



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Διπλωματική Εργασία

**ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ: ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΠΡΑΣΙΝΩΝ
ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ**

Green Entrepreneurship: Adoption of Green Practices in the Tourism Industry

της

ΜΑΡΙΑ ΠΟΠΙΔΟΥ

mba 21060

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

κ. ΣΟΥΜΠΕΝΙΩΤΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος στη
Διοίκηση Επιχειρήσεων

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2022

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του Διατμηματικού Προγράμματος στη Διοίκηση Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, το διάστημα μεταξύ Σεπτεμβρίου 2021 και Ιανουαρίου 2022.

Προτού ξεκινήσω, Θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους συνέβαλαν στην εκπόνηση της εργασίας. Θα ήθελα να ευχαριστήσω τους καθηγητές του Μεταπτυχιακού Προγράμματος και τον επιβλέποντα καθηγητή της εργασίας μου κ. Σουμπενιώτη Δημήτριο.

Ακόμα, ευχαριστίες απευθύνω και στα πιο κοντινά μου πρόσωπα την οικογένειά μου και τους φίλους μου για την στήριξη που μου έδωσαν κατά την περίοδο προετοιμασίας της εργασίας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η πράσινη επιχειρηματικότητα είναι η μορφή οικονομικής δραστηριότητας που λαμβάνει υπόψη τα διάφορα περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά προβλήματα και τις επιπτώσεις από την κλιματική αλλαγή. Η στροφή προς αυτήν την μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας, συνδέεται με καινοτομία, καθαρές τεχνολογίες, αύξηση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και σωστή διαχείριση ενέργειας, υδάτων και αποβλήτων. Οι πράσινες δράσεις βρίσκουν καινοτόμες λύσεις για αυτά τα ζητήματα και οδηγούν παράλληλα την οικονομία σε βιώσιμη ανάπτυξη. Μια ανάπτυξη που δεν στερεί το δικαίωμα από τις επόμενες γενιές να καλύπτουν τις δικές τους ανάγκες. Το σημαντικότερο με τις πράσινες δράσεις είναι πως στοχεύουν σε μια ορθή διαχείριση των πόρων. Ο τουριστικός κλάδος εξαρτάται από τους πόρους, τους φυσικούς όπως το κλίμα και το φυσικό περιβάλλον, και τους πολιτισμικούς πόρους, όπως ήθη, έθιμα και παραδόσεις. Στον τουριστικό κλάδο ως τουριστικό προϊόν μπορεί να θεωρηθεί και ένας προορισμός. Επομένως υπάρχει μια στενή σύνδεση μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος. Η συμβολή του τουρισμού στην οικονομία είναι μεγάλη. Μήπως όμως αυτό σημαίνει μεγαλύτερο περιβαλλοντικό αποτύπωμα στο περιβάλλον; Η υιοθέτηση πράσινων πρακτικών από επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου, ενισχύουν την προσπάθεια για αειφόρο ανάπτυξη.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ: πράσινη επιχειρηματικότητα, πράσινες πρακτικές, βιώσιμη ανάπτυξη, περιβαλλοντική πολιτική, βιώσιμος τουρισμός

ABSTRACT

Green entrepreneurship is a form of economic activity that takes into account the various environmental, social and economic problems and the effects of climate change. The shift to this form of business is associated with innovation, clean technologies, increase of renewable energy sources, energy, water and waste management. Green actions find innovative solutions to these issues and at the same time lead the economy to sustainable development. A development that does not deprive the next generations of the right to meet their own needs. The most important thing with green actions is that they aim at a proper management of resources. The tourism industry depends on resources, natural resources such as climate and natural environment, and cultural resources such as traditions. In the tourism industry as a tourist product can be considered a destination. There is therefore a close link between tourism and the environment. The contribution of tourism to the economy is great. But does that mean a bigger environmental footprint in the environment? The adoption of green practices by companies in the tourism sector, strengthen the effort for sustainable development.

KEY WORDS: green entrepreneurship, green practices, sustainable development, environmental policy, sustainable tourism

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΕΙΣΑΓΩΓΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ-ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ...1

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

2.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	3
2.2 ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	4
2.2.1 ΟΦΕΛΗ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	5
2.2.2 ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ.....	7
2.3 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	7
2.4 ΑΕΙΦΟΡΟΣ/ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	8
2.5 ΒΙΩΣΙΜΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ	9

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΈΝΝΟΙΕΣ - ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

3.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	11
3.2 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	14
3.3 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	15
3.3.1 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ.....	16
3.3.2 ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	17
3.3.3 ΕΓΧΩΡΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	19
3.3.4 ΣΥΜΒΟΛΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ.....	20

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4° : ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	
4.1 ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ.....	21
4.2 ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	22
4.2.1 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΒΙΩΣΙΜΟΥ/ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	23
4.2.2 ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	23
4.3 ΠΑΝΔΗΜΙΑ-ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5° : ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ	
5.1 ΠΡΑΣΙΝΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	30
5.2 ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ.....	35
5.3 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ	39
5.4 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ	41
5.5 ΚΥΚΛΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	43
5.6 ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6°: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ.....	48
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	50
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ	51

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 2.1 Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα Πράσινης Επιχειρηματικότητας	6
Πίνακας 2.2 5 Στρατηγικές Βιωσιμότητας	10
Πίνακας 3.1 Επιπτώσεις Τουριστικής Ανάπτυξης στην οικονομία, κοινωνία, πολιτισμό και το περιβάλλον.....	12
Πίνακας 3.2 Ειδικές Μορφές Τουρισμού	14
Πίνακας 3.3 Βασικά Μεγέθη Ελληνικού Τουρισμού 2018, 2019.....	15
Πίνακας 3.4 Μεταβολή ποσοστών απασχόλησης ανά τρίμηνο για το 2019, 2020.....	16
Πίνακας 3.5 Πίνακας: Αφίξεις, Εισπράξεις Ελλάδα 2018, 2019, 2020.....	17
Πίνακας 3.6 Συμβολή περιφέρειας στο ΑΕΠ.....	20
Πίνακας 4.1 Παράγοντες που καθορίζουν βιώσιμη ανάπτυξη τουρισμού.....	24
Πίνακας 4.2 Προγράμματα για προώθηση αειφόρου ανάπτυξης.....	25
Πίνακας 4.3 Sustainable Development Goals-Sdgs	26
Πίνακας 4.4 Νικήτριες Προτεύουσες Έξυπνου Τουρισμού	28
Πίνακας 5.1 Ορισμοί για Βιώσιμο Μάρκετινγκ	30
Πίνακας 5.2 Tourism Marketing Mix.....	33
Πίνακας 5.3 Κατηγορίες φωτοβολταϊκών συστημάτων	37
Πίνακας 5.4 Κατηγορίες βιοκλιματικού σχεδιασμού.....	38
Πίνακας 5.5 Πρακτικές Διαχείρισης Νερού	39
Πίνακας 5.6 Συστήματα Εναλλακτικής Διαχείρισης ανά είδος ανακυκλώσιμου υλικού...	41
Πίνακας 5.7 Τόνοι αποβλήτων στα ξενοδοχεία, εστίαση	41
Πίνακας 5.8 Ανακύκλωση και Εξοικονόμηση	42
Πίνακας 5.9 Μοντέλο Κυκλικής Οικονομίας.....	43

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

<u>Γράφημα 3.1 Ταξιδιωτικές εισπράξεις 2016-2020.....</u>	18
<u>Γράφημα 3.2 Εισερχόμενος-Εγγώριος Τουρισμός 2020.....</u>	19
<u>Γράφημα 3.3 Εισερχόμενος-Εγγώριος Τουρισμός 2019.....</u>	19
<u>Γράφημα 3.4 Έσοδα από τουριστική δραστηριότητα 2020 ανά περιφέρεια</u>	20
<u>Γράφημα 4.1 Ξενοδοχεία εποχικής, συνεχούς λειτουργίας</u>	29

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται σοβαρή συζήτηση σχετικά με την σημαντικότητα των πράσινων επιχειρηματικών πρακτικών για αειφόρο ανάπτυξη. Μεγάλη βάση δίνεται στην χρήση των φυσικών πόρων και στη κατανάλωση ενέργειας, που επηρεάζουν την ευημερία όλου του πλανήτη και τις επόμενες γενιές. Τα στοιχεία που συγκεντρώνονται από τον τουριστικό κλάδο όσον αφορά τις πράσινες πρακτικές είναι αρκετά βοηθητικά. Η βιωσιμότητα είναι ένα ζήτημα που απασχολεί όλες τις οντότητες στον πλανήτη. Επομένως, είναι εξαιρετικά σημαντική η περαιτέρω διερεύνηση του θέματος αυτού, ιδιαίτερα σε έναν κλάδο με τέτοια συμβολή. Σκοπός της εργασίας είναι η κατανόηση της σημαντικότητας των πράσινων πρακτικών, με τις οποίες οι επιχειρήσεις βελτιώνουν την ποιότητα ζωής των ανθρώπων και οδηγούν σε μια βιώσιμη ανάπτυξη με νέες ιδέες, τεχνολογίες που σέβονται το περιβάλλον. Στόχος είναι να παρουσιαστούν τα οφέλη από την υιοθέτηση πράσινων επιχειρηματικών πρακτικών, τα αποτελέσματα από την μετάβαση στην Πράσινη Επιχειρηματικότητα, καθώς και πράσινες πρακτικές που ακολουθούνται από ξενοδοχειακές μονάδες. Στο 2^ο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην πράσινη επιχειρηματικότητα, στη βιώσιμη ανάπτυξη και τις βιώσιμες στρατηγικές, που βοηθούν στην μετάβαση στο πράσινο οικονομικό μοντέλο. Στο 3^ο κεφάλαιο παρουσιάζονται κάποια οικονομικά στοιχεία σχετικά με τον τουριστικό κλάδο στην προ και μετά Covid εποχή (2019-2020). Το 4^ο κεφάλαιο επικεντρώνεται στο εξωτερικό περιβάλλον του τουριστικού κλάδου, με αναφορά στην κλιματική αλλαγή, την ανάγκη για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και την κρίση με την πανδημία. Ακόμα, στο 5^ο κεφάλαιο παρουσιάζονται πράσινες πρακτικές στον τουριστικό κλάδο, όπως πράσινο μάρκετινγκ και σωστή διαχείριση ενέργειας και πόρων. Τέλος, στο 6^ο κεφάλαιο υπάρχει μια μελέτη περίπτωσης ενός ξενοδοχείου στην Χαλκιδική. Ύστερα, ακολουθούν τα τελικά συμπεράσματα και οι προτάσεις που προκύπτουν από την εργασία.

ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η ταχεία οικονομική και τεχνολογική ανάπτυξη δημιούργησε πολλά ερωτήματα για το μέλλον των ανθρώπινων κοινωνιών και του πλανήτη. Με την οικονομική ανάπτυξη, ιδίως στις ανεπτυγμένες χώρες, υπάρχει μια άνοδος του εισοδήματος και μια βελτίωση του βιοτικού επιπέδου. Πέρα από τις βασικές ανάγκες, ήρθαν στη επιφάνεια νέες. Οι άνθρωποι αφιερώνουν χρόνο για ανάπαυση και αναψυχή, αναζητώντας πλέον το καλύτερο για τους ίδιους, μια καλύτερη ποιότητα (*Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας, 2019*). Κάθε δραστηριότητα ανθρώπινη ή επιχειρηματική αφήνει περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Όλα αυτά έφεραν στο προσκήνιο συζητήσεις για το τι είναι τελικά καλό για το περιβάλλον. Υπάρχει όντως μια αλληλεξάρτηση μεταξύ των ανθρώπινων δραστηριοτήτων και του φυσικού περιβάλλοντος; Εξαρτάται ο τουρισμός από μια βιώσιμη ανάπτυξη; Ο τουριστικός κλάδος έχει τεράστια συμβολή παγκοσμίως στην οικονομία. Επομένως, καταλαβαίνει κανείς πως έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον η μελέτη του κλάδου όσον αφορά πράσινες, βιώσιμες πρακτικές.

Η παρούσα εργασία ακολουθεί μια πιο θεωρητική προσέγγιση με ανάλυση της υφιστάμενης βιβλιογραφίας και υφιστάμενων ερευνών που έχουν γίνει. Ωστόσο, στην εργασία δεν λείπουν και τα ερευνητικά δεδομένα. Η βιωσιμότητα εξαρτάται θετικά από πράσινες πρακτικές, όπως καθαρές τεχνολογίες, καινοτομία, σωστή διαχείριση πόρων και ενέργειας. Η ανθρώπινη και επιχειρηματική δραστηριότητα επιδρά αρνητικά στο περιβάλλον και στην ανάπτυξη μακροπρόθεσμα. Ο τουρισμός και το φυσικό περιβάλλον αλληλοεπηρεάζονται. Αντλούνται στοιχεία από έρευνες που έχουν γίνει από Διεθνείς Οργανισμούς, όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) και ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (SETE), καθώς και στοιχεία από μελέτες του Ερευνητικού Πανεπιστημιακού Ινστιτούτου Εφαρμοσμένων και Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών Πανεπιστημίου Μακεδονίας για λογαριασμό του Ινστιτούτου Επιχειρηματικών και Εκθεσιακών Ερευνών Ανάπτυξης. Η μελέτη περίπτωσης ενός ξενοδοχείου με στροφή προς πράσινες πρακτικές, βοηθάει στην συλλογή στοιχείων. Ποια είναι τα αποτελέσματα από την στροφή σε πιο πράσινες δράσεις;

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

Πράσινη Επιχειρηματικότητα - Αειφόρος Βιώσιμη Ανάπτυξη

2.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η επιχειρηματικότητα είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας. Η δημιουργία επιχειρήσεων, σε συνδυασμό με την καινοτομία και τις νέες τεχνολογίες αυξάνουν τον εθνικό πλούτο μιας χώρας. Υπάρχουν πολλοί ορισμοί για την επιχειρηματικότητα. Όπως προκύπτει και από την ίδια την λέξη, με την επιχειρηματικότητα, οι επιχειρηματίες επιχειρούν να κάνουν κάτι καινούργιο. Έχει να κάνει με την οργάνωση και τον σωστό συνδυασμό συντελεστών παραγωγής για την δημιουργία προϊόντων και υπηρεσιών και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Μέσα στον όρο αυτό, εμπεριέχεται και η ικανότητα για αναγνώριση και αξιοποίηση των ευκαιριών στην αγορά (Μιχάλης Χρηστάκης, 2013).

Η επιχειρηματική ιδέα στηρίζεται στην ανάγκη ή επιθυμία των καταναλωτών. Για αυτό ο επιχειρηματίας προσφέρει το προϊόν ή την υπηρεσία που καλύπτει μια συγκεκριμένη ανάγκη. Ουσιαστικά εδώ ένας επιχειρηματίας αναγνωρίζει μια ευκαιρία και προσπαθεί να την εκμεταλλευτεί με τον καλύτερο τρόπο. Κάθε ιδέα έχει μια αβεβαιότητα, έναν κίνδυνο. Για την αξιολόγηση των ευκαιριών, εξετάζεται το μικρο-περιβάλλον και το μακρο-περιβάλλον, η ελκυστικότητα του κλάδου και της αγοράς. Νέες επιχειρήσεις συμβάλλουν

στην οικονομική ανάπτυξη, δημιουργούν νέες θέσεις και βελτιώνουν την ζωή με νέα καινοτόμα προϊόντα (Σαρρή, Σ. και Τριχοπούλου, Α. 2018).

Η καινοτομία σε συνδυασμό με την επιχειρηματικότητα μπορούν να μετατρέψουν τις καλές ιδέες σε πραγματικότητα (John Bessant, Joe Tidd, 2015). Η επιχειρηματικότητα αποτελεί κινητήρια δύναμη για τις αλλαγές. Η καινοτομία φέρνει αλλαγές και πίσω από αυτές τις αλλαγές βρίσκονται άνθρωποι που δρουν είτε σε μονάδες είτε ως μέλη ενός οργανισμού. Η καινοτομία αποτελεί εξειδικευμένο εργαλείο, που χρησιμοποιούν οι επιχειρηματίες για να φέρουν αλλαγές, διαφοροποιώντας την επιχείρησή τους. Η επιχειρηματικότητα είναι σημαντική τόσο για τις νεοφυείς επιχειρήσεις όσο και για τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις, που χρειάζονται μια ανανέωση όσον αφορά αυτά που προσφέρουν. Υπάρχουν πολλές ιδέες, πολλές όμως καταλήγουν σε αποτυχία. Οι επιχειρήσεις έχουν συγκεκριμένη διάρκεια ζωής και είναι σημαντικό να υπάρχουν αλλαγές για να μακρύνει ο κύκλος. Πολλοί δεν αντιλαμβάνονται πως η αλλαγή και η καινοτομία μπορεί να τους προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

2.2 ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Μια από τις νεότερες μορφές επιχειρηματικότητας είναι η Πράσινη Επιχειρηματικότητα. Αποτελεί μια οικονομική δραστηριότητα που σέβεται το φυσικό περιβάλλον, σε όλα τα στάδια από την παραγωγή έως την τελική διάθεση του προϊόντος¹. Προσπαθεί να βρει λύσεις σε διάφορα περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα, με υλοποίηση επιχειρηματικών ιδεών βιώσιμων και με θετική επίδραση στο περιβάλλον. Σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον, οι επιχειρήσεις επιθυμούν να αξιοποιούν τους φυσικούς πόρους για να παράγουν ποιοτικά προϊόντα με αποδοτικό τρόπο. Η χρήση όμως αυτών των πόρων σε παγκόσμιο επίπεδο έχει οδηγήσει σε μια μείωση τους, πράγμα που δεν βοηθά την βιώσιμη ανάπτυξη (Σαρρή, Σ. και Τριχοπούλου, Α. 2018).

Σε σύγκριση με το παραδοσιακό επιχειρηματικό μοντέλο, το πράσινο μοντέλο δίνει προτεραιότητα στο περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα, δίνεται μεγαλύτερη βάση στη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος παρά την κερδοφορία. Στόχος αποτελούν η βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων και η διατήρηση ή η ήπια αξιοποίηση του περιβάλλοντος (Ζήσης, Ι. 2003). Οι δραστηριότητες της καλύπτουν όλους τους τομείς της οικονομίας, πρωτογενή, δευτερογενή, τριτογενή. Και μπορούν να τις υιοθετήσουν όλες

¹ GreenBanking. Πράσινη Επιχειρηματικότητα

οι επιχειρήσεις. Δημιουργείται μια νέα αγορά προϊόντων και υπηρεσιών για περιβαλλοντικές πρακτικές. Έτσι επιχειρήσεις μετατρέπονται σε νέες και καινοτόμες επιχειρήσεις με βιώσιμη ανάπτυξη και πρόσθετα οφέλη για την τοπική και εθνική οικονομία. Η τεχνολογική ανάπτυξη σε συνδυασμό με το αυξημένο ενδιαφέρον των καταναλωτών για πράσινα προϊόντα και υπηρεσίες ενθαρρύνουν αλλαγές στα υπάρχοντα επιχειρηματικά μοντέλα των επιχειρήσεων².

Η Ελλάδα διαθέτει πλούσιο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Αυτό σε συνδυασμό με την γεωγραφική της θέση στον χάρτη, της δίνει το συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλα κράτη και προσελκύει κόσμο. Η ΕΕ χρηματοδοτεί και δίνει ευκαιρίες για την προστασία του περιβάλλοντος. Λόγω της οικονομικής κατάστασης της χώρας πολλές επιχειρήσεις δυσκολεύονται να βρουν χρηματοδότες για να αναπτύξουν πράσινες δράσεις, μιας και το κόστος είναι αρκετά υψηλό. Και αν σκεφτεί κανείς πως στην Ελλάδα δεν υπάρχει μεγάλη ζήτηση για πράσινα προϊόντα, δεν αποτελεί μια ελκυστική επένδυση. Πολλοί ενδιαφέρονται για το κέρδος και όχι το περιβάλλον. Η στάση απέναντι στην πράσινη επιχειρηματικότητα διαφέρει ανάλογα με το φύλο, την ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο (Σαρρή, Σ. και Τριχοπούλου, Α. 2018). Επιπρόσθετα, η Ελλάδα μιας και είναι μια χώρα με πλούσιο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον μπορεί εύκολα να προσελκύσει άτομα που θέλουν να επενδύσουν σε πράσινες δράσεις.

2.2.1 ΟΦΕΛΗ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Οι πράσινες πρακτικές διευρύνουν το καταναλωτικό κοινό, με την δημιουργία ποιοτικών πιστοποιημένων προϊόντων δίνοντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Οι επιχειρήσεις που ακολουθούν το πράσινο μοντέλο έχουν μεγάλες πιθανότητες να αποκτήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα λόγω υψηλής ποιότητας και πιστών πελατών, μιας και απευθύνονται σε μια ειδική κατηγορία καταναλωτών, που νοιάζεται για το περιβάλλον. Ακόμα, αυτή η μορφή επιχειρηματικότητας προσελκύει πιο εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό. Όπως υποστηρίζει ο Robin Hahnel (2011) τα πιο αυστηρά περιβαλλοντικά πρότυπα αλλάζουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παράγονται, καθώς και τις τεχνολογίες που χρησιμοποιήθηκαν για την παραγωγή τους. Όλα αυτά απαιτούν εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό που οδηγεί σε διαρθρωτική ανεργία, που είναι προσωρινή.

² Caledonia T.C.TrappDominik K.Kanbach (2021). Green entrepreneurship and business models: Deriving green technology business model archetypes. Journal of Cleaner Production Volume 297

Πίνακας 2.1 Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα Πράσινης Επιχειρηματικότητας³

<p>ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Μείωση λειτουργικού κόστους • Εξοικονόμηση ενέργειας • Μείωση εισροών σε κάθε στάδιο παραγωγής • Συμμόρφωση με περιβαλλοντικά πρότυπα • Προώθηση αειφόρου ανάπτυξης • Εξασφάλιση δανείων (πράσινα) • Δημιουργία ευκαιριών για πράσινη αγορά • Οικονομική ενίσχυση από κράτος (ΕΕ, χορηγήσεις, φορολογικές ελαφρύνσεις κίνητρα)
<p>ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Χαμηλή ανταγωνιστικότητα • Έλλειψη γνώσεων και κατάλληλων Υποδομών • Γραφειοκρατία (Ελλάδα) • Υψηλό κόστος μετάβασης στο πράσινο μοντέλο • Υψηλό κόστος παραγωγής (όχι μαζική παραγωγή και οικονομίες κλίμακας)

Από την άλλη, το κόστος παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών είναι αρκετά υψηλό, πράγμα που μπορεί να επηρεάσει τις τιμές. Το υψηλό κόστος οφείλεται στο γεγονός ότι η παραγωγική διαδικασία με το νέο μοντέλο δεν συνδέεται με μαζική παραγωγή και με οικονομίες κλίμακας (Ζήσης, Ι. 2003). Πάντως είναι σίγουρο πως, η επιχείρηση προτού λάβει μια τέτοια επιχειρηματική απόφαση, θα πρέπει να βεβαιωθεί πως είναι δυνατή οικονομικά για να καταφέρει να επιβιώσει. Το αρχικό κόστος επένδυσης είναι υψηλό, στην συνέχεια όμως το λειτουργικό κόστος θα αρχίσει μειώνεται όλο και περισσότερο. Πράγμα που οφείλεται στη νέα παραγωγική διαδικασία, με νέες τεχνολογίες πιο καθαρές, με πιο εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό, και με ορθή χρήση πόρων και ενέργειας. Ακόμα, παράγοντες όπως η οικονομική αστάθεια, η ύφεση, η υψηλή φορολογία και η γραφειοκρατία δεν βοηθούν την μετάβαση στο πράσινο μοντέλο.

³ Σαρρή, Σ. και Τριχοπούλου, Α. (2018) Επιχειρηματικότητα και Κοινωνική Οικονομία. Η Οπτική του Φύλου. Εκδόσεις Τζιόλα

2.2.2 ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ

Το κράτος πρέπει να φροντίζει για την τήρηση της περιβαλλοντικής νομοθεσίας, για την συμμόρφωση των επιχειρήσεων ή σε διαφορετική περίπτωση επιβολή προστίμων. Αυτό αναγκάζει τις επιχειρήσεις να μην παραλείπουν κάποιους περιβαλλοντικούς κανονισμούς. Το κράτος οφείλει να δίνει κίνητρα για να ενθαρρύνει περισσότερες επιχειρήσεις να ακολουθούν πράσινες δράσεις, και με αυτόν τον τρόπο να υπάρχει μια ανάπτυξη βιώσιμη. Υπάρχουν διάφορα χρηματοδοτικά εργαλεία που προσφέρονται από κονδύλια και αναπτυξιακούς φορείς. Όπως αναφέρθηκε το κόστος για την στροφή σε πράσινες δράσεις είναι μεγάλο. Έτσι, η οικονομική ενίσχυση με επιχορηγήσεις, δάνεια θα βοηθούσαν τις επιχειρήσεις να καλύψουν το κόστος της επένδυσης. Μια άλλη τακτική είναι η επιβολή φορολογικών ελαφρύνσεων σε επιχειρήσεις με πράσινες δράσεις. Ένας ακόμα λόγος που εμποδίζει τις επιχειρήσεις να ακολουθήσουν πράσινες δράσεις είναι και η γραφειοκρατία. Επομένως, με μια απλοποίηση των διαδικασιών αδειοδότησης υπάρχουν περισσότερες πιθανότητες για περισσότερες πράσινες επιχειρήσεις. Ακόμα, θα μπορούσε να υπάρχει βράβευση χωρών με πράσινες πρακτικές και ενημέρωση καταναλωτών μέσω εκδηλώσεων, εκθέσεων για την σημαντικότητα των πράσινων πρακτικών και για τα οφέλη που προκύπτουν. Το καταναλωτικό κοινό οφείλει επίσης να ενημερώνεται για να αναλάβει δράση. Θα βοηθούσαν κάποιες καμπάνιες διαφημιστικές, φυλλάδια, αφίσες για προτροπή πράσινων αγορών.

2.3 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ Environmental Policy

Η πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον τομέα του περιβάλλοντος βασίζεται στο άρθρο 191 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης⁴, ενώ γίνεται αναφορά και στην προώθηση αειφόρου ανάπτυξης (άρθρο 11). Η περιβαλλοντική πολιτική έχει ως στόχο την διατήρηση, προστασία και βελτίωση του περιβάλλοντος, δίνοντας μεγάλη σημασία στην ορθολογική χρήση των φυσικών πόρων. Οι πολιτικές και η νομοθεσία της ΕΕ στοχεύουν στην κατάλληλη ενημέρωση και εκπαίδευση των επιχειρήσεων όσων

⁴ Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (2016), Άρθρο 191 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX%3A12016E191>

αφορά την σωστή διαχείριση ενέργειας, υδάτινων πόρων και αποβλήτων, καθώς και την χρήση τοξικών ουσιών. Μάλιστα, η ΕΕ διαθέτει κάποια από τα υψηλότερα περιβαλλοντικά πρότυπα στον κόσμο. Με την Συμφωνία του Παρισίων⁵, η ΕΕ δεσμεύεται για περιβαλλοντική ουδετερότητα μέχρι και το 2050. Το 2020 προχώρησε σε χρηματοδότηση δράσεων για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής, ύψους 23,39 δισ. €. Μια επιδίωξη είναι η μείωση εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου μέχρι και κατά 55% έως το 2030.

2.4 ΑΕΙΦΟΡΟΣ/ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ Sustainable Development

Η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης, συνδέεται με ένα πρότυπο ανάπτυξης που διασφαλίζει την ικανότητα των μελλοντικών γενιών να καλύπτουν τις ανάγκες τους⁶. Επιδιώκεται να επιτευχθεί μια ανάπτυξη όσο το δυνατό πιο φιλική προς το περιβάλλον με την διαμόρφωση των κατάλληλων συνθηκών για να μπορέσουν να επιβιώσουν και οι επόμενες γενιές, καλύπτοντας αρχικά τις βασικότερες τους ανάγκες. Μια τέτοια ανάπτυξη έρχεται με την βελτίωση της ποιότητας ζωής, με παράλληλη προστασία του περιβάλλοντος. Η στρατηγική για αειφόρο ανάπτυξη εγκρίθηκε το 2001 και έχει αναθεωρηθεί μέχρι σήμερα αρκετές φορές. Ωστόσο, η ενσωμάτωση των περιβαλλοντικών ζητημάτων είχε ήδη ξεκινήσει με την Συνθήκη του Μάαστριχτ⁷ και τη Σύνοδο Κορυφής του Κάρντιφ το 1998. Για την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης είναι αναγκαία η βελτίωση της διαχείρισης και κατανάλωσης των φυσικών πόρων και η καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού και της φτώχειας στην Ευρώπη και σε όλο τον κόσμο. Και όλα αυτά, περιορίζοντας τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής. Πιο συγκεκριμένα, η αειφόρος ανάπτυξη (EUR-Lex) ορίστηκε στην έκθεση Brundtland της Διεθνούς Επιτροπής Περιβάλλοντος και Ανάπτυξης το 1987 ως «μια ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να διακυβεύει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες». Πλέον, η αειφόρος ανάπτυξη αποτελεί επισήμως έναν από τους μακροπρόθεσμους στόχους της Ευρωπαϊκής Ένωσης σύμφωνα με το άρθρο 3 παράγραφος 3 της Συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση⁸.

⁵ Συμβούλιο Ευρωπαϊκής Ένωσης, Συμφωνία Παρισίων για την κλιματική αλλαγή

⁶ ΕΣΠΑ, 2009. Αειφόρος Ανάπτυξη

⁷ Συνθήκη Μάαστριχτ. Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο www.europarl.europa.eu

⁸ Επίσημη Εφημερίδα αριθ. C 326 της 26/10/2012 σ. 0001 – 0390, άρθρο 3 παράγραφος 3

Η οικονομία συνδέεται και εξαρτάται από την πολιτική και την κοινωνία. Όλα γίνονται για την ευημερία των πολιτών. Η οικονομία και η κοινωνία αλληλεξαρτώνται⁹. Το περιβάλλον, η κοινωνία και η οικονομία αποτελούν τους πυλώνες για την βιώσιμη ανάπτυξη. Σήμερα, ο κόσμος αντιμετωπίζει κρίσεις, ανισότητα, φτώχεια, ανεργία. Τα περισσότερα προβλήματα λόγω λάθος χειρισμού των φυσικών πόρων. Για αυτό είναι πολύ σημαντικό να μεριμνούμε για μια αειφόρο, βιώσιμη ανάπτυξη. Η ανάπτυξη άλλωστε θα πρέπει να είναι και διατηρήσιμη. Για να υπάρξει μια σωστή οικονομική ανάπτυξη, θα πρέπει να λειτουργεί και η κοινωνία σωστά και με σεβασμό προς το περιβάλλον. Πρέπει να ληφθούν ευθύνες από τα μέλη της κοινωνίας για να αντιμετωπίσουν τις περιβαλλοντικές προκλήσεις.

2.5 ΒΙΩΣΙΜΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ¹⁰ Sustainable Strategies

Πάντα υπάρχει χώρος για περαιτέρω βελτίωση της παραγωγικότητας των πόρων και την μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος. Τα απαιτούμενα για το περιβάλλον γίνονται πηγή για μείωση κόστους, σπατάλης και ενέργειας. Αυτό οδηγεί τις επιχειρήσεις στην απομάκρυνση των μη παραγωγικών πηγών από την αλυσίδα αξίας (value chain). Στόχος είναι η υψηλή απόδοση σε σχέση με τους ανταγωνιστές και στρατηγική με δραστηριότητες διαφορετικές από των ανταγωνιστών ή δραστηριότητες παρόμοιες, που εκτελούνται όμως με διαφορετικό τρόπο.

Αν μια επιχείρηση δώσει έμφαση στο να προστατεύει περισσότερο το περιβάλλον, τότε θα αντιμετωπίσει πρόβλημα, π.χ. με τους μετόχους. Στην περίπτωση που η επιχείρηση επικεντρώνεται μόνο στην κερδοφορία χωρίς να υπολογίζει το περιβαλλοντικό αντίκτυπο, τότε τα πράγματα δυσκολεύουν για όλους. Όλες οι πρακτικές που μειώνουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις και αυξάνουν τα δημόσια οφέλη (public benefits) και προσωπικά οφέλη (private benefits) αποτελούν μια βιώσιμη στρατηγική WIN TO WIN κατάσταση, μια εξισορρόπηση μεταξύ προστασίας περιβάλλοντος και κερδοφορίας επιχείρησης. Μόνο τότε αξίζει να γίνει μια επιχείρηση πράσινη.

⁹ Χανιώτικα Νέα, Καθημερινή Εφημερίδα Χανίων

¹⁰ Renato J. Orsato (2009). Sustainable Strategies, When Does It Pay To Be Green ?, Insead Business Press

Πίνακας 2.2 5 Στρατηγικές Βιωσιμότητας (Renato J. Orsato, 2009)

<p>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΧΑΜΗΛΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ Προϊόντα, Υπηρεσίες σε χαμηλή τιμή, χαμηλό κόστος</p>	<p>1. eco efficiency (οργανωτική)</p> <ul style="list-style-type: none"> • βέλτιστη χρήση πόρων • μείωση ενέργειας, κόστους σπατάλης, αποβλήτων π.χ. συνεισφορά στην μείωση εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα • Lean thinking • Χαμηλό λειτουργικό κόστος • Αποδοτικότητα πόρων 	<p>2. environmental cost leadership (προϊόντα και υπηρεσίες)</p> <ul style="list-style-type: none"> • χαρακτηριστικά προϊόντων/υπηρεσιών • καινοτομία π.χ. συσκευασία • υλικά φθηνά για χαμηλό κόστος και αντίκτυπο στο περιβάλλον • τρόποι παραγωγής χαμηλού κόστους
<p>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗΣ Προϊόντα/Υπηρεσίες που έχουν μοναδικά χαρακτηριστικά, υψηλό κόστος</p>	<p>3. beyond compliance leadership (οργανωτική)</p> <ul style="list-style-type: none"> • βελτίωση λειτουργιών • βελτίωση εικόνας • πλεονέκτημα όσον αφορά την φήμη • επένδυση στην επικοινωνία • εθελοντικές πρωτοβουλίες 	<p>4. eco branding (προϊόντα και υπηρεσίες)</p> <ul style="list-style-type: none"> • στάση πελάτη απέναντι στο προϊόν/υπηρεσία • αξιοπιστία πληροφόρησης για το προϊόν/υπηρεσία • οφέλη στην κοινωνία και το περιβάλλον π.χ. συσκευασία ανακυκλώσιμη • προϊόντα πιστοποιημένα
	<p>5. SUSTAINABLE VALUE INNOVATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Καινούργιο προϊόν/υπηρεσία • Χαμηλή τιμή • Blue ocean strategy 	

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο

Τουρισμός - Εισαγωγικές Έννοιες - Στατιστικά Δεδομένα

3.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ Tourism

Ο τουρισμός είναι από τους δυναμικότερους και ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO) παρά την οικονομική κρίση από το 1950 έως το 2017, παρουσιάζεται μια συνεχής ανάπτυξη όσον αφορά τις διεθνείς αφίξεις και εισπράξεις. Οι προβλέψεις ανέφεραν πως αυτοί οι ρυθμοί θα συνεχίζονταν μέχρι και το 2030, όμως δεν είχαν προβλέψει την πανδημία (Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας, 2019). Το 2020 υπήρξε πτώση στον τουριστικό κλάδο, πράγμα πρωτόγνωρα για τα μέχρι τότε δεδομένα. Για αυτό άλλωστε διάφοροι οργανισμοί και φορείς ανέλαβαν δράση για να αποκαταστήσουν την ζημιά και να επαναφέρουν τον τουρισμό στην κατάσταση που βρισκόταν πριν την πανδημία.

Ο τουρισμός αξιοποιεί φυσικούς και περιβαλλοντικούς πόρους. Βρίσκεται σε μια σχέση αλληλεξάρτησης με το φυσικό, οικονομικό, κοινωνικό και πολιτισμικό περιβάλλον, επηρεάζοντας άλλοτε θετικά και άλλοτε αρνητικά. Πλέον υπάρχει μια αύξηση του ανταγωνισμού στον τουρισμό σε διεθνές επίπεδο, προκύπτουν νέοι προορισμοί, με νέα τουριστικά προϊόντα. Επίσης, οι άνθρωποι όλο και περισσότερο αναζητούν ένα περιβάλλον που θα τους προσφέρει καλύτερη ποιότητα για τις διακοπές τους (Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας, 2019).

Πίνακας 3.1 Επιπτώσεις Τουριστικής Ανάπτυξης στην οικονομία, κοινωνία, πολιτισμό και το περιβάλλον (Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας, 2019)

<p>ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ Θετικά: νέες θέσεις εργασίας Αρνητικά: εποχικότητα, μη ειδίκευση • ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ Απασχόληση, Εισόδημα, Επενδύσεις • ΤΟΠΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ Θετική επιρροή σε αλληλοσχετιζόμενους κλάδους π.χ. βιοτεχνία, υπηρεσίες, μεταφορές, εμπόριο • ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΠΛΗΡΩΜΩΝ Θετικά: συναλλαγματικές εισροές Αρνητικά: επιβάρυνση λόγω εισαγωγών • ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΑ ΈΣΟΔΑ Επενδύσεις στον κλάδο, νέες επιχειρήσεις, αμοιβές που επιστρέφονται • ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ (αύξηση τιμών) Αύξηση κόστους ζωής, γης
<p>ΚΟΙΝΩΝΙΑ-ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΟΜΗ Αλλαγές στην τοπική κοινότητα (χαρακτηριστικά, λειτουργία) πιο αστικοποιημένη δομή ειδικά σε περιοχές ορεινές και νησιά • ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΙΚΗ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑ Υψηλά εισοδήματα, αποδοχή τουριστικών επαγγελματιών • ΑΛΛΑΓΕΣ ΗΘΗ, ΕΘΙΜΑ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ Λόγω αστικοποίησης και εκσυγχρονισμού • ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΔΡΑΣΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑΣ Νέα τουριστικά προϊόντα. Π.χ. Χειροτεχνήματα, σουβενίρ • ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΝΤΟΠΙΩΝ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ Σχετίζεται με πολιτισμικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά ντόπιων-τουριστών, επικοινωνία είναι μια σχέση εμπορικής συναλλαγής

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	<ul style="list-style-type: none"> • ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ Επέκταση σε χώρο υπαίθρου, νέες υποδομές, ανησυχητικό για ευαίσθητες περιοχές (παραθαλάσσιες, ορεινές) • ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ Σχετίζεται με περιβάλλον, χωροταξία, πολεοδομία. Κανόνες και πρότυπα διαχείρισης, προστασίας και ελέγχου του σύνθετου περιβάλλοντος Π.χ. προσπάθειες για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. • ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΓΗ Επέκταση εδαφική, οικοπεδοποίηση και συγκρούσεις • ΜΕΤΑΡΟΠΗ ΟΙΚΙΣΤΙΚΩΝ ΣΥΝΟΛΩΝ ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΟΡΟΥΣ Θετικά: παραδοσιακοί οικισμοί και όμορφες περιοχές (λίμνες, ποτάμια, δρόμοι) αποτελούν πόλο έλξης Αρνητικά: είναι τουριστικοί πόροι ευαίσθητοι, χρειάζεται σωστός σχεδιασμός και διαχείριση • ΦΕΡΟΥΣΑ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ Αντοχή για συγκεκριμένες υποδομές και αριθμό τουριστών
-------------------	---

Η Ελλάδα αποτελεί έναν προορισμό έλξης για τους τουρίστες, με το κλίμα που διαθέτει, την πλούσια φυσική και πολιτισμική κληρονομιά και τον φιλόξενο χαρακτήρα της τοπικής κοινότητας. Αυτό που προσελκύει περισσότερο τους τουρίστες είναι ο ήλιος και η θάλασσα, για αυτό και ο τουρισμός χαρακτηρίζεται από εποχικότητα και υψηλή συγκέντρωση σε συγκεκριμένες περιοχές. Η τουριστική δραστηριότητα υπάρχει στις παράκτιες και ορεινές περιοχές. Τα νησιά στην Ελλάδα στηρίζονται οικονομικά από τον τουρισμό. Στις ορεινές περιοχές (χειμερινά θέρετρα και χιονοδρομικά κέντρα), υπάρχει πλούσια φυσική και πολιτισμική κληρονομιά και προσεγγίζει συνήθως τουρίστες εσωτερικού τουρισμού (Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας, 2019). Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί ένα πολύ σημαντικό κλάδο. Ακόμη, και σε περιόδους κρίσεων σημείωνε σταθερά υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης προσφέροντας θέσεις εργασίας και εισόδημα στις περιφέρειες. Το 2020 λόγω του κορονοϊού, χάθηκαν θέσεις εργασίας και ο κλάδος γνώρισε μια κατακόρυφη πτώση. Ωστόσο, το 2021 ο τουρισμός άρχισε να δείχνει σημάδια ανάκαμψης.

3.2 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η επικρατέστερη μορφή τουρισμού είναι ο μαζικός (βιομηχανοποιημένος) τουρισμός. Είναι το πιο οργανωμένο είδος τουρισμού και περιλαμβάνει πακέτα. Αυτό το είδος τουρισμού υποβαθμίζει αρκετά το περιβάλλον, ιδίως όταν ξεπερνά την φέρουσα ικανότητα¹¹ του φυσικού περιβάλλοντος¹². Ο μαζικός τουρισμός λοιπόν αναφέρεται στην οργανωμένη μετακίνηση μιας ομάδας μεγάλου αριθμού ατόμων σε συγκεκριμένο προορισμό. Υπάρχει μεγάλη συγκέντρωση μεγάλου αριθμού τουριστών στις ίδιες περιοχές, με κίνδυνο δημιουργίας μεγαλύτερης ζημιάς στο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον. Είναι δημοφιλής μορφή τουρισμού λόγω χαμηλού κόστους μεταφοράς και διανομής. Τελευταία, ωστόσο, παρατηρείται μια στροφή των τουριστών προς τις ανεξάρτητες μορφές ανάλογα με τα ενδιαφέροντα του καθενός (Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας 2019), που αποτελούν πιο βιώσιμες λύσεις φιλικές προς το περιβάλλον.

ΕΠΙΛΕΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο επιλεκτικός τουρισμός αφορά την μετακίνηση μιας μικρής ομάδας ατόμων σε προορισμούς όχι τόσο δημοφιλείς. Χαρακτηρίζεται από μεμονωμένες δραστηριότητες χωρίς συνοδεία, για περισσότερη επαφή με τον πολιτισμό και την φύση. Ο καθένας σχεδιάζει το ταξίδι και τις δραστηριότητες μόνος του ανάλογα με τα ενδιαφέροντά του. Γίνεται σε περιοχές με πολύ πράσινο και βοηθά στην δημιουργία υποδομών σε πιο απομονωμένες περιοχές¹³.

Πίνακας 3.2 Ειδικές Μορφές Τουρισμού (Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας 2019)

<i>Επαφή με την φύση</i>	ΦΥΣΙΟΛΑΤΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
<i>Πολιτισμικές δραστηριότητες</i>	ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
<i>Ενασχόληση με αθλητισμό</i>	ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
<i>Συμμετοχή σε εκδηλώσεις</i>	ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
<i>Εναλλακτικός τρόπος ζωής</i>	ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΑΡΓΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η επιλογή ειδικών μορφών τουρισμού αναμένεται να αυξηθεί τα επόμενα χρόνια. Αυτή η στροφή προς τις ειδικές μορφές τουρισμού, οφείλεται στην ανάγκη για νέες εμπειρίες, άνοδο βιοτικού επιπέδου και μείωση της υποβάθμισης του περιβάλλοντος (Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας, 2019).

¹¹ Η ικανότητα ενός τουριστικού προορισμού να φιλοξενεί έναν συγκεκριμένο αριθμό τουριστών

¹² Βλέπε <http://www.ncu.org.cy/MSc/projects/tourism/tourismoskaifisi.html>

¹³ Περισσότερα εδώ <https://el.strephonsays.com/mass-tourism-and-vs-alternative-tourism-14516>

3.3 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Για την σύνθεση του τουριστικού κλάδου συνεργάζονται πολλοί κλάδοι. Στον τουριστικό κλάδο, συμπεριλαμβάνονται τα καταλύματα, οι μεταφορές, το εμπόριο. Η συνεισφορά του τουρισμού στην ελληνική οικονομία είναι τεράστια¹⁴. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα μεγέθη που παρουσίασε ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (SETE), η συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ το 2019 ανέρχονταν σε 20,8%, ένα ποσοστό αρκετά μειωμένο σε σύγκριση με το 2018 που ανερχόταν σε 30.9%.

Πίνακας 3.3 Βασικά Μεγέθη Ελληνικού Τουρισμού 2018, 2019¹⁵

ΜΕΓΕΘΗ	2018	2019
ΑΕΠ	30,9% (ΙΝΣΕΤΕ)	20,8% (WTTC)
ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	25,9% 988.600 (WTTC)	21,7% 946.200 (WTTC)
ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ	70% σε 4 περιοχές (ΞΕΕ)	70% σε 4 περιοχές (ΞΕΕ)
ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ	54,8% αφίξεων • Ιούλιο • Αύγουστο • Σεπτέμβριο	56% αφίξεων • Ιούλιο • Αύγουστο • Σεπτέμβριο

Η οικονομική συνεισφορά του τουρισμού στην χώρα το 2019 αντιστοιχεί στο 12,5% του ΑΕΠ της χώρας, το ποσοστό αυτό αυξάνεται αν συμπεριληφθεί και η έμμεση συνεισφορά. Ωστόσο, το 2020 το ποσοστό αυτό μειώθηκε αρκετά στο 3,7% και με την έμμεση συνεισφορά στο 8-10%.

¹⁴ Polls and Politics (2020), Χρήστος Γάκης-Βλάχος. Τουριστικός κλάδος και προβλέψεις για το 2021

¹⁵ Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (SETE). Βασικά Μεγέθη Ελληνικού Τουρισμού 2018, 2019

3.3.1 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Σύμφωνα με έρευνα της ΕΛΣΤΑΤ, τα καταλύματα και επιχειρήσεις εστίασης που λειτούργησαν το 2020 ήταν λιγότερα σε σχέση με το 2019. Το γ' τρίμηνο συγκεντρώνει πάντα περισσότερα έσοδα με λειτουργία πολλών επιχειρήσεων και μεγαλύτερη απασχόληση, καθώς είναι οι μήνες που επιλέγονται από τους τουρίστες. Συγκεκριμένα, τα καταλύματα και επιχειρήσεις εστίασης που λειτούργησαν το 2020 στο α' τρίμηνο ήταν περισσότερα από αυτά που λειτούργησαν το 2019. Επομένως, αυξήθηκαν οι θέσεις εργασίας για αυτήν την περίοδο.

Πίνακας 3.4 Μεταβολή ποσοστών απασχόλησης ανά τρίμηνο για το 2019, 2020¹⁶

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	2019	2020		
Α' ΤΡΙΜΗΝΟ	8,4%	8,5%	↑	0,1%
Β' ΤΡΙΜΗΝΟ	10,2%	8,4%	↓	-1,8%
Γ' ΤΡΙΜΗΝΟ	10,8%	10,1%	↓	-0,7%
Δ' ΤΡΙΜΗΝΟ	9,6%	8,5%	↓	-1,1%

Για το β' γ' και δ' τρίμηνο παρατηρείται μια πτώση στον αριθμό καταλυμάτων και των καταστημάτων εστίασης, με πολύ μικρή μείωση των θέσεων εργασίας. Συγκεκριμένα, στον τουριστικό κλάδο στο γ' τρίμηνο του 2020 λειτούργησαν 396.000 επιχειρήσεις με 3.927.000 εργαζομένους, ενώ το 2019 λειτούργησαν 429.000 επιχειρήσεις με 3.972.000 εργαζομένους. Υπήρξε μια μείωση της τάξεως των 0,7%.

Όπως παρουσιάζεται στην έρευνα του INSETE¹⁷, ο τουριστικός κλάδος στο 3^ο τρίμηνο του 2019 απασχόλησε το 17,1% του συνολικού εργατικού δυναμικού της χώρας. Μαζί με την έμμεση απασχόληση το ποσό αυτό ανερχόταν από 37,6% έως 45,2% της συνολικής απασχόλησης. Το 2020 στο 3^ο τρίμηνο απασχόλησε το 15,9% του συνολικού εργατικού δυναμικού, που μαζί με την έμμεση απασχόληση η συνεισφορά ανεβαίνει σε 35-42%.

¹⁶ INSETE. Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία

¹⁷ Έρευνα INSETE για την συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2019 και 2020, Άρης Ίκκος, Σεραφείμ Κουτσός

3.3.2 ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Από την έρευνα του INSETE προκύπτει πως το 2019 υπήρξε μια αύξηση τόσο στις αφίξεις όσο και στα έσοδα, σε σύγκριση με το 2018 και τις προηγούμενες χρονιές. Το 2020, όμως, διακόπτεται η σταθερή ανάπτυξη στον τουριστικό κλάδο. Η πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα ήταν ανοδική μέχρι και τον Φεβρουάριο του 2020. Από εκεί και έπειτα γνώρισε την μεγαλύτερη πτώση στις αφίξεις στο 2^ο τρίμηνο μέχρι και τον Ιούνιο λόγω γενικού lockdown και των περιορισμών. Ύστερα από Ιούλιο μέχρι Οκτώβριο σημειώσε τεράστια άνοδο. Και τέλος, τον Νοέμβριο και Δεκέμβριο σημειώνονται οι χαμηλότεροι αριθμοί όσον αφορά τις αφίξεις και τα έσοδα.

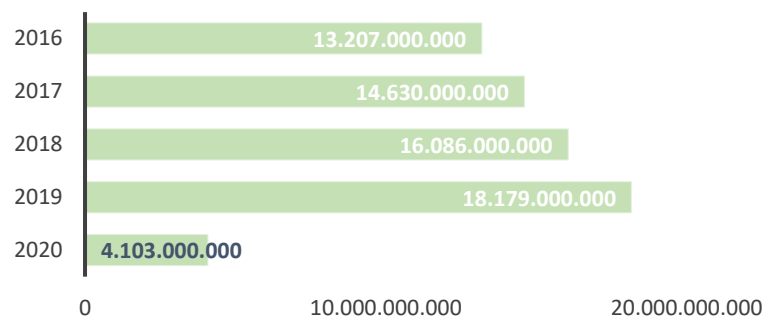
Πίνακας 3.5 Πίνακας: Αφίξεις, Εισπράξεις Ελλάδα 2018, 2019, 2020

	2018	2019		2020	
Αφίξεις	30,1 εκ.	31,3 εκ.	↑ 4,1%	7,374 εκ.	↓ -76,5%
Εισπράξεις	15,6 δις.	17,68 δις.	↑ 13,6%	4,1 δις.	↓ -76,8%

Το 2019 την Ελλάδα επισκέφθηκαν 31,3 εκ. τουρίστες από το εξωτερικό και ο τουριστικός κλάδος εισέπραξε περίπου 17,8 δις. ευρώ. Το 2020 την Ελλάδα επισκέφθηκαν μόλις 7,4 εκ. τουρίστες, με τις εισπράξεις να μειώνονται στα 4,1 δις. ευρώ. Ο τουρισμός στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από εποχικότητα και παρουσιάζεται μια αύξηση στις αφίξεις κυρίως στο β' και γ' τρίμηνο, τους καλοκαιρινούς μήνες, ιδίως, τον Αύγουστο. Πάνω από το 50% των επισκεπτών επιλέγει να εισέλθει στην χώρα αεροπορικώς μετά ακολουθούν οδικές μεταφορές. Το 57,5% των αφίξεων γίνεται στο 3^ο τρίμηνο ενώ το 24,85% των αφίξεων γίνεται στο 2^ο τρίμηνο, το 11% περίπου στο 4^ο τρίμηνο και το 6% στο 1^ο.

Σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας Ελλάδος και της ΕΛΣΤΑΤ¹⁸, όπως παρουσιάζονται από INSETE, ενώ υπήρχε μια σταθερή αύξηση των εισπράξεων ανά τα χρόνια, αυτή η σταθερή πορεία διακόπτεται απότομα το 2020 με τα νέα δεδομένα από την απρόσμενη κρίση που έπληξε όλο τον κόσμο, συμπεριλαμβανομένου και του επιχειρηματικού.

ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ



Γράφημα 3.1 Ταξιδιωτικές εισπράξεις 2016-2020

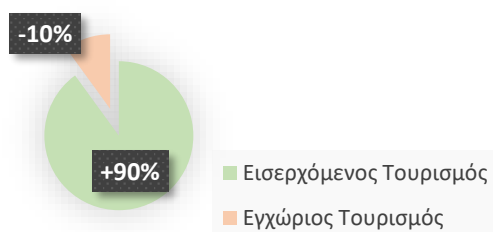
Το 2019 με τις ταξιδιωτικές εισπράξεις του έτους μπόρεσε να καλυφθεί το 79,9% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου. Μαζί με τις κρουαζιέρες και αερομεταφορές κάλυπτε μέχρι και το 89,2% του ελλείμματος, ένα ποσοστό που το 2018 ανερχόταν στο 80,1%. Το 2020 οι εισπράξεις κάλυψαν μόλις το 22,1% του ισοζυγίου.

¹⁸ INSETE. Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία

3.3.3 ΕΓΧΩΡΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

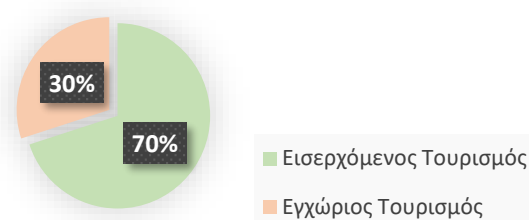
Δεν έγιναν πολλές επενδύσεις το 2019 στον ξενοδοχειακό κλάδο, παρά το χαμηλότερο κόστος. Το 2018 οι επενδύσεις ανήλθαν σε 1,735 εκ. ευρώ, ενώ το 2019 σε 1,469 εκ. ευρώ (-15%). Σύμφωνα με τον ΙΟΒΕ το 45,3% της τουριστική δραστηριότητα αντιπροσωπεύεται από τα καταλύματα. Στους άλλους κλάδους οι επενδύσεις το 2018 ανέρχονταν σε 2.095 εκ. ευρώ και το 2019 σε € 1.774 εκ. ευρώ.

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ
2019



Γράφημα 3.2 Εισερχόμενος-Εγχώριος Τουρισμός 2019

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ
2020



Γράφημα 3.3 Εισερχόμενος-Εγχώριος Τουρισμός 2020

Πάνω από το 90% του εισοδήματος το 2019, που προέρχεται από την τουριστική δραστηριότητα, οφείλεται στον εισερχόμενο τουρισμό από τουρίστες του εξωτερικού. Το 2020 το ποσοστό από τον εισερχόμενο τουρισμό ανέρχεται σε 70%. Αυτό δείχνει μια αύξηση του εγχώριου τουρισμού, λόγω των περιορισμών πολλοί προτίμησαν να κάνουν διακοπές στις χώρες τους. Επομένως, μπορεί να παρατηρήσει κανείς πως ο τουρισμός αποτελεί εξαγωγική δραστηριότητα. Λόγω αυτού υπάρχει ο στόχος αύξησης του εγχώριου τουρισμού για την Ελλάδα¹⁹.

¹⁹ Έρευνα INSETE για την συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2019 και 2020, Άρης Ίκκος, Σεραφείμ Κουτσός

3.3.4 ΣΥΜΒΟΛΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ

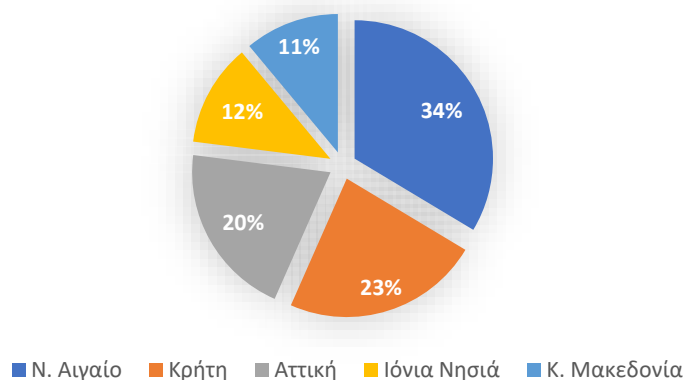
Όπως παρουσιάζεται από INSETE²⁰ με στοιχεία από την Τράπεζα της Ελλάδος και την ΕΛΣΤΑΤ, η άμεση συμβολή της κάθε περιφέρειας στο ΑΕΠ της χώρας για το 2020 έχει γνωρίσει μια μεγάλη πτώση.

Πίνακας 3.6 Συμβολή περιφέρειας στο ΑΕΠ, Πηγή: <https://insete.gr>

ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΟ ΑΕΠ	2019	2020	
Νότιο Αιγαίο	107,3%	31,1%	↓76,2%
Ιόνια Νησιά	77,0%	21,5%	↓55,5%
Κρήτη	50,9%	14,6%	↓36,3%
Αττική	3,9%	1,4%	↓-2,5%
Κεντρική Μακεδονία	11,7%	2,6%	↓-9,1%

Τα περισσότερα έσοδα από τον τουρισμό για το 2020 προέρχονται από το Νότιο Αιγαίο (29,2%), Κρήτη (20%), Αττική (17,7%), Ιόνια Νησιά (10,4%) και Κεντρική Μακεδονία (9,6%), όπως συμβαίνει και κάθε χρόνο.

ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2020



Γράφημα 3.4 Έσοδα από τουριστική δραστηριότητα 2020 ανά περιφέρεια

Πηγή: <https://insete.gr>

²⁰ INSETE. Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

Εξωτερικό Περιβάλλον Τουριστικού Κλάδου

4.1 ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ Climate Change

Αυτό που απασχολεί τα τελευταία χρόνια τα κράτη σε όλο το κόσμο είναι η κλιματική αλλαγή. Σύμφωνα με τον Robin Hahnel (2011) η ανθρώπινη οικονομική δραστηριότητα τον τελευταίο αιώνα, οδήγησε σε μεγαλύτερη συγκέντρωση διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα. Η αποψίλωση δασών δεν βοηθά στην μετατροπή του διοξειδίου του άνθρακα σε οξυγόνο. Το φαινόμενο του θερμοκηπίου εμφανίστηκε για να μπορεί η γη να συνεχίσει να είναι κατοικήσιμη, για αποτροπή της πτώσης της μέσης θερμοκρασίας προς παγωνιά. Ωστόσο, τα υψηλά επίπεδα αερίων του θερμοκηπίου οδηγούν σε επικίνδυνα υψηλές θερμοκρασίες, με σοβαρότατες επιπτώσεις, σεισμοί, πλημμύρες, ανεμοστρόβιλοι και το λιώσιμο των πάγων στον Πόλο αυξάνουν τα επίπεδα θάλασσας, στάθμης νερού και απειλούν τις ζωές ατόμων που ζουν σε ακτές. Επηρεάζει και διάφορες οικονομικές δραστηριότητες, όπως είναι και ο τουρισμός. Επηρεάζει επίσης την ποιότητα ζωής του ανθρώπου και την υγεία του. Η επίλυση του ζητήματος αυτού είναι δύσκολη. Ωστόσο, γίνονται προσπάθειες σε παγκόσμιο επίπεδο με τις κατάλληλες δράσεις.

Ο τουριστικός κλάδος είναι ευαίσθητος στην κλιματική αλλαγή. Ο τουρισμός επηρεάζεται και επηρεάζει την κλιματική αλλαγή. Η ελκυστικότητα των τουριστικών προορισμών εξαρτάται αρκετά από τις συνθήκες που επικρατούν εκεί και την αίσθηση ασφάλειας. Η άνοδος της θερμοκρασίας και τα ακραία καιρικά φαινόμενα δημιουργούν ένα όχι τόσο ασφαλές περιβάλλον, μειώνοντας την ελκυστικότητα και την ανταγωνιστικότητα μιας

περιοχής. Ωστόσο, η κλιματική αλλαγή φαίνεται να επιδρά θετικά σε κάποιες περιοχές. Αυτό γιατί σε κάθε περιοχή ο τουρισμός αναπτύσσεται διαφορετικά με διαφορετική μορφή. Η κλιματική αλλαγή επηρεάζει τους φυσικούς και τουριστικούς πόρους, τις υποδομές και τις επιχειρήσεις του κλάδου.

Σύμφωνα με τον Χάρη Κοκκώση και Πάρις Τσάρτα (2019) οι πολιτικές για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής είναι δυο. Η πολιτική μετριασμού, που αφορά κυρίως την μείωση της ζήτησης ενέργειας και την μείωση χρήσης ορυκτών καυσίμων. Και η πολιτική προσαρμογής, που αφορά την πρόληψη και ελαχιστοποίηση των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής με νέες τεχνολογίες, προστασία οικοσυστήματος και αλλαγή στην συμπεριφορά. Και όλα αυτά σε συνεργασία με άλλες πολιτικές. Για την στρατηγική προσαρμογής βασικά εργαλεία είναι η έρευνα, τα κίνητρα, η ενημέρωση και η ευαισθητοποίηση πάνω στο θέμα της κλιματικής αλλαγής. Αυτές οι δράσεις πρέπει να προσαρμόζονται στις ιδιαιτερότητες κάθε προορισμού. Η τρωτότητα, δηλαδή ευαισθησία μιας περιοχής στην κλιματική αλλαγή, εξαρτάται από την γεωγραφική θέση, τους πόρους (φυσικούς και τουριστικούς), τη δυναμική της οικονομίας και πόσο αυτή εξαρτάται από τον τουρισμό.

4.2 ΒΙΩΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ Sustainable Tourism Development

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού²¹ (UNWTO), βιώσιμος/πράσινο τουρισμός είναι ο τουρισμός που λαμβάνει υπόψη το μικρο περιβάλλον, τις κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις, ικανοποιώντας παράλληλα τους πελάτες/τουρίστες και την βιομηχανία. Ο πράσινος (βιώσιμος) τουρισμός είναι σημαντικός για την επίτευξη της βιωσιμότητας. Αποτελεί μια εναλλακτική μορφή τουρισμού με δράσεις φιλικές προς το περιβάλλον. Αυτή η μορφή τουρισμού περιλαμβάνει δραστηριότητες που είναι στενά συνδεδεμένες με το περιβάλλον. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να λαμβάνουν ευθύνη για τις επιπτώσεις των δράσεων τους στο περιβάλλον, όπως και όλοι. Είναι δυνατή μια ανάπτυξη συνδεδεμένη με την προστασία του περιβάλλοντος. Με τον βιώσιμο πράσινο τουρισμό, η οικονομική ανάπτυξη και η προστασία του περιβάλλοντος πάνε μαζί. Έτσι, καλύπτονται ανάγκες από τους τουρίστες χωρίς να αφαιρείται το δικαίωμα κάλυψης αναγκών από τις μελλοντικές γενιές (Hikmah, Nurdin, 2017).

²¹ Περισσότερα εδώ <https://www.unwto.org/sustainable-development>

Επομένως, οι πράσινες πρακτικές σε ένα από τους σημαντικότερους κλάδους στον κόσμο, με αυτή την μορφή τουρισμού μπορεί να αποτελέσει ένα σημαντικό βήμα προς την βιωσιμότητα, ιδίως αν συμβάλλουν στις προσπάθειες αυτές και οι υπόλοιποι κλάδοι και ο ίδιος ο άνθρωπος. Ο τουρισμός χαρακτηρίζεται ως πράσινος, όταν οι δραστηριότητες ακολουθούν το τρίπτυχο της βιωσιμότητας, δηλαδή οδηγούν σε μια οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη, με προστασία του περιβάλλοντος.

4.2.1 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΒΙΩΣΙΜΟΥ/ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο πράσινος τουρισμός προσφέρει αρκετά οφέλη στην τοπική κοινότητα. Η συμμετοχή της τοπικής κοινότητας είναι μεγάλη, και αναδεικνύεται το φυσικό περιβάλλον και ο πολιτισμικός πλούτος του προορισμού. Η αξία που έχουν τα παραδοσιακά εμπορικά προϊόντα είναι ένας λόγος ανάπτυξης του πράσινου τουρισμού, λόγω της μοναδικότητας όλης της παραγωγικής διαδικασίας. Η τοπική κοινότητα έχει μεγάλες πιθανότητες να γνωρίσει μια ανάπτυξη. Παρέχονται θέσεις εργασίας και εισόδημα. Ο πράσινος τουρισμός έχει πολλές πιθανότητες να συμβάλλει θετικά στην τοπική κοινωνία, καθώς οι πράσινοι τουρίστες έχουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τη φύση και τον πολιτισμό (Hikmah, Nurdin, 2017). Ωστόσο, μια επιχείρηση αναλαμβάνει πράσινες δράσεις επειδή νοιάζεται πραγματικά για το περιβάλλον; Πράσινες δράσεις δημιουργούν μια καλή εικόνα για την επιχείρηση. Όπως έχει προαναφερθεί, προκύπτει όφελος για τις επιχειρήσεις και το περιβάλλον. Μήπως λοιπόν υπάρχει το φαινόμενο του greenwashing; Νοιάζονται πραγματικά για το περιβάλλον ή το κάνουν για να βελτιώσουν την εικόνα τους στο καταναλωτικό κοινό;

4.2.2 ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Υπάρχουν μορφές τουρισμού που προωθούν την βιώσιμη ανάπτυξη, όπως είναι ο επιλεκτικός τουρισμός. Η πιο δημοφιλής, όμως, μορφή τουρισμού είναι ο μαζικός. Παρά τα έσοδα που συγκεντρώνονται από τις επιχειρήσεις τουριστικές και μη, το αντίκτυπο των δραστηριοτήτων των ανθρώπων όσο και των επιχειρήσεων βλάπτει σοβαρά το περιβάλλον. Το περιβάλλον κινδυνεύει να μην επανέλθει ποτέ στην αρχική του μορφή. Το θέμα της βιωσιμότητας είναι κάτι που αφορά όλους και όλοι θα πρέπει να αναλάβουν την ευθύνη. Εδώ έρχεται η ανάγκη για σωστή ενημέρωση του κόσμου, του προσωπικού μιας επιχείρησης, της τοπικής κοινότητας και των ίδιων των τουριστών, για την αναγκαιότητα

της προστασία του περιβάλλοντος. Στόχος είναι η πλήρης ευαισθητοποίηση σε περιβαλλοντικά θέματα, έτσι ώστε να ακολουθούν πιο πράσινες δράσεις, επιλέγοντας μορφές τουρισμού που είναι πιο φιλικές προς το περιβάλλον.

Πίνακας 4.1 Παράγοντες που καθορίζουν βιώσιμη ανάπτυξη τουρισμού (Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας, 2019)

<i>ΕΙΔΟΣ/ΤΥΠΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ σωστή διαχείριση μαζικού τουρισμού ▪ χωροταξικά σχέδια για διαχείριση περιοχών
<i>ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ βελτίωση περιβαλλοντικής ευαισθησίας ▪ διαφοροποίηση τουρισμού ▪ διασπορά χρόνου διακοπών
<i>ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ προώθηση νέων μορφών τουρισμού ▪ βελτίωση περιβαλλοντικής ευαισθησίας σε όλους, τοπική κοινότητα κ.τ.λ.

Εδώ είναι σημαντικό να αναφερθεί πόσο σημαντική είναι και η δράση οργανισμών και φορέων σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Βοηθητικά μέσα όπως η εκπαίδευση, η ενημέρωση δεν αρκούν ιδίως για τις επιχειρήσεις. Ένας περιβαλλοντικός έλεγχος, για παράδειγμα στις ξενοδοχειακές μονάδες, κρίνεται απαραίτητος. Από την άλλη, τα οικονομικά εργαλεία παίζουν καθοριστικό ρόλο. Επίσης, υλοποιούνται διάφορα προγράμματα και δράσεις μέσω ΕΣΠΑ²² και παρέχονται χρηματοδοτήσεις σε τομείς με δράσεις φιλικές προς το περιβάλλον. Η παροχή από το κράτος οικονομικών και φορολογικών κινήτρων ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις να ακολουθήσουν τον δρόμο προς την βιωσιμότητα. Και τέλος, ένας άλλος παράγοντας που θα μπορούσε να ενθαρρύνει την βιώσιμη ανάπτυξη είναι η βράβευση των τουριστικών επιχειρήσεων για τις πράσινες δράσεις τους.

²² Ελληνική Δημοκρατία Υπουργείο Τουρισμού. Ευρωπαϊκή Νομοθεσία

Πίνακας 4.2 Προγράμματα για προώθηση αειφόρου ανάπτυξης

<p>Πράσινο Τουρισμός²³</p> <p>Είναι ένα πρόγραμμα του ΕΣΠΑ. Στόχος του προγράμματος αυτού είναι η βελτίωση της ενεργειακής αποδοτικότητας των εγκαταστάσεων, σωστή διαχείριση ύδατος και απορριμμάτων με δράσεις που σέβονται το περιβάλλον</p>	<p>Περιβάλλον και Αειφόρος Ανάπτυξη²⁴</p> <p>Είναι ένα πρόγραμμα που στοχεύει στην προστασία υγείας και βελτίωση ποιότητας ζωής πολιτών και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας. Συγκεκριμένα, Αντιμετώπιση Κλιματικής Αλλαγής, Διαχείριση Υδάτινων Πόρων κ.α</p>
---	---

ΑΤΖΕΝΤΑ 2030 ΗΝΩΜΕΝΩΝ ΕΘΝΩΝ Sustainable Development Goals-Sdgs

Η ατζέντα αυτή υιοθετήθηκε το 2015 και περιλαμβάνει 17 στόχους για μια ανάπτυξη βιώσιμη. Ο τουρισμός ανήκει σε μια βιομηχανία που μπορεί να βοηθήσει στην επίτευξη αυτών των στόχων (Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας). Ο UNWTO έχει ως στόχο μέχρι το 2030 να μετατραπεί ο τουρισμός σε προσβάσιμο, βιώσιμο, και υπεύθυνο παγκοσμίως. Καθοδηγεί και στηρίζει τον κλάδο με γνώσεις και πολιτικές με την συμμετοχή 156 χωρών.




Πηγή: <https://tourism4sdgs.org/>

²³ Ελληνική Δημοκρατία Υπουργείο Τουρισμού. Επενδύσεις. Πράσινο Τουρισμός.

²⁴ Περιβάλλον και Αειφόρος Ανάπτυξη <https://mintour.gov.gr/ependyseis/espatoeaka-ep/ep-perivallon-kai-aeiforos-anaptyxi/>

Πίνακας 4.3 Sustainable Development Goals-Sdgs

<p>1 ΜΗΔΕΝΙΚΗ ΦΤΩΧΕΙΑ</p> 	<p>Η αιφόρος τουριστική ανάπτυξη μπορεί να μειώσει την φτώχεια, σε τοπικό επίπεδο, μετά σε εθνικό και παγκόσμιο</p>	<p>2 ΜΗΔΕΝΙΚΗ ΠΕΙΝΑ</p> 	<p>Ο τουρισμός δημιουργεί θέσεις εργασίας, παρέχει εισόδημα στην τοπική κοινότητα</p>
<p>3 ΚΑΛΗ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΕΥΗΜΕΡΙΑ</p> 	<p>Τα έσοδα από τον τουρισμό βελτιώνουν το βιοτικό επίπεδο, την περιθαλψη και άλλες υπηρεσίες</p>	<p>4 ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ</p> 	<p>Δίνονται κίνητρα για ενασχόληση, εκπαίδευση με τον τουρισμό, κυρίως νέοι και γυναίκες</p>
<p>5 ΙΣΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΦΥΛΩΝ</p> 	<p>Στον τουρισμό συμμετέχουν πολλές γυναίκες, οι οποίες εκπαιδεύονται, εργάζονται και έχουν κάποιο εισόδημα</p>	<p>6 ΚΑΘΑΡΟ ΝΕΡΟ ΚΑΙ ΑΠΟΧΕΤΕΥΣΗ</p> 	<p>Ο τουρισμός βοηθά στην παροχή καθαρού νερού και αποχέτευσης</p>
<p>7 ΦΤΗΝΗ ΚΑΙ ΚΑΘΑΡΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑ</p> 	<p>Εξοικονόμηση ενέργειας με εναλλακτικές μορφές, που έχουν μεγάλη συνεισφορά στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής</p>	<p>8 ΑΞΙΟΠΡΕΠΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ</p> 	<p>Παρέχεται απασχόληση, μειώνοντας την ανεργία προς τον δρόμο της οικονομικής ανάπτυξης</p>
<p>9 ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ</p> 	<p>Ο τουρισμός βοηθά στην δημιουργία υποδομών, ειδικά σε περιοχές πιο απομονωμένες</p>	<p>10 ΛΙΓΟΤΕΡΕΣ ΑΝΙΣΟΤΗΤΕΣ</p> 	<p>Όλοι μπορούν να επωφεληθούν από την συμμετοχή τους στον τουρισμό</p>
<p>11 ΒΙΩΣΙΜΕΣ ΠΟΛΕΙΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ</p> 	<p>Με τον βιώσιμο τουρισμό διατηρείται το φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον, με πόλεις προσβάσιμες χωρίς αποκλεισμούς</p>	<p>12 ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ</p> 	<p>Πρέπει να υπάρχει βιώσιμη παραγωγή και κατανάλωση, για τις μελλοντικές γενιές</p>
<p>13 ΔΡΑΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΚΛΙΜΑ</p> 	<p>Ο βιώσιμος τουρισμός επηρεάζει και επηρεάζεται από την κλιματική αλλαγή, στόχος η θετική επιρροή</p>	<p>14 ΖΩΗ ΣΤΟ ΝΕΡΟ</p> 	<p>Ειδικά οι προορισμοί που φημίζονται για τον ήλιο και την θάλασσα, με τον βιώσιμο τουρισμό προστατεύονται</p>
<p>15 ΖΩΗ ΣΤΗ ΣΤΕΡΙΑ</p> 	<p>Με τον βιώσιμο τουρισμό διατηρείται η ομορφιά των τοπίων</p>	<p>16 ΕΙΡΗΝΗ, ΔΙΚΑΙΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΙΣΧΥΡΟΙ ΘΕΣΜΟΙ</p> 	<p>Μέσα από τις τουριστικές δραστηριότητες, οι άνθρωποι έρχονται σε επαφή με νέους πολιτισμούς και αυξάνεται ο σεβασμός στο περιβάλλον και στους πολιτισμούς</p>
<p>17 ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ</p> 	<p>Μέσα από τον τουρισμό, ιδίως για βιώσιμη ανάπτυξη, γίνονται συνεργασίες για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων</p>		

Πηγή: Περιφερειακό Κέντρο Πληροφόρησης ΟΗΕ, <https://unric.org/>

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ ΈΞΥΠΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ²⁵



Πηγή: <https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu>

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διοργανώνει έναν διαγωνισμό για την απονομή του τίτλου της Ευρωπαϊκής Πρωτεύουσας Έξυπνου Τουρισμού για την επιβράβευση υποδειγματικών πρακτικών. Οι αιτήσεις γίνονται μέσω SmartTourismCapital.eu. Έχουν την δυνατότητα να συμμετέχουν κράτη μέλη της ΕΕ ή και εκτός ΕΕ που βρίσκονται στο πρόγραμμα COSME²⁶. Σύμφωνα με το Πληροφοριακό Φυλλάδιο, ο διαγωνισμός αυτός απονέμει τον τίτλο στην πόλη που είναι:

- Βιώσιμη: δρα με σεβασμό προς το περιβάλλον και τους πόρους, προστατεύοντας και βελτιώνοντας το, διατηρώντας μια ισορροπία μεταξύ οικονομικής και κοινωνικής-πολιτισμικής ανάπτυξης
- Ψηφιακή: προσφέρει καινοτομίες, λύσεις, προϊόντα, υπηρεσίες, εμπειρίες που βασίζονται στις ανάγκες των καταναλωτών, με χρήση ψηφιακών εργαλείων
- Πολιτισμική και Δημιουργική: με δημιουργικότητα και την πολιτισμική της κληρονομία προσφέρει μια εμπλουτισμένη τουριστική εμπειρία
- Προσβάσιμη: φυσικά προσβάσιμη για όλες τις ομάδες ατόμων, ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλου, αναπηρίας, χωρίς αποκλεισμούς κ.α. Π.χ. πόλεις με πολλές επιλογές για την μεταφορά τουριστών.

ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ

**ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ
ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ**

ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ

Πηγή: https://smart-tourismcapital.ec.europa.eu/system/files/202104/2022_Factsheet_EL.pdf

²⁵ Πληροφοριακό Φυλλάδιο, Initiative of the European Union https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/system/files/2021-04/2022_Factsheet_EL.pdf

²⁶ Αλβανία, Αρμενία, Βοσνία-Ερζεγοβίνη, Ισλανδία, Κόσοβο, Μολδαβία, Μαυροβούνιο, Βόρεια Μακεδονία, Σερβία, Τουρκία, Ουκρανία και Ηνωμένο Βασίλειο <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/39579>

Δυο πόλεις κερδίζουν τον τίτλο της «Ευρωπαϊκής Πρωτεύουσας Έξυπνου Τουρισμού», αυτές που θα δείξουν μεγαλύτερη καινοτομία και θα δώσουν λύσεις. Οι πόλεις που κερδίζουν έχουν το προνόμιο να προωθηθούν από μια ειδική ομάδα ως ο απόλυτος τουριστικός προορισμός και θα λάβουν ένα γλυπτό που προορίζεται για το κέντρο της πόλης ως σύμβολο της συνεισφοράς τους. Το 2021 συνολικά υποβλήθηκαν 30 αιτήσεις από 16 διαφορετικές χώρες.

Πίνακας 4.4 Νικήτριες Πρωτεύουσες Έξυπνου Τουρισμού

ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΕΣ	ΈΞΥΠΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
2019	Ελσίνκι, Λυών ²⁷
2020	Γκέτεμποργκ, Μάλαγα ²⁸
2021	Βαλένθια, Μπορντώ ²⁹

4.3 ΠΑΝΔΗΜΙΑ-ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ Pandemic-Tourism

Η πανδημία δημιούργησε ένα τεράστιο πλήγμα στον τουρισμό. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO)³⁰, την περίοδο 2019-2020 μειώθηκαν οι διεθνείς αφίξεις κατά -74% παγκοσμίως. Χάθηκαν περίπου 1,08 δισ. διεθνείς αφίξεις και \$ 1,3 τρις. έσοδα από εξαγωγές. Με την πανδημία κινδύνεψαν περίπου 100 εκ. θέσεις εργασίας. Περισσότερο από όλους επηρεάστηκαν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που αντιμετώπισαν πρόβλημα επιβίωσης. Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομία το 2020 υπολογίζεται περίπου στα € 13-16 δισ. ευρώ, δηλαδή το 8% -10% του ΑΕΠ. Ωστόσο, είναι μια κρίση, που μπορεί να μετατραπεί σε ευκαιρία. Όπως με κάθε άλλη κρίση, έτσι και με την πανδημία, μπορούν τώρα να εντοπιστούν αδυναμίες στο τουριστικό σύστημα και το πόσο μπορεί να επηρεαστεί από εξωτερικούς παράγοντες. Έτσι, μπορούν να βρεθούν λύσεις για αυτές τις αδυναμίες και να αναπτυχθεί μια συνεχή ετοιμότητα για παρόμοιες κρίσεις στο μέλλον.

Με το ξέσπασμα της κρίσης, το Υπουργείο Τουρισμού³¹ έλαβε άμεσα κάποιες δράσεις. Με βάση τη κοινή λειτουργική απόφαση 16192/2020 ΦΕΚ 4687/Β/23-10-2020³² γίνεται αναφορά στα Ειδικά Πρωτόκολλα υγειονομικού περιεχομένου, τα οποία πρέπει να

²⁷ CityBranding (2019) Ευρωπαϊκές Πρωτεύουσες του Έξυπνου Τουρισμού

²⁸ Travel Daily News (2021) Η ΕΕ προκηρύσσει διαγωνισμό για την Ευρ. Πρωτεύ. Έξυπ. Τουρι. 2022

²⁹ European Commission, 2021. European Capitals of Smart Tourism, Competition winners 2022.

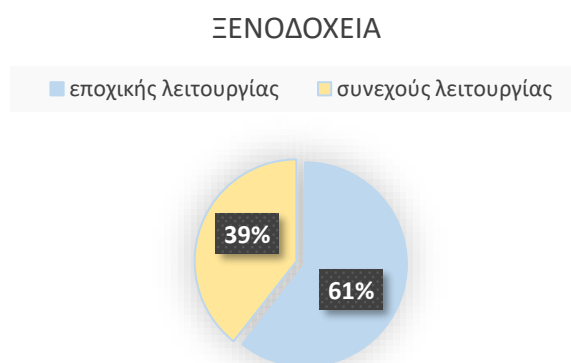
³⁰ Έρευνα INSETE για την συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2020, Άρης Ίκκος, Σεραφεΐμ Κουτσός (2021)

³¹ Έλληνική Δημοκρατία Υπουργείο Τουρισμού. Covid-19

³² ΦΕΚ 4687/Β/23-10-2020 <https://mintour.gov.gr/wp-content/uploads/2021/05/KYA6632-2021-ygeionomika-protokolla.pdf>

τηρούν οι τουριστικές επιχειρήσεις. Τα Πρωτόκολλα αυτά θα ισχύουν μέχρι και το 2022. Αναφέρονται οδηγίες για ατομική προστασία και δωμάτια απομόνωσης, πρόστιμα σε περίπτωση μη τήρησης μέτρων. Σύμφωνα με τον Εθνικό Οργανισμό Δημόσιας Υγείας (2020) δίνονται οδηγίες για τα ξενοδοχεία απομόνωσης, όσον αφορά την υποδομή, την διαμονή, τις προμήθειες, την επικοινωνία, σεβασμός και αξιοπρέπεια όσον αφορά τα ανθρώπινα δικαιώματα.

Σύμφωνα με το ΙΤΕΠ (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων)³³, στην προ covid εποχή (2019) λειτούργησαν 9.971 ξενοδοχεία, 3.965 συνεχούς και 6.098 εποχικής λειτουργίας.



Γράφημα 4.1 Ξενοδοχεία εποχικής, συνεχούς λειτουργίας

Το καλοκαίρι του 2020, το 84% των ξενοδοχείων σκόπευαν να λειτουργήσουν κανονικά. Ωστόσο το 67% συμμορφώθηκε με τα υγειονομικά μέτρα και μόλις το 60% των ξενοδοχείων κατάφερε να ανοίξει και να λειτουργήσει κανονικά. Μέχρι το τέλος του 2020, λειτούργησαν 863 ξενοδοχεία, δηλαδή το 22% των ξενοδοχείων συνεχούς λειτουργίας, το 1/5 σε σύγκριση με το 2019. Επηρεάστηκε και η περίοδος λειτουργίας των ξενοδοχείων. Τα ξενοδοχεία συνεχούς λειτουργίας παρέμειναν ανοιχτά για 7 μήνες, ενώ τα ξενοδοχεία εποχικής λειτουργίας για 3,2 μήνες. Ενώ το 2019 γέμιζαν σχεδόν όλα τα δωμάτια των ξενοδοχείων, το 2020 δεν καλύφθηκε ούτε το 50%. Για αυτό τον λόγο υπήρξε και μείωση στις τιμές δωματίων. Ο τζίρος των ξενοδοχείων από τα 8.357.667.099 ευρώ μειώθηκε κατά 78% στα 1.831.353.945 ευρώ.

³³ Σεμινάριο (2021), Υιοθέτηση Πράσινων Στρατηγικών σε Τουριστικές Επιχειρήσεις στις νέες Συνθήκες που Δημιούργησε η Πανδημία του COVID, Αιμηλία Βλάμη, Γιώργος Τσάμος

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο

Πράσινες Πρακτικές στον Τουριστικό Κλάδο

5.1 ΠΡΑΣΙΝΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ³⁴ Green Marketing

Η έννοια του πράσινου μάρκετινγκ είναι ακόμα σε συζητήσεις μεταξύ των μελετητών. Δεν υπάρχει μέχρι σήμερα αποδεκτή ορολογία και οι ορισμοί ποικίλλουν. Διαφορετικοί συγγραφείς χρησιμοποιούν διαφορετικούς όρους. Πιο συχνά χρησιμοποιούνται οι όροι:

Πίνακας 5.1 Ορισμοί για Βιώσιμο Μάρκετινγκ

<i>sustainable marketing</i> = βιώσιμο μάρκετινγκ	Fuller, D. A. (1999)
<i>sustainability marketing</i> = μάρκετινγκ βιωσιμότητας	Belz & Peattie, (2009)
<i>environmental marketing</i> = περιβαλλοντικό μάρκετινγκ	Polonsky & Mintu-Wimsatt, 1997
<i>ecological marketing</i> = οικολογικό μάρκετινγκ	Henion, 1976

Θα έλεγε κανείς πως το πράσινο μάρκετινγκ αφορά την ανάπτυξη και ανάδειξη προϊόντων, που ικανοποιούν την συγκεκριμένη ανάγκη/επιθυμία του καταναλωτή, με τις λιγότερο δυνατές αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον. Ακόμα, με αυτόν τον τρόπο υπάρχει και ισχυρή τοποθέτηση. Η επιχείρηση αποκτά μια πολύ καλή εικόνα λόγω ποιότητας του προϊόντος και των φιλικών δράσεων προς το περιβάλλον.

³⁴ Rahmawati, Martaleni (2016). Green marketing strategy for green tourism destination. University of Gajayana Indonesia

Ο ρόλος του πράσινου μάρκετινγκ (Rahmawati, Martaleni, 2016) στον πράσινο τουρισμό είναι αρκετά σημαντικός. Υπάρχει μια περιβαλλοντικά προσανατολισμένη συμπεριφορά αναφορικά με την επιλογή του προορισμού, το είδους του τουρισμού, καθώς και τη συμπεριφορά κατά τη διάρκεια του ταξιδιού στο τουριστικό προορισμό. Με το πέρασμα των χρόνων, όλο και περισσότεροι καταναλωτές κατά την επιλογή τουριστικού προορισμού, λαμβάνουν υπόψη τη φήμη που έχει ένας προορισμός όσον αφορά την κοινωνική και περιβαλλοντική ευθύνη. Το μάρκετινγκ θα πρέπει να χρησιμοποιείται ως στρατηγικός μηχανισμός για την επίτευξη στρατηγικών στόχων για διασφάλιση της βιωσιμότητας του προορισμού. Το περιβάλλον θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη σε όλες τις πτυχές του μάρκετινγκ.

Για την εφαρμογή του πράσινου μάρκετινγκ λαμβάνονται υπόψη δυο είδη εκτιμήσεων, εσωτερικές και εξωτερικές εκτιμήσεις (Rahmawati, Martaleni, 2016). Οι εξωτερικές εκτιμήσεις προέρχονται από την ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος. Περιλαμβάνουν την ευαισθησία των καταναλωτών σε περιβαλλοντικά ζητήματα, την ένταση του ανταγωνισμού και την νομοθεσία. Από την άλλη, οι εσωτερικές εκτιμήσεις, που προέρχονται από την ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος, σχετίζονται με την οικολογική συνείδηση και την ευαισθησία των εταιρειών σε περιβαλλοντικές δράσεις. Μετά από έρευνα, αποδεικνύεται πως η εφαρμογή του πράσινου μάρκετινγκ εξαρτάται, πρωτίστως, από τους νομικούς κανονισμούς που οφείλουν να τηρούν οι επιχειρήσεις για την προστασία του περιβάλλοντος.

Η στρατηγική μάρκετινγκ σχεδιάζεται από μια επιχείρηση, με σκοπό την ανάδειξη των προϊόντων της έναντι των ανταγωνιστών της. Κάθε επιχείρηση σχεδιάζει ένα πλάνο με βάση το όραμα, την αποστολή και τους εταιρικούς και περιβαλλοντικούς πόρους που διαθέτει. Όπως αναφέρει ο Hikmah Nurdin, (2017), με την τμηματοποίηση η αγορά χωρίζεται σε τμήματα. Το κάθε τμήμα αποτελείται από άτομα με τα ίδια χαρακτηριστικά, ενδιαφέροντα και αξίες. Και σε κάθε τμήμα προωθείται ένα συγκεκριμένο μείγμα μάρκετινγκ. Αυτή η τμηματοποίηση γίνεται με βάση κάποια χαρακτηριστικά ατόμων και οργανισμών.

Ας πάρουμε ως παράδειγμα τον τουριστικό κλάδο. Με την γεωγραφική τμηματοποίηση δίνεται βάση στην περιοχή και το κλίμα. Κάθε περιοχή έχει τα δικά της χαρακτηριστικά. Συνήθως έχουν τα ίδια γούστα, τις ίδιες συνήθειες λόγω της περιοχής στην οποία βρίσκονται. Η ψυχογραφική τμηματοποίηση γίνεται με βάση την προσωπικότητα των ατόμων, τα κίνητρα, ενδιαφέροντα. Από την άλλη, μια επιχείρηση, κατά την διαδικασία επιλογής των ταξιδιωτών, μπορεί να λάβει υπόψη και δημογραφικά στοιχεία, όπως είναι η ηλικία, το φύλο, το εισόδημα, το μορφωτικό επίπεδο κ.α. και να στοχεύσει ανάλογα. Ακόμα, υπάρχει τμηματοποίηση ταξιδιωτών με βάση την συμπεριφορά τους, την στάση που έχουν π.χ. για ένα συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό. Περιλαμβάνει, επίσης την ευαισθησία των τουριστών όσον αφορά τις τιμές, και την αφοσίωση που έχουν σε προορισμούς και καταλύματα που έχουν ήδη επισκεφθεί. Και τέλος, υπάρχει τμηματοποίηση που βασίζεται στην στάση τον τρόπο ζωής, τις αξίες κάποιου. Γίνεται στόχευση καταναλωτών που λατρεύουν να επισκέπτονται φυσικούς προορισμούς.

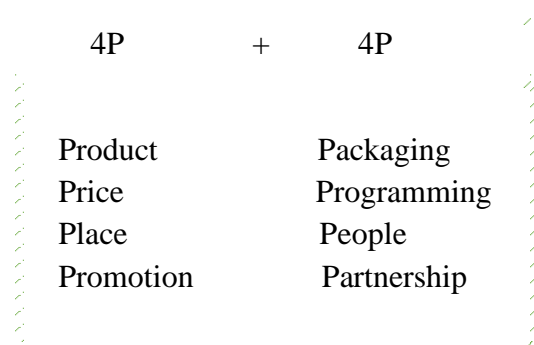
Μόλις χωριστούν τα τμήματα της αγοράς, γίνεται η επιλογή που ωφελεί περισσότερο τον οργανισμό. Για ένα πράσινο και βιώσιμο τουρισμό ανάλογα και με τον προορισμό επιλέγονται οι πιο κατάλληλοι. Στην περίπτωση της Ελλάδας για παράδειγμα, που φημίζεται για τον ήλιο και την θάλασσα, θα ήταν πολύ επιτυχημένη η στόχευση επισκεπτών από χώρες με πιο χαμηλές θερμοκρασίες, που λατρεύουν το ζεστό κλίμα και απολαμβάνουν τον χρόνο τους στην φύση. Με την τοποθέτηση παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος, όπως ο προορισμός, οι διάφορες δραστηριότητες, τα καταλύματα. Η τοποθέτηση πρέπει να γίνει με τρόπο που να αποτυπώνεται στην μνήμη του καταναλωτή. Και τα χαρακτηριστικά είναι αυτά που ίσως την βοηθήσουν να διαφοροποιηθεί από τους ανταγωνιστές της. Ως παράδειγμα εδώ μπορούν να χρησιμοποιηθούν τα παραδοσιακά καρυκεύματα, σουβενίρ ενός συγκεκριμένου τόπου που έχουν την μοναδικότητά τους. Αν κάποιος επισκεφθεί την Κέρκυρα θα δει παντού προϊόντα κουμκουάτ, το νησί αυτό φημίζεται για τα γλυκίσματα και ποτά με το λεγόμενο χρυσό πορτοκάλι.

Περνώντας στην ανάλυση του μικρο περιβάλλοντος, η SWOT ανάλυση αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο, με το οποίο μια επιχείρηση αντιλαμβάνεται τα δυνατά και αδύνατα σημεία της, ύστερα από μια ανάλυση στο εσωτερικό περιβάλλον. Στον τουριστικό κλάδο υπάρχει ανταγωνισμός μεταξύ προορισμών, χωρών και περιοχών, θαλασσών, βουνών κ.α. Μια ανάλυση των ανταγωνιστικών προϊόντων, της νέας εισόδου επιχείρησης, της διαπραγματευτικής δύναμης των αγοραστών και προμηθευτών (Pest analysis) βοηθά στο χτίσιμο της στρατηγικής μιας επιχείρησης.

ΜΕΙΓΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ Tourism Marketing Mix

Ο Morrison (2010) υποστήριξε ότι το μείγμα μάρκετινγκ στην τουριστική βιομηχανία αποτελείται από 8P³⁵.

Πίνακας 5.2 Tourism Marketing Mix (Morrison, 2010)



Όπως παρουσιάζει ο Rahmawati, Martaleni (2016), πέρα από τα 4P, προϊόν, τιμή, τόπος, προώθηση, επιπρόσθετα το μείγμα τουριστικού μάρκετινγκ περιλαμβάνει συσκευασία, προγραμματισμό, ανθρώπους και συνεργασία.

ΠΡΟΪΟΝ product

Η τοποθεσία, ο προορισμός, η διαμονή, οι εγκαταστάσεις καθώς και η ψυχαγωγία στον προορισμό αποτελούν το τουριστικό προϊόν. Το τουριστικό προϊόν μπορεί κανείς μόνο να το βιώσει. Είναι ένας συνδυασμός προϊόντων και υπηρεσιών.

ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ pricing

Η τιμολόγηση είναι καθοριστικός παράγοντας για το κέρδος μιας επιχείρησης. Εξαρτάται από τη γεωγραφική τοποθεσία του προορισμού, και κυρίως από την εποχικότητα. Η τιμολόγηση στον τουρισμό περιλαμβάνει τις τιμές και άλλων υπηρεσιών.

³⁵ Morrison (2010). Hospitality and Travel Marketing, page 27-28 https://www.researchgate.net/publication/257363564_Hospitality_and_Travel_Marketing

ΤΟΠΟΣ place

Οι υποδομές, οι συγκοινωνίες, η επικοινωνία είναι σημαντικές για την ανάπτυξη του τουριστικού κέντρου. Πρέπει να ληφθεί μια απόφαση για τα κανάλια διανομής. Το σύστημα διανομής στο τουριστικό μάρκετινγκ στοχεύει στην επέκταση του αριθμού των σημείων πώλησης ή πρόσβασης.

ΠΡΟΩΘΗΣΗ promotion

Οι τουριστικές επιχειρήσεις έχουν την ευθύνη να ενημερώνουν, να πείθουν και να προσελκύουν πιθανούς τουρίστες, με βάση τα διάφορα χαρακτηριστικά τους. Είναι σημαντική η χρήση διάφορων στοιχείων προώθησης.

Συσκευασία packaging

Η συσκευασία αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζονται οι υπηρεσίες και τα προϊόντα. Έχει να κάνει με συνδυασμό του βασικού τουριστικού προϊόντος με πρόσθετες υπηρεσίες. Το πακέτο προωθείται στους τουρίστες, που μπορούν να το αγοράσουν.

Προγραμματισμός programming

Με τον προγραμματισμό, αναπτύσσονται ειδικές δραστηριότητες, εκδηλώσεις, προγράμματα. Έξτρα υπηρεσίες ισούνται με εξτρά κόστος για τους καταναλωτές. Ο ειδικός προγραμματισμός λαμβάνει υπόψη αυτά τα ενδιαφέροντα για να προσελκύσει επιπλέον πελάτες.

Άνθρωποι people

Ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες του τουρισμού είναι οι άνθρωποι, η τοπική κοινότητα και όχι μόνο. Η τοπική κοινότητα, οι τοπικές επιχειρήσεις, οι διάφοροι φορείς και οργανισμοί οφείλουν να έχουν σωστή συμπεριφορά για να μετατρέψουν τους περιστασιακούς τουρίστες σε τακτικούς.

Συνεργασία partnership

Μέσα από τις συνεργασίες αυξάνεται η αξιοπιστία του οργανισμού. Δυο μικροί οργανισμοί μπορούν να συνεργαστούν συνδυάζοντας τους πόρους και τις ικανότητες τους για παροχή ενός ευρύτερου φάσματος υπηρεσιών, πετυχαίνοντας αποτελέσματα που δεν θα μπορούσαν να πετύχουν αν λειτουργούσαν μεμονωμένα.

5.2 ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ENERGY MANAGEMENT

Για την κατανάλωση ενέργειας χρειάζεται η κατανάλωση μη ανανεώσιμων φυσικών πόρων, όπως είναι ο υδρογονάνθρακας. Όταν μια περιοχή αναπτύσσεται τουριστικά αυξάνεται και η ενέργεια που καταναλώνεται. Επομένως, όσο μεγαλύτερη η ανάπτυξη, τόσο μεγαλύτερη και η κατανάλωση (Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας, 2019). Η ενέργεια χρησιμοποιείται για τον φωτισμό, τη θέρμανση, το μαγείρεμα και για ζεστό νερό. Μέσα στα λειτουργικά κόστη των τουριστικών επιχειρήσεων είναι και το ενεργειακό κόστος. Μια μείωση στην κατανάλωση ενέργειας ωφελεί την επιχείρηση και το περιβάλλον. Κάτι τέτοιο είναι εφικτό με την χρήση των κατάλληλων μορφών ενέργειας, με κατάλληλες τεχνικές εξοικονόμησης, καθώς και με την χρήση συσκευών υψηλής απόδοσης³⁶. Πιο συγκεκριμένα, αρκετά σημαντική κρίνεται η χρήση ΑΠΕ (ανανεώσιμων πηγών ενέργειας), λαμπτήρων χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας, θερμοστατών, keycards που συνδέονται με κλιματισμό και φωτισμό, και θερμομόνωση του χώρου³⁷.

Τα ξενοδοχεία και άλλα καταλύματα ευθύνονται για το 2% εκπομπής αερίου διοξειδίου του άνθρακα (CO₂) στον τουριστικό κλάδο. Ένα ποσοστό αρκετά μεγάλο αν αναλογιστεί κανείς πως ο τουριστικός κλάδος στο σύνολο του απελευθερώνει 5% CO₂. Το 1/5 των ξενοδοχείων είναι παλιά κτίρια, χτισμένα πριν το 1980 ή μεταξύ 1980-2005, πριν την εφαρμογή του πρώτου Κανονισμού Ενεργειακής Απόδοσης Κτιρίων (KENAK). Σκοπός του KENAK είναι η βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης των κτιρίων, που οδηγεί σε εξοικονόμηση ενέργειας και ωφελεί το περιβάλλον³⁸. Σύμφωνα με Υπουργείο Περιβάλλοντος & Ενέργειας, στον Κανονισμό Ενεργειακής Απόδοσης Κτιρίων καθορίζονται τα δομικά στοιχεία του κτιρίου και οι ενέργειες που απαιτούνται για ενεργειακή απόδοση. Κάποιες από αυτές τις ενέργειες είναι η θερμομόνωση, η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, ο αερισμός του εσωτερικού χώρου και ο φυσικός φωτισμός. Σύμφωνα με τις Ενεργειακές Λύσεις³⁹:

³⁶ EnergyTelia. Ενέργεια και Τουρισμός

³⁷ Green Hotels. Εξοικονόμηση Ενέργειας

³⁸ Κανονισμός Ενεργειακής Απόδοσης Κτιρίων <http://www.kenak.gr/>

³⁹ Ενεργειακές λύσεις. Εξοικονομά για τον τουρισμό

- Ετήσια κατανάλωση ενέργειας μεταξύ 200 - 1000 kWh/m²
- Ετήσιες δαπάνες για ενέργεια από €600 έως €2.000+ /δωμάτιο
- Εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα περίπου 10 τόνους CO₂/δωμάτιο
- Θέρμανση χώρων και νερού το 70% της ετήσιας κατανάλωσης ενέργειας και 40% της ετήσιας ενεργειακής δαπάνης ενός ελληνικού ξενοδοχείου
- Φωτισμός το 8% της κατανάλωσης ενέργειας, το 21% της ενεργειακής δαπάνης.

Σύμφωνα με μελέτες του Αστεροσκοπείου Αθηνών, για τον φωτισμό η αντικατάσταση λαμπτήρων με λαμπτήρες νέας τεχνολογίας LED (Light Emitting Diode= Δίοδος Εκπομπής Φωτός), οδηγούν σε εξοικονόμηση 60% ενέργειας. Σχεδόν όλα τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα επενδύουν σε λαμπτήρες τεχνολογίας LED.

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ BMS/ BEMS⁴⁰ Building Management Systems

Τα συστήματα BMS/ BEMS (Building Management Systems), εφαρμόζονται σε μεγάλα κτίρια, διασφαλίζοντας την ομαλή λειτουργία τους. Επιτρέπουν την κεντρική διαχείριση και εποπτεία των ηλεκτρικών, ενεργειακών και υδραυλικών εγκαταστάσεων του κτιρίου, την έγκαιρη διάγνωση βλαβών, την αυτοματοποίηση λειτουργιών. Ακόμα, υπάρχει μια συνεχής παρακολούθηση της ενέργειας που καταναλώνεται. Η εγκατάσταση κεντρικού συστήματος ελέγχου κτιρίου BMS από τουλάχιστον το 50% των ξενοδοχείων θα μπορούσε να οδηγήσει σε 30% εξοικονόμηση ηλεκτρικής ενέργειας και 20% θερμικής.

ΑΠΕ

Οι Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας είναι εναλλακτικές πηγές ενέργειας από τις παραδοσιακές, όπως το πετρέλαιο. Σύμφωνα με την οδηγία 2009/28/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου⁴¹, ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, είναι η αιολική, η ηλιακή, η γεωθερμική, η υδροθερμική και βιομάζα/βιοαέρια. Είναι καθαρές μορφές ενέργειας, πιο φιλικές προς το περιβάλλον, καθώς δεν απελευθερώνουν υδρογονάνθρακες ή διοξείδιο του άνθρακα. Για ένα βιώσιμο τουρισμό και μια βιώσιμη ανάπτυξη είναι σημαντική η αύξηση χρήσης αυτών των εναλλακτικών μορφών ενέργειας. Η ηλικιακή ενέργεια είναι αρκετά σημαντική.

⁴⁰ Σεμινάριο, Υιοθέτηση Πράσινων Στρατηγικών σε Τουριστικές Επιχειρήσεις στις νέες Συνθήκες που Δημιούργησε η Πανδημία του COVID, Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Εφαρμοσμένων και Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών Πανεπιστημίου Μακεδονίας

⁴¹ ΟΔΗΓΙΑ 2009/28/EK ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ (2009)

ΗΛΙΑΚΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑ⁴²

Μια λύση για εξοικονόμηση ενέργειας και χρήματος, είναι οι μορφές ενέργειας που προέρχονται από τον ήλιο. Το φως και η θερμότητα από τον ήλιο μαζί με άλλα στοιχεία και ενώσεις, μετατρέπεται σε ενέργεια και προκύπτουν τρία είδη ηλιακής ενέργειας:

ΘΕΡΜΙΚΑ ΗΛΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

Μια διαδεδομένη μορφή θερμικών ηλιακών συστημάτων είναι οι ηλιακοί θερμοσίφωνες. Απορροφούν την ηλιακή ενέργεια μέσω ηλιακών συλλεκτών, σκουρόχρωμων επιφανειών, προσανατολισμένων στον ήλιο. Ύστερα καθώς έρχονται σε επαφή με το νερό την μεταφέρουν με ρευστή μορφή θερμότητας στο νερό. Το παραγόμενο ζεστό νερό προορίζεται για οικιακή και βιομηχανική χρήση.

ΠΑΘΗΤΙΚΑ ΗΛΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

Τα παθητικά ηλιακά συστήματα αποτελούνται από δομικά στοιχεία καλά σχεδιασμένα και συνδυνασμένα, ώστε να βοηθούν στην εκμετάλλευση της ηλιακής ενέργειας για τον φυσικό φωτισμό των κτιρίων ή για τη ρύθμιση της θερμοκρασίας.

ΦΩΤΟΒΟΛΤΑΪΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

Αυτά τα συστήματα μετατρέπουν την ηλιακή ακτινοβολία σε ηλεκτρική ενέργεια. Κάποια παραδείγματα είναι οι δορυφόροι, οι φάροι. Στην Ελλάδα, η ανάπτυξη των φωτοβολταϊκών συστημάτων θα μπορούσε να καταστεί εύκολη λόγω του ήλιου.

Πίνακας 5.3 Κατηγορίες φωτοβολταϊκών συστημάτων

-Αυτόνομα συστήματα	ενέργεια καταναλώνεται επιτόπου
-Διασυνδεδεμένα συστήματα	ενέργεια διοχετεύεται στο ηλεκτρικό δίκτυο, μεταφέρεται και καταναλώνεται αλλού.
-Βιομάζα/ Βιορευστά/ Βιοαέριο	

⁴² Υπουργείο Περιβάλλοντος & Ενέργειας. Ηλιακή/Φωτοβολταϊκά

ΒΙΟΚΛΙΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ⁴³

Ο Βιοκλιματικός Σχεδιασμός λαμβάνει υπόψη το κλίμα και κάνει τα πάντα για την εξασφάλιση των καλύτερων συνθηκών στο εσωτερικό ενός κτιρίου, όπως θέρμανση, αερισμός, με εξοικονόμηση ενέργειας. Τεχνικές που χρησιμοποιεί είναι η θερμική προστασία του κελύφους, τα παθητικά ηλιακά συστήματα, οι τεχνικές και τα συστήματα φυσικού δροσισμού και φυσικού φωτισμού. Ένα βιοκλιματικό κτίριο καταναλώνει έως και 30% λιγότερη ενέργεια σε σχέση με ένα συμβατικό κτίριο. Σε σχέση με μη μεμονωμένα κτίρια μπορεί να εξοικονομήσει μέχρι και 80% ενέργεια.

Πίνακας 5.4 Κατηγορίες βιοκλιματικού σχεδιασμού

1. Παθητικά Ηλιακά Συστήματα Θέρμανσης
2. Παθητικά Συστήματα και Τεχνικές Φυσικού Δροσισμού
3. Συστήματα και Τεχνικές Φυσικού Φωτισμού

Ο βιοκλιματικός σχεδιασμός περιλαμβάνει τα Παθητικά Ηλιακά Συστήματα και προσφέρει φως, θέρμανση και δροσιά στο κτίριο. Η ηλιακή ενέργεια βοηθά στον φυσικό φωτισμό του χώρου και στην θέρμανση τον χειμώνα με χρήση παθητικών ηλιακών συστημάτων. Ο σχεδιασμός αυτός προσφέρει θερμική προστασία στα κτίρια τον χειμώνα με θερμομόνωση στο κέλυφος του κτιρίου. Ο φυσικός φωτισμός προσφέρει επαρκές φωτισμό στον χώρο χωρίς κατανάλωση ενέργειας. Η σκίαση προσφέρει προστασία από τον ήλιο το καλοκαίρι. Με συστήματα και τεχνικές παθητικού δροσισμού, απομακρύνεται η θερμότητα του κτιρίου με φυσικό τρόπο, π.χ. με αερισμό χώρου τις νυχτερινές ώρες.

⁴³ http://www.cres.gr/energy_saving/Ktiria/bioklimatikos_sxediasmos.htm

5.3 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΥΔΑΤΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ WATER MANAGEMENT

Το νερό είναι ένας πολύ αναγκαίος φυσικός πόρος. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια καταγράφεται σπατάλη και ρύπανση νερού, δίνοντας τροφή για σκέψη σε πρακτικές πιο βιώσιμες. Κατά μέσο όρο καταναλώνονται 450 λίτρα νερού ημερησίως ανά τουρίστα σε ξενοδοχεία πολυτέλειας, και 280 στα περισσότερα. Το νερό είναι απαραίτητο για καθαριότητα, συντήρηση κήπων, πισίνας κ.α. Με την φύτευση απαιτείται συνεχώς πότισμα για αποφυγή ξηρασίας. Οι υψηλές ποσότητες νερού που απαιτούνται προκαλούν προβλήματα ιδίως στα νησιά και τις παράκτιες περιοχές, με εποχική αύξηση ζήτησης για νερό τους θερινούς μήνες (Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας, 2019).

Αρχικά, υπάρχουν πρακτικές μικρού κόστους που ωφελούν το περιβάλλον, μειώνοντας παράλληλα τα λειτουργικά έξοδα. Σημαντική είναι η εξοικονόμηση νερού με χρήση ειδικών συσκευών, όπως αυτόματες βρύσες, καζανάκια διπλής ροής. Οφείλεται να γίνεται έλεγχος και μείωση διαρροών για να μην υπάρχει σπατάλη νερού. Μπορούν να μπουν περιορισμοί κατανάλωσης νερού κατά την παραγωγική διαδικασία. Μια ακόμα καλή πρακτική είναι η ανακύκλωση του νερού, με επαναχρησιμοποίηση νερού.

Πίνακας 5.5 Πρακτικές Διαχείρισης Νερού

Επαναχρησιμοποίηση πετσετών, Κλινοσκεπασμάτων	Μετρητές νερού
Αυτόματα συστήματα ποτίσματος	Δίκτυο βρόχινου νερού
Εκπαίδευση προσωπικού	Χρήση γκρίζου νερού

Η τουριστική κατανάλωση νερού είναι μεγαλύτερη από την οικιακή. Στα καταλύματα οι διάφορες εργασίες καθαρισμού, συντήρηση δωματίων, πλυντήρια σε καθημερινή βάση, οι δραστηριότητες αναψυχής, συντήρηση χώρων πρασίνου και πισινών, λουτρά, ντους, φαγητό οδηγούν σε απώλειες και σπατάλες νερού, που ανέρχεται στο 40% της συνολικής κατανάλωσης νερού. Για την καθημερινή πλύση πετσετών και σεντονιών χρησιμοποιείται άφθονο νερό και απορρυπαντικά. Τέλος, υπάρχουν και εγκαταστάσεις συστημάτων διαχείρισης νερού, όπως η εγκατάσταση δεξαμενής για συλλογή βρόχινου νερού, που έχουν όμως υψηλό κόστος.

ΒΡΟΧΙΝΟ ΝΕΡΟ⁴⁴

Η κατανάλωση νερού έχει κόστος τόσο για τα νοικοκυριά, όσο και για τις επιχειρήσεις. Το νερό της βροχής επεξεργασμένο και μη μπορεί να είναι αρκετά χρήσιμο. Το νερό αυτό έχει πολλές χρήσεις, εκτός από κατανάλωση και μαγείρεμα. Μπορεί να το αξιοποιήσει κάποιος ποτίζοντας τα λουλούδια, πλένοντας το αμάξι ή μπορεί να χρησιμοποιηθεί και στο καζανάκι της λεκάνης. Έρευνα έχει δείξει πως με ένα καζανάκι καταναλώνονται 6-10 μεγάλα μπουκάλια νερού, που είναι περίπου 9-16 λίτρα νερού. Από την στιγμή που θα υπάρχει διαθέσιμο νερό από την βροχή, για ποιον λόγο κάποιος να καταναλώνει νερό από την βρύση; Για την συλλογή βρόχινου νερού απαιτείται η τοποθέτηση δεξαμενής αποθήκευσης νερού. Η τοποθέτηση γίνεται στην ταράτσα ή υπόγεια. Το κόστος για ένα τέτοιον οικιακό σύστημα ξεκινά από 1000 ευρώ και αυξάνεται όσο αυξάνεται και το μέγεθος της δεξαμενής. Κόστος έχει και η εγκατάσταση του. Είναι μια επένδυση που γρήγορα μάλιστα μπορεί να αποδώσει, λόγω εξοικονόμησης χρήσης νερού από άλλες πηγές.

ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΗ ΓΚΡΙΖΟΥ ΝΕΡΟΥ⁴⁵

Αν πάλι κάποιος επιθυμεί να εξοικονομεί νερό χωρίς να περιμένει την βροχή, μπορεί να ακολουθήσει μια πρακτική ανακύκλωσης νερού όπως είναι η επανάχρηση γκριζου νερού. Το γκριζο νερό είναι το νερό που προέρχεται από τους νιπτήρες, τις μπανιέρες και το πλυντήριο και καταλήγει στην αποχέτευση. Αποτελείται από πόσιμο νερό και νερό λυμάτων. Ονομάζεται γκριζο λόγω του χρώματος και της σύστασης του. Με μια επεξεργασία μπορεί να επαναχρησιμοποιηθεί για οικιακή χρήση, πότισμα, πλύσιμο αυτοκινήτων, καζανάκια. Η συλλογή αυτού του νερού γίνεται σε ειδικές δεξαμενές που αρχικά διαχωρίζουν τα στερεά στοιχεία, ύστερα μεταφέρεται σε άλλη δεξαμενή όπου και γίνεται μια επεξεργασία βιολογική. Το νερό φιλτράρεται για να απομακρυνθούν μικρόβια και βακτηρίδια. Και τέλος, αποθηκεύονται στην τελική δεξαμενή από την οποία αντλούνται. Μπορεί να συνυπάρξει και με σύστημα βρόχινου νερού. Τα οφέλη είναι πολλά και για το περιβάλλον και για την τσέπη μας. Εξοικονομούνται χρήματα λόγω μικρότερης κατανάλωσης, δαπάνης με πιο ορθολογική διαχείριση του πόσιμου νερού. Ακόμη, κάποιες δραστηριότητες γίνονται χωρίς την επιβάρυνση του περιβάλλοντος. Αυτό το σύστημα τοποθετείται σε όλα τα κτίρια παλιά και νέα.

⁴⁴ Spiros Soulis. Νερό της Βροχής: Πώς Μπορείτε να το Χρησιμοποιήσετε

⁴⁵ Greenbuilding (2013). Όσα δεν γνωρίζουμε για το γκριζο νερό

5.4 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ WASTE MANAGEMENT

Η διαχείριση στερεών αποβλήτων είναι σημαντική, καθώς τα σκουπίδια οδηγούν σε προβλήματα ρύπανσης, καθώς και σε προβλήματα υγείας. Σύμφωνα με την νομοθεσία⁴⁶, υπάρχει χωριστή συλλογή απορριμμάτων που μπορούν να ανακυκλωθούν.

Πίνακας 5.6 Συστήματα Εναλλακτικής Διαχείρισης ανά είδος ανακυκλώσιμου υλικού

- | |
|--|
| -Αστικά Απόβλητα & Υλικά Συσκευασίας χαρτί, γυαλί, αλουμίνιο, πλαστικό |
| -Απόβλητα Ηλεκτρικού & Ηλεκτρονικού Εξοπλισμού (Α.Η.Η.Ε.) & Λαμπτήρες μπαταρίες, λάδια, τροφές |
| -Απόβλητα Εκσκαφών, Κατασκευών & Κατεδαφίσεων |
| -Ηλεκτρικές Στήλες & Συσσωρευτές, Απόβλητα Λιπαντικών Ελαίων |

Σύμφωνα με μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ (2018)⁴⁷ για διαχείριση στερεών αποβλήτων στον τουριστικό κλάδο στην Ελλάδα, το 7% των αποβλήτων της ΕΕ παράγονται από τον τουριστικό κλάδο, περίπου 35 εκ. τόνοι αποβλήτων. Η μέση παραγωγή αποβλήτων ανά άτομο και ανά διανυκτέρευση ανέρχεται σε 1,7-2,5 kg. Η αύξηση της ανακύκλωσης οδηγεί σε εξοικονόμηση χρημάτων από δήμους, από 10 εκ. έως 12,5 εκ. ευρώ. Επίσης, η έρευνα αποδεικνύει με συνεντεύξεις που έγιναν σε 67 επιχειρήσεις πως η ανακύκλωση πραγματοποιείται σε ποσοστό 80% με μπλε κάδους, μετά ακολουθεί γυαλί σε ποσοστό 43%, χαρτί 12% και ένα ποσοστό 18,5% δεν διαθέτει κάδους για ανακύκλωση.

Πίνακας 5.7 Τόνοι αποβλήτων στα ξενοδοχεία, εστίαση

- | |
|---|
| ▪ 400.000-550.000 τόνοι απόβλητων στον ξενοδοχειακό κλάδο |
| ▪ 600.000-650.000 τόνοι μαζί με την εστίαση |
| ▪ 250.000-350.000 τόνοι ανακυκλώνονται ημερησίως |

Ο ξενοδοχειακός τομέας παράγει έως και διπλάσια στερεά απόβλητα κατά κεφαλήν σε σχέση με την τοπική κοινότητα μιας περιοχής. Το 60% των παραγόμενων αποβλήτων μπορεί να αξιοποιηθεί μέσω συστημάτων επαναχρησιμοποίησης, ανακύκλωσης, κομποστοποίησης. Στα ξενοδοχεία και στην εστίαση ανακυκλώνεται μόλις το 20% των

⁴⁶ Green banking <http://www.greenbanking.gr/businesssectors/anakuklwsj>

⁴⁷ ΙΝΣΕΤΕ, Ανακύκλωση και διαχείριση στερεών αποβλήτων στις τουριστικές επιχειρήσεις της Ελλάδας

απορριμμάτων⁴⁸. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να επενδύουν σε εξοπλισμούς ανακύκλωσης, καθώς συμφέρει οικονομικά την επιχείρηση αλλά και το περιβάλλον. Σε κάθε δωμάτιο πρέπει να υπάρχουν κάδοι ανακύκλωσης. Κάθε επιχείρηση πρέπει να φτιάχνει ένα πλάνο για τους πόρους που θα χρησιμοποιηθούν και σε ποιο στάδιο, ποιοι πόροι απόβλητα επαναχρησιμοποιούνται. Είναι σημαντική η κατάλληλη εκπαίδευση του προσωπικού για θέματα διαχείρισης αποβλήτων και ο έλεγχος και παρακολούθηση των διαδικασιών αυτών.

Διάφορα αντικείμενα που βρίσκονται στον χώρο του ξενοδοχείου, αντί να πεταχτούν στα σκουπίδια, μπορούν να σταλούν σε άλλες επιχειρήσεις για την παραγωγή ενός άλλου προϊόντος. Έτσι, η δεύτερη επιχείρηση λαμβάνει έναν πόρο πιο φθινό και παράγει με χαμηλότερο κόστος. Τα αντικείμενα στον χώρο και οι εξοπλισμοί θα ήταν πολύ ωφέλιμο αν είναι από υλικά φιλικά στο περιβάλλον. Προβλέπεται ανακύκλωση και στα τρόφιμα με έλεγχο της ποσότητας που μαγειρεύεται, για να μην υπάρχουν σπατάλες και με περισσότερα βρώσιμα υλικά σε περίπτωση που κάποια υλικά δεν καταναλώθηκαν όπως αναμενόταν.

Πίνακας 5.8 Ανακύκλωση και Εξοικονόμηση

- Με ανακυκλώσιμα υλικά χρειαζόμαστε λιγότερους πόρους για την παραγωγή προϊόντων
- Με ανακύκλωση 1 τόνου χαρτιού, γλυτώνουμε 17 δέντρα (40%-60% λιγότερη ενέργεια)
- Με ανακύκλωση αλουμινίου 95% λιγότερη ενέργεια
- Με ανακύκλωση πλαστικού 70% λιγότερη ενέργεια
- Με ανακύκλωση γυαλιού 30% λιγότερη ενέργεια
- Με ανακύκλωση σίδηρου 60% λιγότερη ενέργεια
- Με εξαγωγή ανακυκλώσιμων υλικών γλυτώνουμε 5 φορές σε εκπομπές CO₂⁴⁹

⁴⁸ Σεμινάριο, Υιοθέτηση Πράσινων Στρατηγικών σε Τουριστικές Επιχειρήσεις στις νέες Συνθήκες που Δημιούργησε η Πανδημία του COVID, Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Εφαρμοσμένων και Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών Πανεπιστημίου Μακεδονίας

⁴⁹ Vasileios Riavoglou (2020) Sustainable Management of Hospitality Enterprises, Metropolitan College

5.5 ΚΥΚΛΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ⁵⁰



Πηγή: <https://ypen.gov.gr/perivallon/kykliki-oikonomia/>

Η κυκλική οικονομία είναι ένα «πράσινο μοντέλο ανάπτυξης» και αποτελεί νέο στοιχείο του οικονομικού μοντέλου. Υπάρχει ο στόχος παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών με την χρήση λιγότερων πόρων και πιο «πράσινων». Η χρήση λιγότερων πόρων σε κάθε στάδιο της παραγωγικής διαδικασίας οδηγεί σε λιγότερα απόβλητα. Για το μοντέλο της κυκλικής οικονομίας είναι απαραίτητη η υιοθέτηση πιο βιώσιμων προτύπων παραγωγής και κατανάλωσης για την μείωση των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής.

Πίνακας 5.9 Μοντέλο Κυκλικής Οικονομίας

ΟΡΘΟΛΟΓΙΚΗ ΧΡΗΣΗ ΠΟΡΩΝ ΧΡΗΣΗ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΩΝ ΥΛΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΒΛΗΤΩΝ ΩΣ ΠΟΡΟΥΣ ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗΣ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΟΥ ΚΥΚΛΟΥ ΖΩΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΧΡΗΣΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΚΑΥΣΙΜΩΝ, ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ

Με την κυκλική οικονομία αυξάνεται η παραγωγικότητα των πόρων. Με την χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, μειώνεται η εξάρτηση από μη ανανεώσιμους πόρους, πράγμα που οδηγεί και σε λιγότερα λειτουργικά έξοδα. Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία για την ΕΕ υπάρχουν πολλά οφέλη από την υιοθέτηση αυτού του μοντέλου:

- μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου από 2% έως 4%
- επιχειρήσεις εξοικονομούν 600 δις. ευρώ, περίπου το 6%-8% του κύκλου εργασιών
- δημιουργούνται πάνω από 2 εκ. θέσεις εργασίας
- ανάπτυξη μέχρι και 6%, και μείωση χρήσης πόρων

⁵⁰ Υπουργείου Περιβάλλοντος & Ενέργειας. Κυκλική Οικονομία. <https://ypen.gov.gr/perivallon/kykliki-oikonomia/>

5.6 ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ⁵¹

Οι Πιστοποιήσεις Περιβαλλοντικής Διαχείρισης δεσμεύουν τις επιχειρήσεις για δράσεις πιο φιλικές προς το περιβάλλον και συμμόρφωση με την νομοθεσία για αποφυγή προστίμων. Οι επιχειρήσεις οδηγούνται σε καλές πρακτικές, εξοικονομώντας πόρους και παράλληλα μειώνοντας τα λειτουργικά του έξοδα. Με τις πιστοποιήσεις βελτιώνουν την εικόνα τους, προσελκύοντας νέους πελάτες.

EMAS⁵²



Πηγή: https://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm

Με την καταχώρηση στο Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Οικολογικού Ελέγχου (EMAS) γίνεται παρακολούθηση και βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων. Οι καταχωρισμένες επιχειρήσεις είναι οι μόνες που μπορούν να χρησιμοποιούν το λογότυπο του EMAS. Τα τέλη καταχώρισης καθορίζονται από το μέγεθος της επιχείρησης. Η καταχώρηση μιας επιχείρησης στο EMAS, έχει αρκετά οφέλη, όπως σωστή διαχείριση πόρων και αποβλήτων, μείωση στα λειτουργικά έξοδα, βελτίωση περιβαλλοντικών επιδόσεων και απόκτηση αξιοπιστίας και καλή φήμης. Δεν μπορούν όλες οι επιχειρήσεις να γίνουν αποδεκτές και να καταχωρηθούν στο EMAS.

EU ECO-LABEL⁵³



Πηγή: https://en.wikipedia.org/wiki/EU_Ecolabel

Το οικολογικό σήμα της ΕΕ, δίνεται σε επιχειρήσεις που τα προϊόντα τους έχουν υψηλά περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά. Σήμερα, κυκλοφορούν στην αγορά πάνω από 37.000 προϊόντα με το οικολογικό σήμα της ΕΕ. Το οικολογικό σήμα της ΕΕ έχει πολλά οφέλη: Αποδεικνύει στους πελάτες και στους καταναλωτές πως η εταιρεία τηρεί όλα τα

⁵¹ Σεμινάριο (2021), Υιοθέτηση Πράσινων Στρατηγικών σε Τουριστικές Επιχειρήσεις στις νέες Συνθήκες που Δημιούργησε η Πανδημία του COVID, Αιμιλία Βλάμη, Γιώργος Τσάμος

⁵² Επίσημος ιστότοπος Ευρωπαϊκής Ένωσης, EMAS

⁵³ Επίσημος ιστότοπος Ευρωπαϊκής Ένωσης, Οικολογικό Σήμα ΕΕ

οικολογικά κριτήρια, έτσι την θεωρούν πιο αξιόπιστη και την επιλέγουν. Αναγνωρίζετε σε όλες τις χώρες της ΕΕ, επομένως ωφελεί στην περίπτωση που μια επιχείρηση επιδιώκει να επεκταθεί στο εξωτερικό. Η επιχείρηση βελτιώνει την εικόνα της, φανερώνοντας ένα πιο υπεύθυνο χαρακτήρα. Η αίτηση χορήγησης του οικολογικού σήματος της ΕΕ έχει κάποιο κόστος, πέρα από το ετήσιο. Όσον αφορά την αίτηση το κόστος ανέρχεται στα:

- 200-350 ευρώ για πολύ μικρές επιχειρήσεις
- 200-600 ευρώ για ΜΜΕ και εταιρείες από μη ανεπτυγμένες χώρες
- 200-2.000 ευρώ για όλες τις άλλες εταιρείες

Παρέχεται έκπτωση ύψους 30% σε εταιρείες, που είναι καταχωρισμένες στο EMAS και έκπτωση 15% σε εταιρείες πιστοποιημένες με το ISO 14001.

Τώρα όσον αφορά τα ετήσια τέλη, το μέγιστο ετήσιο κόστος ανέρχεται στα:

- 18.750 ευρώ για πολύ μικρές επιχειρήσεις, μικρομεσαίες ή από αναπτυσσόμενες χώρες
- 25.000 ευρώ για όλες τις άλλες εταιρείες

Για τις μικρομεσαίες και τις πολύ μικρές επιχειρήσεις ή επιχειρήσεις από μη αναπτυσσόμενες χώρες, το ετήσιο τέλος πέφτει τουλάχιστον κατά 25%.

GREEN KEY⁵⁴



Green Key

Πηγή: www.greenkey.gr

Το Green Key είναι ένα σήμα ποιότητας (eco-label) που δίνεται σε τουριστικές μονάδες ως επιβράβευση για τις βιώσιμες πρακτικές που ακολουθούν. Δημιουργήθηκε από το Ίδρυμα για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση, γνωστό ως FEE (Foundation for Environmental Education). Στην Ελλάδα, η Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης συντονίζει το πρόγραμμα. Στο δίκτυο συμμετέχουν ξενοδοχειακές μονάδες, εστιατόρια και εγκαταστάσεις αναψυχής κ.α. Οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιούν το σήμα μόνο εφόσον τηρούν κάποια κριτήρια, που αφορούν την διαχείριση νερού, ενέργειας,

⁵⁴ www.greenkey.gr

αποβλήτων, τροφίμων, ενημέρωση σωστή για το περιβάλλον κ.α. Υπάρχουν κριτήρια για: ξενοδοχεία, ξενώνες χώρους κατασκήνωσης και συνεδριακά κέντρα.

ISO 14001⁵⁵



Πηγή: <https://www.cleanpng.com/>

Το πρότυπο ISO 14001 είναι ένα διεθνές πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης, για την ανάπτυξη και εφαρμογή ενός αποτελεσματικού Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης. Ωστόσο, έχει κάποιες απαιτήσεις. Το πρότυπο αυτό μπορεί να το εφαρμόσει οποιοσδήποτε οργανισμός επιδιώκει να βελτιώσει την περιβαλλοντική του επίδοση. Κάποια από τα οφέλη είναι, βελτίωση περιβαλλοντικής επίδοσης, μεγαλύτερη συμμόρφωση με τη νομοθεσία, πρόληψη της ρύπανσης, εξοικονόμηση πόρων και κόστους, νέοι πελάτες και νέες αγορές, βελτίωση εικόνας επιχείρησης, μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση σε περιβαλλοντικά θέματα.

TRAVELIFE⁵⁶



Πηγή: https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=en

Η Travelife εκπαιδεύει, διαχειρίζεται και πιστοποιεί τουριστικές επιχειρήσεις που είναι αφοσιωμένες στον δρόμο προς την βιωσιμότητα. Η βιώσιμη διοίκηση οδηγεί σε μεγαλύτερη ικανοποίηση των πελατών, καλύτερη αποδοτικότητα, που μαζί μπορεί να της δώσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

⁵⁵ http://www.elot.gr/45_458_ell_html.aspx

⁵⁶Περισσότερα https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=en

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ



Πηγή: <https://www.philoxenianet.gr>

PHILOXENIA BUNGALOWS

Επωνυμία: Α. και Γ. Τασλιος Ο.Ε.

Έδρα: Ψακούδια - Σιθωνία Χαλκιδική

Το ξενοδοχείο κατάφερε να λειτουργεί σε πλήρη αρμονία με το φυσικό περιβάλλον. Το Philoxenia Bungalows πιστοποιήθηκε το 2004, με το διεθνώς αναγνωρισμένο πρότυπο για την περιβαλλοντική διαχείριση ISO 14001 και πλέον προσφέρει ποιοτικά προϊόντα με σεβασμό προς το περιβάλλον⁵⁷. Η εφαρμογή αυτού του προτύπου προϋποθέτει συνεχούς ελέγχους στις δραστηριότητες που επηρεάζουν το περιβάλλον, όπως η χρήση των φυσικών πόρων, η διαχείριση απορριμμάτων και η κατανάλωση ενέργειας. Μάλιστα έχει πιστοποιηθεί και με την τουριστική πιστοποίηση Green Key.



Πηγή: <https://www.philoxenianet.gr>

⁵⁷ PHILOXENIA GREEN <https://www.philoxenianet.gr>

Στο κατάλυμα εφαρμόζονται πολλές πρακτικές εξοικονόμησης ενέργειας και πόρων. Όσον αφορά τον φωτισμό, στον εσωτερικό και εξωτερικό χώρο του κτιρίου χρησιμοποιούνται αποκλειστικά φωτιστικά και λαμπτήρες τεχνολογίας LED. Όσον αφορά την διαχείριση υδάτων, παρέχεται ζεστό νερό με τα ηλιακά πάνελ, που είναι εγκατεστημένα στην στέγη του κτιρίου. Και τέλος, για ηλεκτρική ενέργεια υπάρχει εγκατεστημένο φωτοβολταϊκό σύστημα των 10KW.

Όσον αφορά τα οχήματα, αντικαταστάθηκε η βενζίνη με αέριο. Επιλέγονται πιο καθαρά καυσαέρια, που έχουν και μικρότερη κατανάλωση. Ακόμα, τα αέρια που προέρχονται από την κουζίνα και το ζεστό νερό περνάνε από ειδικά φίλτρα συγκράτησης μικροσωματιδίων, ελαχιστοποιώντας το περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Επίσης, έχουν λάβει δράσεις και για την διαχείριση αποβλήτων. Συγκεκριμένα, υπάρχουν κάδοι ανακύκλωσης πλαστικού, λαμπτήρων, μπαταριών, γυαλιού και χαρτιού. Στους κοινόχρηστους χώρους, σε κάθε κτίριο υπάρχουν κάδοι ανακύκλωσης για γυαλί και πλαστικό. Στη ρεσεψιόν και στην κύρια είσοδο του εστιατορίου υπάρχουν κάδοι ανακύκλωσης για μπαταρίες. Σε χώρο του ξενοδοχείου είναι τοποθετημένοι δύο μεγάλοι χάρτινοι κάδοι ανακύκλωσης για λαμπτήρες.

Επιπρόσθετα χρησιμοποιούνται φιλικά προς το περιβάλλον απορρυπαντικά και είδη καθαρισμού. Τα επεξεργασμένα υγρά απόβλητα χρησιμοποιούνται για πότισμα κτήματος με ελαιόδεντρα. Γίνεται αποκομιδή της λυματολάσπης με ένα ειδικό και πιστοποιημένο όχημα. Στην συνέχεια, μεταφέρεται σε εργοστάσιο επεξεργασίας και καταλήγει σε ένα εδαφοβελτιωτικό λίπασμα. Τέλος, δίνεται μεγάλη προσοχή στους προμηθευτές με τους οποίους συνεργάζονται. Γίνεται μια αξιολόγηση των προμηθευτών, με βασικό κριτήριο πόσο φιλικές στο περιβάλλον είναι οι πρακτικές τους. Στόχος και για τα επόμενα χρόνια είναι να συνεχίσουν και να προσπαθούν να προσφέρουν τουριστικό προϊόν που σέβεται τις περιβαλλοντικές αρχές.

⁵⁸ Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (2015) <https://sete.gr/el/meli-sete/epiheirimatika-nea-melon/2015/aygoustos/philoxenia-bungalows-prasini-anaptuxi/> + [greenbanking](#)

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ⁵⁹

Υπήρξε μια μείωση χρήσης καυσίμων κατά 15-20%. Σε αυτό βοήθησαν πολύ τα εγκατεστημένα ηλιακά συστήματα. Με την ανακύκλωση μειώθηκαν τα απόβλητα και το περιβαλλοντικό της αποτύπωμα. Τα μέτρα μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος, τις περισσότερες φορές, μειώνουν αντίστοιχα τα λειτουργικά έξοδα μιας επιχείρησης. Τα λειτουργικά έξοδα του καταλύματος πράγματι είχαν μια μείωση. Περιορίστηκαν στην καταβολή των πάγιων δαπανών των Υπηρεσιών Κοινής Ωφέλειας για τα έξοδα της ηλεκτρικής ενέργειας, λόγω εγκατάστασης φωτοβολταϊκού συστήματος. Επίσης, υπάρχει μείωση λειτουργικών εξόδων λόγω προμήθειας ηλεκτρικής ενέργειας από ιδιωτικό πάροχο, που βοηθά στο να εξασφαλιστεί μια καλύτερη τιμή.

⁵⁹ GreenBanking

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Το φαινόμενο της κλιματικής αλλαγής με τις επιπτώσεις στο περιβάλλον και την υγεία του ανθρώπου εγείρει ανησυχίες για το μέλλον ολόκληρου του πλανήτη. Η ανθρώπινη και επιχειρηματική δραστηριότητα προκαλεί προβλήματα στο φυσικό περιβάλλον. Όλα τα ακραία φαινόμενα σε συνδυασμό με την μη ορθή χρήση πόρων και ενέργειας, δημιουργούν πρόβλημα βιωσιμότητας. Οι επιχειρήσεις με την ανάληψη πράσινων δράσεων, με καινοτομία, καθαρές τεχνολογίες, ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και σωστή διαχείριση των φυσικών πόρων, όπως αποδείχθηκε, ωφελούν την ίδια την επιχείρηση αλλά και το περιβάλλον μακροπρόθεσμα. Θα πρέπει να επιδιώκεται ανάπτυξη. Ανάπτυξη που είναι βιώσιμη σε συνεργασία με το οικονομικό, κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον. Το φυσικό περιβάλλον είναι ο σημαντικότερος πόρος για τον τουριστικό κλάδο. Επομένως, η συνεχής επιβάρυνση του περιβάλλοντος επιδρά αρνητικά και στο ίδιο τον τουρισμό. Η συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομία και τις τοπικές κοινότητες είναι τεράστια. Οι δραστηριότητες του κλάδου επηρεάζουν άμεσα το περιβάλλον, φυσικό και πολιτισμικό. Οι πράσινες πρακτικές στον τουρισμό οδηγούν σε βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στον δρόμο προς την βιωσιμότητα.

Οι επιχειρήσεις μπορούν να ακολουθήσουν το πράσινο επιχειρηματικό μοντέλο, μόνο στην περίπτωση που διαθέτουν το απαραίτητο κεφάλαιο. Ως γνωστόν, η μετάβαση στο πράσινο μοντέλο απαιτεί μια επένδυση σε νέο εξοπλισμό, νέο προσωπικό κ.α. μακροπρόθεσμα όμως οδηγεί σε μια σημαντική μείωση στα λειτουργικά έξοδα, με σωστή διαχείριση ενέργειας και πόρων. Εδώ έρχεται και ο ρόλος του κράτους. Το κράτος με τις κατάλληλες ενέργειες και τα κατάλληλα βοηθητικά και οικονομικά εργαλεία μπορεί να ενθαρρύνει αυτήν την πράσινη μετάβαση. Οι καταναλωτές οφείλουν από την πλευρά τους να ακολουθούν πιο πράσινες δράσεις με επιλογή προϊόντων και υπηρεσιών πιο φιλικών προς το περιβάλλον. Ο τουριστικός κλάδος οφείλει να προωθεί περισσότερο μορφές τουρισμού φιλικές προς το περιβάλλον, προσεγγίζοντας με τις κατάλληλες ενέργειες μάρκετινγκ το κατάλληλο καταναλωτικό κοινό/τουρίστες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΑΡΘΡΑ

[1] Caledonia T.C.Trapp & Dominik K.Kanbach (15 May 2021). “Green entrepreneurship and business models: deriving green technology business model archetypes”. Journal of Cleaner Production Volume 297

[2] Hikmah, Nurdin (2017). GREEN TOURISM MARKETING STRATEGY IN BANTI-MURUNG SOUTH SULAWESI Advances in Economics, Business and Management Research, volume 40, 2nd International Conference on Accounting, Management, and Economics. Atlantis Press

[3] Morrison (2010). Hospitality and Travel Marketing, page 27-28 https://www.researchgate.net/publication/257363564_Hospitality_and_Travel_Marketing

[4] Rahmawati, Martaleni (2016). GREEN MARKETING STRATEGY FOR GREEN TOURISM DESTINATION. University of Gajayana Indonesia.

ΒΙΒΛΙΑ

[1] Σαρρή, Σ. και Τριχοπούλου, Α. (2018). Επιχειρηματικότητα και Κοινωνική Οικονομία. Η Οπτική του Φύλου. Εκδόσεις Τζιόλα

[2] Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας (2019) Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, 2^η έκδοση, εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ

[3] John Bessant and Joe Tidd (2015). Innovation and Entrepreneurship. 3rd Edition. Wiley.

[4] Renato J. Orsato (2009). SUSTAINABLE STRATEGIES, WHEN DOES IT PAY TO BE GREEN ?, INSEAD Business Press

[5] Robin Hahnel (2011) Green Economics, Confronting the Ecological Crisis. M. E. SHARPE

EBOOK

[1] Ζήσης, Ι. (2003). “Πράσινο Επιχειρείν”, Πανελλήνιο Δίκτυο Οικολογικών Οργανώσεων, (ΠΑΝ.Δ.ΟΙΚΟ.), Υπουργείο Περιβάλλοντος Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων [Online] Available:https://solon.org.gr/wp-content/uploads/2013/02/Prasino-Epixeirein_Zisis-Giannis_solon.org_.gr-0-502.pdf

[2] Καινοτομία, Έρευνα & Τεχνολογία. Πράσινη Επιχειρηματικότητα, Τεύχος 67. Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης. <http://ereader.ekt.gr/books/bpjx/#p=1>

[3] Λιούκας, Σ. Επιμέλεια. (2013). Καινοτομώ-Επιχειρώ. Αθήνα. Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. [online] Available: <https://docplayer.gr/3109313-Oikonomiko-panepistimio-athinon-athens-university-of-economics-and-business-kainotomo-epiheiro-epimeleia-ekdosis-kathigitis-spyros-lioukas.html>

[4] Μιχάλης Χρηστάκης (2013). “Πράσινη Επιχειρηματικότητα”. Εκδόσεις Γενικής Γραμματείας Δια Βίου Μάθησης. [Online] Available: <https://www.openbook.gr/prasini-epixeirimatikotita/> [Accessed: 29.8.2021]

ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ

[1] Γιώργος Τσάμος, Αιμηλία Βλάμη. Υιοθέτηση Πράσινων Στρατηγικών σε Τουριστικές Επιχειρήσεις στις νέες Συνθήκες που Δημιούργησε η Πανδημία του COVID. Σεμινάριο. Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Εφαρμοσμένων και Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών Πανεπιστημίου Μακεδονίας για λογαριασμό του Ινστιτούτου Επιχειρηματικών και Εκθεσιακών Ερευνών *Ανάπτυξης* (18 και 25/4/2021).

[2] Γιώργος Τσάμος, Αιμηλία Βλάμη. Δράσεις και Ενέργειες Φορέων & Οργανισμών για την υιοθέτηση πράσινων στρατηγικών στις νέες συνθήκες που δημιούργησε η πανδημία του covid-19. Σεμινάριο. Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Εφαρμοσμένων και Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών Πανεπιστημίου Μακεδονίας για λογαριασμό του Ινστιτούτου Επιχειρηματικών και Εκθεσιακών Ερευνών *Ανάπτυξης* (18 και 25/4/2021).

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

EUR-Lex. “Περιβάλλον και Κλιματική Αλλαγή”. [Online] Available: https://eurlex.europa.eu/summary/chapter/environment.html?root_default=SUM_1_CODED%3D20%2CSUM_2_CODED%3D2003&locale=el (Accessed: 30.8.2021)

EUR-Lex . Γλωσσάριο Σύνοψης, “Αειφόρος Ανάπτυξη”. [Online] Available:https://eur-lex.europa.eu/summary/glossary/sustainable_development.html?locale=el(Accessed: 30.8.2021)

ΕΣΠΑ (2009). “Αειφόρος Ανάπτυξη (Sustainable development)” [Online] Available: <https://www.espa.gr/el/pages/dictionaryFS.aspx?item=4> (Accessed: 29.8.2021)

Υπουργείο Περιβάλλοντος & Ενέργειας. “Κανονισμός Ενεργειακής Απόδοσης Κτιρίων” [Online] Available at: <https://ypen.gov.gr/energeia/energeiaki-exoikonomisi/ktiria/kenak/> [Accessed: 9.1.21]

Υπουργείο Περιβάλλοντος & Ενέργειας. Ηλιακή/Φωτοβολταϊκά. [Online] Available at:<https://ypen.gov.gr/energeia/ape/technologies/iliaki-fotovoltaika/> [Accessed: 9.1.21]

Υπουργείου Περιβάλλοντος & Ενέργειας. Κυκλική Οικονομία. Available at : <https://ypen.gov.gr/perivallon/kykliki-oikonomia/> [Accessed: 11.1.22]

Υπουργείο Περιβάλλοντος & Ενέργειας. Βιομάζα/ Βιορευστά/ Βιοαέριο[Online]

Available at: <https://ypen.gov.gr/energeia/ape/technologies/viomaza-vioefsta-vioaerio/> [Accessed: 9.1.21]

Επίσημος ιστότοπος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οικολογικό σήμα της ΕΕ [Online] Available at: https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/labels-markings/ecolabel/index_el.htm [Accessed: 11.1.22]

Επίσημος ιστότοπος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. EMAS [Online] Available at: https://europa.eu/youreurope/business/running-business/developing-business/emas-registration/index_el.htm [Accessed: 11.1.22]

Επίσημος ιστότοπος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Emas Promotion & Policy Support in the Member States (Compendium 2015) [Online] Available at: https://ec.europa.eu/environment/emas/pdf/other/EMAS_Compndium_2015.pdf [Accessed: 11.1.22]

Βικιπαίδεια. Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού. [Online] Available: https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%BF%CF%82_%CE%9F%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82_%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D [Accessed: 19.11.21]

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, “Αντιμετώπιση του κορονοϊού”. [Online] Available at: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response_el [Accessed: 28.11.21]

European Parliament [Online] Available at: <https://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-an-economy-that-works-for-people/file-recovery-and-resilience-facility> [Accessed: 28.11.21]

Θεματολογικά δελτία για την Ευρωπαϊκή Ένωση, Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο “Τουρισμός” [Online] Available at: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/el/sheet/126/tourism> [Accessed at: 2.12.21]

Πληροφοριακό Φυλλάδιο, Initiative of the European Union. “ΘΑ ΓΙΝΕΙ Η ΠΟΛΗ ΣΑΣ Η ΕΠΟΜΕΝΗ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΡΩΤΕΥΟΥΣΑ ΕΞΥΠΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ;” [Online] Available at: https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/system/files/2021-04/2022_Factsheet_EL.pdf [Accessed: 2.12.21]

European Commission. European Business Awards for the Environment. [online] Available: <https://ec.europa.eu/environment/awards/index.html> και https://ec.europa.eu/environment/awards/winners_2020.html [Accessed: 30.8.21]

European Commission. “Smart Tourism initiative” [Online] Available at: https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/index_en [Accessed: 2.12.21]

European Commission. Third countries participation in COSME [Online] Available at: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/39579> [Accessed: 2.12.21]

European Commission, 2021. European Capitals of Smart Tourism, Competition winners 2022. [Online] Available at: https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/cities/competition-winners-2022_en [Accessed: 2.12.21]

Travelstyle, 2021. Ποια πόλη ανακηρύχθηκε Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα Έξυπνου Τουρισμού 2022 [Online] Available at: <https://www.travelstyle.gr/poia-poli-anakirychthike-eyropaiki-protreyoussa-exypnoy-toyrysmoy-2022/> [Accessed: 2.12.21]

City Branding , 2019. Ευρωπαϊκές Πρωτεύουσες του Έξυπνου Τουρισμού [Online] Available at: https://www.citybranding.gr/2019/09/blog-post_10.html [Accessed: 2.12.21]

Travel Daily News, Τατιάνα Ρόκου (2021). Η ΕΕ προκηρύσσει διαγωνισμό για την Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα Έξυπνου Τουρισμού 2022 [Online] Available at: <https://traveldailynews.gr/news/article/74946> [Accessed: 2.12.21]

e-Νομοθεσία.gr, Τράπεζα Πληροφοριών Νομοθεσίας. [Online] Available at: <https://www.e-nomothesia.gr/kat-ygeia/koine-upourgike-apophase-16192-2020.html> [Accessed: 19.12.21]

Εθνικός Οργανισμός Δημόσιας Υγείας, 2020. Οδηγίες για ξενοδοχείο σε καραντίνα. [Online] Available at: <https://eody.gov.gr/odigies-gia-xenodocheio-se-karantina/> [Accessed: 19.12.21]

Ελληνική Δημοκρατία Υπουργείο Τουρισμού. Υπουργείο, Όραμα και Αποστολή [Online] Available at: <https://mintour.gov.gr/yπουργείο/orama-apostoli/> [Accessed: 19.2.21]

Ετήσιο Σχέδιο Δράσης (2021). Υπουργείου Τουρισμού. Available at: [Online] <https://mindigital.gr/wp-content/uploads/2021/03/shedio-drasis.pdf> [Accessed: 19.12.21]

Ελληνική Δημοκρατία Υπουργείο Τουρισμού. Covid-19 [Online] Available: <https://mintour.gov.gr/covid-19/> [Accessed: 19.12.21]

Ελληνική Δημοκρατία Υπουργείο Τουρισμού. Ευρωπαϊκή Νομοθεσία. [Online] Available at: <https://mintour.gov.gr/nomothesia/eyropaiki-nomothesia/> [Accessed: 20.12.21]

Ελληνική Δημοκρατία Υπουργείο Τουρισμού. Ευρωπαϊκή Νομοθεσία, Συνθήκες. [Online] Available at: <https://mintour.gov.gr/nomothesia/eyropaiki-nomothesia/synthikes/> [Accessed: 20.12.21]

Ελληνική Δημοκρατία Υπουργείο Τουρισμού. Επενδύσεις. [Online] Available at: <https://mintour.gov.gr/ependyseis/> [Accessed: 2.12.21]

Ελληνική Δημοκρατία Υπουργείο Τουρισμού. Επενδύσεις. Πράσινος Τουρισμός. [Online] Available at: <https://mintour.gov.gr/ependyseis/espa/epiteliki-domi-espa-yπουργείου-toyrismoy/programma-prasinostoyrismos/> [Accessed: 20.12.21]

Ελληνική Δημοκρατία Υπουργείο Τουρισμού. Επενδύσεις. Πρόγραμμα Εναλλακτικός Τουρισμός [Online] Available at: <https://mintour.gov.gr/ependyseis/espa/epiteliki-domi-espa-yπουργείου-toyrismoy/programma-enallaktikos-toyrismos/> [Accessed: 20.12.21]

Ελληνική Δημοκρατία Υπουργείο Τουρισμού. ΕΠ Περιβάλλον και Αειφόρος Ανάπτυξη [Online] Available at: <https://mintour.gov.gr/ependyseis/espa/tomeaka-ep/ep-perivallon-kai-aeiforos-anaptyxi/> [Accessed: 20.12.21]

UNWTO. “WHY TOURISM?”

[Online] Available: <https://www.unwto.org/why-tourism> [Accessed: 19.11.21]

UNWTO. “SUSTAINABLE DEVELOPMENT ”

[Online] Available: <https://www.unwto.org/sustainable-development> [Accessed: 19.11.21]

UNWTO. “ECOTOURISM AND PROTECTED AREAS ”

[Online] Available: <https://www.unwto.org/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas> [Accessed: 19.11.21]

UNWTO. “HOTEL ENERGY SOLUTIONS (HES) ”

[Online] Available: <https://www.unwto.org/hotel-energy-solution> [Accessed: 19.11.21]

UNWTO. “CLIMATE ACTION”

[Online] Available: <https://www.unwto.org/sustainable-development/climate-action> [Accessed: 19.11.21]

UNWTO. “CLIMATE CHANGE | NEW REPORT”

[Online] Available: <https://www.unwto.org/sustainable-development/tourism-emissions-climate-change>
[Accessed: 19.11.21]

UNWTO. “TOURISM 4 SDGS”

[Online] Available: <https://www.unwto.org/tourism4sdgs> [Accessed: 19.11.21]

TOURISM 4 SDGS. [Online] Available: <https://tourism4sdgs.org/> [Accessed: 19.11.21]

AlgoSystems. BMS (Building Management Systems) [Online] Available

<https://www.algosystems.gr/el/projects/bms-building-management-systems-3/> [Accessed:
9.1.21]

Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (SETE). Βασικά Μεγέθη Ελληνικού Τουρισμού 2018, 2019 [Online] <https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-elinikoy-tourismoy/> [Accessed: 15/9/21]

INSETE. Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία [Online] Available:

<https://insete.gr/bi/%CE%B7-%CF%83%CF%85%CE%BC%CE%B2%CE%BF%CE%BB%CE%AE-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE/>
[Accessed: 15/9/21]

Κέντρο Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας. Βιοκλιματικός Σχεδιασμός [Online] Available:

http://www.cres.gr/energy_saving/Ktiria/bioklimatikos_sxediasmos.htm [Accessed: 9.1.21]

Spiros Soulis. Νερό της Βροχής: Πώς Μπορείτε να το Χρησιμοποιήσετε

Available at: <https://spirossoulis.com/eco-living-oikonomia-nero-ths-broxhs-pws-mporeite-na-to-xrhsimopoihsete> [Accessed: 10.1.22]

Greenbuilding (2013). Όσα δεν γνωρίζουμε για το γκρίζο νερό Available at: <https://greenbuilding.gr/exoikonomeseenergeias/grizo-nero/> [Accessed: 10.1.22]

Green Key. Το Σήμα Green Key [Online] Available: <https://www.greenkey.gr/about> [Accessed: 10.1.22]

ΕΛΟΤ. Πιστοποίηση Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης. [Online] Available:

http://www.elot.gr/45_458_ell_html.aspx [Accessed: 10.1.22]

TÜV CYPRUS. Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης. Available at: <https://www.tuv-nord.com/cy/el/oi-ypiresies-mas/pistopoiisi-systimaton/periballon-energeia/iso-140012015/>
[Accessed: 11.1.22]

Travelife. [Online] Available at: https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=en

[Accessed: 11.1.22]

Polls and Politics *Χρήστος Γάκης-Βλάχος* (2021) [online]. Available: <https://pollsandpolitics.gr/touristikos-klados-kai-provlepseis-gia-to-2021/> (Accessed: 31.8.2021)

Business News Daily (2020). “23 Green Business Ideas for Eco-Minded Entrepreneurs” <https://www.businessnewsdaily.com/5102-green-business-ideas.html> [Access: 28.8.21]

GreenBanking “Μπορεί η πράσινη επιχειρηματικότητα να συμβάλει στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας;” Available: <http://www.greenbanking.gr/news/prasini-epixeirimatikotita> [Accessed: 28.8.21]

GreenBanking. “Διαχείριση Νερού” [online]. Available: <http://www.greenbanking.gr/businesssectors/water> [Accessed: 28.8.21]

Greenbanking. Ανακύκλωση. Available at: <http://www.greenbanking.gr/businesssectors/anakuklwnsi> [Accessed: 10.1.21]

EnergyTelia. Ενέργεια και Τουρισμός [Online] Available at: <https://energytelia.gr/energytourism.aspx> [Accessed: 9.1.21]

Green Hotels. Εξοικονόμηση Ενέργειας [Online] Available at: <https://www.greenhotels.gr/el/home/greenhotels/perivallontika-kritiria/exoikonomisi-energeias> [Accessed: 9.1.21]

Κανονισμός Ενεργειακής Απόδοσης Κτιρίων (Κ.Εν.Α.Κ.) [Online] Available: <http://www.ke-nak.gr/> [Accessed: 9.1.21]

Ενεργειακές λύσεις. Εξοικονομά για τον τουρισμό <https://www.energeiakelyseis.gr/exikonomo-gia-to-tourismo/>

Άλλο

Ενοποιημένη απόδοση της Συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση και της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, *Επίσημη Εφημερίδα αριθ. C 326 της 26/10/2012 σ. 0001 – 0390, άρθρο 3 παράγραφος 3*, [online]. Available: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:12012E/TXT> (Access: 30/8/2021)

Οδηγία 2001/77/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Σεπτεμβρίου 2001, για την προαγωγή της ηλεκτρικής ενέργειας που παράγεται από ανανεώσιμες πηγές στην εσωτερική αγορά ηλεκτρικής ενέργειας *Επίσημη Εφημερίδα αριθ. L 283 της 27/10/2001 σ. 0033 – 0040*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:32001L0077&from=EL%20> [Accessed: 9.1.21]

ΟΔΗΓΙΑ 2009/28/ΕΚ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ (2009) <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:140:0016:0062:EL:PDF> [Accessed: 9.1.21]

Εφημερίδα της κυβέρνησης της Ελληνικής Δημοκρατίας (2021). “Πρωτόκολλα υγειονομικού περιεχομένου για λειτουργία τουριστικών επιχειρήσεων, COVID-19”. Τεύχος 2^ο Αρ. Φύλλου 1632 [Online] Available: <https://mintour.gov.gr/wp-content/uploads/2021/05/KYA6632-2021-ygeionomika-protokolla.pdf> [Accessed: 19.12.21]

Εφημερίδα της Κυβερνήσεως του Βασιλείου της Ελλάδας (1950). Τεύχος Πρώτο http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/1950_AN_1565_sustasi_EOT.pdf [Accessed: 19.11.21]

Εφημερίδα της Κυβερνήσεως του Βασιλείου της Ελλάδας (1951). Τεύχος Πρώτο
http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/1951_1624_tropoioisi_AN_1950_peri_EOT.pdf [Accessed: 19.11.21]

Εφημερίδα της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας (2018). Τεύχος Πρώτο
http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/%CE%A0%CE%94%2072.2018.pdf [Accessed: 19.11.21]

Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (2020). Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής με θέμα «Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών — Τουρισμός και μεταφορές το 2020 και μετά» C 429/219
[Online]<https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020AE2964&from=EN> [Accessed: 19.11.21]

Έρευνα INSETE για την συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2019 από τον Άρη Τζκκος, Σεραφείμ Κουτσός (Σεπτέμβριος 2020). Available: https://insete.gr/wpcontent/uploads/2020/09/20_09_Tourism_and_Greek_Economy_2018-2019.pdf

Έρευνα INSETE για την συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2020 από τον Άρη Τζκκος, Σεραφείμ Κουτσός (Σεπτέμβριος 2020). Available: https://insete.gr/wpcontent/uploads/2021/11/21_11_Tourism_and_Greek_Economy_2019-2020.pdf

Συμβούλιο Ευρωπαϊκής Ένωσης, Συμφωνία Παρισίων για την κλιματική αλλαγή. Available: <https://www.consilium.europa.eu/el/policies/climate-change/paris-agreement/> [Accessed: 19.11.21]