δρόμοι και αεροδρόμια. Έτσι, προκειμένου να καλύψουμε τις ανάγκες των τουριστικών, παρεμβαίνουμε στο περιβάλλον προκαλώντας πιέσεις στους πόρους της γης. (Βαρβαρέσος, 2000)

Είναι χρήσιμο να τονιστεί επίσης, ότι οι παραθεριστικές κατοικίες μπορούν να καταστρέψουν την υπαίθρια γη, καθώς προκαλούν κατακερματισμό στο έδαφος. Επιπροσθέτως, οι κατασκηνώσεις, σε περιοχές που δεν είναι κατάλληλες για αυτό το σκοπό, μπορούν να οδηγήσουν σε συμπίεση του εδάφους, καταστροφή της βλάστησης, αλλά και σε άλλα παρόμοια προβλήματα. (Βαρβαρέσος, 2000)

Οικοσυστήματα - Χλωρίδα, Πανίδα: Οικοσύστημα θεωρείται μια γεωγραφική περιοχή που περιλαμβάνει όλους τους ζωντανούς οργανισμούς (ανθρώπους, ζώα, φυτά και μικροοργανισμούς) και το φυσικό τους περιβάλλον (νερό, χώμα και αέρα). Κάθε οικοσύστημα είναι διαφορετικό. Έχουμε οικοσυστήματα που αντέχουν σε μεγάλες πιέσεις (δεν εμφανίζουν υποβάθμιση) και έχουμε οικοσυστήματα που παρουσιάζουν μικρή ανθεκτικότητα, καθώς ακόμα και οι μικρές αλλαγές μπορεί να προκαλέσουν αρνητικές επιπτώσεις (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Η κατασκευή και επέκταση τουριστικών υποδομών μπορούν να επηρεάσουν τη λειτουργία των οικοσυστημάτων, καθώς παρεμβαίνουν στον υδρολογικό κύκλο, με αποτέλεσμα να περιορίζουν το χώρο των οικοσυστημάτων και να τον διαταράζουν. Επίσης, το οδικό δίκτυο καταλαμβάνει μεγάλη επιφάνεια της γης, καταστρέφοντας συχνά τα οικοσυστήματα, ειδικά όταν τα έργα βρίσκονται σε μικρή απόσταση από την ακτή. Παράλληλα ο θόρυβος επηρεάζει την πανίδα της εκάστοτε περιοχής, ενώ τα καυσαέρια δρουν αρνητικά στη χλωρίδα της (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Τα οικοσυστήματα μπορούν να υποβαθμιστούν και από τις δραστηριότητες αναψυχής των τουριστών. Παραδείγματος χάρη, σε ορισμένους τουρίστες αρέσει να ασχολούνται με την παρατήρηση των πτηνών. Επομένως, πολύ συχνά, μπορεί να διαταράξουν και να φοβίσουν τα πουλιά, με αποτέλεσμα αυτά να εγκαταλείψουν τις φωλιές τους και να αναγκαστούν να φύγουν από τους φυσικούς τους βιοτόπους. Επιπροσθέτως, μια ακόμα συχνή δραστηριότητα των τουριστών αποτελεί και το ψάρεμα το οποίο μπορεί να συμβάλλει στην εξαφάνιση ορισμένων ειδών ψαριών (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Παράλληλα, οι επισκέπτες όταν χρησιμοποιούν συγκεκριμένα μονοπάτια, ποδοπατούν τα φυτά και το χώμα, με αποτέλεσμα πολλές φορές να προκαλούν καταστροφή, που μπορεί να επιφέρει απώλεια της βιοποικιλότητας. Επίσης, όταν υπάρχει έντονη τουριστική δραστηριότητα σε αμμώδεις ακτές, εμποδίζονται οι αναπαραγωγικές διαδικασίες των ζώων που χρειάζονται την άμμο για να εκκολάψουν τα αυγά τους. Εκτός απ' αυτό, τα θαλάσσια μηχανοκίνητα σπορ επηρεάζουν αρνητικά τα σπάνια θηλαστικά, καθώς τα διώχνουν από τις θαλάσσιες περιοχές (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

1.3 Επιπτώσεις του τουρισμού στο τόπο προορισμού

Ο τουρισμός παίζει ιδιαίτερο ρόλο στην ανάπτυξη ενός προορισμού αλλά και επιφέρει μεγάλες αλλαγές, είτε θετικές, είτε αρνητικές. Με άλλα λόγια, μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στην ανάδειξη - βελτίωση ενός τόπου αλλά και να προκαλέσει ποικίλες πιέσεις στην τοπική κοινωνία (Βαρβαρέσσος, 2000).

1.3.1 Οικονομικά οφέλη

- Απασχόληση: Δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας, με αποτέλεσμα την απασχόληση ειδικευμένου και ανειδίκευτου προσωπικού. Επίσης, δίνονται ευκαιρίες εργασίας, ακόμη και όταν αδυνατούν άλλοι οικονομικοί κλάδοι. Κατά συνέπεια έχουμε αύξηση του συνολικού οικογενειακού εισοδήματος εξαιτίας της ενίσχυσης της αυτοαπασχόλησης στον τουριστικό τομέα. (Λαμπριανίδης και Καλογερέσης, 2016)
- Περιφερειακή Ανάπτυξη: Ανάπτυξη των γεωγραφικά απομονωμένων ή περιθωριοποιημένων περιφερειών. Επιπλέον, έχουμε αύξηση εισοδημάτων των επενδύσεων σε αυτές τις περιοχές και απασχόληση μεγάλου αριθμού ατόμων, τα οποία είναι κυρίως ανειδίκευτα και κατοικούν σε λιγότερο αναπτυγμένες περιοχές. Έτσι, περιορίζεται η μετανάστευση των κατοίκων προς τα αστικά κέντρα για εύρεση εργασίας, με αποτέλεσμα την αύξηση της ευημερίας τους. (Λαμπριανίδης και Καλογερέσης, 2016)
- Ανάπτυξη Προορισμού: Δημιουργία νέων ή αναβάθμιση των υπαρχόντων υποδομών, αξιοθέατων, υπηρεσιών και μεταφορών, εξαιτίας των φόρων που επιβάλλει η κυβέρνηση στον τουριστικό τομέα. Επίσης, έχουμε αύξηση της προσβασιμότητας στους προορισμούς, με αποτέλεσμα την ανάπτυξη τους. (Λαμπριανίδης και Καλογερέσης, 2016)
- Πηγή Εσόδων: Εισροή συναλλάγματος από αλλοδαπούς τουρίστες, με την οποία να «καλύπτει σε πολλές περιπτώσεις ένα μεγάλο ποσοστό του ανοίγματος του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών». Παράλληλα, δημιουργεί μια πηγή εσόδων για το κράτος αλλά και αύξηση των τοπικών- δημοτικών εσόδων, μέσα από φόρους που αφορούν την χρήση δημοτικών ή άλλων υποδομών και την εκμετάλλευση των δημοτικών περιουσιακών στοιχείων. (Λαμπριανίδης και Καλογερέσης, 2016)

1.3.2 Κοινωνικό- πολιτιστικά οφέλη

- **Επαφή Διαφορετικών Πολιτισμών:** Οι ντόπιοι κάτοικοι και οι τουρίστες-επισκέπτες ανταλλάσσουν μορφωτικά και πολιτιστικά στοιχεία με αποτέλεσμα να διευρύνουν τους πνευματικούς και τους πολιτιστικούς τους ορίζοντες. Επίσης, αναδεικνύουν το πολιτιστικό τους επίπεδο και γνωρίζουν διαφορετικές κουλτούρες, αξίες και παραδόσεις (Λαμπριανίδης και Καλογερέσης, 2016).
- **Διατήρηση Σημαντικών Στοιχείων της Πολιτιστικής Κληρονομιάς:** Διατήρηση των ιστορικών - αρχαιολογικών χώρων του τουριστικού προορισμού και αναζωογόνηση των παραδοσιακών τεχνών, χορών, μουσικής και άλλων πλευρών που αναδεικνύουν τον παραδοσιακό τρόπο ζωής μιας περιοχής. Παράλληλα, έχουμε οικονομική ενίσχυση για την συντήρηση θεάτρων, μουσείων και άλλων πολιτιστικών εγκαταστάσεων και δραστηριοτήτων, με αποτέλεσμα την διοργάνωση πολιτιστικών φεστιβάλ και εκδηλώσεων (Λαμπριανίδης και Καλογερέσης, 2016).
- **Ανάπτυξη αισθήματος υπερηφάνειας:** Μια αίσθηση υπερηφάνειας από κατοίκους προς στον πολιτισμό τους μπορεί να ενισχυθεί ή να ανανεωθεί, όταν οι τουρίστες τον εκτιμούν και το θαυμάζουν (Λαμπριανίδης και Καλογερέσης, 2016).

1.4 Αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο τόπο προορισμού

Από την άλλη πλευρά, ο τουρισμός μπορεί να επιφέρει και αρνητικές επιπτώσεις στον προορισμό. Αναλυτικότερα, στην οικονομία, στην κοινωνία και τον πολιτισμό του, οι οποίες αναλύονται στα παρακάτω πλαίσια.

1.4.1 Οικονομικός τομέας

- **Απασχόληση:** Ο τουρισμός αποτελεί μια δραστηριότητα που συνήθως είναι εποχική (π.χ. τους καλοκαιρινούς μήνες όπου ο τουρισμός αυξάνεται), με αποτέλεσμα να συμβάλλει στην εποχική απασχόληση, η οποία οδηγεί τους εργαζομένους σε ανεργία τους υπόλοιπους μήνες. Επιπροσθέτως, αυξάνεται η μερική απασχόληση στον τουριστικό κλάδο και οι εργαζόμενοι δεν μπορούν να εξασφαλίσουν ένα ικανοποιητικό επίπεδο διαβίωσης. Σε γενικές γραμμές, λόγω της χαμηλής ειδίκευσης που έχουν οι ντόπιοι κάτοικοι στον τουριστικό τομέα, εργάζονται, κυρίως, γυναίκες ή νέοι άνθρωποι, με αποτέλεσμα να υπάρχει ανισότητα στην απασχόληση (Βαρβαρέσσος, 2000).
- **Διαρροή Χρημάτων και Πληθωρισμός:** Λόγω των πολλών εισαγωγών σε μια χώρα, με σκοπό οι τουρίστες να καλύψουν τις καταναλωτικές τους επιθυμίες, υπάρχει μεγάλη διαρροή χρημάτων (Ανδριώτης, 2009). Έτσι, αυτό έχει ως αποτέλεσμα να προκαλούνται πληθωριστικές πιέσεις στην αξία της γης αλλά και στις τιμές των ντόπιων αγαθών - υπηρεσιών, κατά συνέπεια, να έχουμε δυσμενείς επιπτώσεις στο βιοτικό επίπεδο των ντόπιων. Παράλληλα, παρατηρείται και οικονομική εκμετάλλευση από ντόπιους σε τουρίστες, για κερδοσκοπικούς λόγους, καθώς διαφοροποιούν τις τιμές των προϊόντων για τους ξένους σε σχέση με αυτές των ντόπιων κατοίκων, με τις τιμές για τους επισκέπτες να είναι αυξημένες (Βαρβαρέσσος, 2000).
- **Απώλεια Οικονομικών Ωφελειών:** Πολλές τουριστικές εγκαταστάσεις ανήκουν και διοικούνται από ξένους. Κατά συνέπεια, την απώλεια οικονομικών ωφελειών για την τοπική περιοχή και την δημιουργία δυσaréσκειας στον ντόπιο πληθυσμό. Επιπλέον, εάν οι τουριστικές εγκαταστάσεις και υπηρεσίες ανήκουν και διαχειρίζονται μόνο από λίγους ντόπιους κατοίκους ή οικογένειες, το μεγαλύτερο μέρος της κοινότητας λαμβάνει ελάχιστα οφέλη (Βαρβαρέσσος, 2000).

1.4.2 Κοινωνικό- πολιτιστικός τομέας

- Υποβάθμιση και Εμπορευματοποίηση του Πολιτισμού: Η μαζική συγκέντρωση των τουριστών σε έναν προορισμό έχει συχνό αποτέλεσμα την υποβάθμιση των ιστορικών και αρχαιολογικών χώρων αλλά και την αλλοίωση του πολιτιστικού χαρακτήρα. Αυτό προκαλεί συχνά μια μεγάλη εμπορευματοποίηση των ντόπιων αγαθών – υπηρεσιών. Επίσης, δημιουργείται αλλοίωση του πολιτιστικού αποθέματος, όπως παραδοσιακές τέχνες, χορός, μουσική, ενδυμασία κλπ., προκειμένου αυτό να γίνει πιο κατανοητό από τους τουρίστες (Βαρβαρέσσος, 2000).
- Συγκρούσεις Διαφορετικών Πολιτισμών: Μέσω του τουρισμού έρχονται σε επαφή δύο ή και περισσότεροι διαφορετικοί πολιτισμοί, όπου οι άνθρωποι διαφοροποιούνται στα ήθη, τα έθιμα, τις παραδόσεις, την κουλτούρα αλλά και στην γλώσσα. Αυτό μπαίνει, συχνά, εμπόδιο στις σχέσεις των ντόπιων κατοίκων και των τουριστών, με αποτέλεσμα την ύπαρξη πολλών συγκρούσεις μεταξύ τους. Οι διαφορές είναι ικανές σε πολλές περιπτώσεις να αλλάξουν τις αξίες που έχει ένας τουριστικός προορισμός, να διαβρώσουν την εθνική του γλώσσα και οι ντόπιοι να υιοθετήσουν πρότυπα συμπεριφοράς των τουριστών (Βαρβαρέσσος, 2000).
- Ξενοφοβία και Εγκληματικές Ενέργειες: Τέλος, ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει και στην αύξηση της χρήσης των ναρκωτικών, του αλκοολισμού, της εγκληματικότητας αλλά και στη διάδοση διάφορων σεξουαλικών μεταδιδόμενων νοσημάτων, όπως το AIDS, ιδιαίτερα αν υπάρχει πορνεία στην τοπική κοινωνία, η οποία τείνει στη δημιουργία ενός συγκεκριμένου είδους τουρισμού. Επιπλέον, ο ντόπιος πληθυσμός πολλές φορές αρχίζει να αποκτά αισθήματα ξενοφοβίας, τα οποία πολλές φορές οδηγούν σε συμπλοκές με τους τουρίστες. (Βαρβαρέσσος, 2000)

Κεφάλαιο 2: “Ποιες νέες τάσεις έχουμε σχετικά με το περιβάλλον και τον τουρισμό – Η ανάγκη για Zero Waste”

Εάν όμως αλλάζαμε τον τρόπο με τον οποίο οι περισσότεροι έβλεπαν τον τουρισμό, τότε θα αποκομίζαμε περισσότερα θετικά από ότι αρνητικά αποτελέσματα. Πράγματι, ο τουρισμός σήμερα έχει αρχίσει να αλλάζει, ο σύγχρονος ταξιδιώτης αναζητά ολοένα και περισσότερο τον ποιοτικό τουρισμό και αφήνει πίσω του τον μαζικό. Ενδιαφέρεται περισσότερο για τον ενεργητικό τουρισμό και την ποιότητα του τόπου που θα επισκεφτεί. Δίνει περισσότερη βαρύτητα στην προστασία και την αναβάθμιση του περιβάλλοντος, με αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός νέου τύπου τουριστικής ανάπτυξης ο οποίος έχει ως στόχο την διατήρηση των κοινωνικών, πολιτισμικών και φυσικών χαρακτηριστικών του τουριστικού προορισμού.

(Τουρλιώτη, 2001)

2.1 Αειφόρος ανάπτυξη

Η αειφόρος ανάπτυξη έχει ως αποτέλεσμα την ικανοποίηση των αναγκών στο παρόν χωρίς όμως να αποδυναμώνει την δυνατότητα των επόμενων γενεών να πραγματοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες. Ο τουριστικός κλάδος είναι ένα από τα κυριότερα πεδία έρευνας και μελέτης, μάλιστα το 1990 έπειτα από την έκταση των αρνητικών συνεπειών του τουρισμού ο οποίος αναπτυσσόταν χωρίς έλεγχο, εμφανίστηκε ο όρος «Αειφόρος Τουρισμός». (Τουρλιώτη, 2001)

2.2 Αειφόρος Τουρισμός

Το 1992 στην Διακήρυξη του Ρίο για το περιβάλλον και την ανάπτυξη, καθιερώθηκαν οι αρχές και οι βάσεις για την ανάπτυξη του αειφόρου τουρισμού. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) “ Αειφόρος τουρισμός είναι ο τουρισμός που λαμβάνει πλήρως υπόψιν του τις τωρινές και μελλοντικές επιπτώσεις του περιβάλλοντος, της οικονομίας και της κοινωνίας, ικανοποιώντας όμως τις ανάγκες των επισκεπτών, του περιβάλλοντος της βιομηχανίας και των κοινοτήτων υποδοχής του τουρισμού”. Είναι πολύ σημαντικό να κατανοήσουμε πως οι αποφάσεις που παίρνουμε στο παρόν δεν περιορίζονται σε αυτό. Η επιρροή και η επίδραση τους διαχέεται σε παγκόσμιο επίπεδο και επηρεάζει τόσο την τωρινή γενιά αλλά και τις επόμενες. (Τουρλιώτη, 2001)

2.3 Γενικές αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης

Το 1995 στο Λανθαρότε της Ισπανίας αποδόθηκαν στην μορφή χάρτας, οι γενικές αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Βασιζόμενοι στην συγκεκριμένη Χάρτα:

Πρωταγωνιστής της τουριστικής ανάπτυξης πρέπει να είναι τα κριτήρια αειφορίας, να σέβεται δηλαδή το περιβάλλον και την φύση τόσο την σημερινή όσο και την μελλοντική, να είναι οικονομικά συμφέρουσα και να είναι δίκαιη προς τις κοινωνίες υποδοχής.

Η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να είναι εναρμονισμένη με την φύση, την πολιτεία και την κοινωνία της εκάστοτε περιοχής. (Τουρλιώτη, 2001)

Συμπληρωματικά, πρέπει να φροντίζει οι επιπτώσεις του τουρισμού στην παράδοση και την πολιτισμική κληρονομιά να είναι όσο το δυνατόν λιγότερες. Όσοι είναι μέρος του τουρισμού πρέπει να συμμετέχουν και να είναι εξίσου ενεργοί και να συνεργάζονται ώστε να επιτυγχάνεται ολοκληρωμένος σχεδιασμός και διαχείριση της ανάπτυξης του τουρισμού. Η ποιότητα ζωής των κοινωνιών που υποδέχονται τους επισκέπτες πρέπει

να βελτιώνεται και να εμπλουτίζονται τόσο σε κοινωνικό επίπεδο όσο και σε πολιτισμικό. (Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π. 2001)

Οι ΜΚΟ η Κεντρική διοίκηση και οι υπόλοιποι φορείς που έχουν ανάμειξη στο τουριστικό προϊόν πρέπει να αναλάβουν και να σχεδιάσουν ολοκληρωμένους σχεδιασμούς σωστής τουριστικής ανάπτυξης. Να δίνουν βαρύτητα στην δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος, καθώς επίσης, να δημιουργηθούν ανοικτά δίκτυα πληροφοριών ώστε να ανταλλάσσονται και να διαδίδονται οι εμπειρίες και οι γνώσεις για τις δράσεις που ενσωματώνουν τον τουρισμό στη βιώσιμη ανάπτυξη. (Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π. 2001)

2.4 Οικολογικός τουρισμός ή Οικοτουρισμός

Ο οικολογικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού η οποία έχει ως στόχο την μείωση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον, είναι φιλικός προς το περιβάλλον και αποτρέπει τις αρνητικές συνέπειες της τουριστικής ανάπτυξης, κυρίως σε περιοχές που δεν έχουν αναπτυχθεί ακόμη. Ο οικοτουρισμός σχετίζεται άμεσα με ένα περιβαλλοντικά υπεύθυνο ταξίδι, σε αντίθεση με τον μαζικό ο οποίος δεν δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στον πολιτισμό και το περιβάλλον.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) ο ορισμός του οικοτουρισμού αναφέρεται στις αρχές, τα στοιχεία που το απαρτίζουν, το σκοπό, τους στόχους και τα οφέλη που παρέχει. (Fernández. S., 2016)

Μερικά από τα βασικά χαρακτηριστικά του οικοτουρισμού είναι τα παρακάτω:

- Επικεντρώνεται στην φύση, ο επισκέπτης εκτιμάει και σέβεται το φυσικό τοπίο της περιοχής.
- Μειώνει τις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού και προστατεύει το κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον.
- Βασίζεται στην ερμηνεία της φύσης και την περιβαλλοντική εκπαίδευση.
- Ενδιαφέρεται για συνεισφορά και προσπάθεια προστασίας της φύσης.
- Επιδιώκει την απόκτηση γνώσεων για τις λειτουργίες και τη σημασία της φύσης.
- Σέβεται τους κανόνες πρόσβασης σε ευαίσθητες περιοχές.

(Εναλλακτικές μορφές τουρισμού- οικοτουρισμός, Green Oliver)

Μια από τις πρώτες αναφορές σχετικά με τον οικοτουρισμό έγινε το 1965 από τον κ. Hetzer, ο οποίος στήριξε τον οικοτουρισμό σε τέσσερις πυλώνες:

- Ελαχιστοποίηση περιβαλλοντικών επιπτώσεων.
- Σεβασμός των πολιτισμών υποδοχής.
- Μεγιστοποίηση στα οφέλη των ντόπιων
- Μεγιστοποίηση της ικανοποίησης των επισκεπτών.

(Eco Tourism, Tourism notes 2020)

Ο κ. Miller στις αρχές του 1978 αναφέρθηκε στον οικοτουρισμό, συγκεκριμένα εστίασε στον σχεδιασμό εθνικών πάρκων για την οικολογική ανάπτυξη της Λατινικής Αμερικής. Έτσι, κατά την διάρκεια του 1970 με 1980, καθώς οι ανησυχίες για τις επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού γινόντουσαν πιο έντονες, αυξήθηκε η ζήτηση για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Όπως αυτή του οικοτουρισμού, η οποία έχει στο επίκεντρο της τη προστασία του φυσικού περιβάλλοντος.

2.4.1 Είδη Οικοτουρισμού

Πολιτιστικός Τουρισμός

Αυτή η μορφή τουρισμού αφορά τις τουριστικές δραστηριότητες που επικεντρώνονται γύρω από τα μνημεία πολιτισμού και αυτά που αποτελούν πολιτιστική κληρονομιά. Επίσης, απευθύνεται σε αυτούς που επιθυμούν να γνωρίσουν την ιστορία, τον πολιτισμό και την κουλτούρα ενός τόπου. Αποτελεί ένα από τα παλαιότερα είδη τουρισμού, καθώς από τους περασμένους αιώνες, ομάδες περιηγητών αναζητούσαν ταξίδια με αρχαιολογικό ενδιαφέρον προκειμένου να ανακαλύψουν μέρη με διαφορετικό πολιτισμό.

Τα κύρια χαρακτηριστικά του είναι:

- Επισκέψεις σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους.
- Παρακολούθηση εκδηλώσεων (μουσικές συναυλίες, θέατρα, παραστάσεις κτλ.).
- Περιηγήσεις σε πολιτιστικές διαδρομές.
- Εκμάθηση της τοπικής κουζίνας, των εθίμων και των παραδόσεων του τόπου.
- Συμμετοχή σε λαογραφικές δραστηριότητες και πολιτιστικά δρώμενα της περιοχής.
- Στενή επαφή των τουριστών με τον ντόπιο πληθυσμό. (Ανδριώτης, 2009)

Μορφωτικός Τουρισμός

Στον Μορφωτικό Τουρισμό, τα άτομα έχουν ως κύριο σκοπό την εκπαίδευση και την παρακολούθηση μορφωτικών εκδηλώσεων. Πολλοί τουριστικοί προορισμοί έχουν καταφέρει να συνδυάσουν την πολιτιστική τους παράδοση με εκπαιδευτικές δραστηριότητες. Αναλυτικότερα, αυτή η μορφή τουρισμού απευθύνεται σε:

- Εκδηλώσεις ή σεμινάρια φιλοσοφίας, ψυχολογίας, κοινωνιολογίας κλπ.
- Εκμάθηση γλώσσας.
- Προγράμματα με πολιτιστικές, μορφωτικές και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις.
- Επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία, ιστορικά μνημεία, βιβλιοθήκες, πινακοθήκες κλπ. (Ανδριώτης, 2009)

Επιστημονικός Τουρισμός

Το συγκεκριμένο είδος τουρισμού αφορά εκείνους που έχουν ως στόχο την επιστημονική τους ενημέρωση και επιμόρφωση σε θέματα ειδικού ενδιαφέροντος. Συγκεκριμένα, επιθυμούν να αποκτήσουν ειδικές γνώσεις καθώς και να διευρύνουν τις ακαδημαϊκές τους γνώσεις. (Ανδριώτης, 2009)

Τουρισμός Περιπέτειας

Αυτή η μορφή τουρισμού περιλαμβάνει δραστηριότητες αναψυχής που λαμβάνουν χώρα σε μια ασυνήθιστη φυσική περιοχή. Απευθύνεται κυρίως σε νεαρά άτομα, με καλή φυσική άσκηση, τα οποία έχουν όρεξη για περιπέτεια και ρίσκο. Τα κύρια χαρακτηριστικά του είναι:

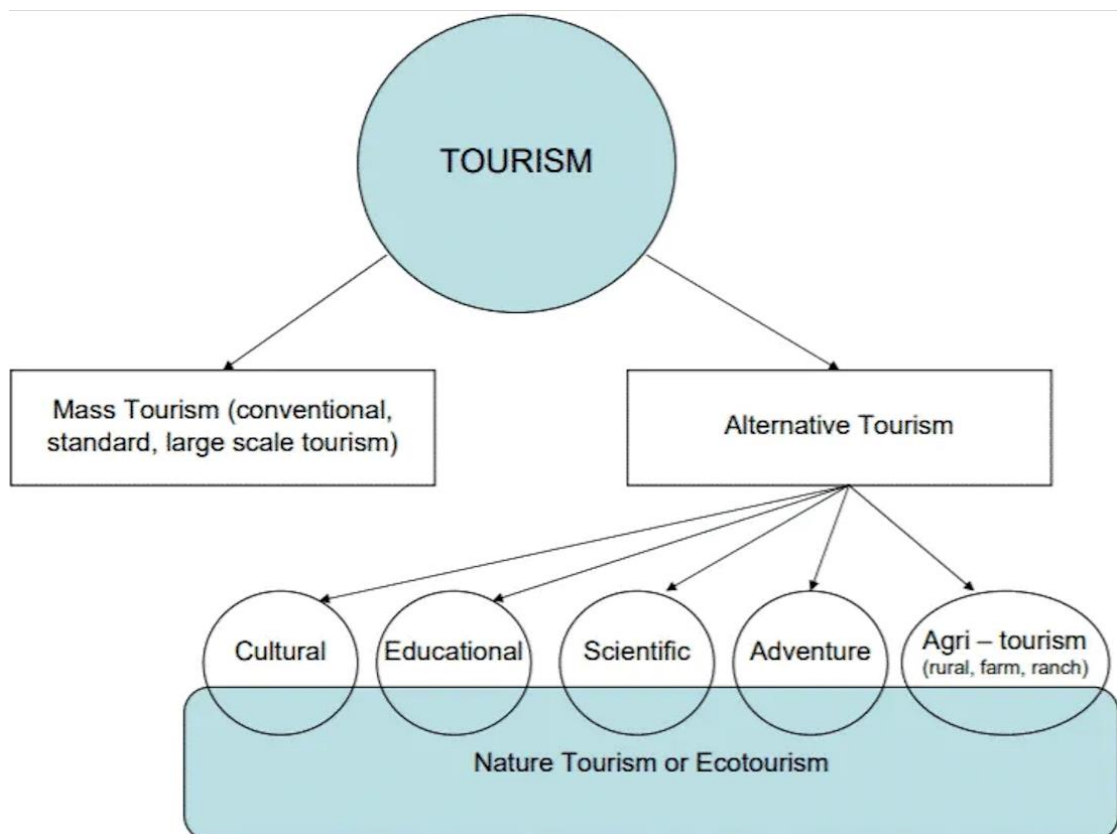
- Εξερεύνηση τοποθεσιών.
- Συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες που αφορούν άμεσα το φυσικό περιβάλλον.
- Απομονωμένα και δυσπρόσιτα μέρη.
- Αίσθημα αδρεναλίνης και δράσης.

Οι πιο δημοφιλείς δραστηριότητες περιπέτεια είναι οι εξής: κωπηλασία, πεζοπορία, rafting, αναρρίχηση, σκι, ιππασία, κατάδυση, κωπηλασία, ιππασία κλπ. (Ανδριώτης, 2009).

Αγροτουρισμός

Ο Αγροτουρισμός είναι μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που στηρίζεται στους φυσικούς πόρους του περιβάλλοντος και αναπτύσσεται σε χώρο μη αστικό. Επίσης, δίνει την ευκαιρία στους τουρίστες να γνωρίσουν αγροτικές περιοχές και να ενσωματωθούν στην καθημερινή ζωή των κατοίκων. Τα κύρια χαρακτηριστικά του είναι:

- Απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος.
- Άμεση επαφή του τουρίστα με τους φυσικούς κάλλους της περιοχής
- Συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις που αφορούν αγροτικά έθιμα των κατοίκων.
- Προσφορά βιολογικών παραδοσιακών προϊόντων.
- Παρατήρηση ή και συμμετοχή των τουριστών σε γεωργικές ή κτηνοτροφικές δραστηριότητες (ελαιοτριβείο, μελισσοκομία κλπ.).
- Άμεση επαφή του επισκέπτη με την πανίδα και την χλωρίδα του τόπου.
- Συμμετοχή σε δραστηριότητες που ασκούνται στην ύπαιθρο (πεζοπορία, ορειβασία κλπ.). (Ανδριώτης, 2009)



Πηγή: Eco Tourism, Tourism notes 2020

Εικόνα 2.1 Οικοτουρισμός

2.4.2 Ανάπτυξη οικοτουρισμού

Ο οικοτουρισμός είναι ο τομέας με την ταχύτερη ανάπτυξη στο κλάδο του τουρισμού, συνολικά αναπτύσσεται 4 φορές ταχύτερα από όλο το κλάδο του τουρισμού.

Η πίεση της αστικής ζωής και η περιβαντολλογική ανησυχία ωθούν τους ανθρώπους να αναζητήσουν την ησυχία και την γαλήνη στην φύση. Μερικές κατηγορίες τουρισμού που σχετίζονται με τον οικοτουρισμό είναι οι ακόλουθες:

- Πτηνοτουρισμός, το ταξίδι σε μια περιοχή της οποίας το κλίμα και η φύση είναι ιδανικές για τα πτηνά, οδηγεί τους λάτρεις αυτού του είδους να ταξιδέψουν για να παρατηρήσουν τα πτηνά. Έτσι, συνδυάζουν το πάθος τους μαζί με διακοπές.
- Το κάμπινγκ είναι επίσης μια δραστηριότητα η οποία είναι άμεσα συνδεδεμένη με το φυσικό περιβάλλον. (Fernández. S., 2016)

2.4.3 Το παράδειγμα της Κόστα Ρίκα

Στην Κόστα Ρίκα η οποία είναι γνωστή για την φυσική της ομορφιά οι προστατευμένες περιοχές καθώς και τα εθνικά πάρκα καλύπτουν σχεδόν το 30% της επιφάνειας της. Καθώς επίσης, έχουν καταφέρει να προσεγγίσουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών οικοτουρισμού. Συνολικά ανέρχονται στο 50% των συνολικών επισκεπτών. Με αυτό το τρόπο η Κόστα Ρίκα έχει καταφέρει να αναπτύσσεται τουριστικά, να επωφελείται οικονομικά αλλά παράλληλα να προστατεύει το φυσικό περιβάλλον και πολιτισμό της.

Η χώρα μας θα μπορούσε να επιτύχει αυτά τα νούμερα, καθώς είναι μια χώρα με αστείρευτο φυσικό κάλλος. Αν σχεδιαστεί σωστά και ακολουθήσουμε μια οργανωμένη μακροχρόνια στρατηγική θα καταφέρουμε να αναπτύξουμε τον αειφόρο τουρισμό και να συνεισφέρουμε οικονομικούς πόρους χωρίς να βλάπτουμε το παρθένο φυσικό περιβάλλον της Ελλάδας. (Το παράδειγμα της Κόστα Ρίκα στον οικοτουρισμό, Tourism today, 2019)

2.5 Η φιλοσοφία του Zero Waste

Όταν αναφερόμαστε στο Zero Waste ουσιαστικά αναφερόμαστε στην μείωση – και τελικά στην ολοκληρωτική εξάλειψη της ποσότητας των πόρων που χρησιμοποιούμε. Τα περισσότερα προϊόντα που σπαταλούνται, μπορούν να ανακυκλωθούν και στην συνέχεια να επαναχρησιμοποιηθούν με ασφάλεια, μπορούν να κομποστοποιηθούν (πχ τρόφιμα, λαχανικά, φρούτα.) ή ακόμη καλύτερα αντικαθιστώντας προϊόντα μιας χρήσης με προϊόντα που διαρκούν περισσότερο. Ουσιαστικά το Zero Waste αντιπροσωπεύει την διαχείριση των πόρων και όχι των αποβλήτων. (Gaia, 2018)

Μέσω αυτής της προσέγγισης ενθαρρύνεται η επαναχρησιμοποίηση των πόρων, και στόχος είναι τα σκουπίδια να μην αποστέλλονται σε ΧΥΤΑ (Χώρους Υγειονομικής Ταφής Απορριμμάτων), μονάδες αποτέφρωσης, ή στο τέλος να καταλήγουν στον ωκεανό. Πρόκειται για μια πρωτοβουλία που στοχεύει στην αλλαγή του τρόπου ροής των υλικών σε μια κοινωνία, έτσι ώστε όχι μόνο να εξαλειφθούν τα απόβλητα μέσω της ανακύκλωσης και της επαναχρησιμοποίησης αλλά στοχεύοντας στην ριζική αλλαγή του τρόπου παραγωγής και διανομής των προϊόντων. (Gaia, 2018)

Η διαδικασία αυτή (κυκλική οικονομία) βασίζεται στην συνεχή κυκλοφορία των πόρων, στην επαναχρησιμοποίηση τους καθώς και στην μεγιστοποίηση της χρησιμότητάς τους. Σε αντίθεση με την γνωστή διαδικασία (γραμμική οικονομία) στην οποία οι πόροι απορρίπτονται γρήγορα. Με πιο απλά λόγια θα μπορούσαμε να πούμε ότι το Zero Waste είναι μια "ιδέα" η οποία προωθεί τον μετριασμό (έως και τον εκμηδενισμό) των αποβλήτων αποφεύγοντας περιττές συσκευασίες, καθώς επίσης και τα απόβλητα (τα οποία πρέπει αναγκάστηκε να παραχθούν ή έχουν ήδη παραχθεί) παρουσιάζονται ως δυνητικά πολύτιμος επαναχρησιμοποιήσιμος πόρος. (Taylor, L., 2020)

Ας δούμε αναλυτικά ποιο είναι το μοντέλο που κυριαρχεί μέχρι σήμερα (Γραμμική Οικονομία) και ποιες αρνητικές συνέπειες οδηγούν στην αναγκαιότητα της αλλαγής σε Zero Waste φιλοσοφία (μέσω της κυκλικής οικονομίας).

2.5.1 Γραμμική Οικονομία και οι συνέπειες της

Όταν αναφερόμαστε στον ορό γραμμική οικονομία ουσιαστικά μιλάμε για την γνωστή σε όλους διαδικασία που έχει ως εξής: παράγουμε, καταναλώνουμε και στην συνέχεια απορρίπτουμε στα σκουπίδια ότι έχουμε χρησιμοποιήσει. Οι πρώτες ύλες που έχουν χρησιμοποιηθεί προκειμένου να κατασκευαστούν αυτά τα προϊόντα, μετά την χρήση τους καταλήγουν στην χωματερή. Αυτή η διαδικασία είναι εξαιρετικά επιβλαβής και μη βιώσιμη, τόσο για την κατανάλωση των πόρων όσο και για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Στην οικονομία αυτά τα βήματα είναι πάντα ίδια: συλλογή της πρώτης ύλης, παραγωγή του προϊόντος, χρησιμοποίηση του προϊόντος και τέλος απόρριψη δίχως να επαναχρησιμοποιηθεί τίποτα από τα υλικά που χρησιμοποιήθηκαν. Το αντίκτυπο των υλικών, που καταλήγουν στην χωματερή είναι τεράστιο. Αρχικά, τις περισσότερες φορές αυτού του είδους απόβλητα θάβονται, με αποτέλεσμα να "χάνονται" πολύτιμα υλικά. Αυτό όχι μόνο θεωρείται τεράστια σπάταλη αλλά σε λίγα χρόνια από τώρα θα έχει επιπλέον αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις (όπως για παράδειγμα εκπομπές μεθανίου που δημιουργούνται από οργανικά απόβλητα τα οποία σαπίζουν σε χώρους υγειονομικής ταφής). Δεύτερον, εφόσον τα προϊόντα αυτά έχουν απορριφθεί εξολοκλήρου, σημαίνει πως πρέπει να αντληθούν νέες πρώτες ύλες, καθώς επίσης και περισσότερη ενέργεια προκειμένου να παραχθούν τα νέα προϊόντα. Συνοψίζοντας, μια τέτοια κουλτούρα καταναλώσης προϊόντων δεν δίνει καμία αξία στο τέλος του κύκλου ζωής των προϊόντων. (Ζακάι, Ε., 2015) (Dieguez, 2020)



Πηγή: Linear Economy, Parnoblast

Εικόνα 2.2: Γραμμική Οικονομία

Αρνητικές συνέπειες της γραμμικής οικονομίας.

Η ανθρώπινη δραστηριότητα επηρεάζει σταδιακά το κλίμα της γης, οι σημαντικότερες απειλές είναι οι εξής:

i) Φαινόμενο του θερμοκηπίου

Το διοξείδιο του άνθρακα είναι το κυριότερο αέριο που επηρεάζει το φαινόμενο αυτό, το στρώμα του όζοντος της ατμοσφαιρας το οποίο προστατεύει την γη από την υπεριώδη ακτινοβολία χρόνο με τον χρόνο υπόκειται σε τεράστιες αλλοιώσεις. Τα αέρια που εκπέμπονται από εργοστάσια, αυτοκίνητα, αεροπλάνα, φιάλες πεπιεσμένου αέρα, κλιματιστικές συσκευές, ψυγεία κλπ. ταξιδεύουν στην στρατόσφαιρα και κατόπιν πολύπλοκων αντιδράσεων καταστρέφουν το όζον, αφήνοντας την υπεριώδη

ακτινοβολία να περάσει στην ατμόσφαιρα. Αυτό το φαινόμενο συμβάλει και στο λιώσιμο των πάγων. (Γκουτιέρες, Α., 2019)

ii) **Ατμοσφαιρική ρύπανση**

Η ατμοσφαιρική ρύπανση μπορεί να επιδεινώσει ή να καταστήσει κακή την ποιότητα του αέρα σε μια περιοχή. Όλοι αυτοί οι ρύποι δεν χάνονται στον ουρανό, αρχικά προκαλούν "ασφυξία" στις πόλεις, επιδεινώνουν το φαινόμενο του θερμοκηπίου και ξανά επιστρέφουν στην γη μέσω της βροχής. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, η βροχή η οποία θα καταλήξει στην γη να είναι όξινη. (Γκουτιέρες, Α., 2019)

iii) **Υπερπληθυσμός**

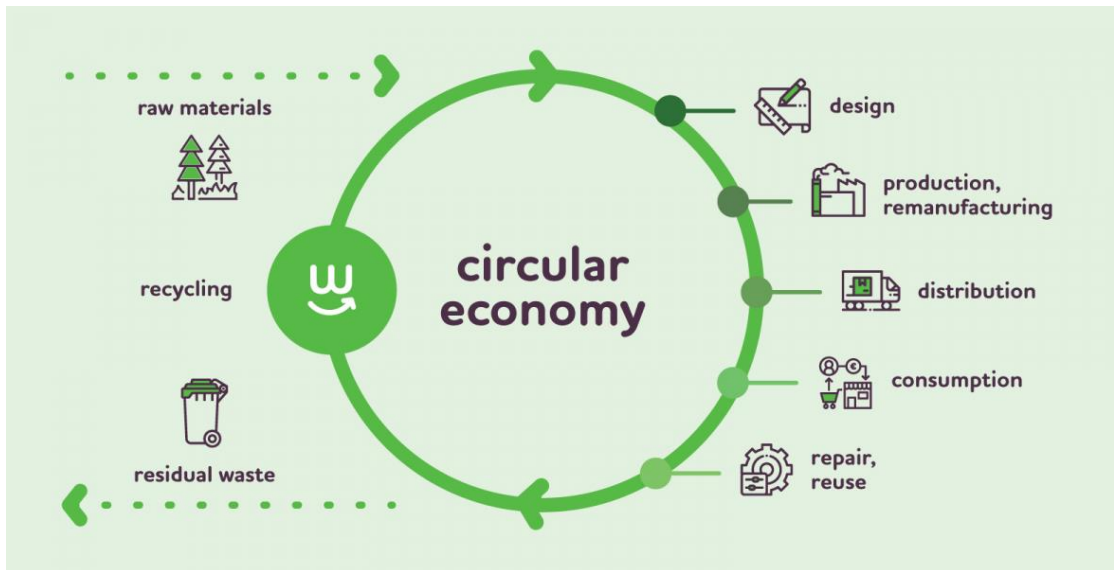
Σύμφωνα με στοιχεία που δημοσκοπήθηκαν από τον Γενικό Γραμματέα του ΟΗΕ Αντόνιο Γκουτιέρες, ο πληθυσμός της γης το 2019 έφτασε τα 7,7 δισεκατομμύρια κάτοικους, ενώ αναμένεται το 2050 να ξεπεράσει τους 9,7 δισεκατομμύρια κατοίκους. (Γκουτιέρες, Α., 2019)

2.5.2 Κυκλική οικονομία και Zero Waste (πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα)

Στα παραπάνω προβλήματα, έρχεται να δώσει λύση η κυκλική οικονομία. Η οποία συμβάλει στην αντιμετώπιση της υπερκατανάλωσης των αγαθών, καθώς και των φυσικών πόρων, οδηγώντας στην μείωση της κλιματικής κρίσης. Το μοντέλο αυτό περιλαμβάνει επίσης κοινή χρήση, επισκευή, ανακαίνιση, επαναχρησιμοποίηση και ανακύκλωση υπαρχόντων υλικών και προϊόντων όσο το δυνατόν περισσότερο.

Η αρχή αυτή βασίζεται στο ότι ένα προϊόν ή ένα υλικό αγαθό πρέπει να μεγιστοποιεί την χρησιμότητα του, ώστε όταν φτάσει στο τέλος του κύκλου ζωής του, να μπορεί είτε να επαναχρησιμοποιηθεί είτε να ανακυκλωθεί προκειμένου να παραχθούν από αυτό νέα υλικά ή προϊόντα αυξάνοντας ακόμη περισσότερο την διάρκεια ζωής του προϊόντος (πχ εάν σε ένα κινητό χαλάσει η μπαταριά, δεν είναι ανάγκη να αλλάξει ολόκληρη η συσκευή. Μέσω της αλλαγής μπαταρίας μπορεί να επεκταθεί ο κύκλος ζωής του προϊόντος). Αυτό το είδος οικονομίας έρχεται σε πλήρη αντίθεση με την γραμμική οικονομία, καθώς στα στάδια του παράγω – καταναλώνω – απορρίπτω, το στάδιο της απόρριψης αντικαθιστάται με την επαναχρησιμοποίηση και την ανακύκλωση. Ουσιαστικά αυτό το οικονομικό μοντέλο είναι πως σε όλα τα αγαθά δίνεται η ευκαιρία για την δημιουργία αξίας. (Ζούζουλα, Σ., 2018)

Όπως είδαμε και παραπάνω, μέχρι το 2050 ο πληθυσμός πρόκειται να αυξηθεί κατά 2 δισεκατομμύρια κάτοικους, αυτό έχει σαν άμεσο αποτέλεσμα την αύξηση της ζήτησης των πρώτων υλών, κάτι το οποίο είναι ήδη περιορισμένο. Η χρήση των υλών αυτών εκτός του ότι είναι περιορισμένες έχουν και τεράστιο αντίκτυπο στο περιβάλλον. Ωστόσο, η πρόληψη της δημιουργίας αποβλήτων, καθώς και ένας πιο οικολογικός σχεδιασμός, μπορούν να εξοικονομήσουν πολλά χρήματα από τις επιχειρήσεις καθώς και να βοηθήσουν στην μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα και κατά συνέπεια να βοηθήσουν στην αντιμετώπιση του φαινομένου του θερμοκηπίου. (Taylor, L., 2020)



Πηγή: (Banks, M., 2019)

Εικόνα 2.3: Κυκλική Οικονομία

2.5.3 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της κυκλικής οικονομίας

Η υιοθέτηση του μοντέλου κυκλικής οικονομίας μπορεί να έχει τα εξής πλεονεκτήματα για την κοινωνία, την οικονομία, την απασχόληση και το περιβάλλον:

Καλύτερο περιβάλλον για τον πλανήτη και όλους τους έμβιους οργανισμούς

- Η κυκλική οικονομία βοηθά στον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής καθώς εκτιμάται πως το 62% των αέριων του θερμοκηπίου προέρχονται από την διαδικασία παραγωγής των προϊόντων, ενώ το 38% από την χρήση αυτών.
- Μέσω της διαδικασίας αυτής υπάρχει μείωση της κατανάλωσης πόρων (πρώτες ύλες, νερό, ενέργεια) καθώς στο τέλος θα υπάρχουν λιγότερα απόβλητα τα οποία δεν θα απορρίπτονται σε χώρους υγειονομικής ταφής αλλά θα ανακυκλώνονται εξ ολοκλήρου είτε ένα μεγάλο μέρος τους. (Σωτηρόπουλος, Α., 2019)

Οφέλη προς τον καταναλωτή

Εκτός από τα περιβαλλοντικά οφέλη, ένα τέτοιο μοντέλο παρέχει πολλά οφέλη για τον καταναλωτή. Λόγω του ότι τα προϊόντα σε αυτήν την οικονομία μετά την χρήση τους δεν θα απορριφθούν αλλά θα ανακυκλωθούν, διαρκούν περισσότερο. Επιπλέον, μέσω αυτής της οικονομίας ενθαρρύνεται η αγορά μεταχειρισμένων αντικειμένων και η μίσθωση ή η ενοικίαση αντί της ιδιοκτησίας. Ένα ακόμη τεράστιο όφελος για τον καταναλωτή είναι η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Για να επιτευχθεί ένα τέτοιο σύστημα, θα χρειαστεί να δημιουργηθούν νέοι τύποι βιομηχανίας. (5 Benefits of a Circular Economy- Tontoton, 2021)

Νέες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις

Οι εταιρείες μπορούν να επωφεληθούν από το μοντέλο της κυκλικής οικονομίας, καθώς στις μέρες μας έχουμε πιο ευαισθητοποιημένους καταναλωτές. Άρα το να ακολουθήσει μια επιχείρηση τις πρακτικές της κυκλικής οικονομίας μπορεί να βελτιώσει και να αυξήσει την πιστή των πελατών της σε αυτή. Οι σημερινοί καταναλωτές θέλουν να υποστηρίξουν εταιρείες με τις οποίες ταυτίζονται οι φιλοσοφίες τους. Ακόμη, οι επιχειρήσεις δεν χρειάζεται να εξαρτώνται από πεπερασμένους πόρους καθώς μπορούν να επαναχρησιμοποιούν τους ήδη υπάρχοντες. (5 Benefits of a Circular Economy- Tontoton, 2021)

Ωστόσο, όπως όλα έχουν τα θετικά τους έτσι και η οικονομία αυτή παρουσιάζει ορισμένα μειονεκτήματα, τα οποία είναι τα εξής:

i) Εξάλειψη των θέσεων εργασίας

Μια από τις μεγαλύτερες ανησυχίες, είναι πως μετά από ορισμένες περιβαλλοντικές πρακτικές μπορεί να εξαφανιστούν ορισμένες ευκαιρίες απασχόλησης, όπως η εξόρυξη άνθρακα ή γενικά θέσεις εργασίας οι οποίες περιστρέφονται γύρω από μη ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. (5 Benefits of a Circular Economy- Tontoton, 2021)

ii) Δυσκολία συνεργασίας

Για να επιτευχθεί μια τέτοιου είδους οικονομία απαιτείται μια παγκόσμια προσπάθεια τόσο από τα άτομα, τις επιχειρήσεις και τις κυβερνήσεις ώστε να έχουμε ένα ικανοποιητικό αποτέλεσμα. (Σωτηρόπουλος, Α., 2019)

iii) Ανάκτηση ανακυκλώσιμων υλικών

Δυστυχώς μόνο το 10% της παγκόσμιας οικονομίας ανακτάται ή επαναχρησιμοποιείται. Σε ορισμένα υλικά όπως για παράδειγμα τα πλαστικά, το ποσοστό των υλικών που ανακυκλώνονται είναι μόλις 4-5%, ενώ στις μπαταρίες μικρότερο του 1%. Ωστόσο, υπάρχουν υλικά όπως το ασημί, ο μόλυβδος, το αλουμίνιο, όπου το ποσοστό ξεπερνάει το 50%. Επομένως, δεν μπορούμε να έχουμε μεγάλα ποσοστά ανακύκλωσης από κάθε υλικό. (Σωτηρόπουλος, Α., 2019)

iv) Τεχνολογικές δυσκολίες

Πάρα το γεγονός ότι η τεχνολογία έχει φτάσει σε εξαιρετικά επίπεδα, υπάρχουν ζητήματα στα οποία η τεχνολογία αδυνατεί να προσφέρει λύσεις. Αυτό επιβαρύνει και επιβραδύνει την μετάβαση από την γραμμική στην κυκλική οικονομία. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι τα απόβλητα τα οποία προέρχονται από κατεδάφισης κτηρίων τα οποία δεν μπορούν να ανακτηθούν σε ικανοποιητικό επίπεδο και καταλήγουν σε χώρους διάθεσης ΑΕΚΚ (Απόβλητα Εκσκαφών Κατασκευών & κατεδαφίσεων) ή ακόμη και ανεξέλεγκτα. (Σωτηρόπουλος, Α., 2019)

Κεφάλαιο 3: “Zero Waste Τουρίστας και οι επιλογές που θα έπρεπε να κάνει”

3.1 Zero Waste Τουρίστας

Το κοινό στο οποίο απευθύνεται η τουριστική επιχείρηση που επιλέγει να ακολουθήσει την φιλοσοφία του Zero Waste πρέπει να είναι τουρίστες που είτε έχουν εκπαιδευτεί ήδη, είτε πρόκειται να τους εκπαιδύσουμε (μέσω ενημέρωσης και διαφήμισης) σε αυτή τη φιλοσοφία.

Θέλοντας να αναλύσουμε τη συμπεριφορά ενός Zero Waste τουρίστα θα πρέπει να δώσουμε σημασία σε δεδομένα όπως τα παρακάτω:

Κατά πλειοψηφία, τα ταξίδια συνεπάγονται με μεγάλες σπάταλες. Από τα πλαστικά προϊόντα περιποίησης του ξενοδοχείου μέχρι και την δωρεάν υπηρεσία ροφημάτων και σνακ μιας αεροπορικής εταιρείας, μπορούν ευκολά να δημιουργήσουν τεράστιες ποσότητες σκουπιδιών πριν καν φτάσει ο ταξιδιώτης στον προορισμό του. Εάν πραγματοποιηθεί ένας σωστός προγραμματισμός όλο αυτό μπορεί να αποφευχθεί. Για αυτό, εμείς συλλέξαμε ορισμένες πρακτικές που θα μπορούσαν να ακολουθηθούν σε ένα ταξίδι ώστε να μειωθεί το οικολογικό αποτύπωμα. (Star Lor, J., 2018)

3.1.1 Αεροπορικά – Ακτοπλοϊκά & λοιπά εισιτήρια

Το να πετάει κανείς και να μην σπαταλάει ακούγεται δύσκολο, δεν σημαίνει απαραίτητα όμως πως δεν θα μπορούσε κάποιος να κάνει ορισμένα βήματα ώστε να γίνει το ταξίδι του λιγότερο επιβαρυντικό προς το περιβάλλον. Παραδείγματος χάριν, αντί να ταξιδεύει κανείς για σύντομες χρονικές περιόδους, θα μπορούσε να επιλέξει ταξίδια για μεγαλύτερες χρονικές περιόδους. Αυτό βοηθάει στο να μείωση των εκπομπών αερίων. Εάν αναρωτηθεί κανείς την ποσότητα απορριμμάτων που δημιουργείται σε ένα αεροπλάνο, θα εκπλαγεί. Αθροίζοντας όλα τα μικρά μπουκαλάκια, ποτηράκια, περιτυλίγματα σνακ, τα υγρά μαντηλάκια τις καραμέλες κ.α. η ποσότητα απορριμμάτων που δημιουργείται είναι υπέρογκη.

(Star Lor, J., 2018)

Παρακάτω παρουσιάζονται κάποιοι απλοί τρόποι με τους οποίους μπορεί ένας ταξιδιώτης να κάνει το ταξίδι του περιβαλλοντικά πιο βιώσιμο.

- Όταν ο ταξιδιώτης κλείνει το αεροπορικό του εισιτήριο, μπορεί εύκολα να επιλέξει να έχει το εισιτήριο του σε μορφή κωδικού QR – περιορίζοντας έτσι την άσκοπη χρήση χαρτιού.
- Θα μπορούσε να έχει μαζί του επαναχρησιμοποιούμενα μαχαιροπίρουνα (ίσως chopsticks και κουτάλι - επαναχρησιμοποιούμενο μπουκαλάκι νερού και καφέ, μεταλλικό καλαμάκι καθώς και ένα επαναχρησιμοποιούμενο δοχείο για τρόφιμα, φαγητό εν κινήσει κλπ.- μειώνοντας έτσι την σπατάλη πλαστικού μια χρήσης
- Μπορεί επίσης να χρησιμοποιεί μπάρες αφρόλουτρου, μπάρες κοντίσιονερ και σαμπουάν ώστε να μειώσει τις περιττές συσκευασίες. Θα μπορούσε ευκολά να αντικαταστήσει την οδοντόβουρτσα του με μια από μπαμπού.
- Πλέον, οι περισσότερες αεροπορικές εταιρείες προσφέρουν την επιλογή αντιστάθμισης του διοξειδίου άνθρακα με μια επιπλέον χρέωση. Η αντιστάθμιση του διοξειδίου του άνθρακα μπορεί να περιλαμβάνει φυτεύσεις δέντρων καθώς και διάφορες κοινωνικές προσπάθειες. Τις περισσότερες φορές η αντιστάθμιση δεν είναι μια φθηνή λύση, όσο περισσότερο ταξιδεύει κανείς, τόσο περισσότερα πληρώνει. Πολλές αεροπορικές εταιρείες δίνουν την επιλογή να ανταλλάξει ο ταξιδιώτης την αντιστάθμιση με τα μιλιάρια επιβαρύνσεις.

- Όταν υπάρχει η δυνατότητα να επιλέξει ανάμεσα σε απευθείας πτήση και σε πτήση με κάποια ενδιάμεση στάση, η πιο σωστή περιβαλλοντικά επιλογή είναι αυτή της απευθείας πτήσης. Τα περισσότερα καύσιμα εκπέμπονται κατά την απογείωση και την προσγείωση και όχι κατά την διάρκεια της πτήσης.

3.1.2 Επιλογή ξενοδοχείο ή Airbnb;

Αρχικά, θα ήταν καλό ο ταξιδιώτης να προσπαθεί να μείνει σε Airbnb ή παρόμοια καταλύματα. Η διαμονή σε Airbnb αντί σε ξενοδοχείο μπορεί να διευκολύνει τον επισκέπτη στην ανακύκλωση, στην κομποστοποίηση κλπ. Επιπλέον, ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα να φτιάξει ο ίδιος το φαγητό του, και γενικά έχει την δυνατότητα να ελέγχει τις καταναλώσεις του σε νερό, φαγητό, πλαστικό και ηλεκτρική ενέργεια. (Travel `Earth, 2019)

- Σύμφωνα με έρευνες έχει διαπιστωθεί πως τα καταλύματα Airbnb καταναλώνουν από 63-78% λιγότερη ενέργεια σε σχέση με ένα ξενοδοχείο. Αναλογιζόμενοι τα φωτά των διάδρομων, τους ανελκυστήρες και τον κλιματισμό, ο οποίος είναι συνήθως ανοιχτός.
- Όσον αφορά την εξοικονόμηση νερού, 12-48% λιγότερο νερό χρησιμοποιείται σε καταλύματα Airbnb σε σύγκριση με τα ξενοδοχεία.
- Σκεπτόμενοι ένα ξενοδοχειακό κατάλυμα, ένας επισκέπτης συναντά στο μπάνιο του σαμπουάν μιας χρήσης, αφρόλουτρο μιας χρήσης, κοντίσιονερ μιας χρήσης, πράγμα που προσθέτει μια ακόμη μεγαλύτερη ποσότητα απορριμμάτων ανά δωμάτιο.
- Χημικά καθαριστικά. Τα περισσότερα ξενοδοχεία χρησιμοποιούν πολλά χημικά καθαριστικά για τον καθαρισμό των δωματίων, εκθέτοντας τους εργαζομένους σε επικίνδυνες ουσίες τόσο για τους ίδιους όσο και για το περιβάλλον. Αντίθετα σε ένα κατάλυμα Airbnb, ακόμα και αν οι οικοδεσπότες δεν χρησιμοποιούν φυσικά καθαριστικά, η ποσότητα των χημικών καθαριστικών που χρησιμοποιούν είναι πολύ μικρότερη σε αντίθεση με αυτήν ενός ξενοδοχείου. (Green living ideas, 2016)

3.1.3 Πως να μειωθεί το οικολογικό αποτύπωμα σε ένα ξενοδοχείο

Μπάνιο ξενοδοχείου

Στα περισσότερα ξενοδοχεία προσφέρονται αφρόλουτρα, σαμπουάν και κοντίσιονερ σε μέγεθος ταξιδιού. Καλό θα ήταν ο ταξιδιώτης να αποφύγει την χρήση τους, ο καλύτερος τρόπος να αποφευχθεί η χρήση τους είναι φέρνει μαζί του το δικό του στερεό σαμπουάν-αφρόλουτρο η ακόμα και κοντίσιονερ. Ακόμη, πολλές φορές στο δωμάτιο των ξενοδοχείων υπάρχουν πλαστικά κυπελάκια τυλιγμένα σε ατομική πλαστική συσκευασία (για λογούς υγιεινής). Καλό θα ήταν να μην χρησιμοποιούνται αυτές οι συσκευασίες.

Λευκά είδη

Τα σεντόνια καθώς και οι πετσέτες δεν είναι ανάγκη να αλλάζονται καθημερινά. Θα ήταν πολύ πιο φιλικό προς το περιβάλλον οι αλλαγές λευκών ειδών να γίνονται μόνο όταν αυτό είναι ανάγκη. Πολλά ξενοδοχεία ακολουθούν μια έξυπνη πολιτική η οποία αφορά τις πετσέτες των επισκεπτών. Συγκεκριμένα, όταν η πετσέτα βρίσκεται κρεμασμένη σημαίνει πως δεν χρειάζετε πλύσιμο, όταν η πετσέτα είναι στο πάτωμα σημαίνει πως πρέπει να πλυθεί. Αλλά ξενοδοχεία πάλι, έχουν κάποιες προειδοποιητικές ταμπελίτσες τις οποίες μπορεί ο επισκέπτης να κρεμάσει έξω από την πόρτα ώστε να μην μπαίνει καθόλου η υπηρεσία καθαριότητας. Με αυτό το τρόπο μπορεί εύκολα ο ταξιδιώτης να συμπεριφερθεί ευσυνείδητα και υπεύθυνα.

(SkipTheBag, 2017)

Κλειδιά ξενοδοχείου

Τα περισσότερα ξενοδοχεία χρησιμοποιούν κλειδιά με επαναπρογραμματιζόμενα τσιπ. Έχουν το μέγεθος μίας πιστωτικής κάρτας και βοηθούν στο να ανοίγει η πόρτα είτε ανέπαφα είτε εισχωρώντας την μέσα στην κλειδαριά. Είναι καλό να το κλειδί να επιστρέφεται στη ρεσεψιόν κατά την διάρκεια του check out. Οι συγκεκριμένες κάρτες μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν ξανά και ξανά χωρίς να χρειαστεί να πεταχτούν ή να εκδοθούν νέες ώστε να αντικαταστήσουν τις παλιές. (SkipTheBag, 2017)

Φαγητό – Μπουφές

Ένα σύνθημα φαινόμενο που παρατηρούμε στο μπουφέ του ξενοδοχείου είναι οι μεγάλες ποσότητες φαγητών που πάνε χαμένες. Κατόπιν έρευνάς που πραγματοποιήθηκε από την WWF Ελλάς «Hotel Kitchen: Εδώ το φαγητό έχει αξία», με την υποστήριξη της Unilever Food Solutions σε τρία ελληνικά ξενοδοχεία προκειμένου να διαπιστωθεί το μέγεθος της σπάταλης των τροφίμων, σε συνεργασία με τα στελέχη και τους εργαζομένους των ξενοδοχείων Grecotel Cape Sounio, Aquila Rithymna Beach και το Marriott Athens προχώρησαν σε καθημερινή καταγραφή της σπάταλης από την παραλαβή των προμήθειων, την προετοιμασία και την κατανάλωση. (Αθανασίου, Μ., 2019)

Πιο συγκεκριμένα η καταγραφή αφορούσε τις ποσότητες των τροφίμων που πετιούνται κατά την διάρκεια της παρασκευής των γευμάτων όταν κλείνει ο μπουφές και το εστιατόριο. Καθώς επίσης μεγάλη είναι και η ποσότητα των τροφίμων που περισσεύει στα πιάτα των επισκεπτών. Τα αποτελέσματα ήταν σοκαρίστηκα. Συγκεκριμένα ο σεφ του Grecotel Cape Sounio αναφέρει: «Ο κάθε πελάτης παίρνει ένα πιάτο και πετάει άλλο ένα». Το πρόγραμμα αυτό έχει ως σκοπό μέσω σημειωμάτων στο τραπέζι και στον μπουφέ («Απολαύστε το φαγητό που επιλέξατε, όμως επιλέξτε όσο επιθυμείτε να φάτε») να ενημερώσει τους επισκέπτες πως η σπατάλη φαγητού είναι ένα σημαντικό ζήτημα το οποίο δεν πρέπει να υποτιμάται. (Αθανασίου, Μ., 2019)

3.2 Καταναλωτική Συμπεριφορά

3.2.1 Η σημασία μιας επαναχρησιμοποιούμενης τσάντας για ψώνια

Μια επαναχρησιμοποιούμενη τσάντα μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στην άσκοπη χρήση πλαστικού μίας χρήσης. Στις μέρες μας, υπάρχει πληθώρα επαναχρησιμοποιούμενων τσαντών στην αγορά και είναι πολύ εύκολο και συνετό να ενταχθεί στην καθημερινότητα μας.

3.2.2 Αναμνηστικά

Όταν ο ταξιδιώτης φτάσει στην επιλογή αναμνηστικών, μια έξυπνη κίνηση που θα μπορούσε να κάνει είναι η αγορά αναμνηστικών με χρησιμότητα. Θα μπορούσε για παράδειγμα να επιλέξει αναμνηστικά όπως: θερμός, επαναχρησιμοποιούμενη τσάντα, κούπα κ.α. αντικείμενα που θα θυμίζουν, φυσικά, τον τόπο επίσκεψης. Επίσης, είναι πολύ προτιμότερο να αγοράζονται χειροποίητα αναμνηστικά από ένα τοπικό κατάστημα κάτι ενισχύοντάς με αυτό το τρόπο την τοπική οικονομία. (Amanda, 2019)

3.2.3 Ανακύκλωση

Κατά την διάρκεια ενός ταξιδιού είναι πολύ πιθανό, ακόμη και ο πιο καλά οργανωμένος ταξιδιώτης να καταλήξει με κάποιο αντικείμενο το οποίο δεν μπορεί να επαναχρησιμοποιηθεί. Σε αυτήν την περίπτωση, η καλύτερη δυνατή επιλογή είναι να κρατηθεί το αντικείμενο μέχρι να βρεθεί ένας κατάλληλος κάδος ανακύκλωσης (Smith, K., 2019)

3.2.4 Επαναχρησιμοποιούμενα αντικείμενα

Υπάρχουν πολλές έξυπνες και απλές λύσεις με τις οποίες μπορεί ένας επισκέπτης να ελαττώσει σημαντικά την χρήση πλαστικού, παρακάτω αναλύονται ορισμένες από αυτές.

Ο ταξιδιώτης μπορεί να έχει μαζί του ένα μεταλλικό καλαμάκι, ώστε να χρησιμοποιείται όταν θέλει να πιεί έναν καφέ, ένα κοκτέιλ ή κάποιο άλλο ρόφημα, αποφεύγοντας με αυτό το τρόπο τα καλαμάκια μιας χρήσης. Πλέον, υπάρχουν πολλές επιλογές από πτυσσόμενα μεταλλικά καλαμάκια που χωρούν εύκολα στην τσέπη ή την τσάντα καθιστώντας τα ακόμη πιο εύχρηστα.

Μια έξυπνη πρόταση επίσης είναι τα επαναχρησιμοποιούμενα μπουκάλια – ποτήρια (θερμός). Δίνοντας το επαναχρησιμοποιούμενο μπουκάλι σε ένα κατάστημα take away έχει μειωθεί ήδη η χρήση πλαστικού. Το ίδιο ακριβώς συμβαίνει και με ένα επαναχρησιμοποιούμενο δοχείο στο οποίο μπορούν να τοποθετούνται τρόφιμα που αγοράζονται από street food καταστήματα. (Smith, K., 2019)

3.3 Ενοικίαση αυτοκίνητου

Σε πολλά μέρη στα οποία ταξιδεύει κανείς, ενδέχεται να μην υπάρχουν διαθέσιμα μέσα μαζικής μεταφοράς ή πρόσβαση ώστε να μπορεί να περπατήσει με ασφάλεια σε κάποιο πεζοδρόμιο. Σε αυτήν την περίπτωση θα χρειαστεί να ενοικιάσει αυτοκίνητο, το αυτοκίνητο το οποίο θα επιλέξει θα ήταν καλό να είναι φιλικό προς το περιβάλλον. Τα φιλικά προς το περιβάλλον οχήματα συνήθως χρησιμοποιούν ελάχιστη ποσότητα λαδιού σε σχέση με αλλά αυτοκίνητα. Φυσικά, εάν υπάρχει η επιλογή για ενοικίαση ενός ηλεκτρικού ή ενός υβριδικού οχήματος αυτό αποτελεί την καταλληλότερη επιλογή. (O'keefe, A., 2021)

3.4 Ψυχαγωγία

Πολλές φορές κατά την διάρκεια ενός ταξιδιού, υπάρχει τεράστια αναμονή σε σαλόνια αεροδρομίων, στο check in του ξενοδοχείου κλπ. Κατά την διάρκεια της αναμονής υπάρχουν πολλές λύσεις μηδενικής σπάταλης. Από το να γίνετε αγορά ενός περιοδικού ή μιας εφημερίδας, θα μπορούσε κανείς να κατεβάσει εύκολα κάποιο Podcast, παιχνίδια καθώς και βιβλία σε ηλεκτρονική μορφή. Εάν βέβαια κάποιος είναι ιδιαίτερα δεμένος με την παραδοσιακή μορφή των έντυπων βιβλίων, μια έξυπνη λύση είναι η επιλογή μεταχειρισμένων. (O'keefe, A., 2021)

Κεφάλαιο 4: “Το Zero Waste στον κλάδο της φιλοξενίας

4.1 Βιώσιμη φιλοξενία

Ο βιώσιμος τουρισμός, θα λέγαμε πως πλέον δεν αποτελεί μια τάση αλλά αποτελεί προτεραιότητα για τις επιχειρήσεις καθώς επίσης και των επισκεπτών. Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Βιώσιμης Ηγεσίας του Κεμέρι, ο τουρισμός ευθύνεται περίπου για το 5% των παγκοσμίων εκπομπών αέριων του θερμοκηπίου και αναμένεται να αυξηθεί κατακόρυφα έως το 2035 εάν δεν ληφθούν άμεσα μετρά. (One green planet, 2019)

4.2 Κύριες οικολογικές τάσεις του ξενοδοχειακού κλάδου

- **Μείωση της σπατάλης των τροφίμων**

Αρχικά, ένα από τα βασικότερα απορρίμματα σε ένα ξενοδοχείο είναι τα τρόφιμα. Ένα παράδειγμα το οποίο θα βοηθούσε στην μείωση των τροφικών απορριμμάτων είναι η ιδιοκαλλιέργεια ή έστω η επιλογή τροφίμων τοπικής προέλευσης ώστε να επιστραφεί η συσκευασία (πλαστικά καφάσια, παλέτες κλπ.) και ακόμη καλύτερα βιολογικών προϊόντων. Εξάλλου, έχει υπολογιστεί ότι περίπου το 35% των απορριμμάτων μιας πόλης προέχεται κατά κύριο λόγο από κουζίνες και κήπους. Ακόμη, μια έξυπνη λύση είναι η αγορά ενός κομποστοποιητή, οπότε θα παράγεται ένα εξαιρετικό λίπασμα για το γκαζόν του ξενοδοχείου, τα φυτά, τα δέντρα κλπ. . (One green planet, 2019)

- **Κομποστοποίηση**

Η Κομποστοποίηση είναι μια εξαιρετικά φιλική προς το περιβάλλον διαδικασία, προσφέροντας πολλά πλεονεκτήματα. Ουσιαστικά πρόκειται για μια φυσική διαδικασία αποσύνθεσης της οργανικής ύλης μετατρέποντας το σε μια μάζα (η οποία μοιάζει με χώμα) με πλούσια θρεπτικά στοιχεία για το έδαφος. Τα υλικά που μπορεί να χρησιμοποιηθούν στην Κομποστοποίηση είναι πολλά, μερικά παραδείγματα αυτών είναι: φύλλα, χόρτα, κλαδιά, όλα τα τμήματα των λαχανικών, τσόφλια αυγών, χαρτί κουζίνας, τρόφιμα και μπαχαρικά που έχουν λήξει, δημητριακά, κατακάθια και υπολείμματα καφέ, φακελάκια τσαγιού και πάρα πολλά άλλα. Ωστόσο, δεν μπορούν όλα τα απορρίμματα να χρησιμοποιηθούν στην Κομποστοποίηση. Τέτοια υλικά είναι: κρέας, κόκαλα, πέτσες, ψαριά, γαλακτοκομικά προϊόντα, λαδιά και λίπος (καθώς και μαγειρεμένα φαγητά σε λάδι), χημικά προϊόντα, σταχτή, κοπριά σαρκοφάγων ζώων και αρκετά ακόμη. Η Κομποστοποίηση μπορεί να γίνει στο σπίτι, προσφέροντας επιπλέον θρεπτικά και γευστικά στοιχεία στα φρούτα και τα λαχανικά του κήπου. Αυτή θα ήταν μια εξαιρετικά οικονομική και οικολογική λύση για ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες διαθέτουν τους δικούς τους κήπους φρούτων και λαχανικών. (One green planet, 2019)

Παρακάτω αναλύονται περαιτέρω τα πλεονεκτήματα της Κομποστοποίησης:

- i) Πιο υγιή φυτά. Οι ουσίες που περιέχονται στο κομπόστ λειτουργούν όπως τα φυτοφάρμακα αλλά με φυσικό τρόπο, χωρίς να βλάπτεται το περιβάλλον και ο άνθρωπος. Βοηθώντας τα φυτά να απορροφήσουν μέσω του νερού θρεπτικές ουσίες μειώνοντας παράλληλα τον κίνδυνο μόλυνσης.
- ii) Εξοικονόμηση χρήματος, καθώς μειώνεται η ανάγκη αγοράς διαφόρων υλικών όπως φυτοφάρμακα, λιπάσματα κλπ.

- iii) Η διαδικασία αυτή αντικαθιστά διάφορες άλλες πρακτικές όπως η υγειονομική ταφή και η καύση αυτών των απορριμμάτων με φυσικό τρόπο. Καθώς επίσης, μειώνεται η περιβαλλοντική μόλυνση από τα απορριμματοφόρα οχήματα, όπως και η χρήση σακουλές σκουπιδιών.
- iv) Πρόκειται για μια εξαιρετικά απλή και μη χρονοβόρα διαδικασία. Συνήθως η κομποστοποίηση ανάλογα με τα απορρίμματα που χρησιμοποιούνται έχει μικρό χρόνο "κατασκευής". Ο χρόνος μπορεί να είναι από δυο έως και έξι μήνες. (One green planet, 2019)

- **Χορτοφαγικές επιλογές.**

Θα μπορούσαν επίσης να προσφέρονται πιάτα στα οποία χρησιμοποιούνται μόνο εποχικά φρούτα και λαχανικά. Καθώς επίσης, να ενταχθούν στο κατάλογο του εστιατορίου vegan και χορτοφαγικά πιάτα, καθώς η εκτροφή των ζώων είναι μια εξαιρετικά βλαβερή προς το περιβάλλον διαδικασία, η οποία επιφέρει μεγάλα επίπεδα ρύπανσης.

- **Φίλτρα νερού.**

Θα μπορούσε να εγκατασταθεί ένα πιστοποιημένο φίλτρο νερού και να αντικατασταθούν τα πλαστικά μπουκάλια νερού με γυάλινα. Θα ήταν συνετό επίσης να βρεθούν προμηθευτές οι οποίοι θα παρέχουν εμφιαλωμένο νερό σε σφραγισμένα γυάλινα μπουκάλια τα οποία επιστρέφονται πίσω με σκοπό να ανακυκλωθούν και να επαναχρησιμοποιηθούν).

- **Κατάργηση πλαστικού μιας χρήσης.**

Θα πρέπει να αποφεύγονται όλα τα πλαστικά αντικείμενα καθώς και ότι δεν μπορεί να ανακυκλωθεί όπως ποτήρια μιας χρήσης, πλαστικά καλαμάκια καθώς και άλλα αντικείμενα κατασκευασμένα από πλαστικό μιας χρήσης. (Palumbo, D., 2020)

Ελαχιστοποίηση της κατανάλωσης νερού (όχι μόνο στα δωμάτια)

Εκτός από την παρότρυνση του ξενοδοχείου προς τους πελάτες να είναι προσεκτικοί με την κατανάλωση νερού και τη χρήση των πετσετών, θα μπορούσαν τα καταλύματα παραδείγματος χάριν να φιλτράρουν το νερό από τις ντουζιέρες και μετά από την επεξεργασία του να διοχετεύεται στο πότισμα φυτών, γκαζόν κλπ.

- i) Εγκατάσταση ειδικών βρυσών όπου μειώνετε η κατανάλωση του νερού κατά 30%, εγκατάσταση βρυσών με φωτοκύτταρο σε δημοσίους χώρους
- ii) Αλλαγή λινών και πετσετών μόνο όταν ζητηθεί από τον πελάτη
- iii) Θα μπορούσε να εγκατασταθεί ένα οικολογικό σύστημα φιλτραρίσματος του νερού στην/στις πισίνες του ξενοδοχείου. (Trivago Business Blog, 2019)

- **Εξάλειψη του πλαστικού (κάρτες, ποτήρια, amenities)**

Ουσιαστικά εδώ αναφερόμαστε στην εφαρμογή της φιλοσοφίας του Zero Waste όπου πριν φτάσουμε στην ανακύκλωση σκεφτόμαστε την παραγωγή του προϊόντος.

- i) Πλήρης κατάργηση των πλαστικών προϊόντων, ξεκινώντας σταδιακά από πράγματα που μπορούν εύκολα να αντικατασταθούν, όπως για παράδειγμα τα πλαστικά ατομικά αφρόλουτρα, σαμπουάν και κοντίτιονερ μπορούν να αντικατασταθούν από επαναγεμιζόμενους διανομείς σαπουνιού οι οποίοι μειώνουν σημαντικά την χρήση πλαστικού μιας χρήσης. (Palumbo, D., 2020)
- ii) Οι πλαστικές κάρτες εισόδου των δωματίων μπορούν να αντικατασταθούν με κάρτες μπαμπού. Επίσης, μπορούν να παρακινηθούν οι επισκέπτες να επιστρέφουν τις κάρτες εισόδου των δωματίων είτε με γραπτή ή λεκτική υπενθύμιση του προσωπικού είτε με τοποθέτηση κάποιου ειδικού δοχείου σε ευδιάκριτο σημείο στην υποδοχή όπου θα μπορεί εύκολα ο επισκέπτης να επιστρέψει την κάρτα με σκοπό να

επαναχρησιμοποιηθεί ή να ανακυκλωθεί. Φυσικά εάν υπάρχουν οι υποδομές για ψηφιακή πρόσβαση στα δωμάτια, θα έχει βρεθεί η ιδανική λύση. (Palumbo, D., 2020)

- iii) Η εκτύπωση εγγράφων μόνο όταν είναι εξαιρετικά απαραίτητο θα μειώσει επίσης σημαντικά την σπατάλη, καθώς επίσης και η εκτύπωση διπλής όψης. Η αγορά ανακυκλωμένου χαρτιού είναι μια ακόμη αξιοσημείωτη επιλογή.
- iv) Η χρήση ψηφιακών μέσων παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην μείωση ή ακόμη και στην εξάλειψη της άσκοπης χρήσης τόσο του χαρτιού όσο και του πλαστικού. Για παράδειγμα οι επιστολές μπορούν να αποστέλλονται ηλεκτρονικά μέσω email, η τιμολόγηση μπορεί εύκολα να γίνεται ηλεκτρονικά και όχι έντυπα.
- v) Η δημιουργία μιας ψηφιακής εφαρμογής όπου ο πελάτης θα έχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες στο κινητό του χωρίς να χρειαστεί να εκτυπώσει ή να αγοράσει πχ χάρτες.
- vi) Η αντικατάσταση των πλαστικών ατομικών συσκευασιών μαρμελάδας, σοκολάτας και μελιού με μεγάλα γυάλινα σκευή. Ακόμη καλύτερα, είναι να επιλέγονται βιολογικές μαρμελάδες από ντόπιους παραγωγούς.
- vii) Η αποφυγή τυποποιημένων συσκευασιών παραδείγματος χάριν κέικ, μπορεί εύκολα να επιτευχθεί εάν η επιχείρηση απευθυνθεί σε τοπικά αρτοποιεία. (Palumbo, D., 2020)

- **Εξοικονόμηση ενέργειας.**

Ένας από τους καλύτερους και πιο κοινούς τρόπους εξοικονόμησης ενέργειας είναι η αντικατάσταση των παλιών λαμπτήρων με λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης (led). Επίσης, θα μπορούσαν να προτρέπονται οι επισκέπτες να απενεργοποιούν τον κλιματισμό και τον φωτισμό όταν δεν βρίσκονται στο δωμάτιο. Τα πάνελ είναι μια από τις καλύτερες λύσεις για την θέρμανση του νερού ποσό μάλλον σε μια χώρα όπως η Ελλάδα. Μπορούν να εφαρμοστούν σε όλα τα δωμάτια έξυπνα συστήματα με ηλεκτρομαγνητικές κάρτες όπου όλα τα φωτά, ο κλιματισμός και λοιπές ηλεκτρικές συσκευές απενεργοποιούνται με την έξοδο του πελάτη από το δωμάτιο. Επίσης μπορούν να εγκατασταθούν "παγίδες" σε πόρτες και παράθυρα ώστε να απενεργοποιείτε ο κλιματισμός όταν είναι ανοιχτό κάτι από αυτά. (Trivago Business Blog, 2019)

- **Ενημέρωση του προσωπικού και των επισκεπτών.**

Η εκπαίδευση και η ενημέρωση του προσωπικού, όσον αφορά τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να μειωθεί η παραγωγή αποβλήτων της επιχείρησης, θα βοηθήσει το προσωπικό να συμπεριφέρεται υπεύθυνα και να μειώνει σταδιακά την παραγωγή απορριμμάτων.

Οι πελάτες θα μπορούσαν επίσης να λαμβάνουν κάποιες γνώσεις από το ξενοδοχείο σε σχέση με την συνετή κατανάλωση και παραγωγή αποβλήτων. Η ξενοδοχειακή μονάδα θα μπορούσε παραδείγματος χάριν να ενημερώνει τους πελάτες μέσω ενός συντόμου βίντεο το οποίο θα παίζει κατά την άφιξη του πελάτη στο δωμάτιο. Με αυτό τον τρόπο θα γινόταν γνωστό στους επισκέπτες το οικολογικό αίσθημα της μονάδας.

(Palumbo, D., 2020)

4.3 Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω του Zero Waste

Στις μέρες, τα περισσότερα ξενοδοχεία σε όλο το κόσμο προσφέρουν παρόμοια ποιότητα υπηρεσιών, ανέσεων, εξυπηρέτησης, τοποθεσίας και λοιπά. Ένας τρόπος για να ξεχωρίσει μια ξενοδοχειακή μονάδα, είναι η στροφή της προς το Zero Waste. Με αυτόν τον τρόπο θα δείξει στους επισκέπτες της πως δεν ενδιαφέρεται μόνο για την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών αλλά ενδιαφέρεται και για το αντίκτυπο που έχει το ξενοδοχείο στο περιβάλλον. Όταν ένα ξενοδοχείο επιλέξει να εφαρμόσει πρακτικές Zero Waste, έχει ήδη διαφοροποιηθεί από την πλειοψηφία της αγοράς.

Πολύ σημαντικό είναι επίσης, πως μέσα από το Zero Waste η ξενοδοχειακή μονάδα δείχνει έμπρακτα πως σέβεται και προστατεύει το φυσικό περιβάλλον του τόπου της. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να λαμβάνει μεγαλύτερη εκτίμηση από την τοπική κοινωνία. Επιπροσθέτως, ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που προσφέρεται μέσω του Zero Waste, είναι η προσέλκυση νέων αγορών στόχου, τέτοιες αγορές είναι ταξιδιώτες οι οποίοι έχουν αυξημένο το αίσθημα της περιβαλλοντικής προστασίας. Καθώς είναι γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί σημαντικά ο αριθμός των ατόμων που έχουν αυξημένο το περιβαλλοντικό φρόνιμα.

Συμπερασματικά, είναι σαφές ότι όλες οι πρακτικές του Zero waste εκτός από το θετικό αντίκτυπο που έχουν προς το περιβάλλον μπορούν επίσης να εξοικονομήσουν χρήματα στο ξενοδοχείο. (European Commission, 2018)

4.4 Πως μερικές από τις πιο γνωστές αλυσίδες ξενοδοχείων μειώνουν την χρήση πλαστικών αποβλήτων

Η διεθνής αλυσίδα ξενοδοχείων Marriott International ανακοίνωσε πως σταματά την παροχή μίνι ατομικών πλαστικών σαμπουάν, κοντίτιονερ και λοσιόν σώματος αντικαθιστώντας όλα αυτά με επαναγεμιζόμενους διανομείς με αντλία. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την μείωση 500 εκατομμυρίων πλαστικών μπουκαλιών. Η Intercontinental Hotel Group ανακοίνωσε επίσης την αντικατάσταση όλων των πλαστικών μιας χρήσης με επαναχρησιμοποιούμενα δοχεία. Δήλωσε πως κατά μέσο ορό κάθε χρόνο χρησιμοποιεί περίπου 200.000.000 εκατομμύρια μίνι πλαστικά μπουκαλάκια μπάνιου. Το ξενοδοχείο Hilton Singapore έχει ήδη προχωρήσει στην αντικατάσταση των πλαστικών καλαμακιών με χάρτινα καλαμάκια καθώς επίσης και στην παροχή γυάλινων εμφιαλωμένων νερών έναντι των πλαστικών μιας χρήσης. (Cindy, C., 2019)



Πηγή: Bethesda 2019

Εικόνα 4.1: Marriott

Κεφάλαιο 5: “ Επιδότησεις & Παραδείγματα εφαρμογής του Zero Waste σε Ελληνικά ξενοδοχεία”

5.1 Επιδότησεις μηδενικών απορριμμάτων στον τουρισμό

Με 35 εκατομμύρια τόνους ετησίως, η τουριστική βιομηχανία δημιουργεί περίπου το 7 τοις εκατό των συνολικών σκουπιδιών που παράγονται από τον τομέα των υπηρεσιών σε ολόκληρη την Ευρώπη. Στην Ελλάδα, η παραγωγή ανά άτομο κάθε βράδυ κυμαίνεται από 1,7 έως 2,5 κιλά, που είναι επίσης συγκρίσιμο. Ως αποτέλεσμα, από 400.000 έως 550.000 τόνους στερεών απορριμμάτων παράγονται από τον ξενοδοχειακό τομέα και τα κρουαζιερόπλοια στην Ελλάδα κάθε χρόνο, ενώ η συνολική ποσότητα υπολογίζεται ότι κυμαίνεται μεταξύ 600.000 και 650.000 τόνους. Υπάρχει δυνατότητα ανακύκλωσης 250.000-350.000 τόνων και δυναμικό οργανικής ανακύκλωσης 200.000-250.000 τόνων ετησίως. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι αυτά τα στοιχεία βασίζονται στην τυπική επτάμηνη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων.

Καθώς επισημαίνεται πως στην Ελλάδα μόνο το 20 % των επιχειρήσεων , συμπεριλαμβανόμενων των τουριστικών επιχειρήσεων ανακυκλώνει, το πρόγραμμα Κυκλική Οικονομία, αποτελεί το μοναδικό ίσως πρόγραμμα παροχής κινήτρων σε όλες τις επιχειρήσεις με σκοπό την ανακύκλωση των αποβλήτων λειτουργίας τους. Το Εθνικό Σχέδιο Διαχείρισης αποβλήτων αναγνωρίζει το πρόβλημα της διαχείρισης αποβλήτων που προκύπτουν από τις τουριστικές ροές . Οι τουρίστες παράγουν μεγάλη ποσότητα δημοτικών στερεών απορριμμάτων, τα οποία μπορεί και πρέπει να αντιμετωπίζονται με τρόπο που μεγιστοποιεί τα ποσοστά ανάκτησης και ελαχιστοποιεί τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Η ανακύκλωση των απορριμμάτων πρέπει να είναι σε υψηλό επίπεδο. Μεταξύ άλλων, εδώ είναι μερικές ιδέες: προετοιμασία μιας στρατηγικής διαχείρισης αποβλήτων για τη βιομηχανία του τουρισμού. Το σχέδιο μπορεί να είναι σε περιφερειακό, δημοτικό ή ακόμα και κυβερνητικό επίπεδο. Η εθνική στρατηγική διαχείρισης απορριμμάτων (2020-2030) που ενσωματώνει επικίνδυνα απόβλητα σε τουριστικές εγκαταστάσεις και αφορά νησιά ή/και γεωγραφικές ενότητες, με βάση τις επιμέρους ιδιότητες εκτός από την αντιμετώπιση της αποκομιδής σκουπιδιών. Για να πετύχει τους στόχους του, ο εθνικός σχεδιασμός πρέπει να είναι συμβατός και να είναι μέρος της τουριστικής προσφοράς της χώρας, που μπορεί να προσελκύσει επισκέπτες και να προστίθεται στις ήδη ισχύουσες εθνικές περιβαλλοντικές πολιτικές. Ένα εγχειρίδιο για την αποφυγή απορριμμάτων και τη λογική χρήση συντάσσεται για την ανακύκλωση και κομποστοποίηση σκουπιδιών ξενοδοχείων και τουριστικών καταλυμάτων καθώς επίσης και μονάδες φιλοξενίας (Εθνικό Σχέδιο Διαχείρισης Αποβλήτων ,2020). Το σχέδιο αυτό αφορά εκπαίδευση και κατάρτιση ξενοδοχειακού προσωπικού προς την κατεύθυνση των προαναφερόμενων μονάδων / τουριστικών καταλυμάτων. Εξετάζονται επίσης συντονισμένες προσπάθειες από το ΥΠΕΝ, το Υπουργείο Τουρισμού και τις τοπικές αρχές για τη μέθοδο συλλογής βιοαποβλήτων και άλλων εποχιακών αποβλήτων , τη μεταφορά σκουπιδιών και ανακύκλωση (συνδυασμός, τεσσάρων ρευμάτων) όλους τους ζεστούς μήνες του χρόνου.

Ενεργοποιείται το άρθρο 12 του Ν. 4496/2017 που αναφέρει πως πρέπει να πραγματοποιείται η συλλογή υλικών συσκευασίας σε ξεχωριστό χώρο από τα υπόλοιπα απορρίμματα, Την ευθύνη παροχής τουριστικών ανέσεων και τη σταθερή επέκτασή της καθώς και σε άλλα μέρη. Τέλος, ξεκίνησε μια ξεχωριστή συλλογή βιοαποβλήτων από ξενοδοχεία και άλλες εταιρείες μεγάλης κλίμακας (όπως κάμπινγκ) καθώς και η

διαχείριση των εγκαταστάσεων αυτών κατά την τουριστική περίοδο αιχμής από ΟΤΑ Α' Βαθμού ή εγκαταστάσεις ΦΟΔΣΑ, με ταυτόχρονο έλεγχο τη δυνατότητα χειρισμού τους από ξενοδοχείο ή τουριστικά αξιοθέατα μονάδες. Η εφαρμογή του συστήματος «Όσο πετάω τόσο πληρώνω» προσφέρει ανταμοιβές για εκείνες τις ξενοδοχειακές μονάδες που ανακυκλώνουν σε μεγάλο βαθμό και εφαρμόζουν κατάλληλα μέτρα μετριασμού και διαχωρισμού απόβλητων. Επιπλέον προβλέπεται η δημιουργία διαδικτυακών εργαλείων υποστήριξης των επιχειρήσεων φιλοξενίας και τουρισμού προκειμένου να καταφέρουν να ενισχύσουν τις ικανότητές και τις δράσεις τους σχετικά με τη διαχείριση απορριμμάτων, ενώ παράλληλα ενθαρρύνονται να συμμετάσχουν σε εκπαιδευτικά, επιμορφωτικά και ενημερωτικά προγράμματα των τουριστικών επιχειρήσεων σε ό,τι αφορά τη δική τους αυτοαξιολόγηση σχετικά με τη χρήση αποβλήτων και την κατανάλωση φυσικών πόρων (Εθνικό Σχέδιο Διαχείρισης Αποβλήτων, 2020). Για τους επισκέπτες και τους τουρίστες της, πραγματοποιούνται διάφορα προγράμματα ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης στρατηγικής διαχείρισης των αποβλήτων που είναι τόσο εξωτερικά όσο και εσωτερικά προκειμένου να ανακυκλώνουν οι ίδιοι τα απορρίμματα των προϊόντων που χρησιμοποιούν οι επισκέπτες.

Απαραίτητο είναι επίσης να υπάρχει η ενσωμάτωση εργαλείων για τη χρήση της Πληροφορικής με σκοπό τη δημιουργία μιας κεντρικής ηλεκτρονικής πλατφόρμας ΥΠΕΝ σε συνεργασία με Ινστιτούτο Ελληνικού Συνδέσμου και Υπουργείο Τουρισμού Ενσωματωμένους Οργανισμούς Προώθησης και Ελέγχου του Τουρισμού για την υλοποίηση πρωτοβουλιών ΑΣΑ στους τουριστικούς προορισμούς της χώρας καθώς επίσης και για τη δημιουργία μιας εθνικής στρατηγικής διαχείρισης απορριμμάτων (2020-2030) που ενσωματώνει επικίνδυνα απόβλητα (Εθνικό Σχέδιο Διαχείρισης Αποβλήτων, 2020).

Επιπλέον, είναι σημαντικό να ευαισθητοποιηθεί το κοινό για τα τουριστικά απόβλητα και να υπάρξει ενημέρωση του κοινού σχετικά με τον τρόπο παρακολούθησης της προόδου υλοποίησης πρωτοβουλιών διαχείρισης απορριμμάτων στα τουριστικά αξιοθέατα και τις τουριστικές επιχειρήσεις καθώς επίσης και μια λίστα με πράγματα που πρέπει να κάνουν οι ίδιοι. Ενεργός πρέπει να είναι και ο ρόλος των οργανισμών που ασχολούνται με τη στρατηγική πράσινου μάρκετινγκ της τουριστικής βιομηχανίας. Για παράδειγμα, ξενοδοχεία χωρίς πλαστικά. Μια πρωτοβουλία «μηδενικών αποβλήτων» μελετάται και εφαρμόζεται πιλοτικά τουριστικά αξιοθέατα σε μικρά νησιά.

Μπορούν να χρησιμοποιηθούν κίνητρα ή/και αντικίνητρα για την παρακίνηση των επιχειρήσεων που ασχολούνται με τον τουρισμό και των ξενοδοχειακών μονάδων με σκοπό την έκδοση πιστοποιητικών διαχείρισης του περιβάλλοντος ή/και περιβαλλοντική σήμανση. Είναι απαραίτητο να γίνει έναρξη της ανάγκης υποβολής σχεδίων διαχείρισης ΑΣΑ καθώς υπάρχει μια σειρά σημαντικών θεμάτων σχετικά με τη διαχείριση απορριμμάτων από τις τουριστικές μονάδες (Εθνικό Σχέδιο Διαχείρισης Αποβλήτων, 2020).

5.2 Ο ξενοδοχειακός όμιλος Μεταξά

Από την ίδρυσή του το 1975, ο Όμιλος ξενοδοχείων Μεταξά έχει μετατρέψει την Κρήτη σε έναν υπέροχο προορισμό διακοπών κατασκευάζοντας ξενοδοχεία που προωθούν την αληθινή φιλοξενία, τη βιωσιμότητα και τον πολιτισμό μέσω των ανθρώπων, της τοποθεσίας και της τοπικής κοινωνίας της Κρήτης.

(Metaxa Hospitality Group website, nd)

Ο Όμιλος ξενοδοχείων Metaxa έχει αποδείξει στη διάρκεια τεσσάρων δεκαετιών ύπαρξης του στον χώρο της φιλοξενίας στην Ελλάδα ότι οι φιλοδοξίες μπορούν να γίνουν πραγματικότητα μόνο μέσω της δέσμευσης στις αρχές, της σκληρής προσπάθειας, της δια βίου μάθησης και των προοπτικών που κοιτάζουν προς το μέλλον.

(Metaxa Hospitality Group website, nd)

Μια παγκόσμια βραβευμένη εταιρείας με περισσότερες από 45 διακρίσεις, ο Όμιλος ξενοδοχείων Metaxa είναι σήμερα πρωτοπόρος στον ελληνικό τουριστικό τομέα με τρία ξενοδοχεία και ένα συνεδριακό κέντρο στο νησί της Κρήτης.

Ο όμιλος Μεταξά διαθέτει τα εξής ξενοδοχεία:

Το Creta Maris Beach Resort που βρίσκεται στη Χερσόνησο της Κρήτης. Το ξενοδοχείο διαθέτει συνολικά 681 δωμάτια μέσα σε ένα οικόπεδο 200.000 τετραγωνικών μέτρων αποτελεί ένα θέρετρο all-inclusive με 681 δωμάτια πρόσφατα ανακαινισμένα (Metaxa Hospitality Group website ,nd)... Επιπλέον, το Creta Maris είναι πρωτοπόρος στον τομέα της περιβαλλοντικής διαχείρισης, με στόχο να είναι το πρώτο ξενοδοχείο μηδενικών αποβλήτων στην Ελλάδα.

Το Luxury Suites & Spa στο Santo Maris Οία το οποίο βρίσκεται στη Σαντορίνη και εγκαινιάστηκε το 2016 (Metaxa Hospitality Group website ,nd).. Το ξενοδοχείο βρίσκεται σε ένα χώρο 25.000 τετραγωνικών μέτρων και περιλαμβάνει 63 διαφορετικούς τύπους σουιτών και δύο βίλες ένα πολυτελές ξενοδοχείο πέντε αστέρων για ζευγάρια που προσφέρει μια χαλαρή και γνήσια εμπειρία πολυτελούς φιλοξενίας. Το Santo Maris διαθέτει 55 διαμερίσματα και δύο βίλες για να καλωσορίσουν τους τουρίστες στη γραφική Οία. Βρίσκεται στη Σαντορίνη, ένα από τα πιο όμορφα μέρη του κόσμου, αυτό το ξενοδοχείο είναι ένα πολυτελές σύγχρονο καταφύγιο που ωστόσο αντανakλά τον αυθεντικό αιγαιοπελαγίτικο χαρακτήρα του νησιού.

Το Candia Maris TUI Magic Life βρίσκεται στην Αμμουδάρα Ηρακλείου Κρήτης και ιδρύθηκε το 1995

Συνολικά, περιλαμβάνει 315 δωμάτια σε ένα οικόπεδο έκτασης οικόπεδο 80.000 τ.μ , το οποίο ανακαινίστηκε πλήρως το 2011. Ένα ξενοδοχείο πέντε αστέρων, με έμφαση στη διασκέδαση και την άσκηση (Candia Maris ,nd)

Το συνεδριακό Κέντρο Creta αποτελεί το μεγαλύτερο συνεδριακό κέντρο στο νησί της Κρήτης και ένα από τα μεγαλύτερα στην Ελλάδα συνολικά. Διαθέτει 6.000 m² χώρου και 30 αίθουσες συνεδριάσεων που μπορούν να φιλοξενήσουν 5.025 άτομα. Μια εγκατάσταση που μπορεί να φιλοξενήσει μια μεγάλη γκάμα λειτουργιών, ενώ εξακολουθεί να είναι κομψή και προσαρμοσμένη σε κάθε περίπτωση.

5.3 Οι αξίες του ομίλου

Οι αξίες του ομίλου συνοψίζονται στα εξής (Metaxa Hospitality Group website ,nd). :

Στην φιλοξενία: Η γνήσια φιλοξενία ήταν πάντα μέρος του πολιτισμού μας. Είναι μέρος του τρόπου ζωής μας. Τα ξενοδοχεία του ομίλου είναι κάτι περισσότερο από απλά μέρη διαμονής. Είναι μέρη για να κάνει κανείς φίλους. Μοιράζονται με ον μια παράδοση φιλοξενίας πέντε χιλιάδων ετών που έχει ευδοκιμήσει κάτω από τον ελληνικό ήλιο. Το προσωπικό είναι αφοσιωμένο στο να παρέχει στους επισκέπτες υπηρεσίες πρώτης κατηγορίας και να διασφαλίζει ότι κάθε μικρή πτυχή των διακοπών τους λαμβάνεται υπόψη.

Επιπλέον, κάθε πτυχή των λειτουργιών και των δραστηριοτήτων των ξενοδοχείων του ομίλου στοχεύει στην ενίσχυση του αισθήματος κοινωνικής ευθύνης, αναδεικνύοντας ταυτόχρονα τον τοπικό πολιτισμό, την ιστορία και την κουζίνα.

Ο όμιλος βοηθάει τις τοπικές οικονομίες επιλέγοντας ενεργά τοπικούς προμηθευτές και προωθώντας την τοπική παραγωγή. – Οι τεχνικές δίκαιης στελέχωσης που προάγουν την ισότητα χρησιμοποιούνται για τη συμπλήρωση των πόρων των εργαζομένων στις τοποθεσίες στις οποίες δραστηριοποιείται.

5.3.1 Ο όμιλος επενδύει στους ανθρώπους του.

Το προσωπικό του ξενοδοχείου αποτελεί μια δεμένη ομάδα, που έχει πίστη στη συλλογική δύναμη της ομάδας. Στόχος της ομάδας είναι η οικοδόμηση μακροχρόνιων σχέσεων με τους υπαλλήλους σε έναν ασφαλή και δίκαιο χώρο εργασίας. Συνεργάζονται μαζί τους στο ταξίδι τους προς την επίτευξη και τους βοηθά στην πορεία. Μέσω της διαβίου εκπαίδευσης, εκπαίδευσης και κατάρτισης, η ομάδα του ομίλου γίνεται πιο δυνατοί μαζί. Η ύπαρξη μιας σπουδαίας ομάδας είναι κρίσιμο για την επιτυχία της εταιρείας και αποτελεί ένα λόγο για τον οποίο χτίζεται ένα κλίμα εμπιστοσύνης μέσα στην επιχείρηση. Ηθική στην επιχείρηση

Όλες οι επιχειρηματικές αλληλεπιδράσεις βασίζονται στον αμοιβαίο σεβασμό και την αμοιβαία εμπιστοσύνη. Με βάση τις αρχές της ειλικρίνειας, της δικαιοσύνης και της ακεραιότητας, αναπτύσσεται μέσα στα πλαίσια του οργανισμού ένα πλέγμα μακροπρόθεσμων στρατηγικών σχέσεων. Στόχος του ομίλου είναι να παρέχει ένα υγιές εργασιακό περιβάλλον για τους υπαλλήλους και τους συνεργάτες του.

5.3.2 Βιωσιμότητα

Η πρόοδος μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσω της Βιώσιμης Ανάπτυξης με κοινωνική δέσμευση και περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, σύμφωνα με την ακλόνητη πεποίθησή του ομίλου. Όσον αφορά τις προσπάθειες στις οποίες εμπλέκεται ο όμιλος για τους επισκέπτες του, ο όμιλος προσπαθεί συνεχώς να διασφαλίζει ότι λαμβάνονται οι καλύτερες δυνατές υπηρεσίες φιλοξενίας σε ένα απόλυτα βιώσιμο περιβάλλον.

5.3.3 Καινοτομία, ηγεσία και ανάπτυξη

Η εταιρεία δεσμεύεται να ενεργεί και να προωθεί την επιχειρηματικότητα, τόσο ηθικά όσο και δημιουργικά, σύμφωνα με το όραμα του ιδρυτή του ίδιου του ομίλου. Ενόψει των παγκόσμιων αλλαγών και των νέων τεχνολογικών εξελίξεων, η εταιρεία παραμένει ανοιχτή και προσαρμοστική, στις νέες μεθόδους, τις ενημερωμένες τεχνικές και δημιουργικές υπηρεσίες. Όλα τα παραπάνω αποτελούν μέρος των αξιών, των καινοτομιών, της ηγεσίας και της ανάπτυξης και πάντα η εταιρεία αναζητά νέα μέρη για να επεκτείνει την εμβέλειά της.

5.3.4 Η περιβαλλοντική πολιτική-βιωσιμότητα

Η εταιρική διακυβέρνηση αναφέρεται στο σύνολο των αρχών βάσει των οποίων ο οργανισμός, διαχειρίζεται και ελέγχει τις διαδικασίες και τις λειτουργίες του. Ο όμιλος ξενοδοχείων Μεταξά αναπτύσσει ένα σύνολο αρχών και κανόνων που διασφαλίζουν τη διαφανή λειτουργία και οι οποίες ανταποκρίνονται στις προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο τουρισμός σε ένα διεθνές επίπεδο.

5.4 Πολιτικές σε σχέση με την βιωσιμότητα

Στα πλαίσια του Ομίλου αναπτύσσονται διάφορες πολιτικές οι οποίες σχετίζονται με την βιωσιμότητα όπως αυτή ανακλάτε στην έκθεση βιωσιμότητας της εταιρείας. Οι πολιτικές αυτές συνοψίζονται ως εξής (Sustainability Report Metaxas Hospitality Group ,2020)

i) Πολιτική για τη διάθεση απορριμμάτων τροφίμων

- Η διαχείριση τροφίμων του Ομίλου Φιλοξενίας Μεταξά ελαχιστοποιεί τα πλεονάσματα και μειώνει τη σπατάλη ακατέργαστων προϊόντων. Η πρωτοβουλία του Δήμου Χερσονήσου «Βοήθεια στο σπίτι» συλλέγει τα συσκευασμένα δέματα που μπορεί να περισσέψουν μετά την τουριστική περίοδο και τα δωρίζει σε φορείς συλλογής τροφίμων για άτομα που έχουν ανάγκη.

- Στους υπαλλήλους των εστιατορίων του ξενοδοχείου δίνεται φαγητό από το μπουφέ που έχει ετοιμαστεί και δεν έχει καταναλωθεί κατά τη διάρκεια των γευμάτων από το προσωπικό.

Όλα τα υπολείμματα τροφίμων από το Creta Maris Hotel μετατράπηκαν σε ζωοτροφές/τροφές για κατοικίδια στο πλαίσιο μιας ευρωπαϊκής πιλοτικής πρωτοβουλίας










που ονομάζεται F4F (Food for Feed). Το φαγητό που περίσσεψε από το κεντρικό εστιατόριο του ξενοδοχείου παραδιδόταν καθημερινά στις εγκαταστάσεις του προγράμματος F4F στο Ηράκλειο από τρίτο συνεργάτη. Κατά τη διάρκεια των προηγούμενων ετών απορρίπτονταν 79,415 τόνοι τροφίμων, έναντι μόλις 29,05 τόνων το επόμενο έτος όταν άρχισε να πραγματοποιείται η πρωτοβουλία (Creta Maris ,nd).

ii) Χρήση χαρτιού.

Το μεγαλύτερο μέρος του αναλώσιμου υλικού που χρησιμοποιείται για γραφή (π.χ. κάρτα καλωσορίσματος, λίστα δωματίων, σελίδα σημειώσεων, φάκελοι) ανακυκλώνεται ενώ παράλληλα μπορεί μέσω του ξενοδοχείου να γίνει προσπάθεια μείωσης του και εξάλειψης του ή και αντικατάστασης του από με ηλεκτρονικά προγράμματα με σκοπό να μειωθεί η χρήση χαρτιού.

Όλες οι ομαδικές εκτυπώσεις στο ξενοδοχείο γίνονται με χαρτί φιλικό προς το περιβάλλον με πιστοποίηση FSC. Η αειφόρος διαχείριση των δασών υπογραμμίζεται από το σήμα FSC που διαθέτει το ξενοδοχείο , το οποίο πιστοποιεί ότι τα προϊόντα ξύλου που πιστοποιεί έχουν παραχθεί σύμφωνα με αυστηρές περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές κατευθυντήριες γραμμές και κριτήρια(Sustainability Report Metaxas Hospitality Group ,2020).

Από την αρχή, η ανακύκλωση ήταν μια σημαντική πτυχή της περιβαλλοντικής συνείδησης του Ομίλου. Συγκεκριμένα στόχος του ξενοδοχείου Creta Maris, ενός από τα ξενοδοχεία του ομίλου είναι να γίνει το πρώτο ξενοδοχείο μηδενικών απορριμμάτων στην Ελλάδα. Κάθε κομμάτι ανακυκλώσιμου υλικού συλλέγεται και παραδίδεται για ανακύκλωση. Περισσότερα από 111.000 κιλά υλικού ανακυκλώθηκαν μόνο το 2018. (Creta Maris ,nd).

		creta maris		TUBINACE LIFE		Santo Maris	
		2019	2020	2019	2020	2019	2020
	Paper	39,400 kg	7,240 kg	-	2,620 kg	8,858 kg	-
	Glass	31,860 kg	15,200 kg	9,590 kg	3,850 kg	1,110 kg	2,700 kg
	Metal	11,055 kg	1,135 kg	-	-	1,100 kg	-
	Plastic	6,668 kg	-	-	320 kg	-	-
	Used cooking oils - Biofuels	3,395 kg	550 kg	-	370 kg	1,100 kg	3,250 kg
	Electrical appliances	1,560 kg	425 kg	-	-	-	-
	Batteries	2,015.4 kg	26 kg	-	-	-	715 kg
	Light bulbs	170 kg	-	-	-	-	-
	Soap	31 kg	-	-	-	-	-

Πηγή : Έκθεση βιωσιμότητας 2019-2020

Πίνακας 5.1 : Ανακύκλωση στον όμιλο

iii) Απόρριψη «υπολειμμάτων» τροφίμων

Για την αποφυγή σπατάλης, τα ξενοδοχεία του Ομίλου αποκτούν μόνο την ποσότητα των πρώτων υλών που χρειάζονται για την κάθε σεζόν και δεν πετάνε πρώτες ύλες. Ένας οργανισμός συλλογής τροφίμων παραλαμβάνει και διανέμει τα εναπομείναντα συσκευασμένα δέματα στο τέλος της τουριστικής περιόδου (Sustainability Report Metaxas Hospitality Group ,2020).

Με βάση τους κανονισμούς υγιεινής και διαχείρισης των τροφίμων, τα γεύματα που παρασκευάζονται σε μπουφέ δεν φυλάσσονται και δε ξανά σερβίρονται. Διαχωρίζονται και παρέχονται για βιολογική παραγωγή λιπασμάτων τα γεύματα μαγειρεμένα χωρίς λάδι (κομπόστ). Τα τρόφιμα φυλάσσονται σε καθορισμένο μέρος στις κουζίνες και στη συνέχεια παραδίδονται από το προσωπικό στις εγκαταστάσεις κομποστοποίησης σε τακτική βάση. Μετά την προετοιμασία, αλλά πριν τοποθετηθεί στον μπουφέ, το φαγητό σερβίρεται στα εστιατόρια του προσωπικού, όπου συντηρείται σύμφωνα με τις υγειονομικές προδιαγραφές.

Το παραλιακό θέρετρο Creta Maris συμμετέχει σε μια δοκιμαστική πρωτοβουλία που ονομάζεται F4F (Food for Feed) για τη μετατροπή όλων των τροφών που περισσεύουν σε τροφή για ζώα και κατοικίδια ως μέρος της πολιτικής του Metaxa Hospitality Group για τα απόβλητα και την προσοχή στα προβλήματα καλής διαβίωσης των ζώων. Καθημερινά, τα υπολείμματα του κεντρικού εστιατορίου του θέρετρου φυλάσσονται σε ειδικό χώρο και μεταφέρονται στις εγκαταστάσεις του προγράμματος F4F στο Ηράκλειο από εξωτερικό συνεργάτη(Creta Maris ,nd).

Η διοίκηση και οι εργαζόμενοι στο ξενοδοχείο TUI Magic Life Candia Maris έχουν δεσμευτεί σε ένα έργο που ωφελεί την τοπική κοινωνία και το περιβάλλον γενικότερα, επειδή κατανοούν την άρρηκτη σχέση μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος (Candia Maris ,nd).

Όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου και τα άτομα που εργάζονται εκεί είναι αφοσιωμένα στους ακόλουθους στόχους:

- Το σχεδιασμό, την κατασκευή και τη λειτουργία του ξενοδοχείου που πρέπει να συμμορφώνεται με τις βέλτιστες περιβαλλοντικές πρακτικές.
- Να βοηθήσουν την ανάπτυξη και χρήση τεχνολογίας φιλικής προς το περιβάλλον.
- Στόχος είναι να μειώσουν όλα τα ξενοδοχεία του ομίλου την κατανάλωση νερού και ενέργειας και, εάν είναι εφικτό, να επαναχρησιμοποιήσουν και να ανακυκλώσουν υλικά που χρησιμοποιούνται σε όλο τον κύκλο εργασία τους.
- Προκειμένου να διατηρήσει το περιβάλλον το ξενοδοχείο εμπλέκει συμπεριλαμβάνοντας τους πελάτες, τους συνεργάτες, τους προμηθευτές και τους εργολάβους στη διαδικασία.
- Για να βοηθηθούν τα προγράμματα βιωσιμότητας του ομίλου και επιτύχουν τους στόχους τους , πρέπει να προσφέρουν εκπαίδευση και πόρους.

Οι περιβαλλοντικές επιδόσεις του ομίλου παρακολουθούνται, καταγράφονται τακτικά και συντάσσεται έκθεση και θα λαμβάνονται επιχειρηματικές αποφάσεις λαμβάνοντας υπόψη αυτές τις δεσμεύσεις. Για να ενημερώνονται οι συνεργάτες σχετικά με τις πολιτικές, τις διαδικασίες και τις πρωτοβουλίες. (Sustainability Report Metaxas Hospitality Group ,2020)

Στόχος των πρωτοβουλιών αυτών είναι:

- Η καθαρότητα του νερού και η προστασία της παραλίας.
- Διατήρηση της φυσικής αίγλης της περιοχής σε συνεργασία με τις τοπικές αρχές
- Ηλεκτρονικά, χαρτί, πλαστικό, γυαλί, λάδι και άλλα υλικά να μπορούν όλα να ανακυκλωθούν με ελεγχόμενο τρόπο.
- Οργάνωση της Πράσινης Ομάδας του ξενοδοχείου για να βοηθήσει στον καθαρισμό της ακτής της περιοχής και των γύρω περιοχών.
- Διοργάνωση επιτόπιων εκπαιδευτικών επισκέψεων για να ενημερωθούν τα παιδιά για τη διαδικασία ανακύκλωσης σε συνεργασία με τοπικά σχολεία.
- Κατανάλωση λιγότερου νερού και λιγότερης ενέργειας από όσο χρειάζεται.

5.5 Το Σχέδιο Διαχείρισης Απορριμμάτων

Η διοίκηση και το προσωπικό του ξενοδοχείου TUI Magic Life Candia Maris τηρούν αυστηρές απαιτήσεις διαχείρισης απορριμμάτων και εκτελούν ποικίλες ενέργειες πριν από την ανακύκλωση. Γενικότερα στα πλαίσια ελαχιστοποίησης των απορριμμάτων το ξενοδοχείο προβαίνει στις εξής διαδικασίες:

Πρόληψη

Για να επιτευχθεί ο στόχος Zero Waste το ξενοδοχείο δεν αγοράζει πράγματα που είναι πεταμένα ή συσκευασμένα σε υπερβολικές ποσότητες προκειμένου να ελαχιστοποιηθεί ο αριθμός των απορριμμάτων του ξενοδοχείου.

Περιορισμός

Το ξενοδοχείο δεν αγοράζει πράγματα των οποίων η συσκευασία είναι υπερβολικά μεγάλη. Επιπλέον αγοράζει προϊόντα κατασκευασμένα από ανακυκλωμένα υλικά. Χρησιμοποιεί χαρτί που έχει εκτυπωθεί μόνο στη μία όψη. Το νερό σεβρίζεται σε γυάλινα μπουκάλια τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν ξανά χωρίς να δημιουργούν απορρίμματα.

Ανακύκλωση

Για την ανακύκλωση το ξενοδοχείο χρησιμοποιεί ιδιωτικές ειδικές εταιρείες απορριμμάτων που βοηθούν να ανακυκλώνει κοινά είδη οικιακής χρήσης, όπως γυαλί και χαρτόνι, καθώς και μέταλλα και μπαταρίες.

Παρακολούθηση

Για να εγγραφεί το ξενοδοχείο ότι τα μέτρα ελαχιστοποίησης των απορριμμάτων μειώνουν την ποσότητα των σκουπιδιών που πρέπει να απορρίπτονται κάθε μήνα, υπεύθυνοι του ξενοδοχείου επιφορτισμένοι με αυτόν τον ρόλο πραγματοποιούν συχνή παρακολούθηση των απορριμμάτων.

Πολιτική Διάθεσης Τροφίμων

Σε ένα από τα ξενοδοχεία του ομίλου οι πρώτες ύλες δεν πετιούνται ποτέ στο TUI Magic Life Candia Maris μιας και η λειτουργία είναι εποχιακή και οι ποσότητες που παραγγέλλονται είναι προκαθορισμένες αλλά παραγγέλλονται κάθε φορά με βάση τη ζήτηση ώστε να μην υπάρχουν υπολείμματα και να μη δημιουργούνται απορρίμματα. Τα δωρεάν πακέτα τροφίμων δίνονται στις τράπεζες τροφίμων στο τέλος της περιόδου λειτουργίας του ξενοδοχείου ως μέρος της διαδικασίας κλεισίματος του ξενοδοχείου. Το φαγητό που έχει σεβριστεί σε μπουφέ δεν μπορεί να διατηρηθεί και να σεβριστεί ξανά λόγω των κανονισμών για τα τρόφιμα και της υγιεινής. Τα εστιατόρια του ξενοδοχείου παρέχουν στο προσωπικό δωρεάν γεύματα που έχουν ετοιμαστεί αλλά δεν έχουν ακόμη συμπεριληφθεί στο πρόγραμμα του μπουφέ επειδή έχουν συντηρηθεί σωστά.

Κεφάλαιο 6: “ Έρευνα πεδίου, 1^ο ερωτηματολόγιο”

6.1 Μεθοδολογία της ερευνάς

Για την διεξαγωγή αυτής της πτυχιακής εργασίας πραγματοποιήθηκε μια έρευνα, σε αυτό το κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε την στατιστική ανάλυση της. Η έρευνά μας πραγματοποιήθηκε κατά την διάρκεια 08/02/2022 έως 24/02/2022. Τα δείγματα συλλέχθηκαν μέσω ερωτηματολογίων. Για την διεξαγωγή της έρευνάς μας χρησιμοποιήσαμε το Google Forms για τα στατιστικά αποτελέσματα, καθώς και προγράμματα όπως το Excel για την δημιουργία των γραφημάτων.

Η στατιστική ανάλυση της έρευνάς πραγματοποιήθηκε έπειτα από ανάλυση 251 δειγμάτων. Αναλυτικότερα, το γυναικείο φυλά αποτέλεσε το κυριότερο κομμάτι μέρος του δείγματος με ποσοστό 74,9% ενώ το υπόλοιπο 25,1% αφορούσε τους άντρες. Το δείγμα μας αντλήθηκε κατά κύριο λόγο από το Δήμο Ηράκλειου συγκεκριμένα σε άτομα με ηλικία άνω των 18 ετών. Η πλειοψηφία του δείγματος μας είναι είτε ενεργοί φοιτητές του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου είτε άνθρωποι που έχουν αποφοιτήσει ήδη από αυτό. Ενώ ένα μικρό ποσοστό της έρευνάς μας αποτελείτε από αποφοίτους τριτοβάθμιας εκπαίδευσης άλλων πανεπιστημίων της χώρας μας.

Ανάλυση περιεχομένου:

6.2 Σκοπός της ερευνάς

Βασικός σκοπός της έρευνάς μας, ήταν να καταγράψουμε τις απόψεις, τις γνώσεις και την εξοικείωση των σπουδαστών της Κρήτης όσον αναφορά την φιλοσοφία του "Zero Waste Tourism". Παρακάτω, παραθέτουμε τους ερευνητικούς στόχους της έρευνάς μας.

Ερευνητικοί στόχοι:

- Να εξετάσουμε τις γνώσεις και την πληροφόρηση των ερωτηθέντων όσον αναφορά την φιλοσοφία του "Zero Waste Tourism".
- Να καταγράψουμε τις συνήθειες και την συμπεριφορά τους όσον αναφορά την προστασία του περιβάλλοντος κατά την διάρκεια των διακοπών τους
- Να διερευνήσουμε εάν θα ήταν πρόθυμοι να αλλάξουν και να προσαρμόσουν τις συνήθειες τους ώστε να είναι πιο φιλικό προς το περιβάλλον.
- Να μελετήσουμε το επίπεδο των γνώσεων τους και της εξοικείωσης τους πάνω στο συγκεκριμένο θέμα.

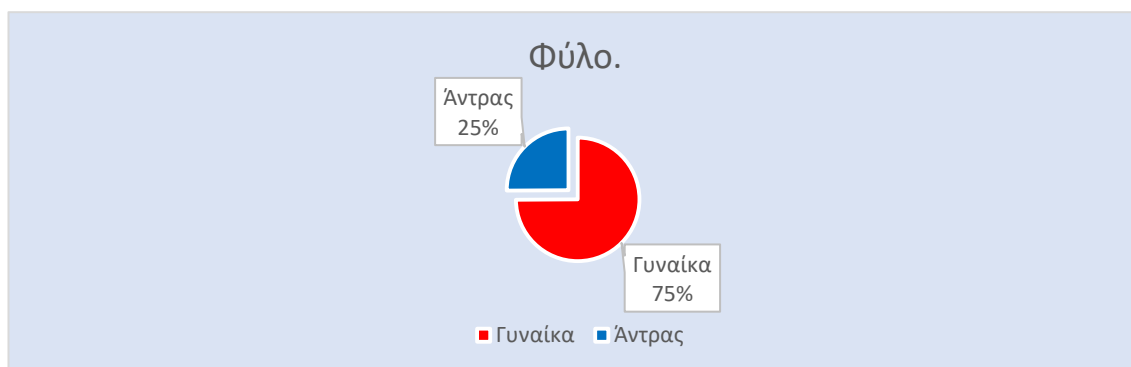
Εν κατακλείδι, στο κεφάλαιο αυτό εντάσσεται η περιγραφική ανάλυση των δεδομένων που προέκυψαν από την εν λόγω έρευνα.

6.3 Ανάλυση 1^{ου} ερωτηματολογίου

Ερώτηση 1: Φύλο

Το δείγμα που εξετάστηκε στην έρευνα αυτή, αποτελείται από 251 άτομα, εκ των οποίων τα 63 (25,1%) ήταν άντρες ενώ τα 188 (74,9%) γυναίκες.

Σκοπός: Να προσδιορίσουμε το ποσοστό των αντρών και των γυναικών του δείγματος μας.



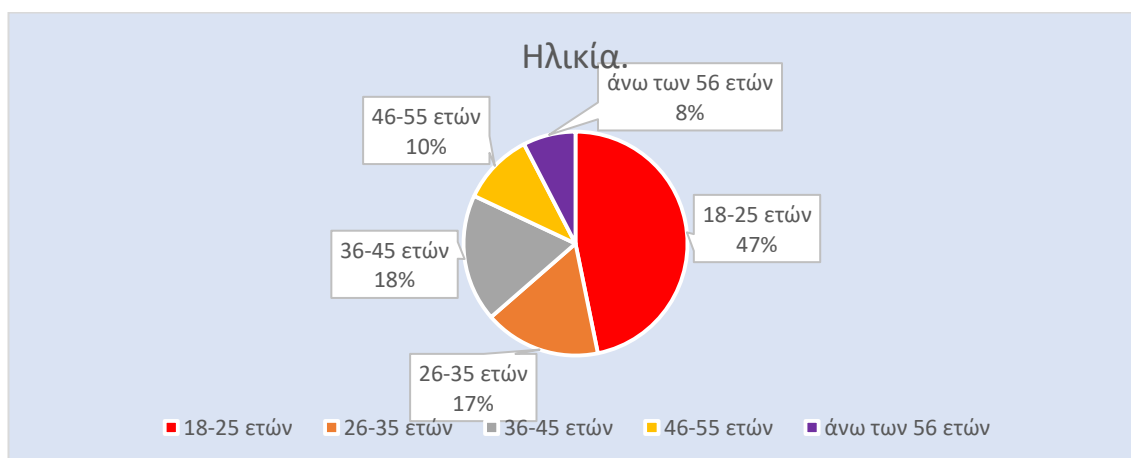
Πηγή: Google forms (2020)

Διάγραμμα 6.1: Φύλο ερωτηθέντων

Ερώτηση 2: Ηλικία

Από το σύνολο του δείγματος, 117 (46,8%) άτομα είχαν ηλικία από 18-25 ετών, 42 (16,8%) άτομα είχαν ηλικία 26-35 ετών, 46 (18,4%) άτομα είχαν ηλικία από 36-45 ετών, 26 (10,4%) άτομα είχαν ηλικία από 46-55 ετών και τέλος 19 (7,6%) άτομα είχαν ηλικία άνω των 56 ετών.

Σκοπός: Να κατατάξουμε τις ηλικιακές ομάδες που απάντησαν το ερωτηματολόγιο μας.



Πηγή: Google forms (2020)

Διάγραμμα 6.2: Ηλικία ερωτηθέντων

Ερώτηση 3: Ποιος είναι ο τόπος διαμονής σας;

Κρήτη: 91 δείγματα, Αττική: 79 δείγματα, Θεσσαλονίκη: 22 δείγματα, Σαντορίνη: 13 δείγματα, Ρόδος: 12 δείγματα, Κέρκυρα: 4 δείγματα, Πάτρα: 5 δείγματα, Μυτιλήνη: 2 δείγματα, Βόλος: 2 δείγματα, Δράμα: 2 δείγματα, Υπόλοιπη Ελλάδα: 15 δείγματα, Εξωτερικό: 4

Σκοπός: Να εντοπίσουμε τον τόπο διαμονής του δείγματος μας ώστε να αναλύσουμε τις διαφορές στην συμπεριφορά και στις συνήθειες της κάθε περιοχής.



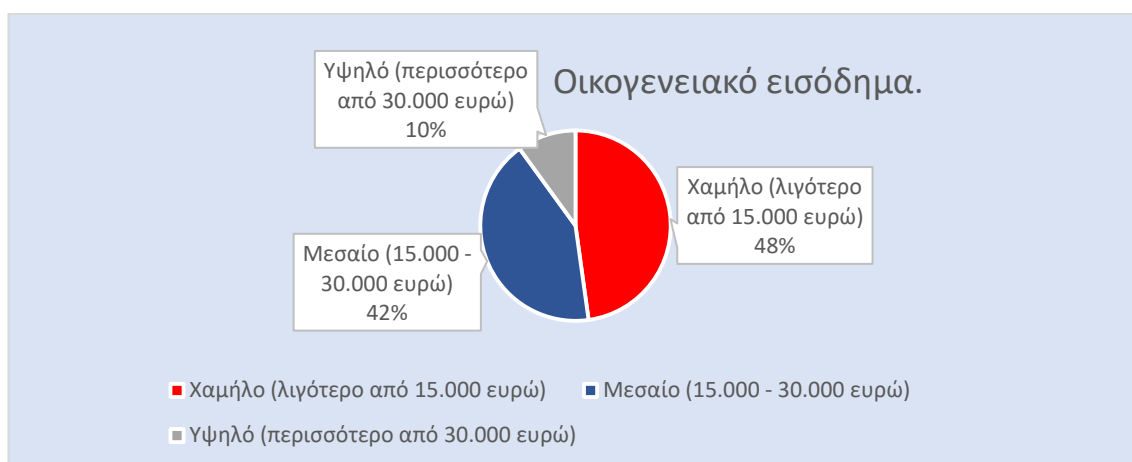
Πηγή: Google forms (2020)

Διάγραμμα 6.3: Τόπος διαμονής

Ερώτηση 4: Που θα κατατάσσετε το οικογενειακό σας εισόδημα;

Στην συγκεκριμένη ερώτηση, 119 (47,8%) άτομα απάντησαν ότι έχουν χαμηλό εισόδημα, 105 (42,2%) απάντησαν ότι έχουν μέσο εισόδημα, ενώ 25 (10%) απάντησαν ότι έχουν υψηλό εισόδημα. Παρατηρείται δηλαδή, ότι λίγοι από το δείγμα μας μπορούν να χαρακτηριστούν ότι έχουν υψηλό το εισοδήματος.

Σκοπός: Να μελετήσουμε το μέσο ετήσιο οικογενειακό εισόδημα των ερωτηθέντων, ώστε να κατανοήσουμε τον τρόπο συμπεριφοράς των διαφόρων οικονομικών τάξεων.



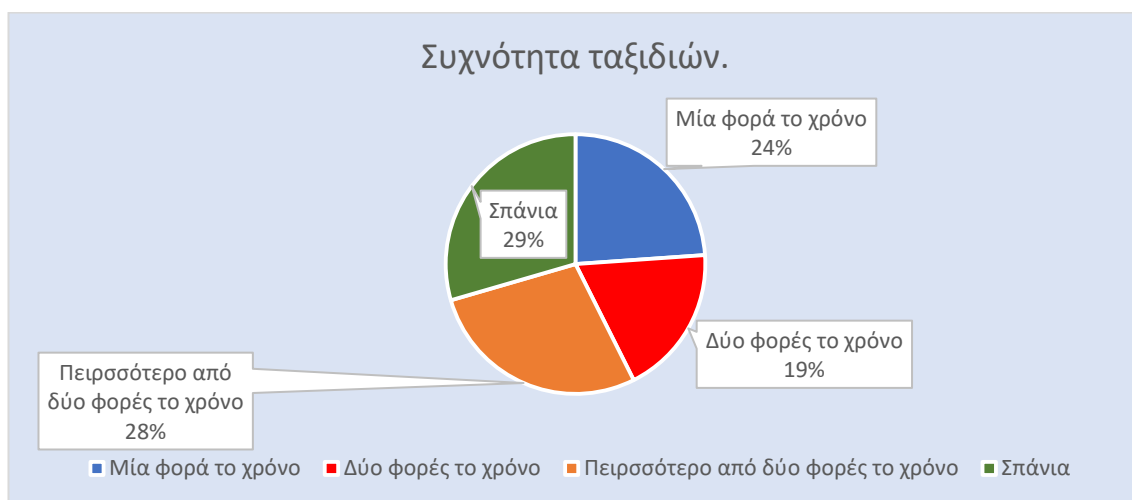
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.4: Οικογενειακό εισόδημα

Ερώτηση 5: Πόσο συχνά ταξιδεύετε;

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, φαίνεται ότι 60 (23,9%) άτομα ταξιδεύουν μια φορά το χρόνο, 47 (18,7%) ταξιδεύουν δυο φορές το χρόνο, 70 (27,9) άτομα ταξιδεύουν περισσότερο από δυο φορές το χρόνο και τέλος 74 (29,5) ταξιδεύουν σπάνια.

Σκοπός: Να καταλάβουμε την συχνότητα με την οποία ταξιδεύουν οι ερωτηθέντες και την εξοικείωση που έχουν όσον αφορά των τουρισμό.



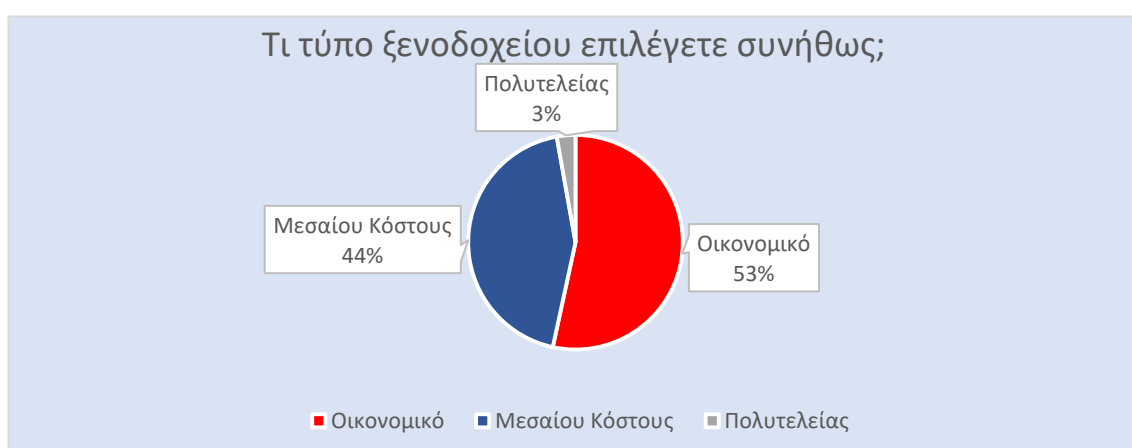
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.5: Συχνότητα ταξιδιών

Ερώτηση 6: Τι τύπο ξενοδοχείου επιλέγετε συνήθως;

Από το σύνολο του δείγματος, 134 (53,4%) άτομα επιλέγουν ένα οικονομικό ξενοδοχείο, 110 (43,8%) άτομα επιλέγουν ένα μεσαίου κόστος ξενοδοχείο ενώ μόλις 7 (2,8%) άτομα επιλέγουν ξενοδοχείο πολυτέλειας.

Σκοπός: Να εξετάσουμε τον τύπο ξενοδοχείου που προτιμούν τα άτομα που πήραν μέρος στην ερευνά μας.



Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.6: Τύπος ξενοδοχείου

Ερώτηση 7: Έχετε ακούσει ποτέ την φιλοσοφία του "Zero Waste Tourism";

Από τις απαντήσεις της ερευνάς, προκύπτει ότι 102 (40,6%) άτομα έχουν ακούσει την φιλοσοφία του Zero Waste Tourism ενώ 149 (59,4%) άτομα δεν γνωρίζουν την φιλοσοφία του Zero Waste Tourism.

Σκοπός: Να προσδιορίσουμε πόσο εξοικειωμένο είναι το δείγμα μας με την έννοια του Zero Waste Tourism.



Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.7: Φιλοσοφία Zero Waste

Ερώτηση 8: Τι πιστεύετε ότι σημαίνει το Zero Waste.

Στην συγκεκριμένη ερώτηση, διαπιστώνουμε ότι 54 (21,6%) άτομα απάντησαν λάθος στην ερώτηση τι πιστεύετε ότι σημειώνει το Zero Waste, ενώ η πλειοψηφία 196 (78,4%) άτομα ήταν εξοικειωμένα με την συγκριμένη έννοια.

Σκοπός: Να αντιληφθούμε αν το δείγμα μας ακόμη εάν και δεν γνωρίζει την έννοια του Zero Waste Tourism ή την έχει ακούσει για πρώτη φορά, μπορεί να κατανοήσει τι σημαίνει αυτός ο ορός.



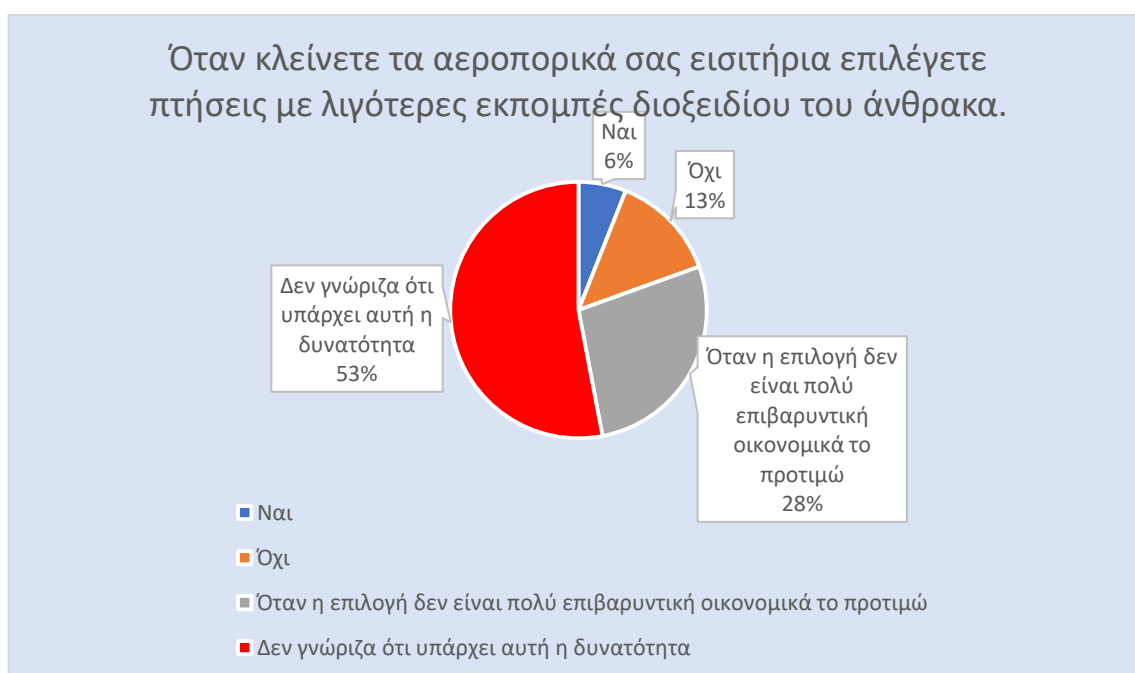
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.8: Σημασία Zero Waste

Ερώτηση 9: Όταν κλείνετε τα αεροπορικά σας εισιτήρια επιλέγετε πτήσεις με λιγότερες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα;

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, 133 (53%) άτομα δεν γνώριζαν ότι η υπάρχει αυτή η δυνατότητα, 69 (27,5%) άτομα επιλεγεί τις συγκεκριμένες πτήσεις όταν η επιλογή δεν είναι πολύ οικονομικά επιβαρυντική, 34 (13,5%) άτομα δεν επιλέγουν αυτό τον τύπο πτήσεις ενώ μόλις 15 (6%) άτομα είναι διατεθειμένα να κλείσουν αεροπορικά εισιτήρια με λιγότερες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα.

Σκοπός: Να εξετάσουμε ποσά άτομα απ' αυτά που πήραν μέρος στην ερευνά μας γνώριζαν αυτήν την επιλογή και θα ήταν διατεθειμένα να την επιλέξουν παρά την οικονομική επιβάρυνση.



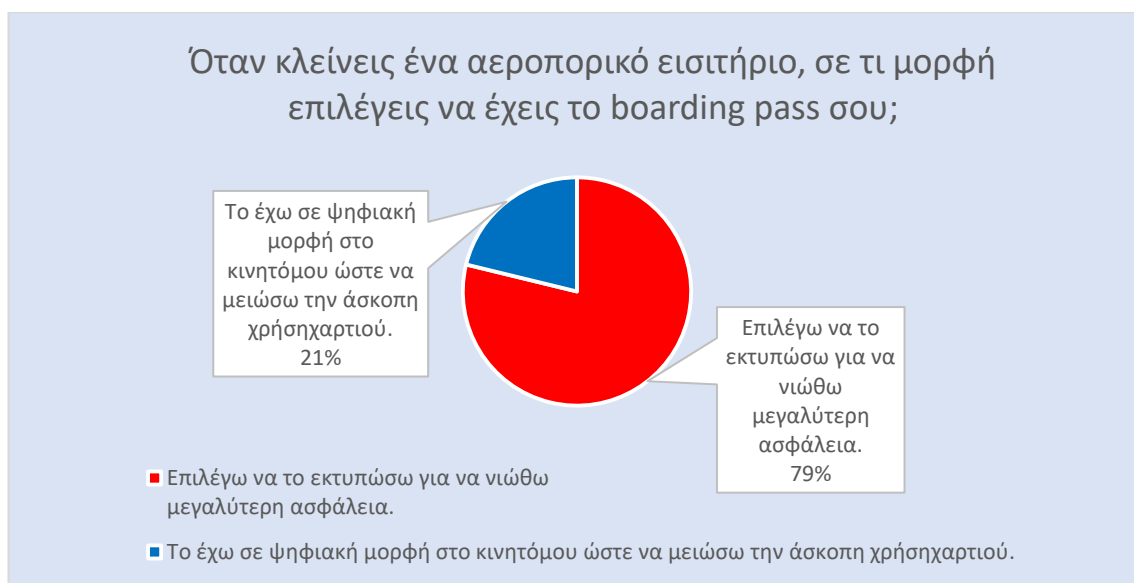
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.9: Εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα

Ερώτηση 10: Όταν κλείνεις ένα αεροπορικό εισιτήριο, σε τι μορφή επιλέγεις να έχεις το boarding pass σου;

Από το δείγμα που εξετάσαμε προκύπτει ότι, 197 (78,8%) άτομα επιλέγουν να έχουν το εισιτήριο τους σε ψηφιακή μορφή ενώ η μειοψηφία 53 (21,2%) επιλέγει να εκτυπώσει το εισιτήριο τους.

Σκοπός: Να αντιληφθούμε σε τι βαθμό είναι διατεθειμένο το δείγμα μας, μέσα από μια απλή πράξη, να αποφύγει την σπάταλη χαρτιού. Επίσης, με αυτήν την ερώτηση θέλαμε να συμπεράνουμε ποσό εξοικειωμένοι είναι με την τεχνολογία.



Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.10: Boarding pass

Ερώτηση 11: Εκτιμήστε κατά προσέγγιση την ποσότητα αποβλήτων που παράγετε κατά την διάρκεια των διακοπών σας.

Στην εν λόγω ερώτηση που έγινε στο δείγμα, 131 (52,4%) άτομα παράγουν μια τσάντα του supermarket κάθε δεύτερη μέρα, 63 (25,2%) άτομα παράγουν μια τσάντα του supermarket με σκουπίδια την ημέρα, 29 (11,6%) άτομα παράγουν μια τσάντα του supermarket την εβδομάδα, 14 (5,6%) άτομα παράγουν μια μεγάλη τσάντα (μαύρη) την ημέρα και τέλος 13 (5,2%) άτομα παράγουν μια μεγάλη τσάντα (μαύρη) κάθε δεύτερη μέρα.

Σκοπός: Να αντιληφθούμε την ποσότητα των αποβλήτων που παράγει κατά μέσο ορό ο Έλληνας τουρίστας κατά την διάρκεια των διακοπών του.



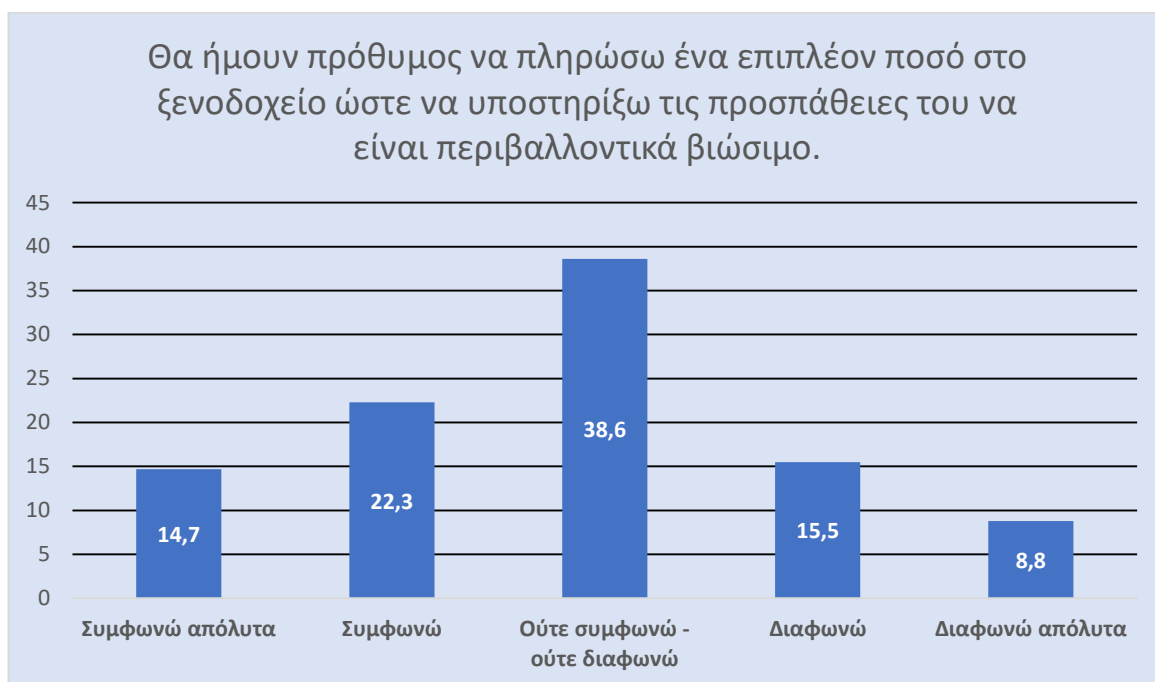
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.11: Ποσότητα αποβλήτων

Ερώτηση 12: Θα ήμουν πρόθυμος να πληρώσω ένα επιπλέον ποσό στο ξενοδοχείο ώστε να υποστηρίξω τις προσπάθειες του να είναι περιβαλλοντικά βιώσιμο.

Από τις απαντήσεις που δοθήκαν, βλέπουμε ότι 22 (8,8%) άτομα διαφωνούν πλήρως με το να πληρώσουν ένα επιπλέον ποσό στο ξενοδοχείο ώστε να υποστηρίξουν τις προσπάθειες του να είναι περιβαλλοντικά βιώσιμο, 39 (15,5%) άτομα είναι αρνητική σε αυτήν την σκέψη, 97 (38,6%) κρατούν μια ουδέτερη στάση πάνω στο συγκεκριμένο θέμα, 56 (22,3%) άτομα σκέφτονται θετικά την προσπάθεια αυτή ενώ 37 (14,7%) θα στήριζαν απολυτά αυτήν προσπάθεια.

Σκοπός: Να μπορέσουμε να καταλάβουμε σε τι ποσοστό θα ήταν κάποιος διατεθειμένος να πληρώσει ένα επιπλέον ποσό προκειμένου να βοηθήσει το εκάστοτε ξενοδοχείο, σε προσπάθειες του προκειμένου να γίνει πιο βιώσιμο.



Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.12: Περιβαλλοντικά βιώσιμο ξενοδοχείο

Ερώτηση 13: Αν το ξενοδοχείο στο οποίο διαμένετε εφαρμόζει περιβαλλοντικές πρακτικές επηρεάζεται η συμπεριφορά σας κατά την διαμονή σας σε αυτό; (πχ επαναχρησιμοποίηση πετσετών)

Από το σύνολο του δείγματος, 144 (57,6%) άτομα επηρεάζονται από τις περιβαλλοντικές πρακτικές του ξενοδοχείου, 56 (22,4%) άτομα δεν δίνουν βαρύτητα στις περιβαλλοντικές πρακτικές του ξενοδοχείου ενώ 50 (20%) άτομα δεν γνωρίζουν και δεν είναι σε θέση να απαντήσουν.

Σκοπός: Να προσδιορίσουμε το ποσοστό των ερωτηθέντων που θα ήταν πρόθυμο να προσαρμόσει την συμπεριφορά του με σκοπό να κάνει τις διακοπές του περιβαλλοντικά πιο βιώσιμες.



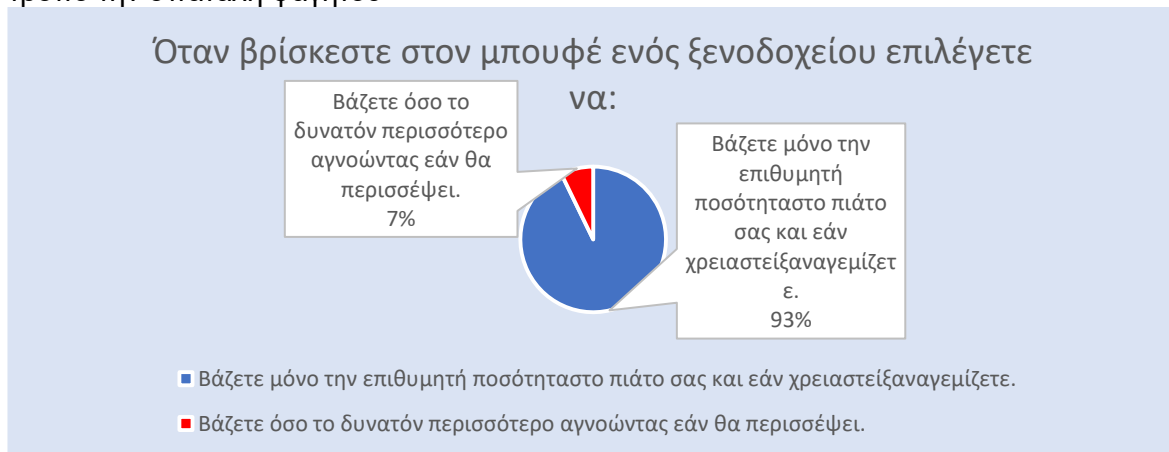
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.13: Περιβαλλοντικές πρακτικές

Ερώτηση 14: Όταν βρίσκεστε στον μπουφέ ενός ξενοδοχείου επιλέγετε να:

Στην συγκεκριμένη ερώτηση, 232 (92,8%) άτομα επιλέγουν να βάλουν μόνο την επιθυμητή ποσότητα στο πιάτο τους και εάν χρειαστεί ξανά γεμίζουν ενώ 18 (7,2%) άτομα επιλέγουν να βάλουν όσο το δυνατόν περισσότερο φαγητό αγνοώντας εάν θα περισσέψει.

Σκοπός: Να εξετάσουμε πόσα από τα άτομα που πήραν μέρος στην ερευνά μας συμπεριφέρονται με σύνεση στο μπουφέ ενός ξενοδοχείου, περιορίζοντας με αυτόν τον τρόπο την σπάταλη φαγητού



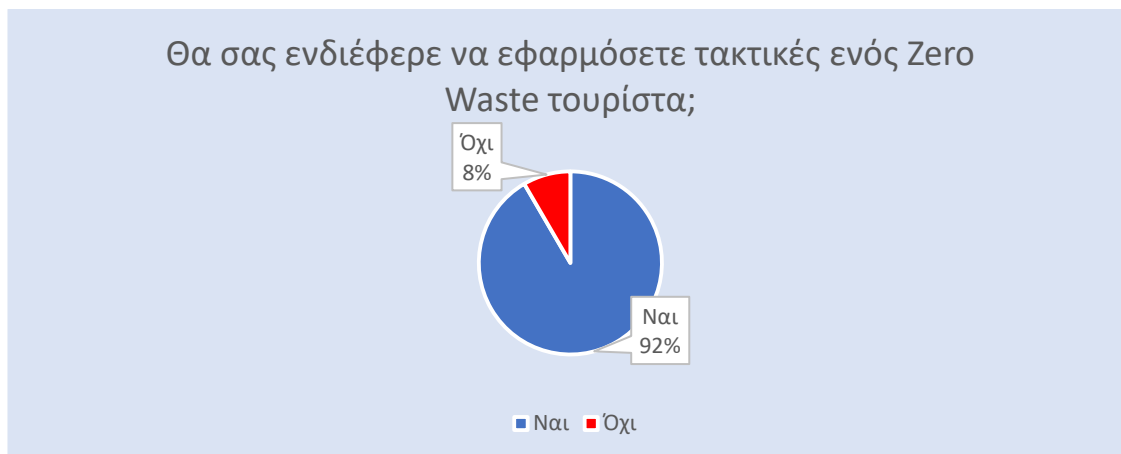
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.14: Μπουφές ξενοδοχείου

Ερώτηση 15: Θα σας ενδιέφερε να εφαρμόσετε τακτικές ενός Zero Waste τουρίστα;

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, 229 (91,6%) άτομα θα ενδιαφερόντουσαν να ακολουθήσουν τακτικές ενός zero waste τουρίστα ενώ 21 (8,4%) άτομα δεν θα τους ενδιέφερε να ακολουθήσουν τακτικές ενός zero waste τουρίστα.

Σκοπός: Να καταλάβουμε εάν το δείγμα μας είναι πρόθυμο να αλλάξει κάποιες από τις συνήθειες του και να εφαρμόσει τακτικές ενός Zero Waste τουρίστα.



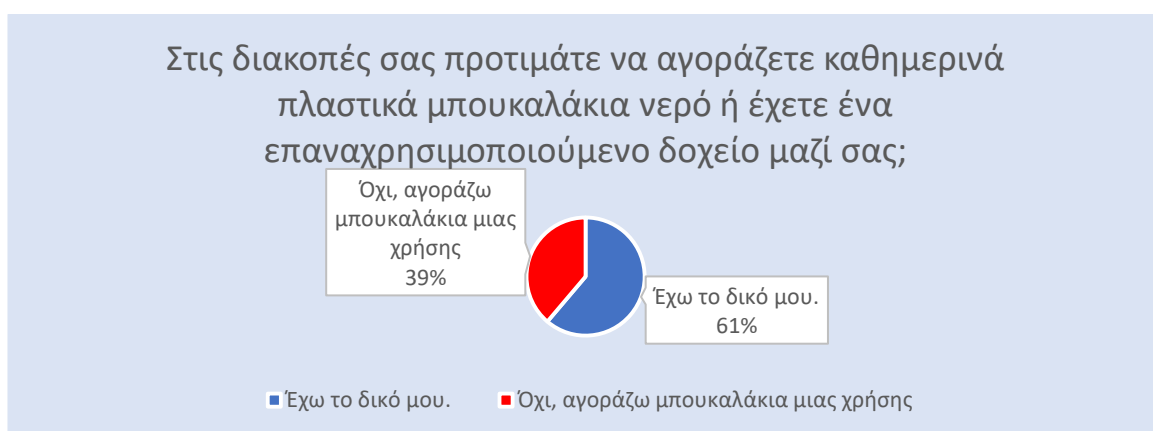
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.15: Τακτικές Zero Waste τουρίστα

Ερώτηση 16: Στις διακοπές σας προτιμάτε να αγοράζετε καθημερινά πλαστικά μπουκαλάκια νερό ή έχετε ένα επαναχρησιμοποιούμενο δοχείο μαζί σας;

Από το σύνολο του δείγματος προκύπτει ότι, 153 (61,2%) άτομα έχουν το δικό τους επαναχρησιμοποιούμενο δοχείο και 97 (38,8%) άτομα αγοράζουν μπουκαλάκια μιας χρήσης.

Σκοπός: Να εξετάσουμε εάν ο Έλληνας τουρίστας είναι διατεθειμένος να εντάξει κατά την διάρκεια των διακοπών του επαναχρησιμοποιούμενο μπουκαλάκι μειώνοντας έτσι την άσκοπη χρήση του πλαστικού.



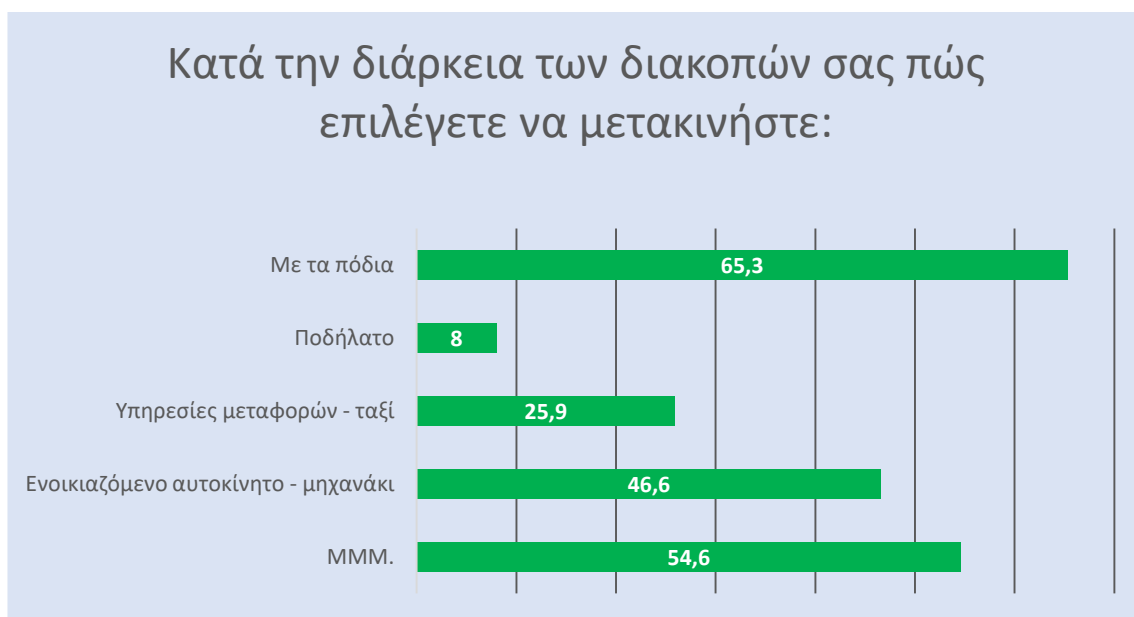
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.16: Επαναχρησιμοποιούμενο δοχείο

Ερώτηση 17: Κατά την διάρκεια των διακοπών σας πώς επιλέγετε να μετακινηθείτε:

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, 137 άτομα επιλέγουν τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, 117 άτομα επιλέγουν να ενοικιάσουν αυτοκίνητο ή μηχανάκι, 65 άτομα επιλέγουν υπηρεσίες μεταφορών ή ταξί, 164 άτομα επιλέγουν να μετακινούνται με τα πόδια ενώ μόλις 20 άτομα επιλέγουν το ποδήλατο.

Σκοπός: Να μελετήσουμε τον τρόπο με τον οποίο επιλέγουν να μετακινούνται κατά την διάρκεια των διακοπών τους οι ερωτηθέντες.



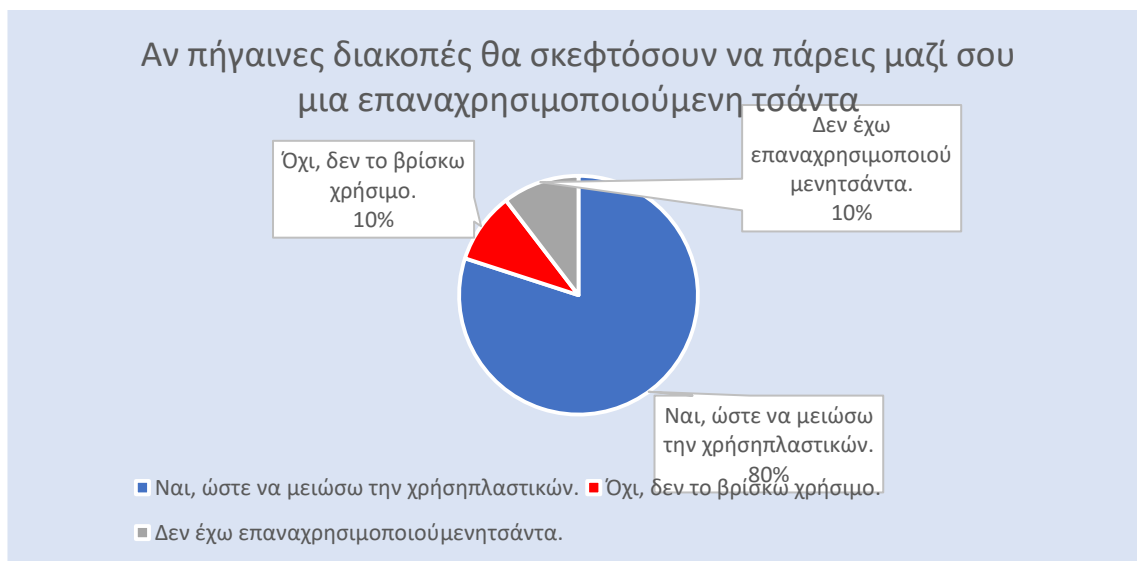
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.17: Τρόποι μετακίνησης κατά την διάρκεια των διακοπών

Ερώτηση 18: Αν πήγαινες διακοπές θα σκεφτόσουν να πάρεις μαζί σου μια επαναχρησιμοποιούμενη τσάντα;

Στην συγκεκριμένη ερώτηση, 200 (80%) άτομα θα επέλεγαν να έχουν μαζί τους επαναχρησιμοποιούμενη τσάντα ώστε να μειώσουν την χρήση των πλαστικών, 24 (9,6%) δεν το βρίσκουν χρήσιμο και τέλος 26 (10,4%) δεν έχουν επαναχρησιμοποιούμενη τσάντα.

Σκοπός: Να αντιληφθούμε εάν τα άτομα που πήραν μέρος στην ερευνά μας είναι πρόθυμα να εντάξουν κατά την διάρκεια των διακοπών τους μια επαναχρησιμοποιούμενη τσάντα μειώνοντας έτσι την άσκοπη χρήση του πλαστικού.



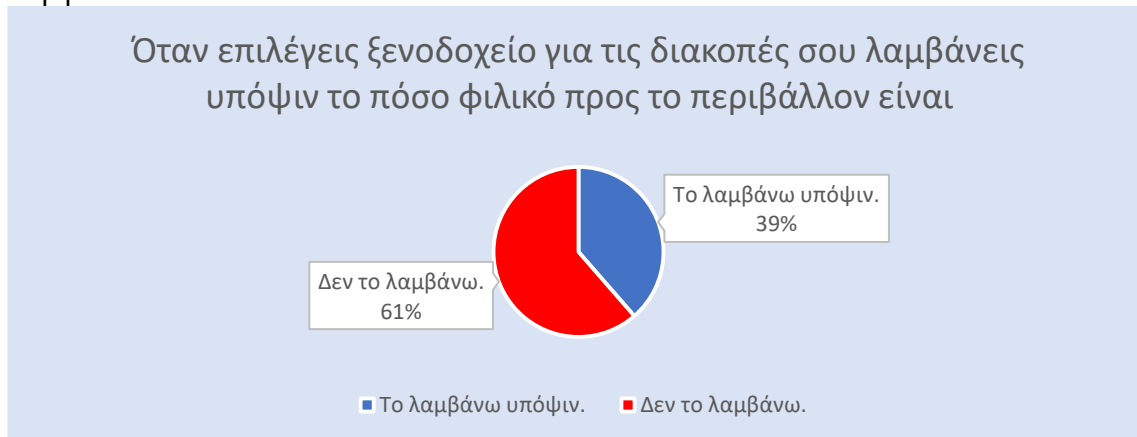
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.18: Επαναχρησιμοποιούμενη τσάντα

Ερώτηση 19: Όταν επιλέγεις ξενοδοχείο για τις διακοπές σου λαμβάνεις υπόψιν το πόσο φιλικό προς το περιβάλλον είναι;

Από τους 251 ερωτηθέντες, οι 154 (61,4%) δεν λαμβάνουν υπόψιν το ποσό προς το περιβάλλον είναι το ξενοδοχείο τους ενώ 97 (38,6%) το λαμβάνουν υπόψιν τους.

Σκοπός: Να εξετάσουμε ποσό ευαισθητοποιημένο είναι το δείγμα μας, και κατά ποσό θα λάμβανε υπόψιν του την στάση που κρατάει ένα ξενοδοχείο απέναντι στο περιβάλλον.



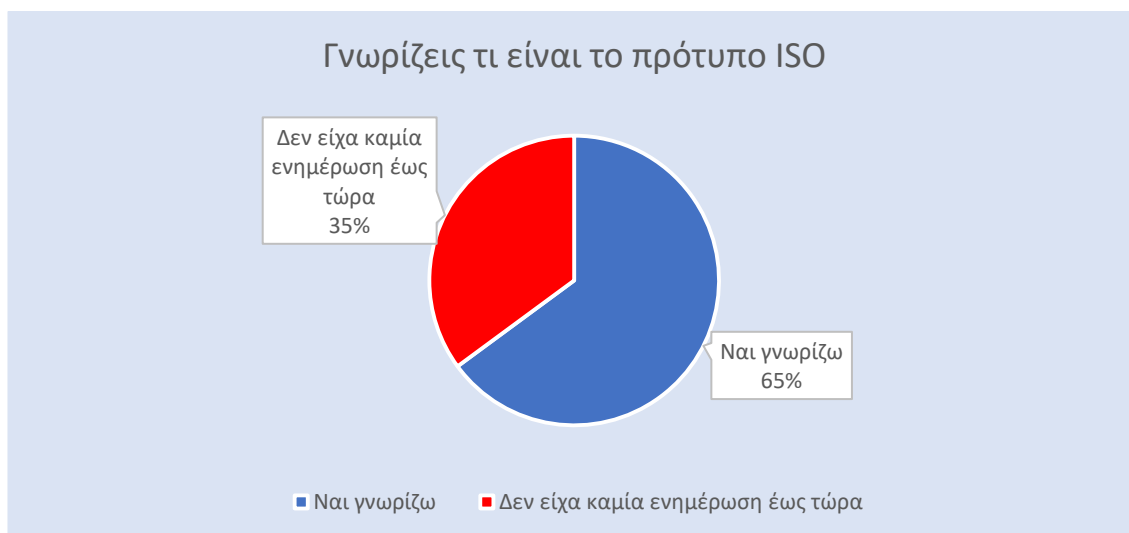
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.19: Ξενοδοχείο φιλικό προς το περιβάλλον

Ερώτηση 20: Γνωρίζεις τι είναι το πρότυπο ISO;

Από το σύνολο του δείγματος, προκύπτει ότι 163 (64,9%) άτομα είναι εξοικειωμένα με την έννοια των προτύπων ISO και 88 (35,1%) δεν είχαν καμία ενημέρωση έως τώρα για τα πρότυπα ISO.

Σκοπός: Να μελετήσουμε τι ποσοστό Ελλήνων τουριστών γνωρίζει τι είναι τα πρότυπα ISO, καθώς αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του τουρισμού.



Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.20:Πρότυπα ISO

- **Ερώτηση 21: Τι είδους διακοπών προτιμάτε;**

Στην συγκεκριμένη ερώτηση, 135 (54,8%) άτομα προτιμούν τον εγχώριο τουρισμό ενώ 116 (46,2%) προτιμούν διακοπές στο εξωτερικό.

Σκοπός: Να προσδιορίσουμε τις προτιμήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με τον εσωτερικό ή εξωτερικό τουρισμό, προκειμένου να δούμε στην συνέχεια εάν το ποσοστό που προτιμάει τον εξωτερικό τουρισμό έχει μεγαλύτερη εξοικείωση και γνώση σε θέματα που αφορούν το Zero Waste Tourism.



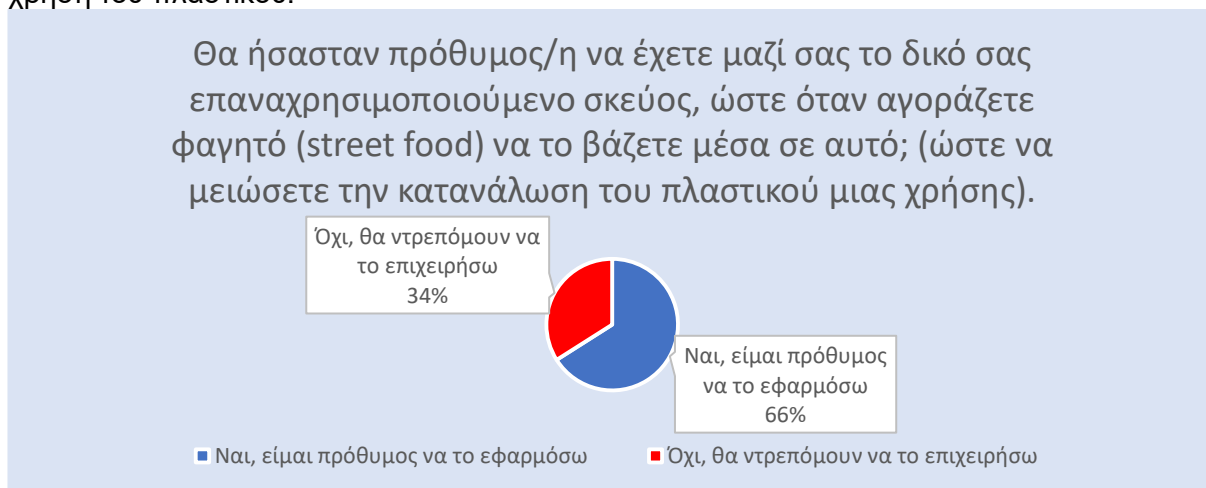
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.21: Είδος διακοπών

Ερώτηση 22: Θα ήσασταν πρόθυμος/η να έχετε μαζί σας το δικό σας επαναχρησιμοποιούμενο σκεύος, ώστε όταν αγοράζετε φαγητό (street food) να το βάζετε μέσα σε αυτό; (ώστε να μειώσετε την κατανάλωση του πλαστικού μιας χρήσης).

Στην εν λόγω ερώτηση, 165 (66%) άτομα δήλωσαν ότι είναι πρόθυμα να εφαρμόσουν αυτήν την τακτική, σε αντίθεση με 85 (35%) άτομα να δηλώνουν πως θα ντρεπόντουσαν να το επιχειρήσουν.

Σκοπός: Να εξετάσουμε εάν το δείγμα μας είναι διατεθειμένος να εντάξει κατά την διάρκεια των διακοπών του επαναχρησιμοποιούμενα σκευή μειώνοντας έτσι την άσκοπη χρήση του πλαστικού.



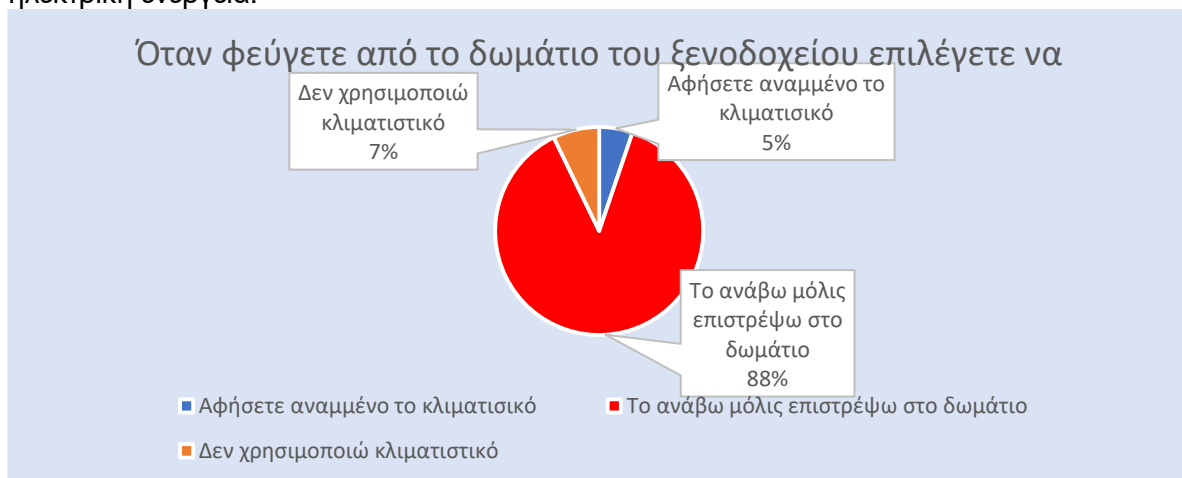
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.22: Επαναχρησιμοποιούμενο σκεύος

Ερώτηση 23: Όταν φεύγετε από το δωμάτιο του ξενοδοχείου επιλέγετε να

Στην ερώτηση αυτή, 220 (87.6%) άτομα δήλωσαν ότι ανάβουν το κλιματιστικό μόλις επιστρέψουν στη δωμάτιο, 18 (7,2%) των ερωτηθέντων δεν χρησιμοποιούν τον κλιματισμό τέλος 13 (5,2%) άτομα αφήνουν αναμμένο τον κλιματισμό έως ότου επιστρέψουν στο δωμάτιο.

Σκοπός: Να αντιληφθούμε πόσα από τα άτομα που πήραν μέρος στην ερευνά μας, έχουν περιβαλλοντική εν συναίσθηση και πράττουν με σύνεση όσον αφορά την ηλεκτρική ενέργεια.



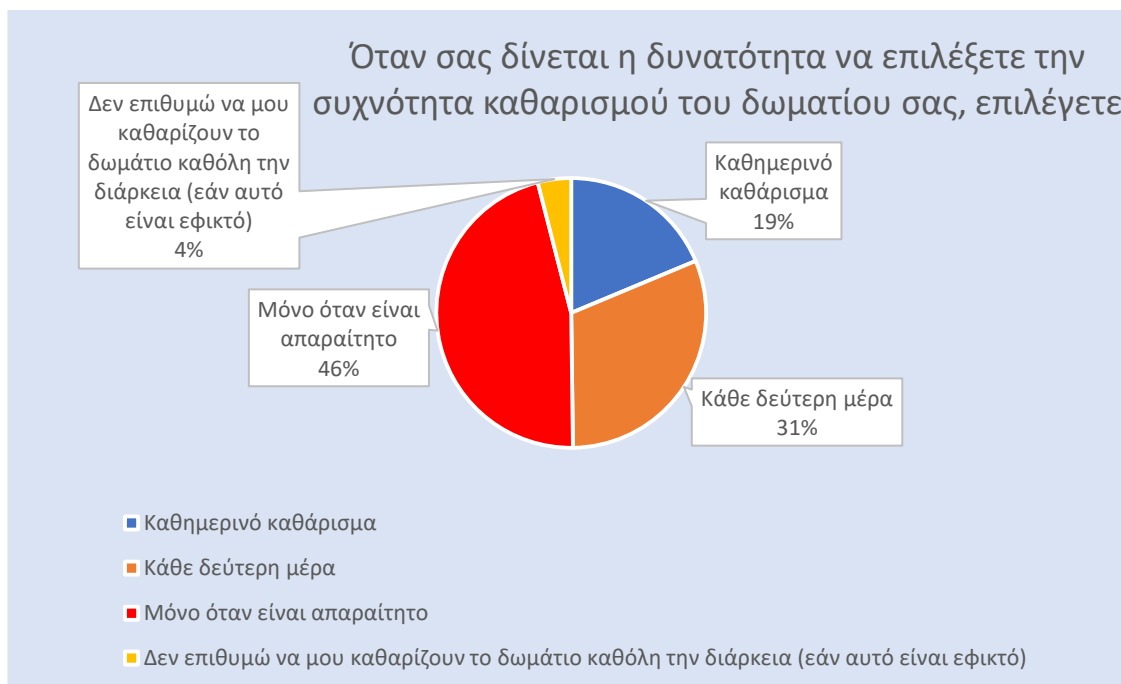
Πηγή: Google Forms (2022)

Διάγραμμα 6.23: Κλιματιστικό

Ερώτηση 24: Όταν σας δίνεται η δυνατότητα να επιλέξετε την συχνότητα καθαρισμού του δωματίου σας, επιλέγετε

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, 116 (46,2%) άτομα επιλέγουν καθαρισμό δωματίου μόνο όταν αυτό είναι απαραίτητο, 78 (31,1%) άτομα επιθυμούν καθαρισμό δωματίου κάθε δεύτερη μέρα, 47 (18,7%) άτομα επιθυμούν καθημερινό καθαίρισμα ενώ 10 (4%) άτομα δεν επιθυμούν καθόλου την υπηρεσία καθαριότητας.

Σκοπός: Να μελετήσουμε το ποσοστό των Ελλήνων τουριστών που θα ήταν πρόθυμοι να προσαρμόσουν την συμπεριφορά τους αναφορικά με την καθαριότητα του δωματίου, με σκοπό να κάνουν τις διακοπές τους περιβαλλοντικά πιο βιώσιμες.



Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.24: Καθαριότητα δωματίου

Ερώτηση 25: Πως κρίνετε την ενημέρωσή σας για το Zero Waste

Στην τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου, 142 (56,6%) άτομα δήλωσαν ότι η ενημέρωσή τους όσον αφορά το zero waste είναι επαρκής ενώ 109 (43,4%) άτομα δήλωσαν πως δεν έχουν επαρκής γνώσεις.

Σκοπός: Να προσδιορίσουμε το ποσοστό των ερωτηθέντων που είναι επαρκώς ενημερωμένοι με την φιλοσοφία του Zero Waste αλλά και το ποσοστό που έχει ανεπαρκή ενημέρωση. Συγκρίνοντας έτσι, κατά πόσο ακολουθούνται οι πράξεις τους από την ενημέρωση που έχουν λάβει.



Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 6.25: Ενημέρωση Zero Waste

6.4 Συμπεράσματα έρευνας

Για να καταφέρουμε να διεξάγουμε με επιτυχία την πτυχιακή μας μελέτη, διανείμαμε ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια σε άτομα τα οποία είτε έχουν φοιτήσει είτε είναι ακόμη ενεργοί φοιτητές του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων στο Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο. Από τις απαντήσεις που λάβαμε, προκύπτει ότι ο αριθμός των γυναικών που απάντησε ήταν αρκετά μεγαλύτερος σε σχέση με αυτό των αντρών.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που είχαμε να αναλύσουμε, προκύπτει ότι το ερωτηματολόγιό μας είχε μεγαλύτερη απήχηση στις νεότερες ηλικίες συγκεκριμένα το μεγαλύτερο ποσοστό απαντήσεων δόθηκε από άτομα 18-25 ετών. Αναφορικά με την οικονομική κατάσταση του δείγματος, διαπιστώσαμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία της ερευνάς κατατάσσει το ετήσιο οικογενειακό της εισόδημα έως 30.000 ευρώ, ενώ μόλις το 10% έχει υψηλότερο εισόδημα. Αυτή η πληροφορία, μας βοηθά να καταλάβουμε εν συνέχεια κατά ποσό επηρεάζεται η περιβαλλοντική συμπεριφορά και ευαισθησία σε σχέση με την οικονομική κατάσταση του ατόμου.

Ακολούθως, τα αποτελέσματά μας έδειξαν ότι το 70,5% των ατόμων που απάντησαν ταξιδεύουν μια ή περισσότερες φορές το χρόνο, γεγονός που υποδηλώνει ότι το δείγμα μας έχει κάποια εξοικείωση και εμπειρία σε σχέση με τα ταξίδια. Συμπεραίνουμε λοιπόν πως, παρότι το μέσο ετήσιο εισόδημα κυμαίνεται σε χαμηλά επίπεδα η πλειοψηφία του δείγματος επιλέγει να ταξιδεύει με αρκετά μεγάλη συχνότητα. Έτσι προκύπτει ότι η πλειοψηφία του δείγματος μας είναι πλούσια όσον αφορά εμπειρίες και ερεθίσματα από τα ταξίδια, γεγονός που βοηθάει πολύ στις επόμενες ερωτήσεις που θέσαμε. Σαφώς υπήρξε και η μειοψηφία η οποία επιλέγει να ταξιδέψει πιο σπάνια συγκεκριμένα το 29,5% του δείγματος.

Ένα πολύ σημαντικό στοιχείο που προκύπτει από την ερευνά μας, είναι ότι σχεδόν το 60%, 149 άτομα, δεν έχουν ακούσει ποτέ την έννοια του Zero Waste Tourism. Παρόλο που τα τελευταία χρόνια είναι μια έννοια η οποία έχει εξελιχθεί και έχει απασχολήσει αρκετά άλλες χώρες του εξωτερικού. Ένα σημαντικό στοιχείο που προκύπτει είναι ότι ενώ το 60% του δείγματος δεν γνωρίζει την έννοια του Zero Waste, το 78,4%, 196 άτομα, απάντησε σωστά στην ερώτηση σχετικά με το τι σημαίνει το Zero Waste, γεγονός το οποίο το βασίζουμε στην τύχη.

Εν συνέχεια, παρατηρήσαμε ότι το 54%, 133 άτομα, δεν γνώριζαν ότι όταν κλείνουμε αεροπορικά εισιτήρια υπάρχει η δυνατότητα επιλογής πτήσης με λιγότερες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα. Γεγονός το οποίο το βασίζουμε στην ελλιπή ενημέρωση σε σχέση με το Zero Waste. Στον ίδιο λόγο αποδίδεται και το γεγονός ότι 158 άτομα από το δείγμα μας, δεν δήλωσαν αρκετά πρόθυμοι στο να υποστηρίξουν τις προσπάθειες ενός ξενοδοχείου να είναι περιβαλλοντικά βιώσιμο. Ένα ακόμη συμπέρασμα το οποίο συνδέεται άμεσα με το γεγονός ότι η πλειοψηφία δεν έχει ακούσει ποτέ την έννοια του Zero Waste Tourism είναι και το γεγονός ότι 61,4%, 154 άτομα δεν λαμβάνουν υπόψιν ποσό φιλικό προς το περιβάλλον είναι ένα ξενοδοχείο προτού το επιλέξουν για τις διακοπές τους.

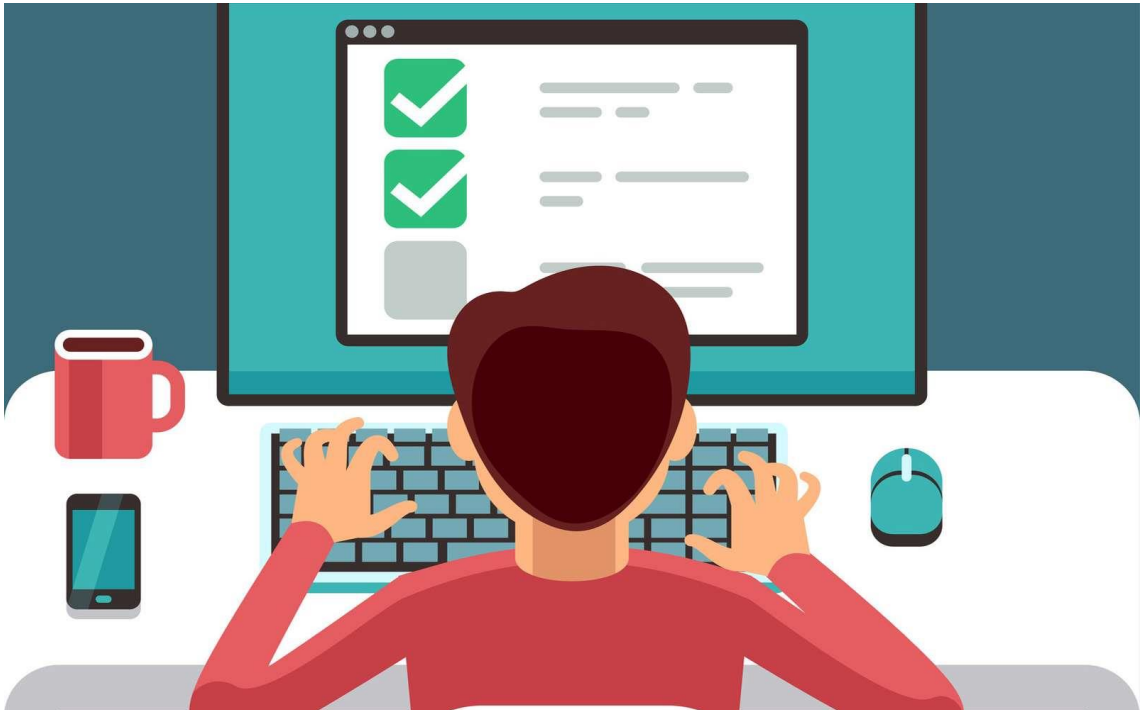
Σε σχέση με την ποσότητα των αποβλήτων που παράγεται κατά την διάρκεια των διακοπών, περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες δήλωσαν πως παράγουν μια σακούλα του supermarket ανά δεύτερη μέρα. Καταλαβαίνουμε λοιπόν ότι η παραγωγή απορριμμάτων ανά άτομο είναι αρκετά αυξημένη, ειδικά εάν αναλογιστούμε ότι κατά την διάρκεια των διακοπών δεν συμπεριφερόμαστε με τον ίδιο τρόπο όπως στην καθημερινότητα μας.

Οι απαντήσεις που λάβαμε σε σχέση με την προθυμία που θα είχε το δείγμα να εφαρμόσει τακτικές ενός Zero Waste τουρίστα είναι πάρα πολύ ενθαρρυντικές καθώς, η συντριπτική πλειοψηφία 91,6%, 229 άτομα, είναι διατεθειμένα και ενδιαφέρονται να εφαρμόσουν τακτικές Zero Waste. Το συγκεκριμένο στατιστικό συνηγορεί και στα επόμενα θετικά αποτελέσματα που προκύπτουν από την ερευνά. Ιδιαίτερα ευχάριστο είναι το γεγονός ότι 78,8%, 196 άτομα, επιλέγουν να έχουν σε ψηφιακή μορφή στο κινητό το boarding pass τους ώστε να μειώσουν την άσκοπη χρήση χαρτιού. Πολύ θετικές ήταν επίσης και οι απαντήσεις που λάβαμε σε σχέση με την διάθεση που υπάρχει για χρήση επαναχρησιμοποιούμενου δοχείου έναντι πλαστικών μπουκαλιών, καθώς επίσης και υφασμάτινων τσαντών πολλαπλών χρήσεων. Επίσης, είδαμε πως υπάρχει διάθεση για μείωση του πλαστικού μιας χρήσης μέσα από επαναχρησιμοποιούμενα σκευή.

Εν συνέχεια είδαμε πως ένα πολύ υψηλό ποσοστό της τάξεως του 57,6% αλλάζει την συμπεριφορά του και επηρεάζεται θετικά εάν το ξενοδοχείο στο οποίο διαμένει εφαρμόζει περιβαλλοντικές πρακτικές. Για παράδειγμα, 144 άτομα δεν θα είχαν πρόβλημα να επαναχρησιμοποιήσουν τις πετσέτες που υπάρχουν στο δωμάτιο εάν αυτό ήταν μια πολιτική του ξενοδοχείου. Πολύ θετικές ήταν επίσης οι απαντήσεις που λάβαμε στην ερώτηση αναφορικά με τον μπουφέ του ξενοδοχείου, στην οποία το 91,6%, 229 άτομα, απάντησαν πως επιλέγουν να βάζουν μόνο την επιθυμητή ποσότητα στο πιάτο τους και εάν χρειαστεί επισκέπτονται πάλι τον μπουφέ. Πολύ ευχάριστο ήταν επίσης που διαπιστώσαμε ότι το 87,6% αποφεύγει την άσκοπη χρήση του κλιματιστικού, καθώς 220 άτομα μας είπαν πως ανάβουν το κλιματιστικό μόλις επιστρέψουν στο δωμάτιο.

Το τελευταίο ευχάριστο στοιχείο που προκύπτει από την ερευνά μας, όσον αφορά την μετακίνηση κατά την διάρκεια των διακοπών είναι πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ταξιδιωτών επιλεγεί να μετακινείτε με τα ποδιά. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να αποφεύγεται η περειαίρω ρύπανση του περιβάλλοντος.

Το συμπέρασμα που προέκυψε από την ερευνά μας, είναι πως παρόλο που υπάρχει μεγάλη έλλειψη πάνω στην γνώση και την ενημέρωση όσον αφορά την φιλοσοφία του Zero Waste Tourism ο κόσμος είναι πολύ πρόθυμος στο να λάβει γνώση και να αλλάξει μερικές από τις συνήθειες του ώστε να γίνουν οι διακοπές του πιο περιβαλλοντικά βιώσιμες. Κάτι το οποίο είναι πολύ ελπιδοφόρο για το μέλλον και ελπίζουμε μέσα στα επόμενα χρόνια να έχουν εξοικειωθεί όσο το δυνατόν περισσότεροι άνθρωποι με την φιλοσοφία του Zero Waste.



Πηγή: Νιλ Ντέιβιντ (2017)

Εικόνα 6.26: Εικόνα συμπερασμάτων

Κεφάλαιο 7: “ Έρευνα πεδίου, 2^ο ερωτηματολόγιο”

7.1 Μεθοδολογία Έρευνας

Για την διεξαγωγή αυτής της πτυχιακής εργασίας πραγματοποιήθηκε μια δεύτερη ερευνά, και σε αυτό το κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε την στατιστική ανάλυση της. Η ερευνά μας πραγματοποιήθηκε κατά την διάρκεια 23/02/22 έως 5/03/22. Η ερευνά αυτή σε αντίθεση με την πρώτη απευθυνόταν αποκλειστικά και μόνο σε άτομα τα οποία έχουν εργαστεί ή εργάζονται σε ξενοδοχειακές μονάδες. Τα δείγματα συλλέχθηκαν μέσω ερωτηματολογίου. Για την διεξαγωγή της ερευνάς μας χρησιμοποιήσαμε το Google Forms, για τα στατιστικά αποτελέσματα, καθώς και προγράμματα όπως το Excel για την δημιουργία των γραφημάτων.

Η στατιστική ανάλυση της ερευνάς πραγματοποιήθηκε έπειτα από ανάλυση 186 δειγμάτων. Αναλυτικότερα, το γυναικείο φύλο αποτέλεσε το κυριότερο κομμάτι και αυτής της ερευνάς με ποσοστό 61,3% ενώ το υπόλοιπο 38,7% αφορούσε τους άντρες. Το δείγμα μας αντλήθηκε κατά κύριο λόγο από το Δήμο Ηράκλειου, συγκεκριμένα σε άτομα με ηλικία άνω των 18. Η πλειοψηφία του δείγματος μας είναι είτε ενεργοί φοιτητές του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου είτε άνθρωποι που έχουν αποφοίτηση ήδη από αυτό. Επιπλέον στην συγκεκριμένη ερευνά το δείγμα μας προήλθε και από άτομα τα οποία εργάζονται αρκετά χρονιά στον τομέα του τουρισμού. Τέλος, ένα μικρό ποσοστό της ερευνάς μας αποτελείται από αποφοίτους τριτοβάθμιας εκπαίδευσης άλλων πανεπιστημιακών ιδρυμάτων της χώρας μας.

7.2 Σκοπός της έρευνας

Βασικός σκοπός της ερευνάς μας, είναι να καταγράψουμε τις γνώσεις, την πιθανή εξειδίκευση και το πόσο φιλικές προς το περιβάλλον είναι οι ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα μέσω της έρευνας, σκοπός μας είναι να αντλήσουμε πληροφορίες για την περιβαλλοντική στάση που κρατάει ένα ξενοδοχείο και οι εργαζόμενοι του. Καθώς επίσης και την πρόθεση των εργαζομένων σε αυτό τον κλάδο να εξελιχθούν και να λάβουν νέες γνώσεις πάνω στο συγκεκριμένο κομμάτι.

Τέλος, ελπίζουμε μέσω αυτού του ερωτηματολογίου να καταφέρουμε να προτρέψουμε τόσο τους εργαζομένους των ξενοδοχειακών μονάδων όσο και το διοικητικό προσωπικό να στρέψουν το ενδιαφέρον και την προσοχή τους προς το Zero Waste, καθώς είναι μια φιλοσοφία η οποία οφείλει να αναπτυχθεί σε μια χώρα τόσο τουριστική όσο η δική μας. Παρακάτω, παραθέτουμε τους στόχους της έρευνας μας:

- Να εξετάσουμε τις γνώσεις και την πληροφόρηση των ερωτηθέντων πάνω στα θέματα που αφορούν την φιλοσοφία του "Zero Waste Tourism".
- Να καταγράψουμε το τρόπο με τον οποίο οι ξενοδοχειακές μονάδες και οι εργαζόμενοι σε αυτές, επιλέγουν να προστατέψουν το περιβάλλον
- Να διερευνήσουμε εάν υπάρχει προθυμία για αλλαγή και προσαρμογή των υπηρεσιών τους ώστε να είναι πιο φιλικό προς το περιβάλλον.
- Να αναλύσουμε το επίπεδο των γνώσεων και της εξειδίκευσης τους πάνω στο συγκεκριμένο θέμα.

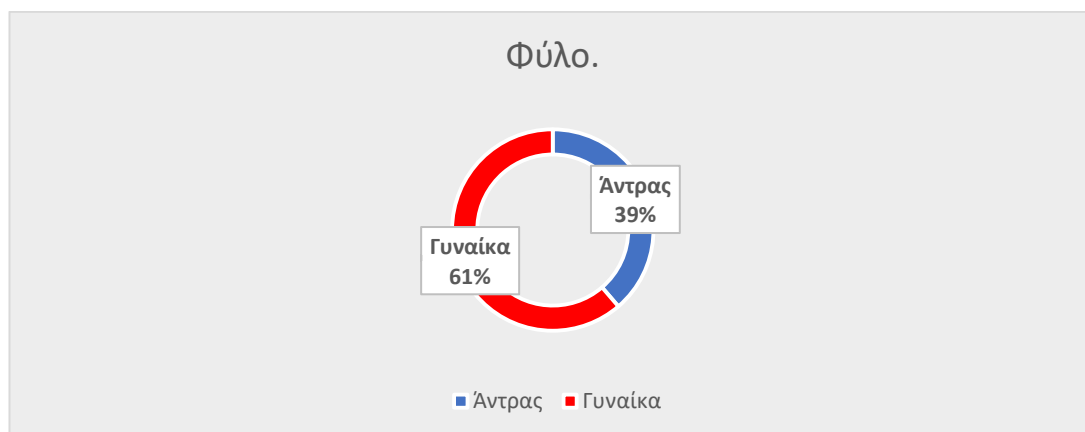
Εν κατακλείδι, στο κεφάλαιο αυτό εντάσσεται η περιγραφική ανάλυση των δεδομένων που προέκυψαν από την εν λόγω έρευνα.

7.3 Ανάλυση 2^{ου} ερωτηματολογίου

Ερώτηση 1: Φύλο

Το δείγμα που εξετάστηκε στην έρευνα αυτή, αποτελείται από 186 άτομα, εκ των οποίων τα 72 ήταν άντρες (38,7%) ενώ τα 114 ήταν γυναίκες (61,3%).

Σκοπός: Να προσδιορίσουμε το ποσοστό των αντρών και των γυναικών του δείγματος μας.



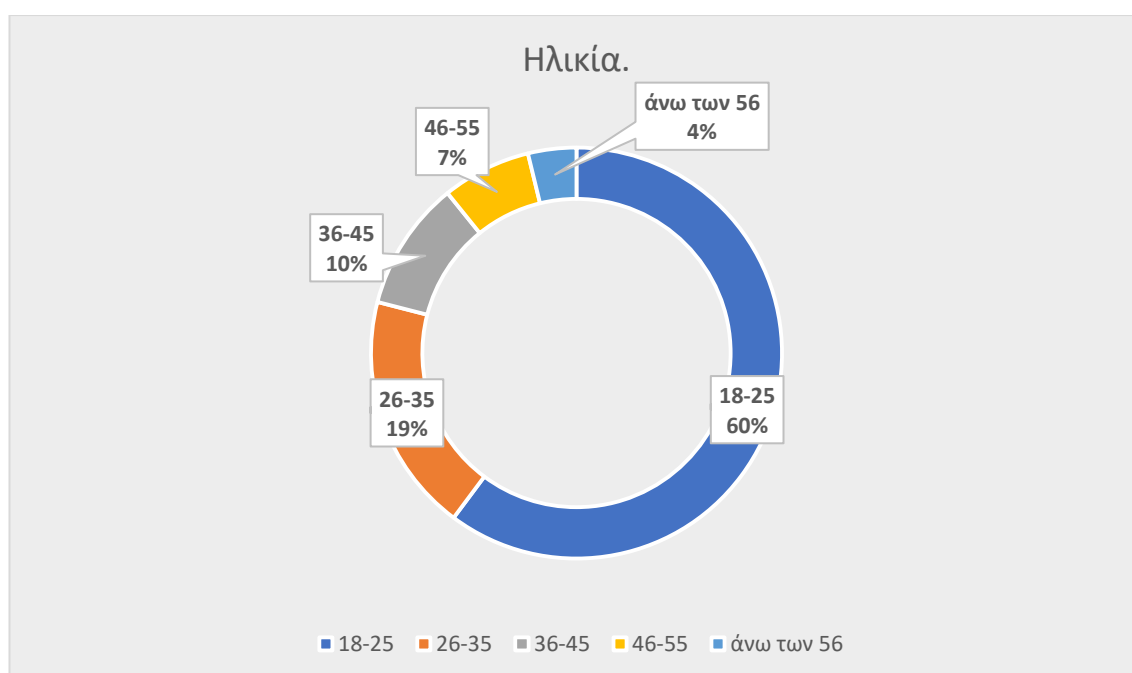
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.1: Φύλο ερωτηθέντων

Ερώτηση 2: Ηλικία

Από το σύνολο του δείγματος, 112 άτομα (60,2%) είχαν ηλικία από 18-25 ετών, 35 άτομα (18,8%) είχαν ηλικία 26-35 ετών, 19 άτομα (10,2%) είχαν ηλικία από 36-45 ετών, 13 άτομα (7%) είχαν ηλικία από 46-55 ετών και τέλος, 7 άτομα (3,8%) είχαν ηλικία άνω των 56 ετών.

Σκοπός: Να κατατάξουμε τις ηλικιακές ομάδες που απάντησαν το ερωτηματολόγιο μας.



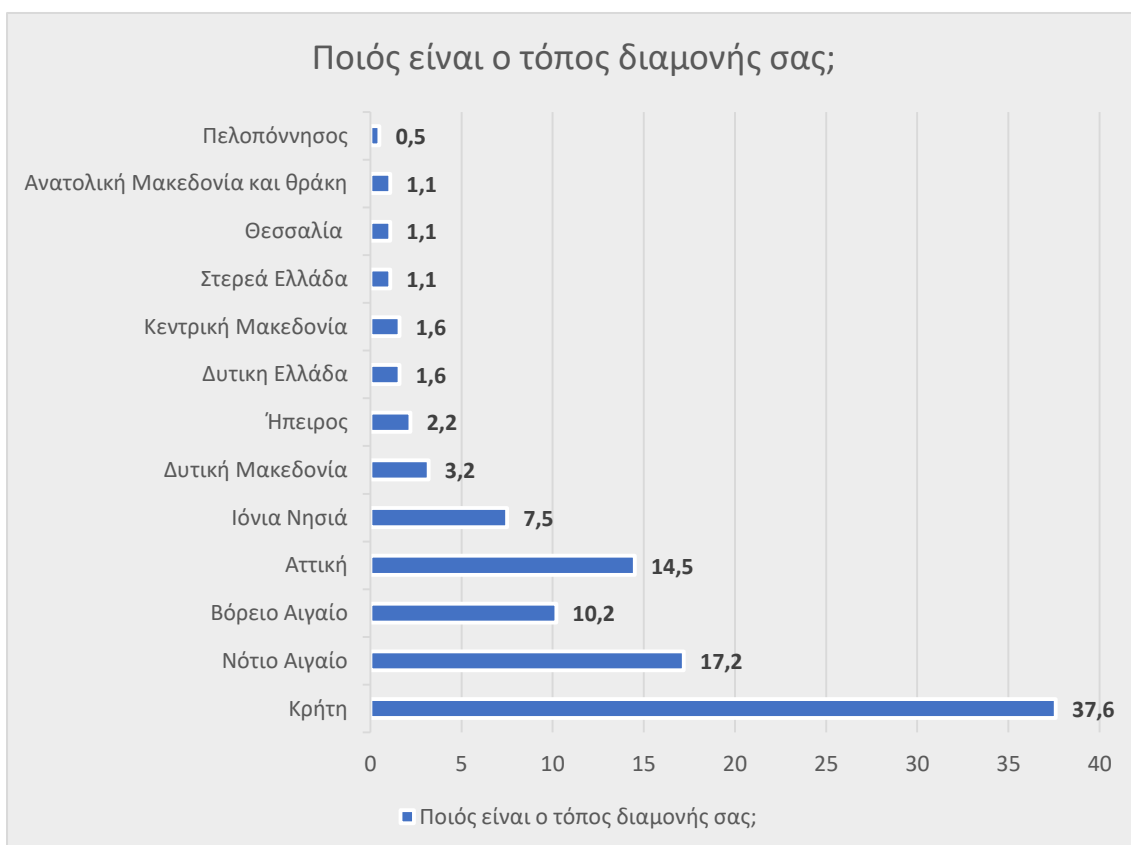
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.2: Ηλικία ερωτηθέντων

Ερώτηση 3: Ποιος είναι ο τόπος διαμονής σας;

Από το σύνολό του δείγματος, 70 άτομα (37,6%) έχουν τόπο διαμονής την Κρήτη, 32 άτομα (17,2%) είναι από το Νότιο Αιγαίο, 27 άτομα (14,5%) είναι από την Αττική, 19 άτομα (10,2%) είναι από το Βόρειο Αιγαίο, 14 άτομα (7,5%) έχουν τόπο διαμονής τα Ιόνια Νησιά, 6 άτομα (3,2%) είναι από την Δυτική Μακεδονία. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί, ότι είχαμε ελάχιστα δείγματα από Ανατολική Μακεδονία και Θράκη (2 άτομα), Κεντρική Μακεδονία (3 άτομα), Ήπειρο (4 άτομα), Θεσσαλία (2 άτομα), Δυτική Ελλάδα (3 άτομα), Στερεά Ελλάδα (2 άτομα) και Πελοπόννησο (1 άτομο).

Σκοπός: Να εντοπίσουμε τον τόπο διαμονής του δείγματος μας ώστε να αναλύσουμε τις διαφορές στην συμπεριφορά και στις συνήθειες της κάθε περιοχής.



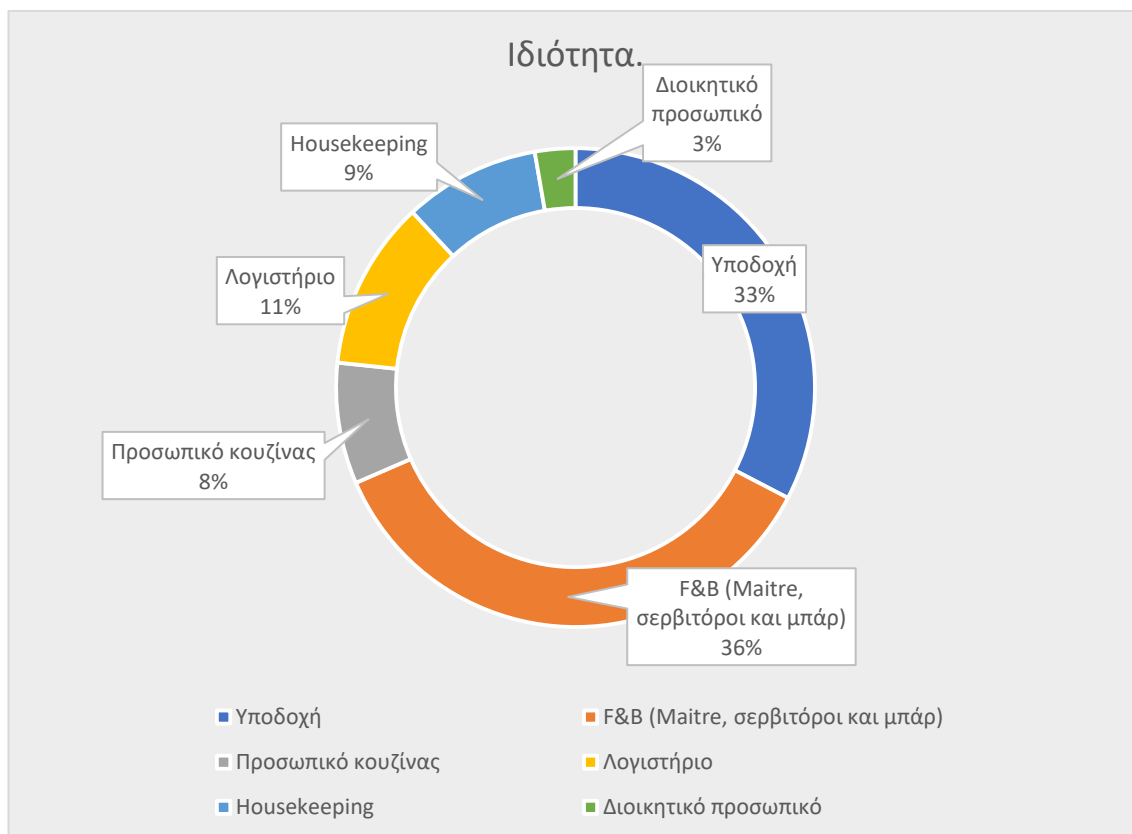
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.3: Τόπος διαμονής

Ερώτηση 4: Ποια είναι η ιδιότητα σας;

Στην συγκεκριμένη ερώτηση, 66 άτομα (35,5%) απάντησαν πως η ιδιότητα τους ανήκει στον τομέα του F&B (Maître, σερβιτόροι και μπάρ), 60 άτομα (32,3%) ανήκουν στον τομέα της υποδοχής, 21 άτομα (11,3%) ανήκουν στον τομέα του λογιστηρίου, 17 άτομα (9,1%) ανήκουν στον τομέα του housekeeping, 15 άτομα (8,1%) ανήκουν στο προσωπικό κουζίνας και 5 άτομα (2,7%) ανήκουν στο διοικητικό προσωπικό.

Σκοπός: Να μελετήσουμε την εξοικείωση στην φιλοσοφία του Zero Waste, των ερωτηθέντων ανάλογα με την ιδιότητα τους στο ξενοδοχείο.



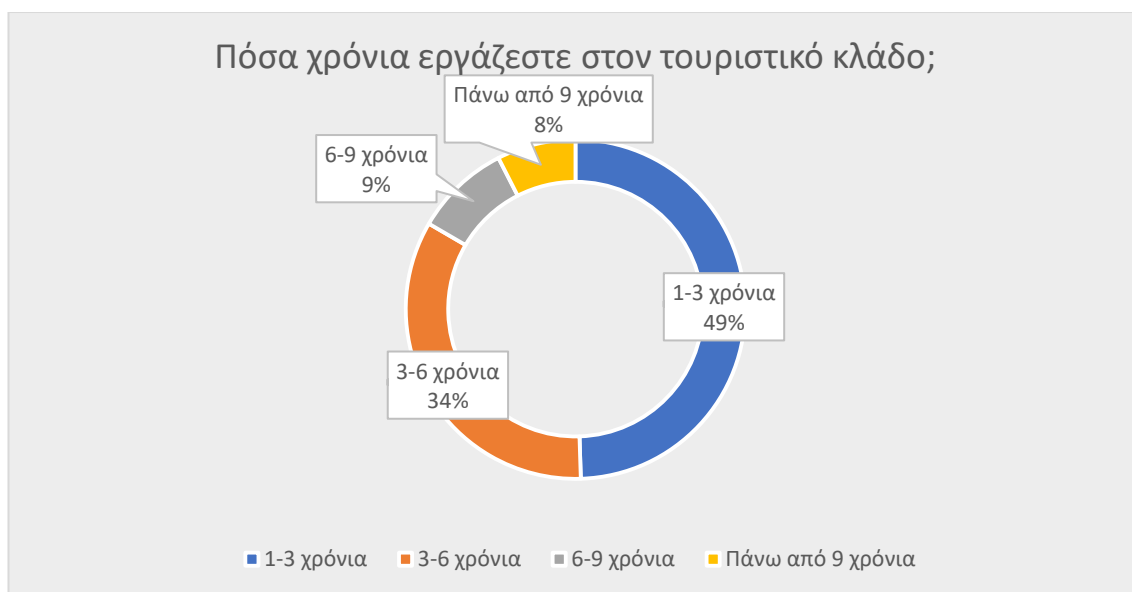
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.4: Ιδιότητα

Ερώτηση 5: Πόσα χρόνια εργάζεστε στον τουριστικό κλάδο

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, φαίνεται ότι 92 άτομα (49,5%) εργάζεται στον τουρισμό 1 έως 3 χρονιά, 63 άτομα (33,9%) εργάζεται στον τουριστικό κλάδο 3 έως 6 χρονιά, 17 άτομα (9,1%) εργάζεται στον τουριστικό κλάδο 6 έως 9 χρονιά και 14 άτομα (7,5%) εργάζεται στον τουριστικό κλάδο πάνω από 9 χρονιά.

Σκοπός: Να εξετάσουμε πόσα χρόνια εργάζονται οι ερωτηθέντες στο ξενοδοχειακό κλάδο, ώστε να μπορέσουμε να αντλήσουμε χρήσιμες πληροφορίες σε σχέση με την εμπειρία τους και να το συνδυάσουμε με τις ερωτήσεις που ακολουθούν.



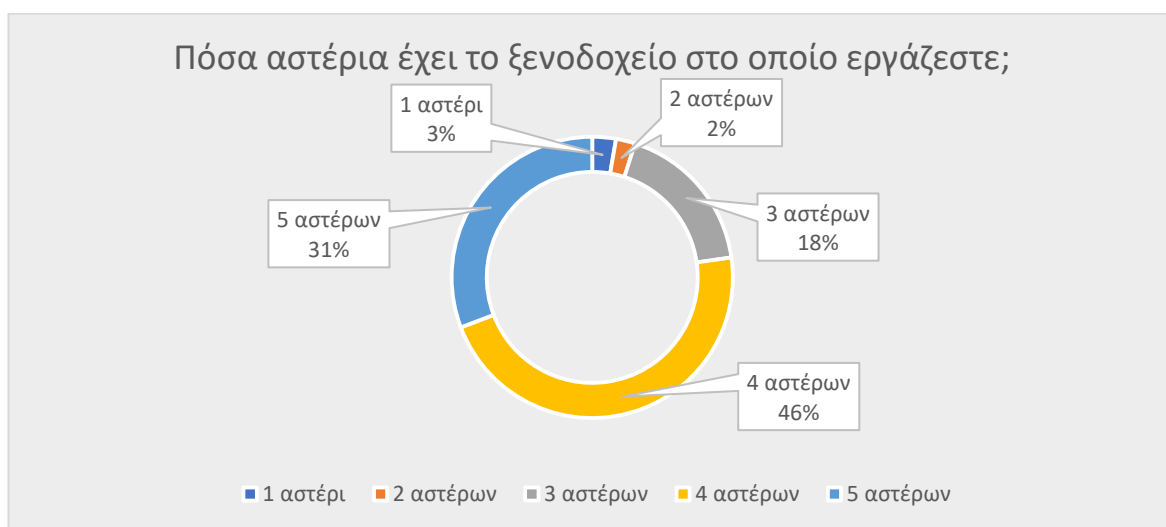
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.5: Χρόνια εργασίας στον τουριστικό κλάδο

Ερώτηση 6: Πόσα αστέρια έχει το ξενοδοχείο στο οποίο εργάζεστε

Από το σύνολο του δείγματος, 86 άτομα (46,2%) εργάζεται σε ξενοδοχεία με 4 αστέρια, 57 άτομα (30,6%) εργάζεται σε ξενοδοχείο 5 αστέρων, 33 άτομα (17,7%) εργάζεται σε ξενοδοχείο 3 αστέρων, 5 άτομα (2,7%) εργάζεται σε ξενοδοχείο 1 αστεριού, 4 άτομα (2,2%) εργάζεται σε ξενοδοχείο 2 αστέρων και μόλις 1 άτομο εργάζεται σε ξενοδοχείο που δεν έχει κάποια κατηγορία.

Σκοπός: Να εξετάσουμε το ποιοτικό επίπεδο που διαθέτει το ξενοδοχείο στο οποίο εργάζονται οι ερωτηθέντες, με σκοπό να αντιληφθούμε πως διαμορφώνεται η οικολογική συμπεριφορά της κάθε ξενοδοχειακής μονάδας ανάλογα με τα αστέρια που διαθέτει.



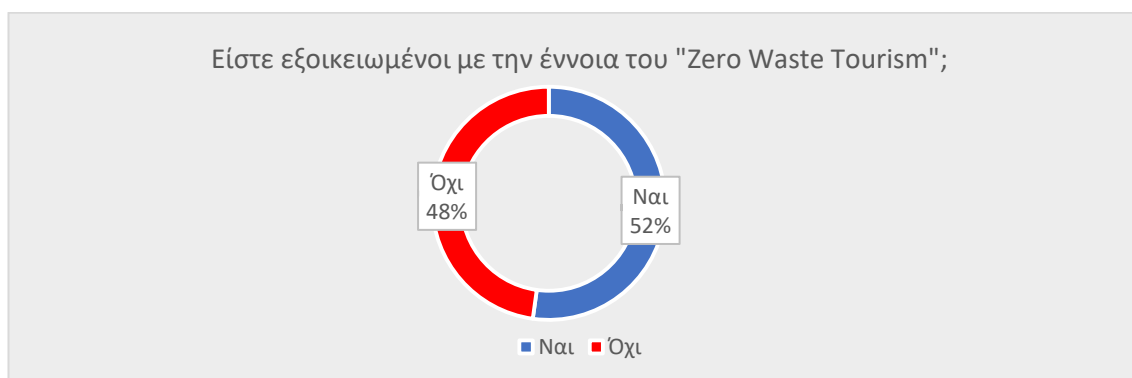
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.6: Αστέρια ξενοδοχείου

Ερώτηση 7: Είστε εξοικειωμένοι με την έννοια του Zero Waste Tourism;

Από τις απαντήσεις της ερευνάς, προκύπτει ότι, 97 άτομα (52,2%) είναι εξοικειωμένη με την έννοια του Zero Waste Tourism, 89 άτομα (47,8%) δεν είναι εξοικειωμένη με την έννοια του Zero Waste Tourism.

Σκοπός: Να προσδιορίσουμε το ποσοστό του δείγματος που είναι εξοικειωμένο με την έννοια του Zero Waste Tourism.



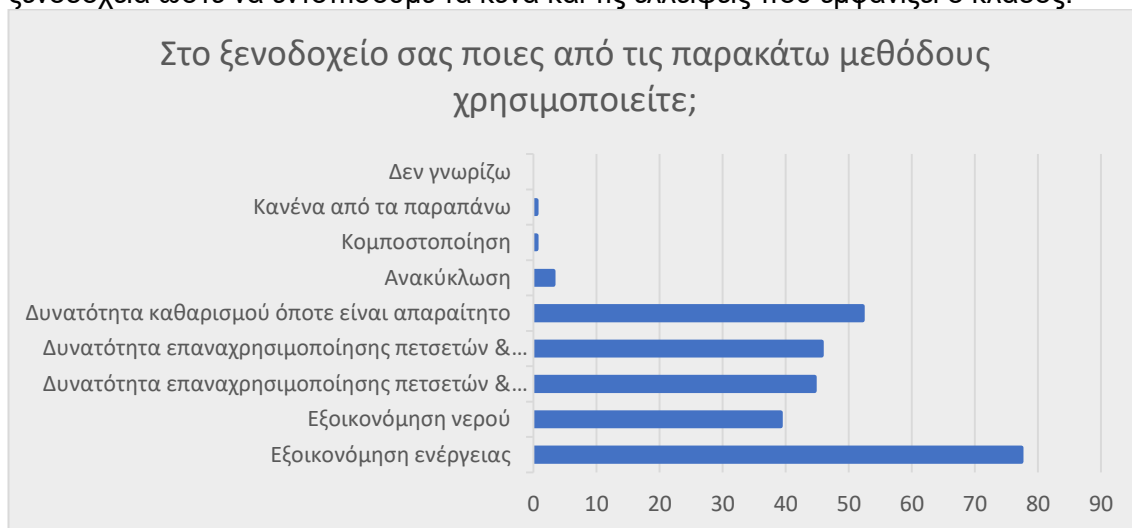
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.7: "Έννοια του Zero Waste Tourism"

Ερώτηση 8: Στο ξενοδοχείο σας ποιες από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείται;

Στην συγκεκριμένη ερώτηση, διαπιστώνουμε ότι 114 άτομα (77,4%) απάντησαν πως το ξενοδοχείο τους χρησιμοποιεί μεθόδους εξοικονόμησης ενέργειας, 73 άτομα (39,2%) χρησιμοποιεί μεθόδους εξοικονόμησης νερού, 83 άτομα (39,2%) απάντησαν πως το ξενοδοχείο τους παρέχει δυνατότητα επαναχρησιμοποίησης των πετσετών, 85 άτομα (45,7%) απάντησαν πως το ξενοδοχείο που εργάζονται παρέχουν δυνατότητα καθαρισμού οπότε αυτό είναι απαραίτητο, 97 άτομα (52,2%) απάντησαν πως το ξενοδοχείο που εργάζονται κάνει ανακύκλωση, 97 άτομα (52,2%) δήλωσαν πως το ξενοδοχείο που εργάζονται πραγματοποιεί κομποστοποίηση, ενώ, μόλις 2 άτομα (1%) δεν γνωρίζουν εάν το ξενοδοχείο στο οποίο εργάζονται πραγματοποιεί μια από τις παρακάτω μεθόδους.

Σκοπός: Να αντιληφθούμε ποιες περιβαλλοντικές μεθόδους χρησιμοποιούν τα ξενοδοχεία ώστε να εντοπίσουμε τα κενά και τις ελλείψεις που εμφανίζει ο κλάδος.



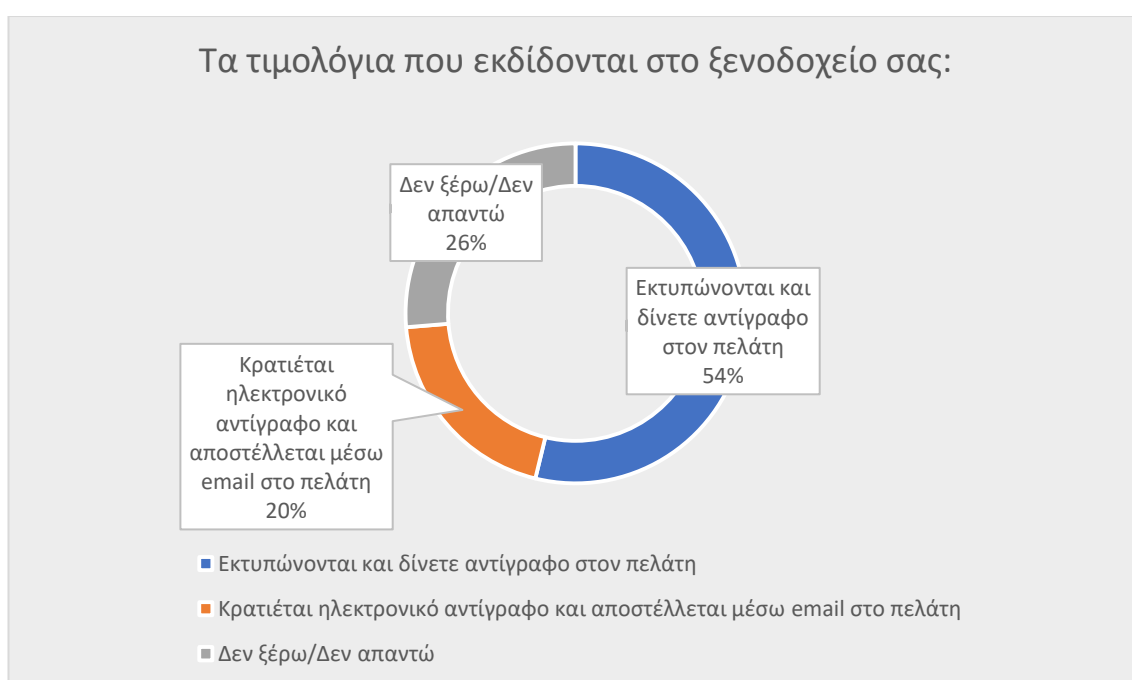
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.8: Μέθοδοι που χρησιμοποιεί το ξενοδοχείο για ένα πιο βιώσιμο περιβάλλον

Ερώτηση 9: Τα τιμολόγια που εκδίδονται στο ξενοδοχείο σας:

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, 100 άτομα (53,8%) δήλωσαν ότι τα τιμολόγια που εκδίδονται στο ξενοδοχείο τους, εκτυπώνονται και δίνονται αντίγραφο στον πελάτη. Τα 49 άτομα (26,3%) δήλωσαν πως δεν γνωρίζουν την διαδικασία που ακολουθείτε όταν εκδίδονται τα τιμολόγια. Τέλος, 37 άτομα (19,9%) δήλωσαν ότι τα τιμολόγια που εκδίδονται στο ξενοδοχείο τους, κρατιούνται σε ηλεκτρονικό αντίγραφο και αποστέλλεται μέσω email στον πελάτη.

Σκοπός: Να εξετάσουμε πόσα από τα ξενοδοχεία που είχαμε στο δείγμα μας είναι διατεθειμένα, μέσα από μια απλή πράξη, να αποφύγουν την σπάταλη χαρτιού. Επίσης, με αυτήν την ερώτηση θέλαμε να συμπεράνουμε πόσο εξοικειωμένοι είναι με την τεχνολογία τόσο οι επισκέπτες όσο και οι εργαζόμενοι.



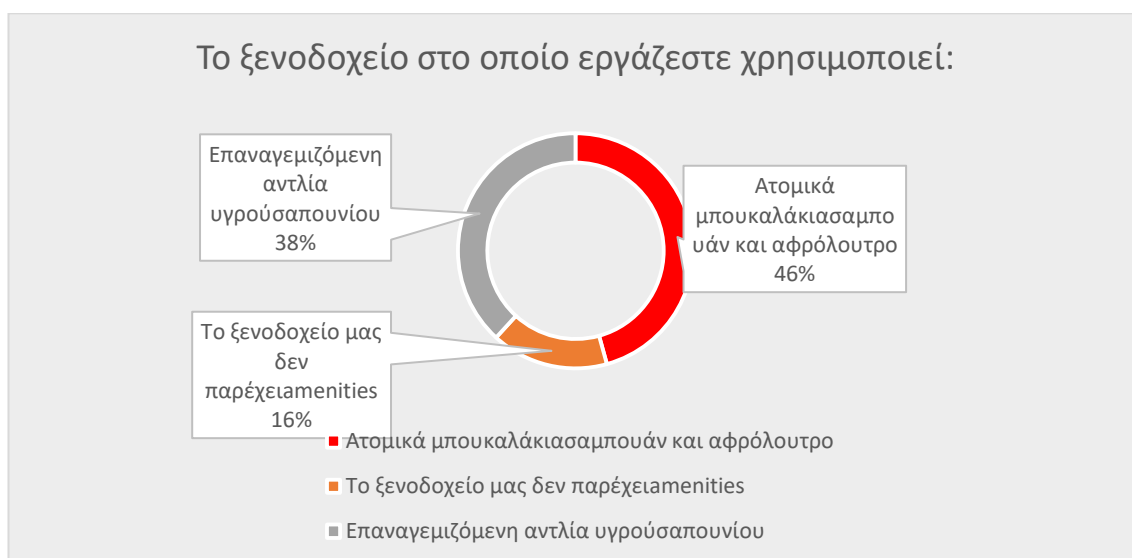
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.9: Έκδοση τιμολογίων

Ερώτηση 10: Το ξενοδοχείο στο οποίο εργάζεστε χρησιμοποιεί:

Από το δείγμα που εξετάσαμε προκύπτει ότι 85 ξενοδοχεία (45,7%) δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν ατομικά μπουκαλάκια σαμπουάν και αφρόλουτρου, 71 ξενοδοχεία (38,2%) χρησιμοποιούν επαναγεμιζόμενη αντλία υγρού σαπουνιού και 30 ξενοδοχεία (16,1%) δεν παρέχουν amenities.

Σκοπός: Να προσδιορίσουμε τι ποσοστό των ξενοδοχείων κάνει χρήση επαναχρησιμοποιούμενης αντλίας υγρού σαπουνιού, μειώνοντας έτσι την άσκοπη χρήση πλαστικού. Επίσης, μέσα από αυτήν την ερώτηση μπορούμε να βγάλουμε και ένα δεύτερο συμπέρασμα, το ποσοστό των ξενοδοχείων που κάνει ακόμα χρήση ατομικών πλαστικών μπουκαλιών σαμπουάν και αφρόλουτρου.



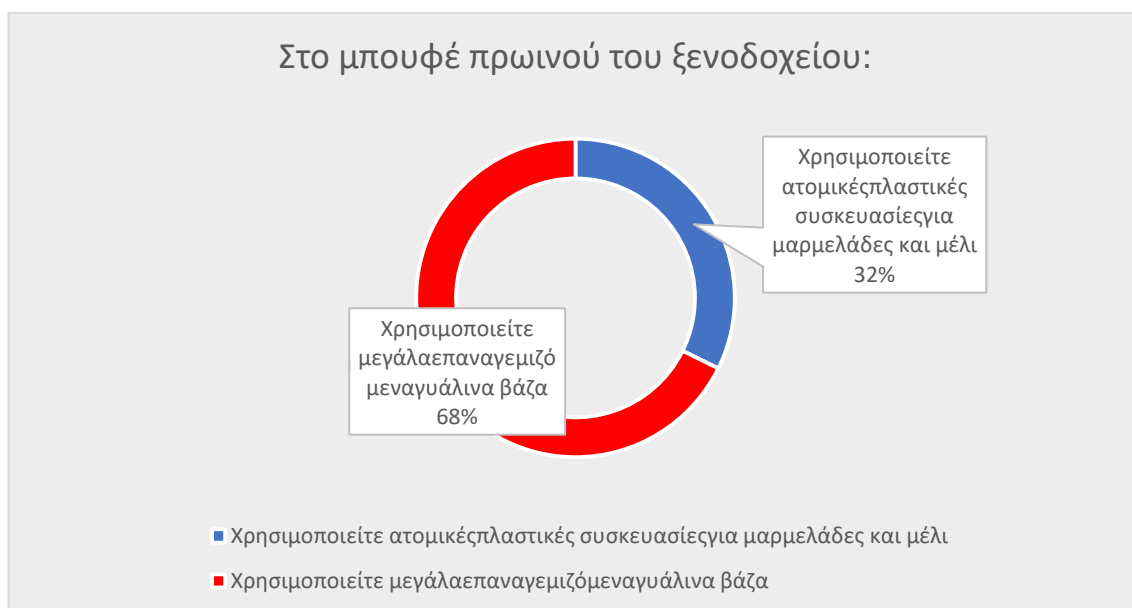
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.10: Συστήματα που χρησιμοποιεί το ξενοδοχείο

Ερώτηση 11: Στο μπουφέ πρωινού του ξενοδοχείου

Στην εν λόγω ερώτηση που έγινε στο δείγμα, 126 άτομα (67,7%) απάντησαν πως στον μπουφέ του ξενοδοχείου που εργάζονται χρησιμοποιούν μεγάλα επαναγεμιζόμενα γυάλινα βάζα ενώ 60 άτομα (32,3%) δήλωσαν πως χρησιμοποιούν ατομικές πλαστικές συσκευασίες για μαρμελάδα και μέλι.

Σκοπός: Να εξετάσουμε τι ποσοστό ξενοδοχείων χρησιμοποιεί επαναχρησιμοποιούμενα γυάλινα βάζα και τι ποσοστό χρησιμοποιεί ατομικές πλαστικές συσκευασίες για μαρμελάδα και μέλι. Συμπεραίνοντας έτσι, τον αριθμό των ξενοδοχειακών μονάδων επιλεγεί την μέθοδο με μηδενικά απόβλητα.



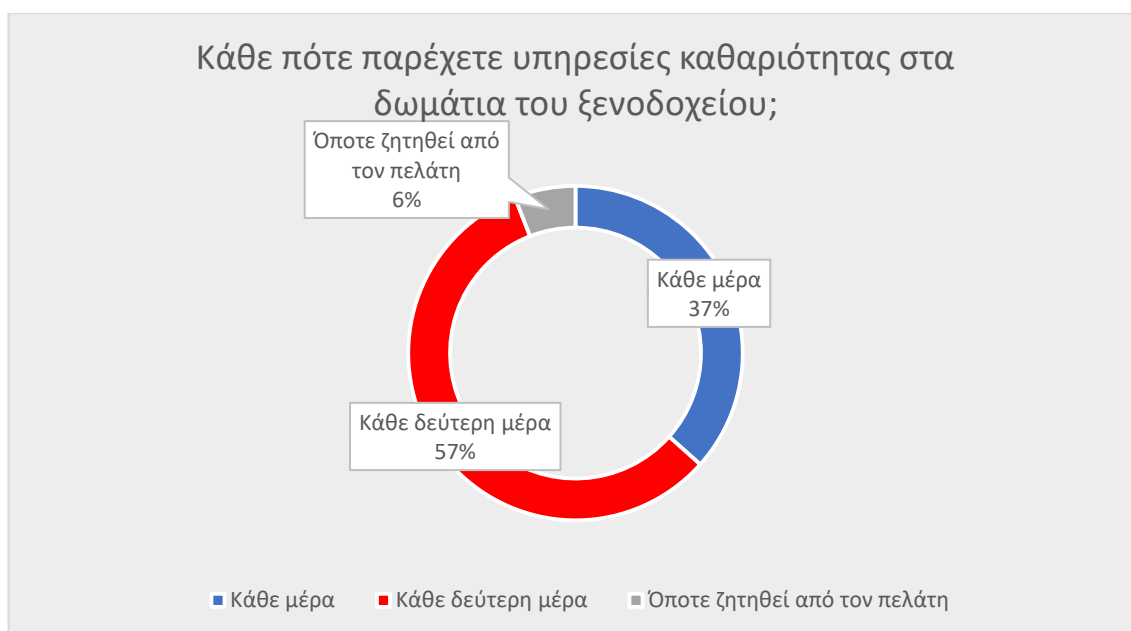
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.11: Μπουφές ξενοδοχείου

Ερώτηση 12: Κάθε πότε παρέχετε υπηρεσίες καθαριότητας στα δωμάτια του ξενοδοχείου;

Από τις ερωτήσεις που δοθήκαν, βλέπουμε ότι 107 άτομα (57,5%) δήλωσαν ότι το ξενοδοχείο τους προσφέρει στους πελάτες του υπηρεσίες καθαριότητας κάθε δεύτερη μέρα, 68 άτομα (36,6%) δήλωσαν ότι το ξενοδοχείο στο οποίο εργάζονται προσφέρει καθημερινά υπηρεσίες καθαριότητας και 11 άτομα (5,9%) δήλωσαν πως προσφέρουν καθαριότητα μόνο εάν ζητηθεί από τον πελάτη.

Σκοπός: Να μελετήσουμε την συχνότητα με την οποία καθαρίζονται τα δωμάτια των ξενοδοχείων. Έτσι, συνδυάζοντας αυτήν την ερώτηση με την ερώτηση του πρώτου ερωτηματολογίου (βλέπε σελίδα ΧΧΧ) διαπιστώνουμε ότι το 46,2% προτιμάει το δωμάτιο του να καθαρίζεται όταν αυτό είναι απαραίτητο.



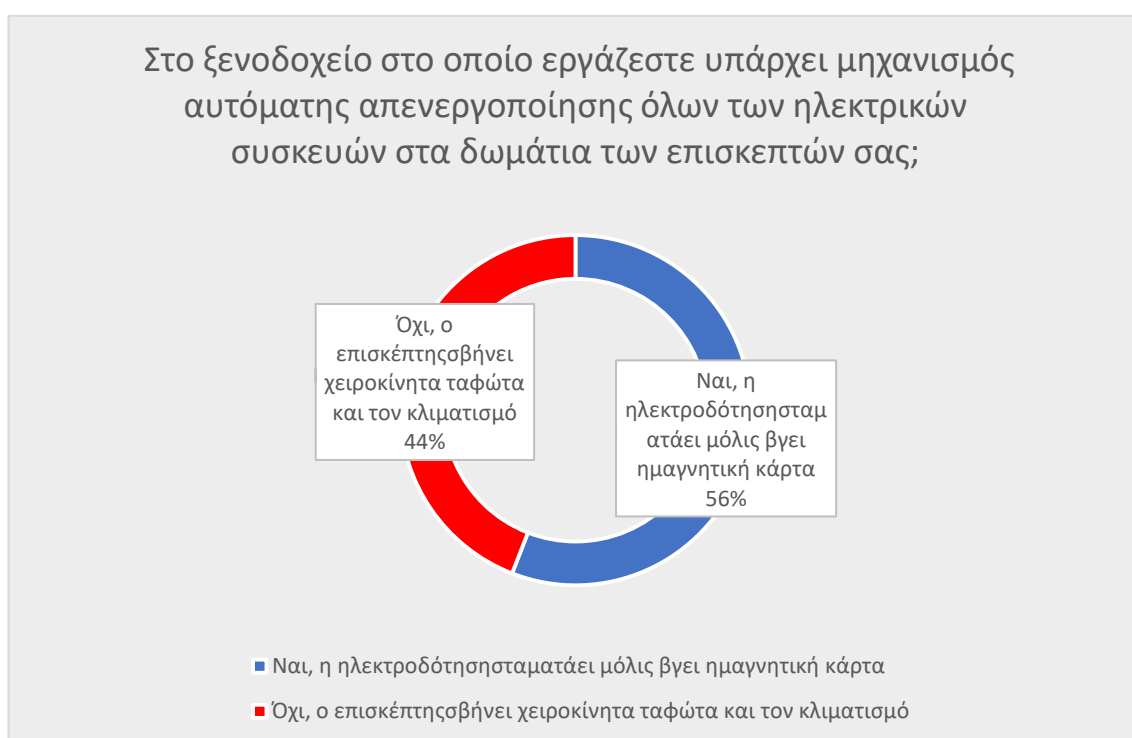
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.12: Υπηρεσίες καθαριότητας που παρέχει το ξενοδοχείο

Ερώτηση 13: Στο ξενοδοχείο στο οποίο εργάζεστε υπάρχει μηχανισμός αυτόματης απενεργοποίησης όλων των ηλεκτρικών συσκευών στα δωμάτια των επισκεπτών σας;

Από το σύνολο του δείγματος, 104 ξενοδοχεία (55,9%) χρησιμοποιούν μηχανισμών αυτόματης απενεργοποίησης όλων των ηλεκτρικών συσκευών μέσω μαγνητικής κάρτας και 82 ξενοδοχεία (44,1%) δεν κάνουν χρήση αυτού του μηχανισμού.

Σκοπός: Να δούμε τι ποσοστό των ξενοδοχείων έχει εγκαταστήσει έξυπνα συστήματα με μαγνητική κάρτα, ώστε να εξοικονόμηση ηλεκτρική ενέργεια.



Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.13: Μηχανισμός εξοικονόμησης ενέργειας

Ερώτηση 14: Στο ξενοδοχείο σας, γίνεται αξιοποίηση της ηλιακής ενέργειας;

Στην συγκεκριμένη ερώτηση, 163 άτομα (87,6%) δήλωσαν ότι το ξενοδοχείο τους αξιοποιεί την ηλιακή ενέργεια (πχ για την παραγωγή ζεστού νερού) και 23 άτομα (12,4%) δήλωσαν ότι δεν αξιοποιείται.

Σκοπός: Να εξετάσουμε σε τι βαθμό τα καταλύματα αξιοποιούν την ηλιακή ενέργεια καθώς η Ελλάδα είναι μια χώρα στην οποία ως επι το πλείστων έχουμε ηλιοφάνεια.



Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.14: Αξιοποίηση ηλιακής ενέργειας

Ερώτηση 15: Είχατε κάποια ενημέρωση με το "Zero Waste" στο χώρο εργασίας σας;

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, 97 άτομα (52,1%) είχαν προσωπική ενημέρωση από το διαδίκτυο και άλλα μέσα σχετικά με το zero waste, 77 άτομα (41,4%) δεν έχουν λάβει καμία ενημέρωση πάνω σε αυτό το θέμα και τέλος, μόλις 12 άτομα (6,5%) είχαν ενημερωθεί μέσω σεμιναρίου που τους παρείχε το ξενοδοχείο.

Σκοπός: Να προσδιορίσουμε το ποσοστό των ερωτηθέντων που είναι ενημερωμένο με την φιλοσοφία του Zero Waste αλλά και το ποσοστό που έχει ανεπαρκή ενημέρωση.



Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.15: Ενημέρωση σχετικά με το "Zero Waste"

Ερώτηση 16: Χρησιμοποιείτε έξυπνα συστήματα άρδευσης ανακυκλώνοντας νερό που χρησιμοποιείται για άλλους σκοπούς; (πχ πότισμα)

Από το σύνολο του δείγματος προκύπτει ότι, 92 άτομα (49,5%) δήλωσαν ότι στο ξενοδοχείο που εργάζονται δεν χρησιμοποιούν συστήματα άρδευσης ανακυκλώνοντας νερό, 75 άτομα (40,3%) δεν γνώριζαν αν ακολουθεί το ξενοδοχείο τέτοια συστήματα και 19 άτομα (10,2%) απάντησαν θετικά στην αξιοποίηση αυτής της μεθόδου.

Σκοπός: Να εξετάσουμε σε τι ποσοστό τα καταλύματα αξιοποιούν έξυπνα συστήματα άρδευσης καθώς έτσι γίνεται εξοικονόμηση αρκετού νερού.



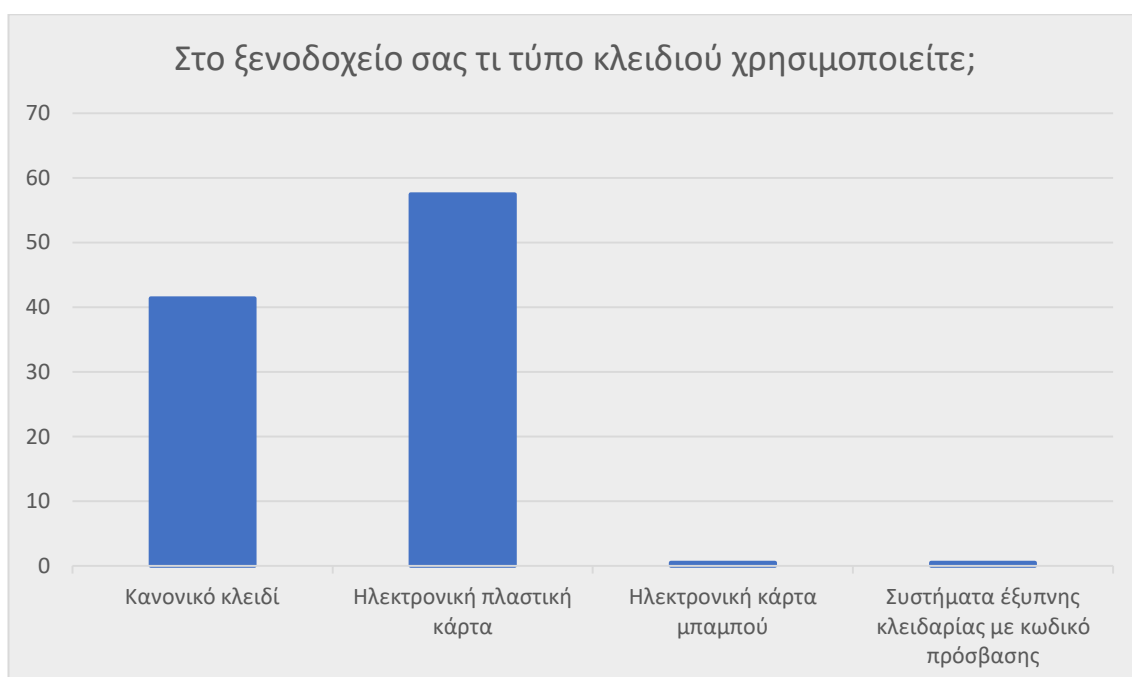
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.16: Έξυπνα συστήματα άρδευσης

Ερώτηση 17: Στο ξενοδοχείο σας, τι τύπο κλειδιού χρησιμοποιείτε;

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, 107 ξενοδοχεία (57,5%) κάνουν χρήση ηλεκτρονικής πλαστικής κάρτας, και 77 ξενοδοχεία (41,4%) κάνουν χρήση κανονικού κλειδιού. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως στο δείγμα μας, υπήρχαν 2 ξενοδοχεία τα οποία κάνουν χρήση ηλεκτρονικής κάρτας μπαμπού και συστήματος έξυπνης κλειδαριάς με κωδικό πρόσβασης.

Σκοπός: Να προσδιορίσουμε τι τύπο κλειδιού χρησιμοποιεί η πλειοψηφία των ξενοδοχείων, ώστε να εντοπίσουμε το μέγεθος της σπάταλης που γίνετε μέσω των πλαστικών καρτών. Επιπλέον, ένα μεγάλο ποσοστό χάνεται με αποτέλεσμα την συνεχή επανέκδοση τους.



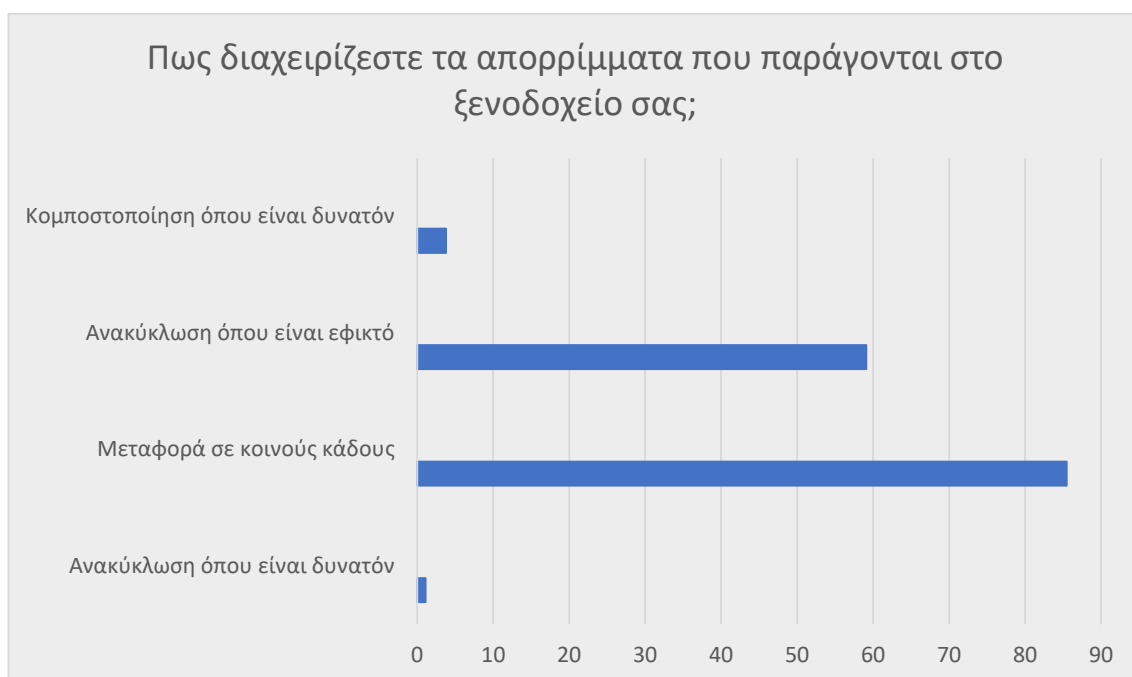
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.17: Τι τύπο κλειδιού χρησιμοποιεί το ξενοδοχείο

Ερώτηση 18: Πως διαχειρίζεστε τα απορρίμματα που παράγονται στο ξενοδοχείο σας;

Στην συγκεκριμένη ερώτηση, 159 άτομα (85,5%) απάντησαν πως τα απορρίμματα του ξενοδοχείου μεταφέρονται σε κοινούς κάδους, 112 (60,2%) απάντησαν πως γίνεται ανακύκλωση όπου είναι εφικτό και 7 άτομα (3,8%) απάντησαν ότι γίνεται κομποστοποίηση σε οποία απορρίμματα είναι δυνατόν.

Σκοπός: Να προσδιορίσουμε τις μεθόδους διαχείρισης απορριμμάτων που κάνουν τα ξενοδοχεία, ώστε, να δούμε εάν επιλέγουν την ανακύκλωση.



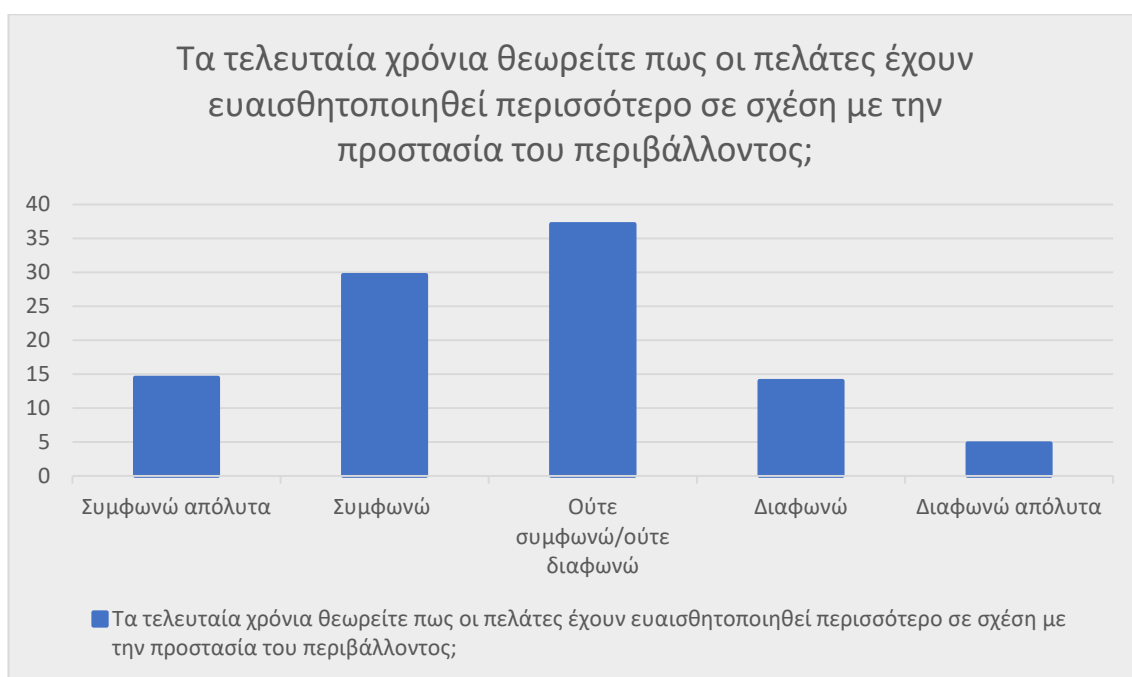
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.18: Διαχείριση απορριμμάτων που παράγονται στο ξενοδοχείο

Ερώτηση 19: Τα τελευταία χρόνια θεωρείται πως οι πελάτες έχουν ευαισθητοποιηθεί περισσότερο σε σχέση με την προστασία του περιβάλλοντος;

Από τους 186 ερωτηθέντες, οι 27 άτομα (14,5%) συμφωνούν πλήρως σχετικά με την ευαισθητοποίηση των πελατών όσον αφορά περιβαλλοντικά ζητήματα ενώ 55 άτομα (29,6%) απλά συμφωνούν με την άποψη αυτή. 26 άτομα (14%) διαφωνούν και 9 άτομα (4,8%) διαφωνούν πλήρως εξίσου με αυτή την άποψη. Τέλος οι 69 (37,1%) έχουν ουδέτερη άποψη όσον αφορά την ευαισθητοποίηση των πελατών σε σχέση με την προστασία του περιβάλλοντος.

Σκοπός: Να εξετάσουμε κατά πόσο έχουν ευαισθητοποιηθεί οι πελάτες, σε σχέση με την προστασία του περιβάλλοντος, τα τελευταία χρόνια.



Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.19: Ευαισθητοποίηση των πελατών όσον αφορά την προστασία του περιβάλλοντος

Ερώτηση 20: Έχετε δεχτεί ποτέ, στο ξενοδοχείο που εργάζεστε, παράπονα με την διαχείριση περιβαλλοντικών θεμάτων;

Από το σύνολο του δείγματος, προκύπτει ότι 98 άτομα (52,7%) δεν έχουν λάβει κάποιο παράπονο όσον αφορά περιβαλλοντικά ζητήματα, 55 άτομα (29,6%) δεν γνωρίζουν/δεν απαντούν επι του θέματος καθώς μπορεί να μην συναναστρέφονται με πελάτες λόγω του πόστου τους και τέλος 33 άτομα (17,7%) δηλώνουν πως έχουν λάβει παράπονα από πελάτες σχετικά με περιβαλλοντικά ζητήματα.

Σκοπός: Να δούμε αν οι τουρίστες κάνουν παράπονα σχετικά με την περιβαλλοντική διαχείριση του ξενοδοχείου.



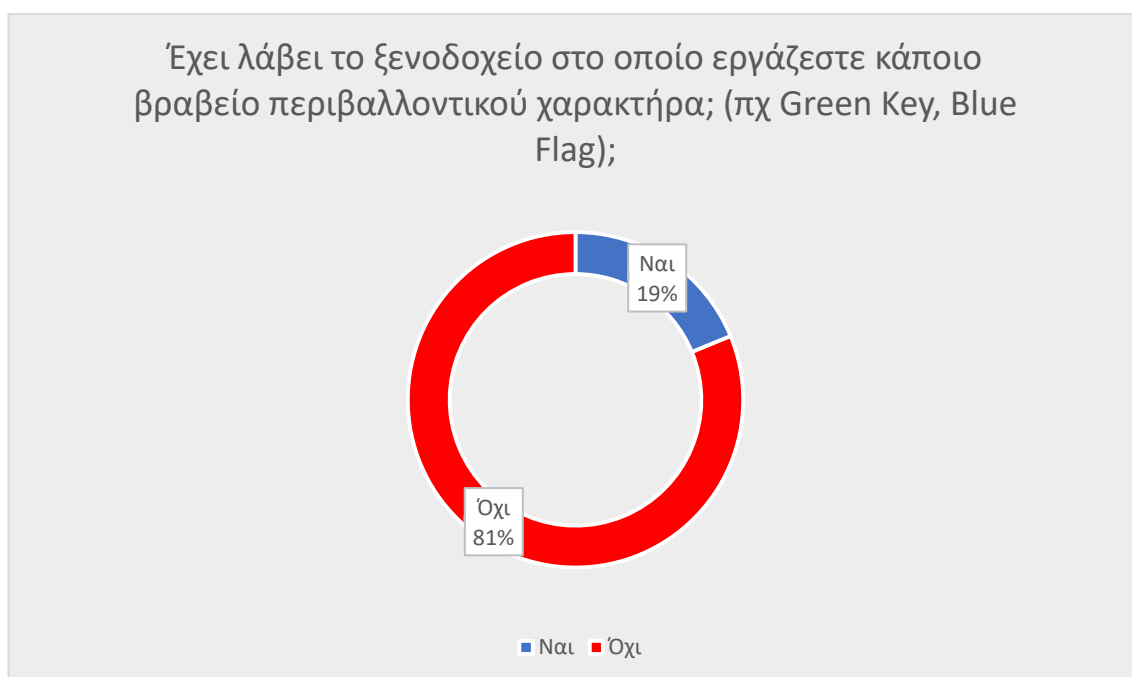
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.20: Παράπονα σχετικά με την διαχείριση περιβαλλοντικών θεμάτων

Ερώτηση 21: Έχει λάβει το ξενοδοχείο στο οποίο εργάζεστε κάποιο βραβείο περιβαλλοντικού χαρακτήρα; (πχ Green Key, Blue Flag)

Στην συγκεκριμένη ερώτηση, 151 άτομα (81,2%) απάντησαν πως το ξενοδοχείο που εργάζονται δεν έχει λάβει κάποιο βραβείο περιβαλλοντικού χαρακτήρα και μόλις 35 άτομα (18,8%) δήλωσαν πως το ξενοδοχείο τους έχει λάβει κάποιο βραβείο Green Key, Blue Flag κλπ.

Σκοπός: Να παρατηρήσουμε κατά πόσο τα περιβαλλοντικά βραβεία έχουν ενταχθεί στον τουριστικό κλάδο.



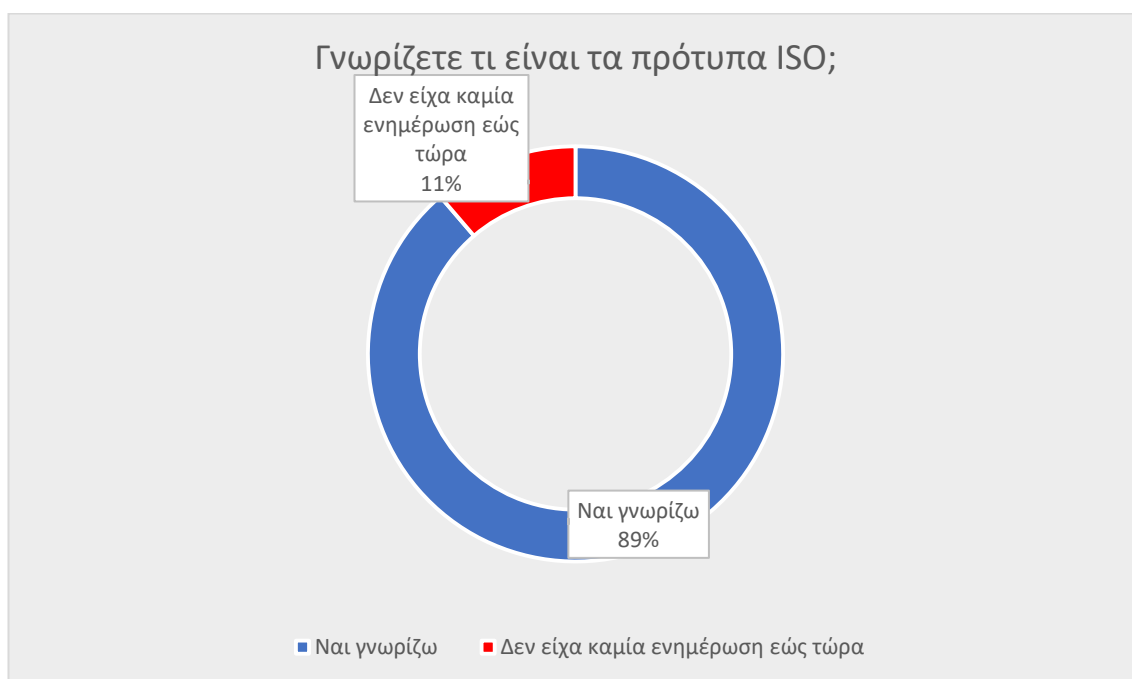
Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.21: Περιβαλλοντικά βραβεία

Ερώτηση 22: Γνωρίζετε τι είναι τα πρότυπα ISO;

Στην εν λόγω ερώτηση, 165 άτομα (88,7%) απάντησαν πως γνωρίζουν τι είναι τα πρότυπα ISO και 21 άτομα (11,3%) δεν είχαν καμία ενημέρωση έως τώρα. Το ποσοστό των ατόμων που δεν γνωρίζουν τι είναι τα συστήματα ISO το στηρίζουμε στο ότι πιθανόν στο πόστο που εργάζονται να μην τους είναι απαραίτητο ωστόσο είναι εξαιρετικά παράξενο πως δεν γνωρίζουν τι είναι.

Σκοπός: Να εξετάσουμε τι ποσοστό εργαζομένων γνωρίζει τι είναι τα πρότυπα ISO, καθώς αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του τουρισμού.



Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.22: Πρότυπα Iso

Ερώτηση 23: Σκοπεύει το ξενοδοχείο σας να εφαρμόσει τακτικές Zero Waste στο άμεσο μέλλον;

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, οι 127 άτομα (68,3%) δεν γνωρίζουν πως θα κινηθεί το ξενοδοχείο τους στο μέλλον, 32 άτομα (17,2%) δήλωσαν πως το ξενοδοχείο στο οποίο εργάζονται δεν θα εφαρμόσει τακτικές zero waste και θετικό είναι πως 27 άτομα (14,5%) πως το ξενοδοχείο τους πρόκειται να ακολουθήσει τακτικές zero waste στο άμεσο μέλλον.

Σκοπός: Να δούμε το ποσοστό των ξενοδοχείων που είναι διατεθειμένα να εντάξουν στην λειτουργία τους την φιλοσοφία του Zero Waste Tourism.



Πηγή: Google forms (2022)

Διάγραμμα 7.23: Μελλοντικές τακτικές που θα μπορούσε να ακολουθήσει ένα ξενοδοχείο σχετικά με το Zero Waste

7.4 Συμπεράσματα έρευνας

Για να καταφέρουμε να διεξάγουμε με επιτυχία την πτυχιακή μας μελέτη, διανείμαμε ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια σε άτομα τα οποία είτε έχουν φοιτήσει είτε είναι ακόμα ενεργοί φοιτητές του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων και Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού στο Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο. Από τις απαντήσεις που λάβαμε, προκύπτει ότι ο αριθμός των γυναικών που απάντησε ήταν αρκετά μεγαλύτερος σε σχέση με τον αριθμό των αντρών.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που είχαμε να αναλύσουμε, προκύπτει ότι το ερωτηματολόγιο μας είχε μεγαλύτερη απήχηση στις νεότερες ηλικίες, συγκεκριμένα το μεγαλύτερο ποσοστό απαντήσεων δόθηκε από άτομα ηλικίας 18 έως 25. Αναφορικά με τον τόπο διαμονής, ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματος μας έχει ως τόπο διαμονής την Κρήτη, τα Νησιά του Αιγαίου καθώς και την Αττική και στην συνέχεια ακολουθούν τα Ιόνια Νησιά, Δυτική Μακεδονία, Κεντρική Μακεδονία, Δυτική Ελλάδα, Στερεά Ελλάδα και λοιπά.

Αναφορικά με την ιδιότητα των ερωτηθέντων, παρατηρούμε πως τα μεγαλύτερα ποσοστά απασχολούνται στον τομέα της υποδοχής καθώς επίσης και του F&B (Maître, σερβιτόροι και μπαρ) και ακολουθούν το λογιστήριο, το housekeeping, το προσωπικό και τέλος ένα πολύ μικρό ποσοστό των απαντήσεων που συγκεντρώσαμε αφορά το Διοικητικό προσωπικό.

Ακολουθως, στην ερώτηση σχετικά με το χρονικό διάστημα που εργάζονται στον τουριστικό κλάδο, τα αποτελέσματα μας έδειξαν ότι το 49,5% των ατόμων δουλεύει 1 έως και 3 χρόνια, γεγονός που υποδηλώνει κάποια στοιχειώδη εμπειρία πάνω στο ξενοδοχειακό κομμάτι. Το 33,9% του δείγματος μας εργάζεται από 3 έως 6 χρόνια, κάτι το οποίο συνεπάγεται με αρκετά μεγάλη εξοικείωση και εμπειρία στο κομμάτι του τουρισμού. Μόλις το 9,1% εργάζεται από 6 έως 9 χρόνια στον τουριστικό κλάδο, γεγονός που οφείλεται στο νεαρό της ηλικίας του δείγματος μας. Τέλος, μόνο το 7,5% του δείγματος μας εργάζεται για πάνω από 9 χρόνια στον τουριστικό τομέα.

Ένα ενδιαφέρον στοιχείο που προκύπτει από την ερευνά μας, είναι η στάση που κρατούν τα ξενοδοχεία σε περιβαλλοντικά ζητήματα ανάλογα με την κατάσταση που έχουν σε αστέρια. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων εργάζεται σε ξενοδοχεία 4 και 5 αστεριών, παρατηρήσαμε πως αυτοί οι τύποι ξενοδοχείων είναι πιο ευαισθητοποιημένοι σε περιβαλλοντικά ζητήματα και έχουν μεγαλύτερη πρόθεση να εφαρμόσουν νέες τακτικές. Ενώ το υπόλοιπο δείγμα εργάζεται σε ξενοδοχεία 3 αστεριών και ξενοδοχεία χωρίς κάποια κατάσταση αστεριών ή κλειδιών.

Εν συνέχεια, παρατηρήσαμε ότι το ποσοστό των ατόμων που είναι εξοικειωμένα με την έννοια του Zero Waste Tourism είναι αρκετά υψηλότερο σε σχέση με το αντίστοιχο της πρώτης ερευνας, γεγονός αρκετά θετικό καθώς μας δείχνει πως το επίπεδο γνώσεων των εργαζομένων στο τουριστικό κλάδο είναι αυξημένο. Συγκεκριμένα το 52,2% των ερωτηθέντων είναι εξοικειωμένο με την έννοια του Zero Waste Tourism ενώ ένα μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 47,8% δεν είναι, κάτι το οποίο μας δημιουργεί δυσάρεστη έκπληξη. Ωστόσο, αυτό το στηρίζουμε στο ότι ένα μέρος των απαντήσεων που λάβαμε στην ερευνά μας προέκυψε από ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας, οι οποίοι ενδεχομένως να μην έχουν εξοικείωση με μια νέα τάση όπως είναι αυτή του Zero Waste.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που είχαμε από τις μεθόδους που χρησιμοποιούν τα ξενοδοχεία αναφορικά με τους τρόπους που θα τους βοηθήσουν να γίνουν περιβαλλοντικά βιώσιμα καταλήξαμε στα εξής: Το 77,4% των ξενοδοχείων προσπαθεί να εξοικονομεί ηλεκτρική ενέργεια, όπως για παράδειγμα εγκαθιστώντας μηχανισμούς αυτόματης απενεργοποίησης όλων των ηλεκτρικών συσκευών όταν ο πελάτης

απουσιάζει από το δωμάτιο. Το 39,2% των ξενοδοχείων χρησιμοποιεί συστήματα εξοικονόμησης νερού, όπως για παράδειγμα ρυθμιστές πίεσης νερού στα δωμάτια, δυνατότητα επαναχρησιμοποίησης των λινών και των πετσετών ώστε να εξοικονομηθεί παράλληλα ηλεκτρική ενέργεια αλλά και νερό. Δυστυχώς, μόλις το 10,2% των ξενοδοχείων χρησιμοποιούν έξυπνα συστήματα άρδευσης, με τα οποία μπορούν να ανακυκλώσουν νερό χρησιμοποιώντας το για άλλους σκοπούς όπως για παράδειγμα ποτίζοντας μη καρποφόρα δέντρα.

Η πλειοψηφία των ξενοδοχείων με ποσοστό 52,2% πραγματοποιεί ανακύκλωση όπου αυτό είναι εφικτό. Τέλος, δυσάρεστη έκπληξη προκαλεί ότι μόλις το 3,2% των ξενοδοχείων επιλεγεί την μέθοδο της κομποστοποίησης.

Ένα δυσάρεστο αποτέλεσμα που λάβαμε, ήταν αυτό σχετικά με την έκδοση τιμολογίων. Το 53,8% των ξενοδοχείων εξακολουθεί να τυπώνει τιμολόγια αντί να κρατάει ηλεκτρονικά αντίγραφα. Μόλις το 18,8% ακολουθεί αυτήν την πρακτική. Επίσης, ευχάριστο είναι το γεγονός πως ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των ξενοδοχείων έχει αντικαταστήσει τις ατομικές πλαστικές συσκευασίες και χρησιμοποιεί επαναγεμιζόμενα γυάλινα βάζα ώστε να σερβίρει μαρμελάδες, μελί και αλά προιόντα. Επιπρόσθετα αναφορικά με τις υπηρεσίες καθαριότητας είναι πολύ θετικό πως το 57,5% των ξενοδοχείων παρέχει καθαριότητα κάθε δεύτερη μέρα μειώνοντας έτσι την καθημερινή χρήση καθαριστικών προιόντων– χημικών.

Ακόμα, σχετικά με την αξιοποίηση της ηλιακής ενέργεια είναι εξαιρετικά ενθαρρυντικό το γεγονός πως το 87,6% των ερωτηθέντων αξιοποιεί την ηλιακή ενέργεια προκειμένου να έχει ζεστό νερό τις περισσότερες ώρες της ημέρας, με αυτόν τον τρόπο μειώνετε σημαντικά η χρήση ηλεκτρικού ρεύματος. Μόλις το 12,4% δεν αξιοποιεί την ηλιακή ενέργεια κάτι το οποίο είναι απογοητευτικό μιας και η χώρα μας διαθέτει κατά κύριο λόγο ηλιόλουστες μέρες.

Εν συνέχεια, εξαιρετικά αποθαρρυντικό είναι το γεγονός πως το 91,9% δεν είχε καμία απολύτως ενημέρωση σχετικά με το Zero Waste Tourism ή είχε ενημέρωση μόνο από προσωπική ερευνά στο διαδίκτυο. Μόλις το 6,5% είχε ενημερωθεί από το ξενοδοχείο στο οποίο εργάζεται.

Το 57,5% των ερωτηθέντων δήλωσε πως στο ξενοδοχείο που εργάζεται χρησιμοποιούν ηλεκτρονική πλαστική κάρτα, ενώ το υπόλοιπο 41,4% χρησιμοποιεί κανονικό κλειδί. Μόνο το 2% χρησιμοποιεί ηλεκτρονικές κάρτες μπαμπού και συστήματα έξυπνης κλειδαριάς με κωδικό πρόσβασης. Αν τα ξενοδοχεία χρησιμοποιούσαν οικολογικές κάρτες μπαμπού αντί του πλαστικού θα εξοικονομούταν μια τεράστια ποσότητα πλαστικού.

Ακόμη, εξαιρετικά αποθαρρυντικό είναι το γεγονός πως το 85,5% των ξενοδοχείων μεταφέρει τα σκουπίδια του σε κοινούς κάδους απορριμμάτων, το 59,1% πραγματοποιεί ανακύκλωση όπου αυτό είναι εφικτό, ενώ η μειοψηφία με ποσοστό 3,8% χρησιμοποιεί την διαδικασία της κομποστοποίησης.

Στην ερώτηση, εάν τα τελευταία χρονιά οι πελάτες έχουν ευαισθητοποιηθεί περισσότερο σε σχέση με την προστασία του περιβάλλοντος, το 37,1% κρατάει μια ουδέτερη στάση καθώς ούτε συμφωνεί αλλά ούτε και διαφωνεί. Το 29,6% τείνει να συμφωνεί με αυτή την άποψη και το 14,5% συμφωνεί απολυτά στο ότι οι πελάτες έχουν ευαισθητοποιηθεί σε περιβαλλοντικά θέματα. Τέλος, το 14% τείνει να διαφωνεί και το 4,8% διαφωνεί απολυτά.

Εν κατακλείδι, στην ερώτηση για το εάν οι ίδιοι οι εργαζόμενοι έχουν λάβει κάποιο παράπονο όσον αφορά την διαχείριση περιβαλλοντικών θεμάτων 17,7% δήλωσε πως έχει λάβει. Ενώ το υπόλοιπο 82,3% δεν έχει λάβει η δεν γνωρίζει εάν έχουν υπάρξει

παράπονα, ενδεχομένως λόγω της θέσης εργασίας τους πχ λογιστήριο, κουζίνα. Επιπλέον, από το δείγμα μας μόλις 18,8% των ξενοδοχείων κατείχαν ή κατέχουν κάποιο βραβείο περιβαλλοντικού χαρακτήρα όπως Green Key, Blue Flag.

Τέλος, ευχάριστο είναι επίσης το γεγονός πως η συντριπτική πλειοψηφία των εργαζόμενων, συγκεκριμένα το 88,2% έχει γνώση των προτύπων ISO και μόλις το 11,3% δεν γνωρίζει τι είναι τα συστήματα αυτά. Αυτό το στηρίζουμε στο ότι μπορεί πολλοί από τους ερωτηθέντες μας να δουλεύουν σε πόστα όπως το λογιστήριο ή το housekeeping με αποτέλεσμα το ξενοδοχείο να έχει παραλείψει να τους ενημέρωση σχετικά με το θέμα. Ωστόσο δυσαρέσκεια προκαλεί το γεγονός πως μόνο το 14,5% των ξενοδοχείων θα ήταν διατεθειμένο να εφαρμόσει τακτικές Zero Waste. Ενώ το 85,5% των ξενοδοχείων είτε κρατάει αρνητική στάση απέναντι στο συγκεκριμένο θέμα είτε δεν γνωρίζει πως θα κινηθεί στο μέλλον.



Πηγή: Νιλ Ντέιβι (2017)

Εικόνα 7.24: Εικόνα Συμπερασμάτων

Βιβλιογραφικές Αναφορές.

Ελληνική βιβλιογραφία Σύγγραμμα ενός συγγραφέα

Ανδριώτης, Κ., 2009. *Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός*, Εκδόσεις Αθανάσιος Σταμούλης.

Βαρβαρέσος, Σ., 2000. *Οικονομική του τουρισμού*. Β' Έκδοση: Εκδόσεις Προπομπός

Βαρβαρέσος, Σ., 1997. *Τουρισμός Οικονομικές Προσεγγίσεις*, Εκδόσεις Προπομπός.

Ζουζούλα, Σ., 2018. Διαχείριση Αξιοποίηση Στερεών Αποβλήτων και πλαίσια της κυκλικής οικονομίας. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο. Διαθέσιμο στο <https://eclass.upatras.gr/modules/document/file.php/CMNG2144/Ανακύκλωση%202020.pdf> [Πρόσβαση στις 17 Οκτωβρίου 2021]

Ηγουμενάκης Ν., Τουρισμός & Ανάπτυξη, Εκδόσεις Interbooks, 2000

Καρβούνης, Σ. & Γεωργακέλλος Δ., 2003, *Διαχείριση του περιβάλλοντος*, 2003, Εκδόσεις Σταμούλη.

Κοκκώσης Χ. και Τσάρτας Π., 2001. *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*. Εκδόσεις Κριτική.

Κοκκώσης, Χ και Τσάρτα, Π .2001. *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*. Α' Έκδοση. Εκδόσεις Κριτική.

Κορρές, Γ. & Δρακόπουλος, Σ. 2001, *Τουριστική Ανάπτυξη* , Εκδόσεις Έλλην.

Λαμπριανίδης, Λ., Καλογερέσης, Θ. και Καυκαλάς Γ., 2016. *Χωρική ανάπτυξη και ανθρώπινο δυναμικό: Νέες θεωρητικές προσεγγίσεις και η εφαρμογή τους στην Ελλάδα*, Εκδόσεις Κριτική.

Μαλέκα, Δ., 2014. Εκτίμηση περιβαλλοντικών επιπτώσεων από την τουριστική μεταφορά και δραστηριότητα σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες της Χαλκιδικής με χρήση ανάλυσης κύκλου ζωής, Διπλωματική Εργασία, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Μηχανολόγων Μηχανικών, Θεσσαλονίκη, 2014. Διαθέσιμο στο: https://ikee.lib.auth.gr/record/281538/files/Maleka_Dimitra_5088_Diplwmatiki.pdf

Μιχαηλίδου Α., Ανάπτυξη μεθοδολογίας αποτίμησης περιβαλλοντικών επιπτώσεων από παρεμβάσεις με στόχο την τουριστική ανάπτυξη, Διδακτορική Διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Μηχανολόγων Μηχανικών, Ενεργειακός Τομέας, Θεσσαλονίκη, 2017 (Διαθέσιμο στο: <https://ikee.lib.auth.gr/record/289828/files/GRI-2017-19394.pdf>)

Ράππη, Α., 2010. *Ο οικολογικός τουρισμός στην Ελλάδα*. Πτυχιακή Εργασία. [Διαδίκτυο]. Χίος. Διαθέσιμο στο: <https://hellanicus.lib.aegean.gr/bitstream/handle/11610/6911/file0.pdf?sequence=2file:///C:/Users/User/Downloads/Διπλωματική%20Εργασία.pdf> [πρόσβαση στις 18 Μαΐου 2021] (Πτυχιακή)

Τζούφη, Μ., 2010. Η Τουριστική Ανάπτυξη στην Ελλάδα, Ερευνητική Εργασία, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας και Ανάπτυξης, Θεσσαλονίκη, Διαθέσιμο στο:
<http://ikee.lib.auth.gr/record/133326/files/tzoufieee48.pdf>

Τουρλιώτη Π., 2001. *Τουρισμός και περιβάλλον*, η κοινωνική διάσταση [Διαδίκτυο]. Μυτιλήνη: τμήμα Περιβάλλοντος Πανεπιστημίου Αιγαίου. Διαθέσιμο στο:
https://eclass.aegean.gr/modules/document/file.php/MAR140/ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ%20ΚΑΙ%20ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ_διάλεξη.pdf [Πρόσβαση στις 19 Μαΐου 2021]

Τσάρτας Π., Σταυρινούδης Θ., Ζαγκότση Σ., Κυριακάκη Α., Βασιλείου Μ., Τουρισμός και Περιβάλλον, Οδηγός για το Περιβάλλον, WWF Ελλάς, 2010 (Διαθέσιμο στο:
http://www.wwf.gr/images/pdfs/OdigosPerivallonkaiTourismos_2010.pdf)

Τσάρτας, Π., 1996, *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Εξάντας.
Page, S., 2003, *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Εκδόσεις Παπαζήση

Άρθρα από το διαδίκτυο

Αθανασίου, Μ., 2019. Στα σκουπίδια η σπάταλη τροφίμων. *Η καθημερινή*, [Διαδίκτυο]. 25 Αυγούστου, Διαθέσιμο στο: <https://www.kathimerini.gr/society/1039572/sta-skoypidia-i-spatali-trofimon/> [Πρόσβαση στις 15 Ιανουάριο 2022]

Ανακύκλωση υλικών και επαναχρησιμοποίηση. [Online, Eclass]. Διαθέσιμο στο:
<https://eclass.upatras.gr/modules/document/file.php/CMNG2144/Ανακύκλωση%202020.pdf> [Πρόσβαση στις 17 Οκτωβρίου 2021]

Γκουτιέρες, Α., 2019. "Υπερπληθυσμός: Το 2050 η Γη θα έχει 9,7 δισεκατομμύρια κατοίκους", *iefimerida*. Διαθέσιμο από:
<https://www.iefimerida.gr/news/489244/yperplithysmos-2050-i-gi-tha-ehi-97-disekatomyria-katoikoyis>. *iefimerida.gr* [Πρόσβαση στις 17 Οκτωβρίου 2021]

Εναλλακτικές μορφές τουρισμού οικοτουρισμός. *Green Oliver*, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <https://www.greenoliver.gr/enallaktikes-morfes-toyrismoy-oikotourismos/> [Πρόσβαση στις 20 Μαΐου 2021]

Ζακάι, Ε., 2015. "Από την Γραμμική στην Κυκλική οικονομία", *Euro news.*, σελίδες 1-2 Διαθέσιμο στο: Από τη γραμμική στην κυκλική οικονομία | *Euronews* [πρόσβαση στις 14 Οκτωβρίου 2021]

Κυκλική Οικονομία, Ένα μοντέλο για βιώσιμη ανάπτυξη & ευημερία. [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο από: https://www.enainstitute.org/wp-content/uploads/2019/12/Kykliki_Oikonomia_ENA.pdf?fbclid=IwAR1FV222NStJLqKFp-qOKHX6rd2642zBF0Qem2drH4PpKEajbul9mw0FNrso (enainstitute.org) [Πρόσβαση στις 19 Οκτωβρίου 2021]

Οικολογική Εταιρία Ανακύκλωσης, Low Cost- Zero Waste Municipality, Διαδίκτυο. Διαθέσιμο στο: *Low Cost - Zero Waste Municipality (ecorec.gr)*, [Πρόσβαση στις 15 Οκτωβρίου 2021]

Το παράδειγμα της Κόστα Ρίκα στον οικοτουρισμό. *Tourism Today* [Διαδίκτυο]. 13 Νοέμβρη, Διαθέσιμο στο: <https://www.tourismtoday.gr/to-paradeigma-tης-κόστα-ρίκα-στον-οικο/> [Πρόσβαση στις 20 Μαΐου 21]

Candia Maris .nd. Sustainability [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο από <https://www.candiamaris.gr/> [Πρόσβαση στις 3 Μαρτίου 2022].

Creta Maris .nd. Ετήσια αναφορά βιωσιμότητας [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο από <https://www.cretamaris.gr/gr/green-cretan-all-inclusive-crete-hotel/sustainability-report> Εθνικό Σχέδιο Διαχείρισης Αποβλήτων .2020. Εθνικό Σχέδιο Διαχείρισης Αποβλήτων Συμπεριλαμβανόμενων και των επικίνδυνων Αποβλήτων [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο από: <http://www.opengov.gr/minenv/wp-content/uploads/downloads/2020/08/%CE%95%CE%A3%CE%94%CE%91-%CE%94%CE%99%CE%91%CE%92%CE%9F%CE%A5%CE%9B%CE%95%CE%A5%CE%A3%CE%97-6-8-2020.pdf> [Πρόσβαση στις 3 Μαρτίου 2022]

Metaxa Hospitality Group website . nd. Values [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο από <https://www.metaxahospitality.gr/about/sustainability/waste/> [Πρόσβαση στις 3 Μαρτίου 2022].

Metaxa Hospitality Group website . nd. Hotel and Resorts [Διαδίκτυο] Διαθέσιμο από <https://www.metaxahospitality.gr/about/sustainability/waste/> [Πρόσβαση στις 13 Μαρτίου 2022] .

Sustainability Report Metaxas Hospitality Group .2020.Μελέτη βιωσιμότητας 2019-2020.[Online] Διαθέσιμο από : <https://www.metaxahospitality.gr/media/jtrolchb/mhg-sustainability-report-2019-2020-eng.pdf> [Πρόσβαση στις 3 Μαρτίου 2022] .

Trivago Business Blog., 2019. Βιώσιμη φιλοξενία: Οικολογικές τάσεις και συμβουλές για ξενοδοχεία. Trivago business blog, [Διαδίκτυο], 18 Απριλίου, Διαθέσιμο στο: <https://businessblog.trivago.com/el/taseis-viosimis-filoxenias-symvoules-ikologika-xenodoheia/> [Πρόσβαση στις 11 Ιανουαρίου 2022]

Ξένη βιβλιογραφία Σύγγραμμα ενός συγγραφέα

Ap J. - Crompton J., 1993 “Residents strategies for responding to tourist impacts”, Journal of Travel Research

Dieguez, 2020. *Handbook of Research on Entrepreneurship Development and Opportunities in Circular Economy*. IGI Global.

Dileep, M., 2007. *Tourism and Waste Management: A Review of Implementation of “Zero Waste” at kovalam*. Α΄ Έκδοση. Ινδία. (Πτυχιακή)

Άρθρα από το διαδίκτυο

8 Reasons Airbnb is more Sustainable than Hotels, *Green living ideas*, 2016. [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <https://greenlivingideas.com/2016/03/02/is-airbnb-more-sustainable-than-hotels/> [Πρόσβαση στις 17 Νοέμβριου 2021]

Τι είναι η κομποστοποιητή και πως γίνεται. *One green planet.*, 2019. [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <https://www.onegreenplanet.org> [Πρόσβαση στις 13 Ιανουαρίου 2022]

A Guide To Zero Waste Travel And How To Pack For It., 2019. *Travel Earth* [Διαδίκτυο], 30 Σεπτεμβρίου. Διαθέσιμο στο: <https://medium.com/responsible-travel/a-guide-to-zero-waste-travel-and-how-to-pack-for-it-7b99830462ed> [Πρόσβαση στις 17 Νοέμβριου 2021]

Amanda., 2019. Zero Waste Travel: How To Go Zero Waste While Travelling The World. *Inspired by maps*, [Διαδίκτυο]. 5 Ιουνίου. Διαθέσιμο στο: <https://inspiredbymaps.com/zero-waste-travel/> [Πρόσβαση στις 18 Ιανουάριου 2022]
Banks, M., 2019. Consumers in the circular economy. *Eu Political Report*, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <https://www.eupoliticalreport.eu/consumers-in-the-circular-economy/> [Πρόσβαση στις 16 Οκτωβρίου 2021]

Can you blow your competition away by becoming a zero-waste hotel., 2018. European Commission, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <https://ec.europa.eu/environment/emas/takeagreenstep/06-article.html> [Πρόσβαση στις 13 Ιανουάριου 2022]

Cindy, C., 2019. Hotel waste: The huge switch to becoming a more sustainable business. *Can*, [Διαδίκτυο]. 4 Οκτωβρίου, Διαθέσιμο στο: <https://www.channelnewsasia.com/singapore/plastic-environment-sustainable-business-hotel-hospitality-859776> [Πρόσβασης στις 10 Ιανουάριου 2022]

Eco Tourism. *Tourism notes*, [Διαδίκτυο]. 2020, Διαθέσιμο στο: <https://tourismnotes.com/eco-tourism/>. [Πρόσβαση στις 20 Μαΐου 2021]

Explore the Circularity Gap Report, 2021. [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <https://www.circularity-gap.world>. [Πρόσβαση στις 15 Οκτωβρίου 2021]

Fernández, s., 2016. Τι είναι ο οικοτουρισμός και ποια είναι τα χαρακτηριστικά του. *Astelus*, [Διαδίκτυο]. 16 Αυγούστου, Διαθέσιμο στο: <https://el.astelus.com/ecoturismo/> [Πρόσβαση 20/05/2021]

Five benefits of a circular economy. *Ton To Ton*, [Διαδίκτυο]. 2021, Διαθέσιμο στο: <https://tontoton.com/5-benefits-of-a-circular-economy/> [Πρόσβαση στις 15 Οκτωβρίου]
Gaia, 2018. [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <https://www.no-burn.org/introduction-to-zero-waste/> [Πρόσβαση στις 15 Οκτωβρίου 2021]

How to be zero waste in a hotel, skipthebag, 2017. [Διαδίκτυο]. 3 Απριλίου. Διαθέσιμο στο: <http://www.skipthebag.com/2017/04/zero-waste-hotel-stay.html> [Πρόσβαση στις 18 Νοέμβριου 2021]

Kefee, A., 2021. Is Zero Waste Travel Possible? How to Travel Green. *Go Abroad*, [Διαδίκτυο], 10 Σεπτεμβρίου, Διαθέσιμο στο: <https://www.goabroad.com/articles/how-to-travel-green> [Πρόσβαση στις 9 Ιανουάριου 2022]

Natasha, 2020. Flying zero waste and low to zero waste flight tips for travelers. *Mindful feet*, [Διαδίκτυο]. Μάϊος, Διαθέσιμο στο: <https://mindfulfeet.com/flying-zero-waste-and-low-to-zero-waste-flight-tips-for-travelers/> [Πρόσβαση στις 17 Νοέμβριου 2021]

News European Parliament, 2015. Circular economy: definition, importance, and benefits [Διαδίκτυο], Διαθέσιμο στο: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/economy/20151201STO05603/circular-economy-definition-importance-and-benefits> [Πρόσβαση στις 16 Οκτωβρίου 2021]

Palumbo, D., 2020. Waste Reduction: 10 Easy Ways to be an Eco-Friendly Hotel. *Eco BNB*, [Διαδίκτυο]. 11 Σεπτεμβρίου, Διαθέσιμο στο: <https://ecobnb.com/blog/2020/09/waste-reduction-eco-friendly-hotel/> [Πρόσβαση στις 10 Ιανουάριου 2022]

Smith, K., 2019. 13 Meat-Free Mains for the Ultimate Vegan Thanksgiving. *Livekindly*, [Διαδίκτυο]. 15 Σεπτέμβριου, Διαθέσιμο στο: <https://www.livekindly.co/meat-free-mains-vegan-thanksgiving/> [Πρόσβαση στις 18 Ιανουάριου 2022]

Star, I., 2018. How To Be A Zero Waste Traveler: Our Eco Experts Share Their Top Tips. *Green Queen*, [Διαδίκτυο]. 5 Νοέμβριου Διαθέσιμο στο: <https://www.greenqueen.com.hk/zero-waste-travel-guide-expert-tips/> [Πρόσβαση στις 17 Νοέμβριου 2021]

Swedish recycling so successful it is importing rubbish., 2019. *Trt* [Διαδίκτυο]. 25 Φεβρουάριου, Διαθέσιμο στο: <https://www.trtworld.com/europe/swedish-recycling-so-successful-it-is-importing-rubbish-24491> [Προσβασιμο στις 12 Ιανουαριου 2022]

Taylor, L., 2020. [Διαδίκτυο]. What is the linear economy and why do we need to go circular. *Planet Park*. Διαθέσιμο στο: <https://planetark.org/newsroom/news/what-is-the-linear-economy-and-why-do-we-need-to-go-circular> [Πρόσβαση στις 15 Οκτωβρίου 2021]

UNWTO, *World Tourism Organization*. Διαθέσιμο στο: <https://www.unwto.org/> [Πρόσβαση στις 11 Μαρτίου 2022]

Κατάλογος Εικόνων

Κεφάλαιο 1^ο: Τουρισμός και περιβάλλον

Πηγή: Economic impact on Japan by the tourism industry is estimated at 16 trillion JPY or more in 10 years later, Travel Voice., 2016. [Online] Διαθέσιμο στο: <https://www.travelvoice.jp/english/economic-impact-on-japan-by-the-tourism-industry-is-estimated-at-16-trillion-jpy-or-more-in-10-years-later> [Πρόσβαση στις 11 Μαρτίου 2022]

Κεφάλαιο 2: Ποιες νέες τάσεις έχουμε σχετικά με το περιβάλλον και τον τουρισμό

Πηγή: Eco Tourism. Tourism notes, [Διαδίκτυο]. 2020, Διαθέσιμο στο: <https://tourismnotes.com/eco-tourism/>. [Πρόσβαση στις 20 Μαΐου 2021] Gaia, 2018. [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <https://www.no-burn.org/introduction-to-zero-waste/> [Πρόσβαση στις 15 Οκτωβρίου 2021]

Πηγή: Taylor, L., 2020. [Διαδίκτυο]. What is the linear economy and why do we need to go circular. *Planet Park*. Διαθέσιμο στο: <https://planetark.org/newsroom/news/what-is-the-linear-economy-and-why-do-we-need-to-go-circular> [Πρόσβαση στις 15 Οκτωβρίου 2021]

Κεφάλαιο 3:

Πηγή: Πηγή: Banks, M., 2019. Consumers in the circular economy. *Eu Political Report*, [Διαδίκτυο]. Διαθέσιμο στο: <https://www.eupoliticalreport.eu/consumers-in-the-circular-economy/> [Πρόσβαση στις 16 Οκτωβρίου 2021]

Πηγή: How to be zero waste in a hotel, skipthebag, 2017. [Διαδίκτυο]. 3 Απριλίου. Διαθέσιμο στο: <http://www.skipthebag.com/2017/04/zero-waste-hotel-stay.html> [Πρόσβαση στις 18 Νοέμβριου 2021]

Κεφάλαιο 4:

Πηγή: How to be zero waste in a hotel, skipthebag, 2017. [Διαδίκτυο]. 3 Απρίλιου.
Διαθέσιμο στο: <http://www.skipthebag.com/2017/04/zero-waste-hotel-stay.html>
[Πρόσβαση στις 18 Νοέμβριου 2021]

Πηγή: BETHESDA, MD., 2019. Marriott International To Eliminate Single-Use Shower Toiletry Bottles From Properties Worldwide, Expanding Successful 2018 Initiative, *Marriott international news center.*, . [Διαδίκτυο], 28 Αυγούστου. Διαθέσιμο στο: <https://news.marriott.com/news/2019/08/28/marriott-international-to-eliminate-single-use-shower-toiletry-bottles-from-properties-worldwide-expanding-successful-2018-initiative> [Πρόσβαση στις 12 Μαρτίου 2022]



Παράρτημα Α: Παράρτημα έρευνας, 1^ο Ερωτηματολόγιο



Zero Waste Tourism

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια της πτυχιακής μας εργασίας στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου. Ο σκοπός της έρευνας είναι να διερευνήσει την εξοικείωση των Ελλήνων τουριστών με τις τακτικές του Zero Waste Tourism, και κατά πόσο υπάρχει η πρόθεση να εφαρμοστεί μια πιο φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά κατά την διάρκεια των διακοπών. Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Θα θέλαμε να σας επισημάνουμε ότι το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για το σκοπό της έρευνας. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαιτεί 5 έως 7 λεπτά.

* Απαιτείται

1. Φύλο. *

Άντρας.

Γυναίκα.

2. Ηλικία. *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

18-25

26-35

36-45

46-55

άνω των 56

3. Ποιος είναι ο τόπος διαμονής σας. *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση

- Αττικής Βορείου
- Αιγαίου Νοτίου
- Αιγαίου Κρήτης
- Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης
- Κεντρικής Μακεδονίας
- Δυτικής Μακεδονίας
- Ηπείρου
- Θεσσαλίας
- Ιονίων Νήσων
- Δυτικής Ελλάδας
- Στερεάς Ελλάδας
- Πελοποννήσου
- Σε καμία από αυτές

4. Ιδιότητα. *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Υποδοχή.
- F&B (Maitre, Σερβιτόροι, και μπάρ).
- Προσωπικό κουζίνας.
- Λογιστήριο.
- Housekeeping.
- Διοικητικό προσωπικό.
- Άλλο: _____

5. Πόσα χρόνια εργάζεστε στον τουριστικό κλάδο; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- 1-3 χρόνια.
 3-6 χρόνια.
 6-9 χρόνια.
 Πάνω από 9 χρόνια.

6. Πόσα αστέρια έχει το ξενοδοχείο στο οποίο εργάζεστε; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- 1 αστέρι.
 2 αστέρων.
 3 αστέρων.
 4 αστέρων.
 5 αστέρων.
 Άλλο: _____

7. Είστε εξοικειωμένοι με την έννοια του "Zero Waste Tourism"; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Ναι
 Όχι

8. Στο ξενοδοχείο σας ποιες από τις παρακάτω μεθόδους χρησιμοποιείτε; (μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια απάντηση) *

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- Εξοικονόμηση ενέργειας.
- Εξοικονόμηση νερού.
- Δυνατότητα επαναχρησιμοποίησης πετσετών & άλλων λινών. Δυνατότητα καθαρισμού όποτε είναι απαραίτητο.
- Ανακύκλωση.
- Κομποστοποίηση.

Άλλο: _____

9. Τα τιμολόγια που εκδίδονται στο ξενοδοχείο σας: *

- Εκτυπώνονται και δίνετε αντίγραφο στον πελάτη.
- Κρατιέται ηλεκτρονικό αντίγραφο και αποστέλλεται μέσω email στο πελάτη. Δεν ξέρω/Δεν απαντώ
- ξέρω/Δεν απαντώ

10. Στο μπουφέ πρωινού του ξενοδοχείου: *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Χρησιμοποιείτε ατομικές πλαστικές συσκευασίες για μαρμελάδες και μέλι.
- Χρησιμοποιείτε μεγάλα επαναγεμιζόμενα γυάλινα βάζα.

11. Κάθε πότε παρέχετε υπηρεσίες καθαριότητας στα δωμάτια του ξενοδοχείου; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Κάθε μέρα.
- Κάθε δεύτερη μέρα.
- Όποτε ζητηθεί από τον πελάτη.

12. Στο ξενοδοχείο στο οποίο εργάζεστε υπάρχει μηχανισμός αυτόματης απενεργοποίησης όλων των ηλεκτρικών συσκευών στα δωμάτια των επισκεπτών σας;

*

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Ναι, η ηλεκτροδότηση σταματάει μόλις βγει η μαγνητική κάρτα.
- Όχι, ο επισκέπτης σβήνει χειροκίνητα τα φώτα και τον κλιματισμό.

13. Στο ξενοδοχείο σας γίνεται αξιοποίηση της ηλιακής ενέργειας; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Ναι, για την παραγωγή ζεστού νερού και
- άλλα. Όχι, δεν αξιοποιείται η ηλιακή ενέργεια.

14. Είχατε κάποια ενημέρωση σχετικά με το "Zero Waste" στο χώρο εργασίας σας; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Έχω ενημερωθεί μέσω σεμιναρίου που μας παρείχε το
- ξενοδοχείο. Δεν έχω λάβει κάποια ενημέρωση πάνω στο θέμα αυτό.
- Έχω προσωπική ενημέρωση από το διαδίκτυο και άλλα μέσα.

15. Χρησιμοποιείτε έξυπνα συστήματα άρδευσης ανακυκλώνοντας νερό που χρησιμοποιείται για άλλους σκοπούς (πχ πότισμα). *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Ναι.
- Όχι.
- Δεν γνωρίζω.

16. Στο ξενοδοχείο σας τι τύπο κλειδιού χρησιμοποιείτε; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Κανονικό κλειδί.
- Ηλεκτρονική πλαστική κάρτα.
- Ηλεκτρονική κάρτα μπαμπού.
- Σύστημα έξυπνης κλειδαριάς με κωδικό πρόσβασης.
- Άλλο: _____

17. Πως διαχειρίζεστε τα απορρίμματα που παράγονται στο ξενοδοχείο σας;

*

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- Κομποστοποίηση όπου είναι δυνατόν.
- Ανακύκλωση όπου είναι εφικτό.
- Μεταφορά σε κοινούς κάδους.

18. Τα τελευταία χρόνια θεωρείτε πως οι πελάτες έχουν ευαισθητοποιηθεί περισσότερο σε σχέση με την προστασία του περιβάλλοντος; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

	1	2	3	4	5	
Πάρα πολύ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Καθόλου

19. Έχετε δεχτεί ποτέ, στο ξενοδοχείο που εργάζεστε, παράπονα σχετικά με την διαχείριση περιβαλλοντικών θεμάτων; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση..

- Ναι.
- Όχι.
- Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

20. Έχετε δεχτεί ποτέ, στο ξενοδοχείο που εργάζεστε, παράπονα σχετικά με την διαχείριση περιβαλλοντικών θεμάτων; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Ναι.
- Όχι.
- Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ.

21. Έχει λάβει το ξενοδοχείο στο οποίο εργάζεστε κάποιο βραβείο περιβαλλοντικού χαρακτήρα; (πχ Green Key, Blue Flag); *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Ναι.
- Όχι.

22. Γνωρίζετε τι είναι τα πρότυπα ISO; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση

- Ναι γνωρίζω.
- Δεν είχα καμία ενημέρωση έως τώρα.

23 . Σκοπεύει το ξενοδοχείο σας να εφαρμόσει τακτικές Zero Waste στο άμεσο μέλλον; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Ναι.
- Όχι.
- Δεν ξέρω/Δεν απαντώ.



Παράρτημα Β: Παράρτημα έρευνας, 2^ο Ερωτηματολόγιο



Zero Waste Tourism

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια της πτυχιακής μας εργασίας στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου. Με υπεύθυνο καθηγητή τον Δρ. Γεώργιο Τριανταφύλλου. Ο σκοπός της έρευνας είναι να διερευνήσει την εξοικείωση των Ελλήνων τουριστών με τις τακτικές του Zero Waste Tourism, και κατά πόσο υπάρχει η πρόθεση να εφαρμοστεί μια πιο φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά κατά την διάρκεια των διακοπών. Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Θα θέλαμε να σας επισημάνουμε ότι το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για το σκοπό της έρευνας. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαιτεί 5 έως 7 λεπτά.

1. Φύλο *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Άντρας
- Γυναίκα

2. Ηλικία *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- άνω των 56

3. Ποιος είναι ο τόπος διαμονής σας; (Παρακαλούμε η απάντησή σας να είναι με κεφαλαία). *

4. Που θα κατατάσσατε το ετήσιο οικογενειακό σας εισόδημα. *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Χαμηλό (λιγότερο από 15.000 ευρώ)
- Μεσαίο (15.000 - 30.000 ευρώ)
- Υψηλό (περισσότερο από 30.000 ευρώ)

5. Πόσο συχνά ταξιδεύετε; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Μια φορά το χρόνο. Δύο φορές το χρόνο.
- Περισσότερο απο δύο φορές το χρόνο.
- Σπάνια.

6. Τι τύπο ξενοδοχείου επιλέγετε συνήθως; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Οικονομικό.
- Μεσαίου κόστους.
- Πολυτελείας.

7. Έχετε ακούσει ποτέ την φιλοσοφία του "Zero Waste Tourism"; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Ναι
- Όχι

8. Τί πιστεύετε ότι σημαίνει Zero Waste. *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Πώς να βγάλεις κέρδος με ελάχιστες ή μηδενικές δαπάνες.
- Πώς να ελαχιστοποιήσεις ή να μηδενίσεις τα απόβλητα που παράγεις.

9. Όταν κλείνετε τα αεροπορικά σας εισιτήρια επιλέγετε πτήσεις με λιγότερες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Ναι
- Όχι
- Όταν η επιλογή δεν είναι πολύ επιβαρυντική οικονομικά το προτιμώ.
- Δεν γνώριζα ότι υπάρχει αυτή η δυνατότητα.

10. Όταν κλείνεις ένα αεροπορικό εισιτήριο, σε τι μορφή επιλέγεις να έχεις το boarding pass σου; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Επιλέγω να το εκτυπώσω για να νιώθω μεγαλύτερη ασφάλεια.
- Το έχω σε ψηφιακή μορφή στο κινητό μου ώστε να μειώσω την άσκοπη χρήση χαρτιού.

11. Εκτιμήστε κατά προσέγγιση, την ποσότητα αποβλήτων που παράγεται κατά την διάρκεια των διακοπών σας. *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Μία τσάντα του supermarket την εβδομάδα.
- Μία τσάντα του supermarket την ημέρα.
- Μία τσάντα του supermarket κάθε δεύτερη μέρα.
- Μία μεγάλη τσάντα (μαύρη) την ημέρα.
- Μία μεγάλη τσάντα (μαύρη) κάθε δεύτερη μέρα.

12. Θα ήμουν πρόθυμος να πληρώσω ένα επιπλέον ποσό στο ξενοδοχείο ώστε να υποστηρίξω τις προσπάθειές του να είναι περιβαλλοντικά βιώσιμο.

*

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- 1 2 3 4 5
- Συμφωνώ απόλυτα Διαφωνώ απόλυτα

13. Αν το ξενοδοχείο στο οποίο διαμένετε εφαρμόζει περιβαλλοντικές πρακτικές, επηρεάζεται η συμπεριφορά σας κατά τη διαμονή σας σε αυτό; (πχ επαναχρησιμοποίηση πετσετών) *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Ναι
- Όχι
- Δεν ξέρω/Δεν απαντώ

14. Όταν βρίσκεστε στον μπουφέ ενός ξενοδοχείου επιλέγετε να: *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Βάζετε μόνο την επιθυμητή ποσότητα στο πιάτο σας και εάν χρειαστεί ξαναγεμίζετε.
- Βάζετε όσο το δυνατόν περισσότερο αγνοώντας εάν θα περισσέψει.

15. Θα σας ενδιέφερε να εφαρμόσετε τακτικές ενός Zero Waste τουρίστα. *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Ναι
- Όχι

16. Στις διακοπές προτιμάτε να αγοράζετε καθημερινά πλαστικά μπουκαλάκια νερό ή να έχετε ένα επαναχρησιμοποιούμενο δοχείο μαζί σας; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Έχω το δικό μου.
- Όχι, αγοράζω μπουκαλάκια μιας χρήσης.

17. Κατά την διάρκεια των διακοπών σας πώς επιλέγετε να μετακινήστε: (μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια απάντηση) *

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- ΜΜΜ.
- Ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο - μηχανάκι.
- Υπηρεσίες μεταφορών - ταξί.
- Ποδήλατο.
- Με τα πόδια.

18. Αν πήγαινες δικοπές θα σκεφτόσουν να πάρεις μαζί σου μια επαναχρησιμοποιούμενη τσάντα; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Ναι, ώστε να μειώσω την χρήση πλαστικών.
- Όχι, δεν το βρίσκω χρήσιμο.
- Δεν έχω επαναχρησιμοποιούμενη τσάντα.

19. Όταν επιλέγεις ξενοδοχείο για τις διακοπές σου λαμβάνεις υπόψιν τοπόσο φιλικό προς το περιβάλλον είναι; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Το λαμβάνω υπόψιν.
- Δεν το λαμβάνω.

20. Γνωρίζεις τι είναι τα πρότυπα ISO; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Ναι γνωρίζω.
- Δεν είχα καμία ενημέρωση έως τώρα.

21. Τι είδους διακοπών προτιμάτε; *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Εγχώριο τουρισμό.
- Διακοπές στο εξωτερικό.

22. Θα ήσασταν πρόθυμος/η να έχετε μαζί σας το δικό σας επαναχρησιμοποιούμενο σκεύος, ώστε όταν αγοράζετε φαγητό (street food) να το βάζετε μέσα σε αυτό; (ώστε να μειώσετε την κατανάλωση του πλαστικού μιας χρήσης). *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Ναι, είμαι πρόθυμος να το εφαρμόσω.
- Όχι, θα ντρεπόμεν να το επιχειρήσω.

23. Όταν φεύγετε από το δωμάτιο του ξενοδοχείου επιλέγετε να: *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Αφήσετε αναμμένο το κλιματιστικό.
- Το ανάβω μόλις επιστρέψω στο δωμάτιο
- Δεν χρησιμοποιώ κλιματιστικό.

24. Όταν σας δίνεται η δυνατότητα να επιλέξετε την συχνότητα καθαρισμού του δωματίου σας, επιλέγετε: *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Καθημερινό καθαίρισμα. Κάθε δεύτερη μέρα.
- Μόνο όταν είναι απαραίτητο.
- Δεν επιθυμώ να μου καθαρίζουν το δωμάτιο καθόλη την διάρκεια (εάν αυτό είναι εφικτό)

25. Πως κρίνετε την ενημέρωση σας για το Zero Waste: *

Να επισημαίνεται μόνο μία απάντηση.

- Επαρκή.
- Ανεπαρκή.

