



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Πράσινη Επιχειρηματικότητα σε ξενοδοχεία
της Ελλάδας**

(Green Entrepreneurship in Greek hotels)

Παπαγεωργίου Μελίνα Α.Μ. 5233

Κώστα Ελένη Α.Μ. 5048

Επιβλέπων Καθηγητής: Μπάτος Παναγιώτης

Καστοριά

Οκτώβριος 2022

Ευχαριστίες

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε από καρδιάς τον επιβλέποντα καθηγητή μας Παναγιώτη Μπάτο, που σε αυτή μας την προσπάθεια συνέβαλε με την επιστημονική του καθοδήγηση και τις εποικοδομητικές υποδείξεις και παρατηρήσεις του σε όλα τα στάδια της εκπόνησης της πτυχιακής μας εργασίας, δείχνοντάς μας εμπιστοσύνη και ενδιαφέρον από την πρώτη στιγμή.

Οφείλουμε να ευχαριστήσουμε τις οικογένειές μας που στάθηκαν δίπλα μας σε κάθε δυσκολία, για την περίσσεια υπομονή που έδειξαν και την αγάπη που απλόχερα μας προσέφεραν όλα αυτά τα χρόνια.

Να ευχαριστήσω προσωπικά τη μητέρα μου και την αδελφή μου, τα δύο πρότυπά μου για την ανιδιοτελή αγάπη και στήριξη και φυσικά τον κ. Γιάννη Γκρέμο για την απέραντη υπομονή του τα τελευταία πέντε χρόνια. Σας ευχαριστώ για όλα, είστε η δύναμή μου σε κάθε δυσκολία (Μελίνα Παπαγεωργίου).

Τέλος, να ευχαριστήσουμε η μία την άλλη, αρχικά για τα ανεπανάληπτα φοιτητικά χρόνια με πολύ κλάμα και γέλιου που ζήσαμε καθώς και για την αλληλοϋποστήριξη και την άψογη συνεργασία που είχαμε γιατί θα ήταν αδύνατο να προχωρήσουμε χωρίς να έχουμε στο πλευρό μας η μία την άλλη.

Περίληψη

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας είναι η παρουσίαση της έννοιας της πράσινης επιχειρηματικότητας και η εφαρμογή αυτής της νέας επιχειρηματικής λογικής από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στην Ελλάδα. Για την περάτωση του συγκεκριμένου θέματος ερευνήθηκε τόσο η ελληνική, όσο και η διεθνής βιβλιογραφία και επιστημονική αρθρογραφία. Για την συλλογή των δεδομένων διεξήχθη εμπειρική έρευνα με την χρήση ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου, το οποίο απεστάλη σε ικανό αριθμό ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, όλων των ξενοδοχείων της Ελλάδας. Η εργασία μελετά την οικολογική τάση του πράσινου επιχειρείν που δοκιμάζουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ως μια εναλλακτική μορφή επένδυσης. Η νέα αυτή τάση έχει επηρεάσει τόσο την κατασκευή όσο και την διαχείριση των ξενοδοχείων. Πολλά είναι τα ξενοδοχεία εκείνα που είτε έχουν ενστερνιστεί μια οικολογική πολιτική, είτε έχουν πραγματοποιήσει εκ θεμελίων αλλαγές. Η παρούσα εργασία αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο της εργασίας απαρτίζεται από το θεωρητικό μέρος. Σε αυτό πραγματοποιείται μια ανάλυση των πράσινων πρακτικών, των εννοιών της αειφορίας και της πράσινης επιχειρηματικότητας καθώς δίνεται έμφαση στην ανάπτυξη της πράσινης επιχειρηματικότητας από τον Ελληνικό ξενοδοχειακό κλάδο. Συγκεκριμένα, παρουσιάζεται και αναλύεται ένα νέο είδος καταλυμάτων, αυτό των πράσινων ξενοδοχείων, ως αποτέλεσμα των νέων περιβαλλοντικών και αγοραστικών συνθηκών. Έπειτα, ακολουθεί περιγραφή ορισμένων περιβαλλοντικών προγραμμάτων που εΐθισται να εφαρμόζουν ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, ενώ στην συνέχεια παρατίθενται μελέτες περίπτωσης ξενοδοχείων που επιχείρησαν να υιοθετήσουν το μοντέλο της πράσινης επιχειρηματικότητας και να εφαρμόσουν στον τρόπο λειτουργίας τους. Επίσης, γίνεται αναφορά στον σκοπό και στους στόχους της έρευνας που πραγματοποιήθηκε. Το δεύτερο κεφάλαιο είναι αυτό της μεθοδολογίας, στο οποίο καταγράφεται η μέθοδος που ακολουθήθηκε για την διεξαγωγή της έρευνας, τα μεθοδολογικά εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν, αλλά και πως αυτά εξειδικεύτηκαν στην περίπτωση της παρούσας εργασίας. Έπειτα, το τρίτο κεφάλαιο περιλαμβάνει τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την παρούσα έρευνα και η ανάλυση τους, μέσα από τις απαντήσεις που παραχώρησαν τα ξενοδοχεία από την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου καθώς και οι περιορισμοί που αναδείχθηκαν κατά την διεξαγωγή της έρευνας. Τέλος, στο τέταρτο κεφάλαιο παρατίθενται τα συμπεράσματα, έτσι όπως προέκυψαν από την βιβλιογραφική μελέτη του θέματος, αλλά και την ποσοτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε.

Λέξεις Κλειδιά

Πράσινη επιχειρηματικότητα, αειφορία, πράσινο ξενοδοχείο, περιβάλλον

Abstract

The object of this work is the presentation of the concept of green entrepreneurship and the application of this new business logic by hotel companies. Both Greek and international bibliography and scientific articles were researched to complete this topic. For the data collection, an empirical survey was conducted using an electronic questionnaire, which was sent to a sufficient number of hotel companies in all the Prefectures of the hotels in Greece. This paper addresses the green business ecological trend that hotel businesses are experiencing as an alternative form of investment. This new trend has affected both the construction and management of hotels. There are many hotels that have either embraced an ecological policy or made fundamental changes. This work consists of four chapters. The first chapter of the thesis consists of the theoretical part. In this chapter carries out an analysis of green practices, concepts of sustainability and green entrepreneurship, also emphasis is placed on the development of green entrepreneurship by the Greek hotel industry. Specifically, it presented and analyzed a new type of accommodation, of green hotels, as a result of the new environmental and purchasing conditions. This is followed by a description of some environmental programs commonly implemented by hotel businesses, followed by case studies of hotels that have tried to adopt the green business model and apply it to their operations. Also, reference is made to the purpose and objectives of the research carried out. The second chapter, is that of the methodology, in which the method followed to conduct the research is recorded, the methodological tools used, but also how they were specialized in the case of the Then, the third chapter includes the results that obtained from the present research and their analysis, through the answers that were given by the hotels when completing the questionnaire, as well as the limitations that emerged during the research. Finally, the fourth chapter lists the conclusions, as they emerged from the bibliographic study of the subject, as well as the quantitative research carried out.

KEY WORDS

Green entrepreneurship, sustainability, green hotel, environment

Περιεχόμενα

| | |
|--|----|
| Περίληψη | 1 |
| Abstract | 2 |
| Περιεχόμενα | 3 |
| Εισαγωγή | 5 |
| Κεφάλαιο 1ο: Θεωρητική Προσέγγιση | 6 |
| 1.1. Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας | 6 |
| 1.2 Μορφές Ανανεώσιμων πηγών ενέργειας | 6 |
| 1.2.1. Ηλιακή Ενέργεια - Ηλιοθερμία | 7 |
| 1.2.2. Φωτοβολταϊκά | 8 |
| 1.2.3. Βιομάζα | 8 |
| 1.2.4. Υδροηλεκτρική Ενέργεια | 9 |
| 1.2.5. Αιολική Ενέργεια | 9 |
| 1.2.6. Γεωθερμία | 10 |
| 1.3. Πράσινες έννοιες | 11 |
| 1.3.1. Θερμομόνωση | 11 |
| 1.3.2. Απόβλητα | 11 |
| 1.3.3. Νερό | 12 |
| 1.3.4. Σύστημα Κλιματισμού | 12 |
| 1.4. Η έννοια της Αειφορίας | 13 |
| 1.5. Η έννοια της Πράσινης Επιχειρηματικότητας | 16 |
| 1.6. Περιβαλλοντικό αποτύπωμα των επιχειρήσεων | 17 |
| 1.7. Η Πράσινη Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα | 20 |
| 1.8. Πράσινο Ξενοδοχείο | 23 |
| 1.9. Ευκαιρίες και Κίνδυνοι της Πράσινης Επιχειρηματικότητας | 26 |
| 1.10. Περιβαλλοντικά Προγράμματα | 28 |
| 1.10.1. Travel Life | 28 |
| 1.10.2. Green Key | 29 |
| 1.10.3. ISO 14001 | 29 |
| 1.10.4. Ecolabel - Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα | 30 |
| 1.10.5. Σύστημα Οικολογικής διαχείρισης και ελέγχου (EMAS) | 30 |
| 1.10.6. Πράσινος Τουρισμός | 31 |
| 1.11 Μελέτες περίπτωσης πράσινων πρακτικών σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις | 32 |

| | |
|--|----|
| Κεφάλαιο 2 ^ο : Μέθοδος | 43 |
| 2.1 Ερευνητικά Δεδομένα | 43 |
| 2.2 Ερευνητικά Ερωτήματα | 43 |
| 2.3 Αξία της Έρευνας | 43 |
| 2.4 Πιλοτική Έρευνα | 44 |
| 2.5. Μέσο Συλλογής Δεδομένων | 44 |
| 2.6 Συμμετέχοντες | 45 |
| Κεφάλαιο 3ο: Ανάλυση Δεδομένων | 47 |
| 3.1 Συγκέντρωση και Στατιστική Επεξεργασία των Δεδομένων | 47 |
| Συμπεράσματα | 61 |
| Βιβλιογραφία | 65 |
| Παραρτήματα | 71 |
| Παράρτημα 1 | 71 |

Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί ότι η ανθρώπινη δραστηριότητα και οι ραγδαίες εξελίξεις που έχουν επέλθει στον τεχνολογικό τομέα έχουν προκαλέσει σοβαρές συνέπειες στο περιβάλλον, πολλές από αυτές καταστροφικές. Μέσα σε αυτό το κλίμα, μεγάλο μέρος του πληθυσμού, λαμβάνοντας υπόψιν του το πλήγμα που δέχεται ο πλανήτης, αναπτύσσει όλο και περισσότερο μια οικολογική συνείδηση, η οποία βρίσκει αντίκτυπο σε πολλούς τομείς της οικονομίας, ένας εκ των οποίων και ο κλάδος των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις υφίστανται την πίεση των καταναλωτών για την ανάπτυξη ποιοτικότερων και φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων, γεγονός το οποίο έχει οδηγήσει στην εμφάνιση μιας νέας μορφής επιχειρηματικότητας γνωστή με το προσωνύμιο «πράσινη».

Στη σημερινή εποχή συνεχώς αυξάνεται ο αριθμός των επιχειρήσεων που μεριμνούν για την προστασία του περιβάλλοντος, υιοθετώντας έναν οικολογικό χαρακτήρα και εφαρμόζοντας στον τρόπο λειτουργίας τους φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές. Η πράσινη επιχειρηματικότητα εκλαμβάνεται, ως επί το πλείστον, ως ευκαιρία παρά ως εμπόδιο.

Έχοντας κατά νου την οικολογική κατάρρευση που υφίσταται ο πλανήτης, γίνεται αντιληπτό ότι η προσφυγή σε ένα εναλλακτικό, πιο «πράσινο» επιχειρηματικό πράττειν, ευνοεί την αειφορία και την βιώσιμη ανάπτυξη, ενώ το μέλλον της παγκόσμιας οικονομίας φαντάζει περισσότερο αισιόδοξο.

Ο όρος «πράσινη επιχειρηματικότητα» μπορεί να συνδεθεί με την ζήτηση για φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες, με την αξιολόγηση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, την εξοικονόμηση ενέργειας, την ανάπτυξη βιοκλιματικών κτιριακών εγκαταστάσεων, με την ανακύκλωση και γενικότερα με την προστασία του οικοσυστήματος.

Η διαπίστωση ότι η αλόγιστη χρήση του περιβάλλοντος οδηγεί σε εξάντληση των ζωτικών πόρων, έχει καταφέρει να αλλάξει το επιχειρηματικό προφίλ πολλών επιχειρήσεων σε παγκόσμια κλίμακα.

Κεφάλαιο 1ο: Θεωρητική Προσέγγιση

1.1. Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας

Οι Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας υπάρχουν από τότε που δημιουργήθηκε η ανθρωπότητα σε διάφορες μορφές, όμως οι άνθρωποι άρχισαν να εξοικειώνονται με αυτή την ιδέα κατά τη δεκαετία του '70 και αποτελέσε κύριασχολίαστους αρμόδιους φορείς. Με πρόφαση την ενεργειακή κρίση που διαδραματιζόνταν εκείνη την περίοδο, πολλές χώρες επέλεξαν να στραφούν σε εναλλακτικές μορφές αναπλήρωσης της ενέργειας με χαμηλότερο κόστος, αυτενεργώντας οικονομικά την χώρα τους. Όμως, με την επιστροφή των χαμηλών τιμών πετρελαίου κάθε προσπάθεια για την ανέλιξη της πράσινης ενέργειας σταμάτησε ώσπου ξεκίνησαν οι δράσεις με τη δεκαετία του '90 καθώς η υπερκατανάλωση των φυσικών πόρων οδήγησε στην εξάντλησή τους. Από τότε έως και σήμερα, οι άνθρωποι έχουν κατανοήσει την εξάντληση πόρων που έχουν επιφέρει με την αμείωτη χρήση τους και έτσι άρχισαν να αξιοποιούν τις Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας προς όφελός τους (Βρης, Α. 2013)

Σύμφωνα με τους Γιαννακούρα κ. ά. (2008), «ως ανανεώσιμες πηγές θεωρούνται οι εναλλακτικές των παραδοσιακών πηγών ενέργειας». Παρόλα αυτά, δεν είναι όλες τους ανανεώσιμες, καθώς η γεωθερμία που αποτελεί μια μορφή ανανεώσιμης ενέργειας, είναι αδύνατον να αναπληρώσει άμεσα τους πόρους της και έτσι απαιτείται να περάσει κάποιο μεγάλο χρονικό διάστημα έως και χιλιετία.

Οι Ανανεώσιμες ή Ήπιες Πηγές Ενέργειας (ΑΠΕ) αποτελούν φυσικές διαδικασίες που προέρχονται από τον άνεμο, γεωθερμία, κυκλοφορία του νερού κ.ά. Μπορούν να ονομαστούν και Ήπιες πηγές ενέργειας διότι, πρώτον, όσον αφορά την χρήση τους δεν απαιτείται κάποια ενεργητική παρέμβαση, όπως εξόρυξη, άντληση, καύση, όπως συνέβαινε με τις ήδη υπάρχουσες μορφές ενέργειας αλλά η εκμετάλλευση της ενέργειάς τους από τη φύση. Δεύτερον, δεν προκαλούν επιπτώσεις στο περιβάλλον, αφού δεν φέρουν τοξικές ουσίες και απόβλητα όπως συμβαίνει με άλλες μορφές ενέργειας (Γιαννακούρας, Ι. , Ζαραβέλα, Δ., Μανδρίκας, Α., 2008)

1.2 Μορφές Ανανεώσιμων πηγών ενέργειας

Οι μορφές Ανανεώσιμων πηγών ενέργειας είναι οι εξής:

- Ηλιακή ενέργεια - Ηλιοθερμία
- Βιομάζα
- Υδροηλεκτρική ενέργεια

- Αιολική ενέργεια
- Γεωθερμία

1.2.1. Ηλιακή Ενέργεια - Ηλιοθερμία

Η Ηλιακή ενέργεια είναι μια φυσική πηγή ενέργειας και ορίζεται ως όλες οι μορφές ενέργειας που προέρχονται από τον ήλιο, όπως για παράδειγμα η θερμότητα, το φως και οι ακτινοβολίες. Σύμφωνα με τους (Ribeiro et al., 2014), η ηλιακή ενέργεια θεωρείται η πιο φιλοπεριβαλλοντική σε σύγκριση με τις υπόλοιπες. Η πιο διαδεδομένη χρήση της ενέργειας αυτής επιτυγχάνεται με ηλιακούς θερμοσίφωνες, οι οποίοι συλλέγουν την ηλιακή ενέργεια και έπειτα, θερμαίνουν κάποιο υγρό όπως για παράδειγμα το νερό.

Με βάση τον Κρητικό (2010), υπάρχουν τρεις κατηγορίες εφαρμογών της ηλιακής ενέργειας: τα παθητικά ηλιακά συστήματα, τα ηλιοθερμικά και τα φωτοβολταϊκά συστήματα. Από τη μία, τα παθητικά και τα ηλιοθερμικά συστήματα στην ουσία εκμεταλλεύονται την θερμότητα του ήλιου, ενώ από την άλλη, τα φωτοβολταϊκά συστήματα (αναλύονται παρακάτω) εκμεταλλεύονται την ηλιακή ακτινοβολία που εκπέμπεται και την μετατρέπουν σε ηλεκτρικό ρεύμα. Η χρησιμότητα των παθητικών ηλιακών συστημάτων αναγνωρίζεται περισσότερο στην διασφάλιση του φυσικού φωτισμού των κτιρίων και την εξισορρόπηση της θερμοκρασίας που υπερτερεί σε αυτά.

Η Ηλιοθερμία κατέχει την πρώτη θέση στην κατηγορία ανανεώσιμες πηγές ενέργειας συγκριτικά με την αιολική, τη γεωθερμία και τα φωτοβολταϊκά. Εφαρμόζεται τόσο για οικιακή χρήση (θέρμανση χώρου) όσο και για βιομηχανική καθώς εμπεριέχει περίπου το 28% της συνολικής κατανάλωσης πρωτογενούς ενέργειας για τα τελικά στατιστικά της EU25. (Στοιχεία για το 2004, με βάση τις Στατιστικές της Eurostat). Ουσιαστικά, η Ηλιοθερμία είναι η τεχνική μετατροπής της ηλιακής ενέργειας σε θερμική. (Vannoni et al, 2008)

Η τεχνολογία της ηλιοθερμίας χρησιμοποιείται κυρίως για:

- ζεστό νερό και θέρμανση χώρου
- τηλεθέρμανση
- θερμότητα βιομηχανικής διεργασίας
- κλιματισμός και ψύξη

1.2.2. Φωτοβολταϊκά

Φωτοβολταϊκό ορίζεται ένα σύστημα που μετατρέπει την ηλιακή ενέργεια σε ηλεκτρική . Απαιτείται μεγάλη ποσότητα ενέργειας προκειμένου να καλύψει όλες τις υπηρεσίες που διαθέτει ένα ξενοδοχείο, έτσι η ενέργεια που παράγει αποθηκεύεται σε μπαταρίες . Είναι από τις οικονομικότερες πρακτικές που μπορεί να χρησιμοποιήσει κάποιος ώστε να εξοικονομήσει χρήματα και ενέργεια, βέβαια η απόσβεση της επένδυσης αναμένεται σε περίπου μια δεκαετία, σύμφωνα με τους Bhandari κ.α. (2014).

Με την ενσωμάτωση φωτοβολταϊκών συστημάτων μεγιστοποιείται η αποδοτικότητα της ενέργειας που εξοικονομεί το ξενοδοχείο σε μακροπρόθεσμο χρόνο, παράλληλα όμως, ενισχύει την ανάγκη για την προστασία του περιβάλλοντος.

Η ενσωμάτωσή τους είναι πανεύκολη και προσαρμόζεται σε κάθε χώρο ανεξαρτήτως την αρχιτεκτονική δομή και τις δυσμενείς προσόψεις του κτιρίου.

Μπορούν να ενσωματωθούν με 3 τρόπους :

- Φωτοβολταϊκά ενσωματωμένα σε στέγη
- Φωτοβολταϊκά ενσωματωμένα στην πρόσοψη του κτιρίου
- Σκίαστρα (W. Weiss and F. Mauthner, 2010)

1.2.3. Βιομάζα

Η βιομάζα αποτελεί μια από τις σημαντικότερες πηγές ενέργειας καθώς προέρχεται από τον ήλιο και δημιουργείται με την διαδικασία της φωτοσύνθεσης. Είναι οργανική και προέρχεται από οποιοδήποτε υλικό μπορεί να παραχθεί από ζωντανούς οργανισμούς, όπως τα φυτά και τα ζώα. Τα υλικά που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή ενέργειας είναι τα ξύλα, τα φυτά και τα απόβλητα των ζώων. Σημαντικό πλεονέκτημα της βιομάζας είναι ότι ωφελεί και επιδρά θετικά στο περιβάλλον και στην οικονομία (Solino et al. 2009).

Η βιομάζα χρησιμοποιείται κυρίως για την παραγωγή θερμικής και ηλεκτρικής ενέργειας. Μπορεί να καεί για να δημιουργήσει θερμότητα, να μετατραπεί σε ηλεκτρική ενέργεια και να υποστεί επεξεργασία σε βιοκαύσιμο. Κύριο της πλεονέκτημα είναι ότι αποτελεί ανανεώσιμη πηγή ενέργειας η οποία περιέχει ενέργεια που αποθηκεύεται με χημική μορφή. Επίσης, μπορεί να μετατραπεί σε πολλά προϊόντα με την χρήση απλής τεχνολογίας. Το σημαντικότερο πλεονέκτημα που προκύπτει από την δημιουργία βιομάζας, είναι ότι κατά την διαδικασία παραγωγής της δεν επιβαρύνεται το περιβάλλον (Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας, Βιομάζα, 2020).

1.2.4. Υδροηλεκτρική Ενέργεια

Η Υδροηλεκτρική ενέργεια προϋπήρχε από την αρχαιότητα και χρησιμοποιούνταν από τους ανθρώπους ως μέσο για να περιστρέψουν τους υδρόμυλους που τους βοηθούσαν στην άλεση των σιτηρών και στο πρίονισμα των ξύλων (Arabatzis, G. και Myronidis, D., 2011).

Ένα από τα πιο βασικά πλεονεκτήματα της μεθόδου αυτή είναι ότι, η υδροδυναμική εγκατάσταση έχει συνεχή λειτουργία, δεν εκπέμπει διοξείδιο του άνθρακα και άλλους ρύπους, και έχει μεγαλύτερη διάρκεια ζωής σε σύγκριση με άλλες μεθόδους που εκπέμπουν άνθρακα ή πυρηνικές ουσίες. Επίσης, η υδροηλεκτρική ενέργεια είναι μια ανανεώσιμη πηγή ενέργειας, καθώς χρησιμοποιεί την ενέργεια από τη φύση και τη μετατρέπει σε ηλεκτρική. Στην πραγματικότητα, η υδροηλεκτρική ενέργεια κατέχει την περισσότερη ανανεώσιμη ενέργεια που παράγεται και αποτελεί μια από τις πιο βιώσιμες μελλοντικές ενέργειες πηγές.

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά της υδροηλεκτρικής ενέργειας είναι τα ακόλουθα:

- Οι πόροι που χρησιμοποιεί είναι παγκοσμίως γνωστοί και έτοιμη προς χρήση
- Η ανεπτυγμένη τεχνολογία της είναι αναμφισβήτητα αναγνωρισμένη με περισσότερο από ένα αιώνια εμπειρία
- Σε σύγκριση με άλλες τεχνολογίες, περιλαμβάνει το χαμηλότερο λειτουργικό κόστος και κατέχει τη μεγαλύτερη διάρκεια ζωής της εγκατάστασης
- Το υλικό της υδροηλεκτρικής ενέργειας (δηλαδή το νερό) είναι μια ανανεώσιμη πηγή ενέργειας, δεν υπόκεινται σε αυξομειώσεις της αγοράς

Σε περιόδους ενεργειακής κρίσης, ορισμένα κράτη είναι σαφώς εξαρτημένα από την ενέργεια που εισάγουν, διότι η αξία της ενέργειας αυτής προκαλεί σοβαρές αντιξοότητες στις εγχώριες τιμές, και οδηγεί σε μια ανασφάλεια όσον αφορά τους ενεργειακούς πόρους. Αυτό φυσικά μπορεί να αλλάξει αφού αναπληρωθούν κάποιοι ενεργειακοί πόροι με ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.

1.2.5. Αιολική Ενέργεια

Η Αιολική είναι μια ακόμη ενέργεια που χρησιμοποιείται από την αρχαιότητα μέχρι και σήμερα, παλαιότερα για τη μετακίνηση των ανθρώπων με ιστιοφόρα αλλά και για λόγους βιοποριστικούς με τη χρήση των ανεμόμυλων για την παραγωγή πόσιμου νερού αλλά και την άλεση σιτηρών (Εγχειρίδιο Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας, 2006).

Στη σημερινή εποχή, η εκμετάλλευση της αιολικής ενέργειας γίνεται με τη χρήση ανεμογεννητριών οι οποίες μετατρέπουν την κινητική ενέργεια του ανέμου σε ηλεκτρική. Οι ανεμογεννήτριες χωρίζονται σε δύο κατηγορίες:

- τις ανεμογεννήτριες με οριζόντιο άξονα, εδώ ο δρομέας είναι τύπου έλικας και περιστρέφεται γύρω από τον άξονα που ακολουθεί ασταμάτητα την πορεία του ανέμου και
- τις ανεμογεννήτριες με κατακόρυφο άξονα, ο οποίος παραμένει σταθερός (Εγχειρίδιο Αναανεώσιμων Πηγών Ενέργειας, 2006).

Το μεγαλύτερο ποσοστό σε παγκόσμια κατάταξη έχουν οι οριζόντιοι άξονες με 90%. Η ενέργειά τους υπερβαίνει τα 500 kW και η εφαρμογή τους μπορεί να συνδεθεί με το ηλεκτρικό δίκτυο μιας χώρας. Με αυτόν τον τρόπο, μία συστοιχία πολλών ανεμογεννητριών μπορεί να αποτελέσει το λεγόμενο αιολικό πάρκο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί και σαν μονάδα παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας.

1.2.6. Γεωθερμία

Αρχικά, η χρήση της γεωθερμίας ξεκίνησε από την παλαιολιθική εποχή για λόγους υγιεινής όπως το μπάνιο και έπειτα για θέρμανση κατά την αρχαία ρωμαϊκή εποχή. Σήμερα, χρησιμοποιείται για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας και για άλλες άμεσες χρήσεις.

Η γεωθερμία αποτελεί μια ανανεώσιμη πηγή ενέργειας η οποία εξάγεται και παράγεται από την γη και είναι φιλική προς το περιβάλλον. Η γεωθερμική αυτή ενέργεια δημιουργείται από την ηλιακή ενέργεια που απορροφάται στην γη καθώς και από την ραδιενεργή αποσύνθεση των ορυκτών. Η γη έχει την δυνατότητα να παράγει μάγμα και να μεταφέρει θερμότητα μέσω των υπόγειων πετρωμάτων και του νερού το οποίο έχει ως αποτέλεσμα η γεωθερμική ενέργεια να μπορεί να χρησιμοποιηθεί τόσο για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας όσο και για άλλες άμεσες χρήσεις, ανάλογα την θερμοκρασία και την χημεία των πόρων. (Fridleifsson et al., 2008).

Το νερό/ατμός που θερμαίνεται από την γεωθερμία μπορεί να διοχετευτεί και να αξιοποιηθεί με την χρήση διαφόρων τεχνολογιών ώστε να χρησιμοποιηθεί για διάφορες χρήσεις ανάλογα με το θερμοκρασιακό της επίπεδο. Συγκεκριμένα:

- Η υψηλής ενθαλπίας (>220°C) χρησιμοποιείται κυρίως για την παροχή ηλεκτρικής ενέργειας.
- Η μέσης ενθαλπίας (100-220°C) για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας αλλά και για άλλες άμεσες χρήσεις.

- Η χαμηλής ενθαλπίας (30-150°C) για άμεσες χρήσεις μόνο.

Επιπλέον, η γεωθερμική ενέργεια μπορεί να συμβάλλει στην μείωση της υπερθέρμανσης του πλανήτη καθώς έχει την δυνατότητα να χρησιμοποιηθεί στην θέση των ορυκτών καυσίμων (M. Mburu, 2009).

1.3. Πράσινες έννοιες

1.3.1. Θερμομόνωση

Η έννοια θερμομόνωση υπάρχει από τα προϊστορικά χρόνια, καθώς ήταν αναγκαία η προστασία των κτιρίων τόσο από τα άγρια ζώα όσο και από το κρύο του χειμώνα αλλά και την ζέστη του καλοκαιριού. Ως θερμομόνωση στα κτίρια, ορίζονται τα κατασκευαστικά μέτρα που πραγματοποιούνται με σκοπό την μείωση μετάδοσης θερμότητας ανάμεσα στο εσωτερικό των κτιριακών κατασκευών και της ατμόσφαιρας, αλλά και ανάμεσα σε χώρους εσωτερικά ενός κτιρίου οι οποίοι έχουν διαφορετική θερμοκρασία. Στόχος της θερμομόνωσης είναι η:

- Μείωση της περιβαλλοντικής ρύπανσης, τόσο θερμική όσο και ατμοσφαιρική
- Μείωση της κατανάλωσης ενέργειας που αφορά τον κλιματισμό και την θέρμανση των κτιρίων.
- Αποφυγή καταστροφών που μπορούν να προκληθούν στα κτίρια από τις απότομες καιρικές μεταβολές.
- Ευχάριστη και υγιεινή διαμονή.
- Φθηνότερο κόστος εγκατάστασης θέρμανσης στα κτίρια

1.3.2. Απόβλητα

Η Ευρωπαϊκή Ένωση ορίζει ως απόβλητο «κάθε ουσία ή αντικείμενο που ο κάτοχος απορρίπτει ή σκοπεύει ή καλείται να το απορρίψει» (Οδηγία 2008/98).

Μια ξενοδοχειακή βιομηχανία, με βάση τις υπηρεσίες και τα χαρακτηριστικά της, καταναλώνει σημαντικές ποσότητες ενέργειας, νερού και αποβλήτων. Έχει υπολογιστεί ότι οι περισσότερες περιβαλλοντικές επιπτώσεις που δημιουργούνται από τον ξενοδοχειακό κλάδο, αποδίδονται κυρίως στο σχεδιασμό και τη διαχείριση των εγκαταστάσεων, σε συνδυασμό με την υπερβολική κατανάλωση των τοπικών και εισαγόμενων προϊόντων.

Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η ΟΠΥ,(οδηγία για τα απόβλητα 2008/98/EK) για την πρόληψη των αποβλήτων, πρέπει να

λαμβάνονται μέτρα πριν η ουσία υλικό ή προϊόν, γίνει απόβλητο. Η πρόληψη της σπατάλης σημαίνει μείωση της ποσότητας των παραγόμενων αποβλήτων, μειώνοντας τις επιπτώσεις του στο περιβάλλον. Η πρόληψη των απορριμμάτων περιλαμβάνει αυστηρή αποφυγή δημιουργίας απορριμμάτων, ποιοτική και ποσοτική μείωση των αποβλήτων και επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων. (Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2008).

1.3.3. Νερό

Το νερό είναι ένας αναγκαίος φυσικός πόρος που ειδικά στα ξενοδοχειακά καταλύματα είναι απαραίτητο καθώς χρησιμοποιείται σε κάθε είδους δραστηριότητα (π.χ. σάουνα, τζακούζι, πισίνα, κήπος, καθαριότητα). (Κοκκώσης Χ. και Τσάρτας, Π., 2019).

Σύμφωνα με τη Eurostat (2009) το νερό είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την ελκυστικότητα ενός τόπου που θα επιλέξει ο επισκέπτης για τις διακοπές του.

Πέρα από τις υπηρεσίες που παρέχει ένα ξενοδοχείο υπάρχουν και οι τουριστικές δραστηριότητες που έχουν ως κύριο χαρακτηριστικό το νερό:

- Τοπία
- Τουρισμός υγείας και ευεξίας (ιαματικά λουτρά)
- Κολύμπι στη θάλασσα
- Υδάτινα σπορ (κανό, καταδύσεις)

Έτσι, το νερό επηρεάζει τον τουρισμό κατά ένα μεγάλο ποσοστό, αφού υπάρχει περίπτωση οι προαναφερόμενες δραστηριότητες να εκλείψουν κάποια στιγμή, λόγω της στάθμης του νερού που μπορεί να είναι χαμηλή ή ακόμη και της κακής ποιότητας νερού στη θάλασσα. Επίσης, μπορεί να υπάρξουν παράλληλες χρήσεις του νερού μαζί με τον τουρισμό, όπως γεωργία, παραγωγή υδροηλεκτρικής ενέργειας και φυσικά η δαπάνη των νοικοκυριών.

Μ' αυτό τον τρόπο, φαίνεται ότι δίνεται προτεραιότητα στις υπηρεσίες των ξενοδοχείων που κάνουν χρήση του νερού παρά στις υπόλοιπες δραστηριότητες που είναι εξίσου σημαντικές, κατά συνέπεια να προκύπτουν διάφορα προβλήματα όπως διακοπή νερού.

Πρακτικές για εξοικονόμηση νερού σε ξενοδοχεία επιτυγχάνεται με την χρήση ειδικών τακτικών όπως (αυτόματες βρύσες, διπλής ροής καζανάκια).

1.3.4. Σύστημα Κλιματισμού

Ο χώρος μέσα στο δωμάτιο ενός ξενοδοχείου θα πρέπει να συνοδεύεται από μια ευχάριστη καθαρή ατμόσφαιρα ώστε ο επισκέπτης να έχει μια υγιή αύρα και ένα αίσθημα ικανοποίησης και ανακούφισης.

Ένα σύστημα κλιματισμού προσφέρει τη δυνατότητα καθαρισμού του αέρα αλλά και την εξισορρόπηση της υγρασίας στον χώρο και έτσι δημιουργεί το κατάλληλο κλίμα για να διαμείνει κάποιος. Το νερό και ο αέρας μοιράζονται στο χώρο και έτσι δημιουργούν τη λειτουργία ψύξης. Το νερό (ψύξης) αναλαμβάνει να διαβιβάσει ένα μεγάλο μέρος της ενέργειας αυτής από την περιοχή που κλιματίζεται. Από την άλλη, ο αέρας είναι υπεύθυνος για την αξιοπιστία ποιότητας του αέρα και εξαλείφει την υγρασία από το δωμάτιο. Η ποιότητα του αέρα μπορεί να εξασφαλιστεί με έναν μεγαλύτερο όγκο είτε θερμαινόμενου είτε ψυχρού αέρα που αναβλύζει στην περιοχή.

Έπειτα, η ποιότητα του αέρα επηρεάζεται από την υγρασία καθώς εάν το ποσοστό της υγρασίας είναι μεγαλύτερο του κανονικού (άνω των 40-50%), με αποτέλεσμα ο αέρας να είναι πολύ υγρός και έτσι υπάρχει δυσφορία της αναπνοής, ενώ από την άλλη εάν η υγρασία είναι μικρότερη της κανονικής, το αποτέλεσμα θα είναι ένας αέρας πολύ ξηρός που παρεμποδίζει την αναπνοή και δημιουργεί ένα κλίμα ξηρασίας στο εσωτερικό του χώρου.

Φυσικά, πέρα από τη διαδικασία της ψύξης μπορούν να παράγουν και θέρμανση ηλεκτρικά ή με τη μεταφορά του ζεστού νερού ή ατμού που μεταβιβάζει την ενέργεια από λέβητα ή φούρνο. (F.C. McQuiston, J.D. Parker, J.D. Spitler, 2005).

1.4. Η έννοια της Αειφορίας

Η ανάγκη για ένα περιβάλλον πιο «υγιές», η κλιματική αλλαγή, η ποιότητα που επιβάλλεται να επικρατεί στις περιβαλλοντικές συνθήκες και μπορεί να επιτευχθεί μόνο με τη διασφάλιση της κοινωνικής συνοχής, είναι κάτι που οδήγησε στην έννοια της αειφορίας και μετέπειτα στην εφαρμογή της. Το μοντέλο της αειφορίας πρωτοστάτησε στη Συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη το 1992 στο Ρίο ντε Τζανέιρο αποτέλεσε το σήμα κατατεθέν για τη περιβαλλοντική ασφάλεια σε παγκόσμιο επίπεδο (Χρηστάκης, Μ. 2013).

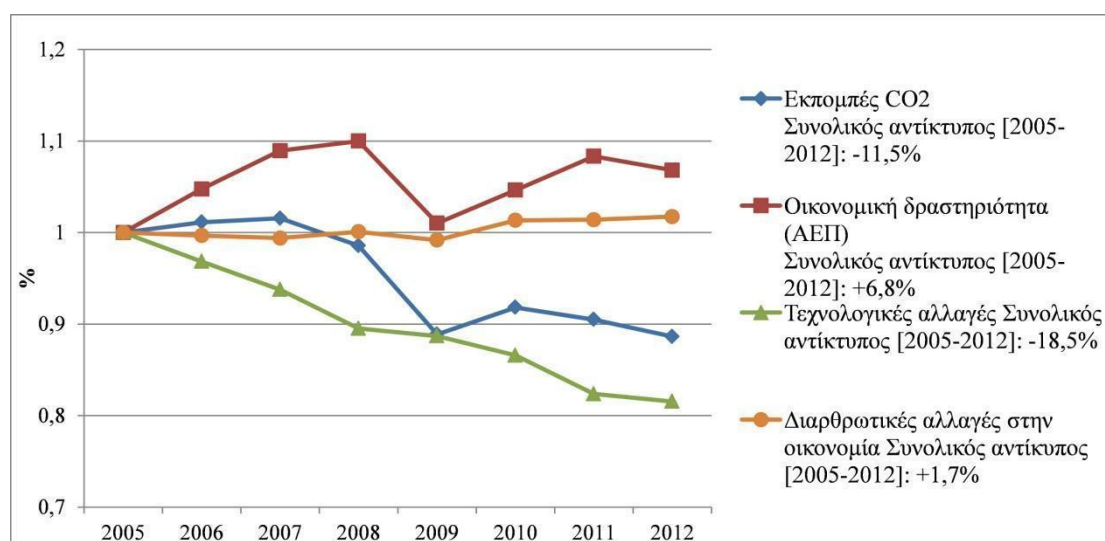
Η λέξη διατηρείται προέρχεται από τα λατινικά, *Sustenere*, που σημαίνει ότι κρατάτε ψηλά ή κρατάτε ανυψωμένο. Ένας κλασικός ορισμός της αειφόρου ανάπτυξης είναι «η ανάπτυξη που καλύπτει τις ανάγκες του παρόντος, χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες». Με απλά λόγια, φροντίζοντας

το σήμερα ώστε να μπορεί η μελλοντική γενιά να καθορίσει το δικό της αύριο (Dixon J.A. & Fallon L.A., 2008).

Προκειμένου να αναπτυχθεί η αειφόρος ανάπτυξη χρειάζεται κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά τα οποία είναι η αποσύνδεση, η εξοικονόμηση, η αξιοποίηση της τεχνολογίας, η δημιουργία απασχόλησης και ο παρεμβατισμός.

Όσον αφορά την Αποσύνδεση, αφού στόχος της αειφορίας είναι η οικονομική ανάπτυξη με την χαμηλότερη περιβαλλοντική επίπτωση αυτό σημαίνει ότι, η οικονομική πρόοδος και η περιβαλλοντική επίπτωση είναι χρονικά προσδιορισμένες σε διαφορετικές τάσεις και έτσι επιτυγχάνεται η αποσύνδεση (Μουσιόπουλος κ. α, 2015).

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα της αποσύνδεσης αποτελεί η μεταβολή στις εκπομπές CO₂ από την καύση ορυκτών καυσίμων στην ΕΕ. Όπως παρατηρείται και στο διάγραμμα, οι εκπομπές CO₂ μειώθηκαν κατά 11,5 % κατά την περίοδο 2005-2012 και οι τεχνολογικές μεταβολές που πραγματοποιήθηκαν είχαν μεγάλη απήχηση στις εκπομπές με αποτέλεσμα να μειωθούν κατά 18,5 %. Η διεύρυνση του ΑΕΠ συνεπάγεται και την ανάπτυξη των εκπομπών κατά 6,8 %, ομοίως οι τροποποιήσεις που έγιναν στην οικονομία επέτρεψαν ελάχιστη αύξηση των εκπομπών κατά 1,7 %. Τα αποτελέσματα αποδεικνύουν ότι, οι τεχνολογικές μεταβολές είναι αυτές που συνετέλεσαν στην ελαχιστοποίηση των εκπομπών αερίων και συνέβαλαν στην γενικότερη ανάπτυξη της οικονομίας (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2015, κεφ. 3.2).



Διάγραμμα 4: Ανάλυση προσδιοριστικών παραγόντων της μεταβολής στις εκπομπές CO₂ από την καύση ορυκτών καυσίμων στην ΕΕ για την περίοδο 2005-2012 (Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή).

Η Εξοικονόμηση είναι στην ουσία η ελάττωση της κατανάλωσης των διαθέσιμων πόρων και κατευθύνει στην ανάπτυξη των διαθέσιμων φυσικών πόρων για το μέλλον. Η

εξοικονόμηση μπορεί να επιτευχθεί είτε με την μείωση σπατάλης αγαθών και την ενθάρρυνση ενός καλύτερου τρόπου ζωής, είτε με τη βοήθεια της τεχνολογίας μέσω θερμικών μηχανών (Μουσιόπουλος κ.α., 2015).

Από την άλλη, η Αξιοποίηση της τεχνολογίας αποτελεί από μόνη της ένα μέσο που είναι και το πιο καρποφόρο για την εξέλιξη της αειφορίας και αυτό που συνδράμει στην επίλυση των αναγκών του ανθρώπου (Μουσιόπουλος κ.α., 2015).

Υπάρχουν δύο τρόποι που μπορεί να επιτευχθεί η Δημιουργική απασχόληση: είτε με τη μεσολάβηση πολιτικών πρακτικών που προσφέρουν κέρδος για όσες δραστηριότητες σχετίζονται με την αειφόρο ανάπτυξη, είτε με την στήριξη των επιχειρήσεων ώστε να παρουσιάσουν στην αγορά τα λεγόμενα «πράσινα» προϊόντα και να ενημερώσουν τους καταναλωτές για την ανάγκη αυτής της αγοράς (Μουσιόπουλος κ.α., 2015).

Ένα από τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά της αειφόρου ανάπτυξης είναι ο Παρεμβατισμός και πιο συγκεκριμένα ο κρατικός παρεμβατισμός, είναι άκρως αναγκαίος για την εφαρμογή και τη λειτουργία των πράσινων επιχειρήσεων. Με τον παρεμβατισμό ουσιαστικά θέτονται σε εφαρμογή οι κανόνες που προαπαιτούνται για την πράσινη ανάπτυξη και μπορεί να επιτευχθεί κυρίως μέσω φορολογικών ελαφρύνσεων και επιδομάτων χρηματοδότησης που θα στηρίζουν τις επιχειρησιακές δραστηριότητες (Μουσιόπουλος κ.α., 2015).

Η αειφόρος ανάπτυξη μπορεί να προσδιοριστεί με τρεις ξεχωριστές έννοιες: οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική, όπου όλες μαζί απαιτούν να υπάρχει μία ισορροπία όσον αφορά την πολιτική που χρησιμοποιείται καθώς και την υλοποίηση που απαιτείται σε κάθε περίπτωση. Την εφαρμογή της μπορεί να τη συναντήσει κανείς σε διάφορους τομείς της καθημερινότητας όπως για παράδειγμα μεταφορές, ενέργειες, εστίαση κ.λπ. (Dixon J.A. & Fallon, L.A., 2008).

Στόχος, λοιπόν, της αειφόρου ανάπτυξης είναι η όσο το δυνατόν καλύτερη διαχείριση του φυσικού πλούτου που διαθέτει ο πλανήτης, ικανοποιώντας από τη μία τις ανθρώπινες ανάγκες προς το παρόν και αποφεύγοντας τον κίνδυνο έλλειψης μελλοντικά (Χρηστάκης, Μ., 2013).

1.5. Η έννοια της Πράσινης Επιχειρηματικότητας

Η πράσινη επιχειρηματικότητα υπήρχε ανέκαθεν στην ιστορία του ανθρώπινου πολιτισμού από την αρχαιότητα μέχρι και σήμερα, ωστόσο υπάρχουν κάποιες σημαντικές διαφορές. Πιο συγκεκριμένα, γίνεται διαχωρισμός σε τέσσερις περιόδους. Η πρώτη περίοδος ανέρχεται έως την κλασική αρχαιότητα, η δεύτερη περίοδος κυμαίνεται από την κλασική αρχαιότητα έως τον 19ο αιώνα, η τρίτη περίοδος διαδραματίζεται από τα τέλη του 19ου αιώνα έως τον Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο και αντίστοιχα η τέταρτη περίοδος από τον Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο έως και σήμερα (Lotfi et al., 2018).

Η πράσινη ανάπτυξη, σύμφωνα με την πρώτη περίοδο υπήρχε ήδη εκείνη την εποχή και οι άνθρωποι ήταν ιδιαίτερα συνεργάσιμοι με τη φύση καθώς ενεργούσαν με το αίσθημα της περιβαλλοντικής συνείδησης και ευθύνης. Έπειτα, η δεύτερη περίοδος καταφτάνει με πρωτοπόρο τον Αριστοτέλη ο οποίος δημιούργησε το πρώτο ζωολογικό πάρκο, ακολουθεί ο Ινδός αυτοκράτορας Ασόκα που στάθηκε υπερασπιστής των ζώων καθώς και του αρδευτικού συστήματος της Μεσοποταμίας. Στην τρίτη περίοδο, θεσπίστηκαν οι πρώτες ενέργειες πράσινης επιχειρηματικότητας και οικονομικής πολιτικής για το περιβάλλον. Η αρχή έγινε τον 19ο αιώνα και στην ουσία αναπτύχθηκε τον 20ο αιώνα στις ΗΠΑ και την Ευρώπη με την υπεράσπιση προστατευόμενων περιοχών (ίδρυση Εθνικών δρυμών στις ΗΠΑ). Τα περιβαλλοντικά ζητήματα στην τέταρτη περίοδο έχουν πάρει σημαντικές διαστάσεις, πράγμα που οδήγησε σε Διεθνείς Διασκέψεις και στις πολιτικές της ΕΕ, οι οποίες είναι υπεύθυνες για την επίλυση και την εφαρμογή της πράσινης επιχειρηματικότητας (Ζήσης, Ι., 2003).

Τα τελευταία χρόνια, κρίνεται όλο και πιο αναγκαία η στροφή προς προϊόντα και υπηρεσίες φιλικές για το περιβάλλον που ονομάζονται «πράσινες». Η έννοια της πράσινης επιχειρηματικότητας στην ουσία δίνει λύση στα περιβαλλοντικά προβλήματα με ενέργειες βιώσιμης ανάπτυξης που επιτρέπουν ένα καλύτερο και πιο υγιές μέλλον (Halдар, S., 2019). Ακριβής όρος δεν υπάρχει, όμως οι περισσότεροι ερευνητές υποστηρίζουν ότι, πράσινη επιχειρηματικότητα είναι μία οικονομική δραστηριότητα της οποίας τα προϊόντα, οι υπηρεσίες, οι μέθοδοι παραγωγής ή οργάνωσης έχουν θετική επίδραση στο περιβάλλον. Ο Gustav Berle (1991) στο βιβλίο του «The Green Entrepreneur: Business opportunities that can save the Earth and make you money», ορίζει την πράσινη επιχειρηματικότητα ως «η ανάληψη ευθύνης για τη δημιουργία του κόσμου που ονειρευόμαστε» (Halдар, S., 2019).

Η πράσινη επιχειρηματικότητα δραστηριοποιείται κυρίως σε προστατευόμενες περιοχές και σε μη προστατευόμενες περιοχές. Ειδικότερα, στις προστατευόμενες περιοχές στην ουσία προβάλλει το συγκριτικό μειονέκτημα μιας συνεχής εξέλιξης σε συγκριτικό πλεονέκτημα

μιας άλλης πορείας της ανάπτυξης. Για αυτό άλλωστε και οι προστατευόμενες περιοχές αποτελούν τον ηγέτη της πράσινης ανάπτυξης και αναμένεται να εξελιχθούν ακόμα περισσότερο κατά τη διάρκεια του 21ου αιώνα. Αντιθέτως, αυτό που χαρακτηρίζει τις μη προστατευόμενες περιοχές είναι η αξία και το επίπεδο που προσδίδουν, ταυτίζοντας την περιβαλλοντική ασφάλεια και γι' αυτό ακριβώς απώτερος στόχος τους είναι η αρμονία μεταξύ της φύσης και του ανθρώπου (Ζήσης, Ι., 2003).

Ο τομέας της πράσινης επιχειρηματικότητας απαιτεί την θέση νέων προϊόντων στην αγορά των οποίων η ταυτότητα θα είναι φιλική προς το περιβάλλον, μεριμνώντας επίσης και για την διευθέτηση όλων των παραγόντων στην νέα πραγματικότητα. Οι ενέργειες της έχουν ως απώτερο σκοπό, αρχικά να κάνουν αποτελεσματικότερη αξιοποίηση των φυσικών πόρων όπως για παράδειγμα νερό, ενέργεια, πρώτες ύλες, έπειτα να μειώσουν τα προϊόντα που δεν έχουν αξία, η λεγόμενη φύρα, να οργανώσουν αποτελεσματικότερα την κάλυψη αναγκών του ατόμου, και τέλος οι επιχειρηματικές δραστηριότητες να εκτελούνται με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος (Σιδεράτου, Ε., 2011).

Στη σημερινή εποχή, είναι άκρως σημαντική για την ανάπτυξη και εξέλιξη των φυσικών πόρων, την εξοικονόμηση ενέργειας και πρωτοπορίας στον επιχειρηματικό κλάδο. Ωστόσο οι σπουδαιότερες ενέργειες που ακολουθεί αποτελούν:

- Πρώτο και κυριότερο, την αποσυμφόρηση των απορριμμάτων και την επαναχρησιμοποίησή τους, κάτι που προσφέρει επιπλέον κέρδη σχετικά με τον τύπο των απορριμμάτων.
- Δεύτερον, την μετατροπή εκ νέου των προϊόντων και η μέθοδος παραγωγής τους να εκτελείται έτσι ώστε να αποφεύγεται η επιβάρυνση του περιβάλλοντος.
- Τέλος, κάτι εξίσου σημαντικό με τα προηγούμενα, την παραγωγή νέων υπηρεσιών που θα στοχεύουν στην καλύτερη ποιότητα ζωής των καταναλωτών (Σιδεράτου, Ε., 2011).

1.6. Περιβαλλοντικό αποτύπωμα των επιχειρήσεων

Σύμφωνα με έναν γενικότερο ορισμό, το περιβάλλον αποτελεί ένα σύνολο φυσικών, χημικών και βιολογικών συνθηκών μέσα στο οποίο βρίσκονται και αναπτύσσονται όλα τα έμβια όντα, όλα τα επίπεδα που συναποτελούν την ζωή, όπως τον χώρο και τον χρόνο στα οποία αυτή αναπτύσσεται. Υπάρχει άμεση στενή σχέση του περιβάλλοντος με την ορθή διαχείρισή του, προκειμένου να διασφαλίζεται ως επί το πλείστον και η αειφορία του (Χρηστάκης, Μ., 2013).

Αναγκαία προϋπόθεση για να υπάρξει μια έμμετρη και ορθολογική διαχείριση του περιβάλλοντος, είναι η συστηματική μέτρηση και επίβλεψη των περιβαλλοντικών επιπτώσεων που προκαλεί ένας φορέας ή μια επιχείρηση. Οι προκληθείσες περιβαλλοντικές επιπτώσεις από τις επιχειρήσεις, μέσω των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, της κατανάλωσης φυσικών πόρων, της κατανάλωσης ενέργειας κλπ., φέρουν την ονομασία του «περιβαλλοντικού αποτυπώματος» (Χρηστάκης, Μ., 2013).

Ο όρος «περιβαλλοντικό - οικολογικό αποτύπωμα» (Environmenta l- Ecological footprint) ή «αποτύπωμα διοξειδίου του άνθρακα» (Carbon footprint), όπως ονομάζεται διαφορετικά, αναφέρεται ως το κορυφαίο εργαλείο, ιδανικό για να μετρήσει και να εκτιμήσει τον βαθμό άντλησης φυσικών πόρων που χρησιμοποιεί ο άνθρωπος για να καλύψει τις βασικές του ανάγκες. Η μέτρηση του αποτυπώματος γίνεται σε παγκόσμια εκτάρια (Global Footprint Network, 2005). Παράλληλα ως περιβαλλοντικό αποτύπωμα αποκαλείται η συνολική εκπομπή αερίων του θερμοκηπίου που προκαλεί είτε μια επιχείρηση, είτε ένα γεγονός, ένα προϊόν, ακόμη και ένα μεμονωμένο άτομο (Χρηστάκης, Μ., 2013).

Η ιδέα του οικολογικού αποτυπώματος διατυπώθηκε για πρώτη φορά από τον Mathis Wackernagel και τον William Rees στο Πανεπιστήμιο της Βρετανικής Κολομβίας στις αρχές της δεκαετίας του 1990 (Ewing et al., 2010). Ειδικότερα, το οικολογικό αποτύπωμα αποτελεί ένα λογιστικό σύστημα το οποίο καταγράφει, ως προς τη μεριά της ζήτησης, τα ποσοστά του γήινου και υδάτινου περιβάλλοντος που χρησιμοποιεί μια πληθυσμιακή ομάδα. Περιλαμβάνει το σύνολο των περιοχών που απαιτούνται για να παραχθεί ο πόρος που καταναλώνει, τον χώρο για κτηριακές υποδομές και τα οικοσυστήματα για την επικείμενη απορρόφηση των αέριων εκπομπών, όπως του διοξειδίου του άνθρακα (CO₂). Αυτό το λογιστικό σύστημα παρακολουθεί, επιπλέον, την «προμήθεια» της φύσης, δηλαδή τον βαθμό όπου μια βιολογικά παραγωγική περιοχή μπορεί να ανταποκριθεί για την παροχή των προαναφερθέντων υπηρεσιών (βιολογική ικανότητα του πλανήτη). Οι εκτιμήσεις που προκύπτουν από την μελέτη του περιβαλλοντικού αποτυπώματος βοηθούν στο να γίνει σύγκριση μεταξύ της ανθρώπινης ζήτησης και της βιολογικής ικανότητας της φύσης (Μουσιόπουλος κ.α., 2015).

Τα τελευταία έτη έχει παρατηρηθεί αύξηση της μέτρησης και της ανάλυσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος. Τα αποτυπώματα παρέχουν με έναν συχνά γραφικό τρόπο μια απλή μέτρηση των επιπτώσεων που προκαλεί η ανθρώπινη δραστηριότητα στο περιβάλλον (Hammond G.P, 2006). Ο υπολογισμός του περιβαλλοντικού αποτυπώματος συνήθως γίνεται με βάση τα κιλά διοξειδίου του άνθρακα, αλλά και άλλων παραπλήσιων αερίων του θερμοκηπίου(AΘ) που εκπέμπονται στην ατμόσφαιρα, εξού και ο όρος

«αποτύπωμα διοξειδίου του άνθρακα» (CO² Footprint). Στην ουσία πρόκειται για έναν τρόπο μέτρησης των αρνητικών αποτελεσμάτων που επιφέρει η λειτουργία μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού προς το περιβάλλον (Χρηστάκης, Μ., 2013).

Με την διαδικασία του υπολογισμού του οικολογικού αποτυπώματος, τόσο σε ευρεία κλίμακα (πληθυσμός, έθνος, ανθρωπότητα), όσο και σε μικρότερη έκταση (άτομο, επιχείρηση), υπάρχει δυνατότητα να αντιληφθεί και να αξιολογήσει κανείς τον βαθμό της πίεσης που ασκείται στον πλανήτη. Με αυτόν τον τρόπο πραγματοποιείται σωστότερη διαχείριση των πόρων του πλανήτη, ενώ παράλληλα γίνονται προσπάθειες τόσο ατομικά όσο και συλλογικά για την δημιουργία ενός κόσμου στον οποίο τα όρια της Γης θα γίνονται σεβαστά (Μουσιόπουλος κ.α., 2015).

Χρησιμοποιώντας διάφορες επιστημονικές μεθόδους μπορεί να εκτιμηθεί κατά προσέγγιση πόση γη χρειάζεται για να υποστηριχθεί ο ανθρώπινος πληθυσμός αναλογικά με τον τρόπο ζωής που ακολουθεί σήμερα. Σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη το 2006, το περιβαλλοντικό αποτύπωμα του ανθρώπινου πληθυσμού υπολογίστηκε κοντά στις 1,4 γέες. Στην ουσία χρειάστηκε μια γη και 4/10 αυτής επιπλέον, προκειμένου να καλυφθούν οι ανάγκες του ανθρώπινου πληθυσμού (τροφή, στέγαση, ένδυση), με τρόπο ο οποίος να θεωρηθεί ανανεώσιμος. Επιπλέον έχει υπολογιστεί ότι το περιβαλλοντικό αποτύπωμα του κάθε ανθρώπου πάνω στον πλανήτη, προκειμένου να εξισορροπηθεί η παραγωγική ικανότητα του πλανήτη με τις αντίστοιχες ανάγκες των κατοίκων του, δεν θα πρέπει να υπερβαίνει το όριο των 18 στρεμμάτων ανά άτομο. Σε παγκόσμια κλίμακα, κατά μέσο όρο το περιβαλλοντικό αποτύπωμα που αντιστοιχεί σε κάθε άτομο αγγίζει τα 22 στρέμματα γης. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω δεδομένα, γίνεται αντιληπτό το περιβαλλοντικό πρόβλημα που υφίσταται η εποχή μας και το αδιέξοδο στο οποίο οδηγείται, ειδικά για την περίπτωση που δεν ληφθούν τα απαραίτητα μέτρα (Παπαμανώλης, Ν., 2012).

Μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός, γνωρίζοντας το μέγεθος του περιβαλλοντικού της αποτυπώματος μπορεί να προβεί στον σχεδιασμό νέων στρατηγικών και τακτικών, προκειμένου να μειώσει τον αρνητικό αντίκτυπο που έχουν στο περιβάλλον συγκεκριμένες λειτουργίες της. Ο σχεδιασμός των νέων αυτών στρατηγικών μπορεί να περιλαμβάνει νέους βέλτιστους τρόπους για την διαχείριση της παραγωγικής διαδικασίας, καινοτομικές εφαρμογές, στοιχεία από τις εκπομπές άνθρακα, νέους τρόπους για την διαχείριση των απορριμμάτων κ.α. (Χρηστάκης, Μ., 2013).

Το οικολογικό αποτύπωμα αποτελεί ένα πολύ δυνατό επικοινωνιακό εργαλείο με ένα μεγάλο μέρος των πολιτών να συμβάλλει σημαντικά στην κατανόηση των επιπτώσεων που προξενεί στο περιβάλλον η ανθρώπινη δραστηριότητα. Παράλληλα όμως λειτουργεί

υποστηρικτικά, καθώς προτείνει δράσεις και μέτρα τα οποία μπορούν να οδηγήσουν στην αντιμετώπιση ανεπιθύμητων επιβλαβών περιβαλλοντικών επιπτώσεων (Μουσιόπουλος κ.α., 2015).

1.7. Η Πράσινη Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Όπως έχει ήδη αναφερθεί και σε προηγούμενο υποκεφάλαιο, ως πράσινη ορίζεται η επιχειρηματική δραστηριότητα η οποία σέβεται σε όλους τους τομείς της λειτουργίας της το φυσικό περιβάλλον. Στην περίπτωση που μια επιχείρηση θελήσει να υιοθετήσει έναν πιο «πράσινο» χαρακτήρα, θα πρέπει να το κάνει λαμβάνοντας υπόψιν της τα οικονομικά κριτήρια. Τα οφέλη που θα αποκομίσει η επιχείρηση θα πρέπει να υπερτερούν σε σύγκριση με το κόστος που θα προκύψει, προκειμένου η επιχείρηση να μην χάσει τον βιώσιμο χαρακτήρα της.

Εστιάζοντας στα ελληνικά δεδομένα, αντικρίζοντας το γενικότερο πλαίσιο ενδιαφέροντος που αναπτύσσεται, τόσο σε διεθνές, όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο για το περιβάλλον και την προστασία του, αλλά και την επίτευξη συμβιβασμού μεταξύ των εννοιών του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και της οικολογικής συνείδησης, παρατηρείται ότι πρωτοβουλίες πράσινου χαρακτήρα αρχίζουν να λαμβάνονται και στον ελληνικό χώρο. Ωστόσο, παρά τον πλούτο της χώρας σε τομείς όπως αυτόν των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (ήλιος, άνεμος), δεν δίνεται η απαραίτητη σημασία σε μορφές πράσινης τεχνολογίας προκειμένου να γίνει η κατάλληλη αξιοποίησή τους (Καινοτομία, Έρευνα & Τεχνολογία, 2008).

Σύμφωνα με τον Ζήση (2003) *«Στο νέο παγκόσμιο ανταγωνιστικό πεδίο η Ελλάδα, εκτός των άλλων, καλείται να αξιοποιήσει το πλούσιο και γόνιμο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον της ως συγκριτικό πλεονέκτημα και ως πεδίο ευκαιριών και καινοτομίας με πολιτικές ποιότητας, διαφοροποίησης του προϊόντος και προβολής»*. Τομείς της οικονομίας οι οποίοι παρουσιάζουν συνεχή ανάπτυξη, όπως ο τουρισμός, ο κλάδος της ενέργειας αλλά και νέοι κλάδοι όπως αυτός της ανακύκλωσης και της διαχείρισης των απορριμμάτων, δείχνουν την άμεση σχέση που παρουσιάζει η οικονομία με το περιβάλλον.

Σύμφωνα με στατιστικές αναλύσεις, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σημαντική αύξηση στην αγορά πράσινων προϊόντων και υπηρεσιών, σε παγκόσμια και τοπική κλίμακα, με συνεχώς αυξανόμενες προοπτικές ανάπτυξης. Η καθυστερημένη προσφυγή της χώρας προς την πράσινη επιχειρηματικότητα έχει αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομία της. Η Ελλάδα θα μπορούσε να είχε αναπτύξει μεγάλη ενεργειακή αυτονομία εάν είχαν αξιοποιηθεί

οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας που διαθέτει σε μεγάλο βαθμό. Επίσης, τα έσοδα της χώρας θα παρουσίαζαν ανοδική πορεία, κυρίως λόγω της αύξησης των τουριστικών ροών με υψηλότερα εισοδηματικά χαρακτηριστικά, ενώ, επιπλέον, ο αριθμός των περιβαλλοντικών προστίμων θα ήταν σαφώς μικρότερος (Καινοτομία, Έρευνα & Τεχνολογία, 2008).

Στον ελληνικό επιχειρηματικό χώρο ένας μικρός αριθμός μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι αυτός που εφαρμόζει ένα πράσινο πρότυπο στον τρόπο λειτουργίας τους. Σημαντική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του κλάδου της πράσινης επιχειρηματικότητας αποτελεί η δημιουργία ενός κλίματος που να ενθαρρύνει τέτοιου είδους πρωτοβουλίες, παρέχοντας οικονομικά κίνητρα στα ενδιαφερόμενα μέλη. Η Ελλάδα αποτελεί ένα μέρος στο οποίο η εφαρμογή του πράσινου επιχειρείν μπορεί να λειτουργήσει καταλυτικά ευνοώντας όλους τους οικονομικούς τομείς της χώρας, ξεκινώντας από τον πρωτογενή τομέα (βιολογική γεωργία, κτηνοτροφία) έως και τον κλάδο της αειφόρου παραγωγής ενέργειας και της ανακύκλωσης (Καινοτομία, Έρευνα & Τεχνολογία, 2008).

Ο ελλαδικός χώρος διαθέτει, όπως έχει γίνει κατανοητό, μια σειρά περιβαλλοντικών πλεονεκτημάτων συγκριτικά με άλλες χώρες. Όπως αναφέρει ο Ζήσης (2003), η Ελλάδα υπερτερεί σε σχέση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, καθώς διαθέτει ένα από τα πλουσιότερα οικοσυστήματα. Αυτό κάνει την Ελλάδα ένα σημείο με μεγάλο οικοτουριστικό και οικοεπιστημονικό ενδιαφέρον. Ακόμη, η αφθονία των φυσικών πόρων που διαθέτει μπορεί να αξιοποιηθεί αειφορικά, ενώ η πλούσια περιβαλλοντική ομορφιά μπορεί να αποτελέσει ισχυρό πόλο έλξης για τον οικοτουρισμό. Το οξύμωρο είναι ότι παρά τα περιβαλλοντικά προβλήματα που αντιμετωπίζει η χώρα, κυρίως με την αυθαίρετη χρήση της γης, τις ανεξέλεγκτες ετήσιες πυρκαγιές και την απαξιωτική ρύπανση με απορρίμματα, η κατάσταση είναι σχεδόν ικανοποιητική συγκριτικά με άλλες χώρες. Τα προβλήματα, ωστόσο, δεν θεωρούνται μη αναστρέψιμα.

Στον Ελλαδικό χώρο διάφοροι παράγοντες όπως η οικονομική αστάθεια, η γραφειοκρατία και η υψηλή φορολογία αποτρέπουν την ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων με πράσινο χαρακτήρα, καθώς και την επένδυση των ήδη υφιστάμενων επιχειρήσεων σε νέες πράσινες πρακτικές. Η κατεύθυνση της χώρας προς την πράσινη επιχειρηματικότητα μπορεί να δημιουργήσει πλήθος ευκαιριών, καθώς και να βοηθήσει σημαντικά στην βελτίωση της οικονομικής της κατάστασης. Προκειμένου, όμως, να υπάρξει μια κινητικότητα στον τομέα αυτόν, θα πρέπει το κράτος να προβεί, αρχικά, στην ενημέρωση των επιχειρήσεων για την ύπαρξη κρατικών χρηματικών επιχορηγήσεων, οι οποίες προσφέρουν μια οικονομική ελάφρυνση για τέτοιου είδους επενδύσεις. Η παροχή κινήτρων από την μεριά του κράτους θεωρείται, επίσης, πολύ σημαντική για την ανάληψη πράσινων πρωτοβουλιών από τις

επιχειρήσεις, πράγμα το οποίο μπορεί να επιτευχθεί με φορολογικές ελαφρύνσεις αλλά και με την απλοποίηση της αδειοδότησης και της διαδικασίας έναρξης. Μια εξίσου σημαντική κρατική κίνηση είναι η ενημέρωση του επιχειρηματικού κόσμου για τα οφέλη που θα αποκομίσουν από μια πιο πράσινη δραστηριότητα. Το κράτος μπορεί να μεταστρέψει την αντίληψη του κόσμου για την βιωσιμότητα και την προστασία του πλανήτη, ευαισθητοποιώντας το καταναλωτικό κοινό με το να προβάλλει με στοχευμένες στρατηγικές προώθησης την σημασία χρήσης «πράσινων» προϊόντων, τονίζοντας τα οφέλη που έχουν στον άνθρωπο και το περιβάλλον. Χρήσιμη κρίνεται και η συστηματική παρακολούθηση για την τήρηση της περιβαλλοντικής νομοθεσίας και η επιβολή «πράσινων» φόρων (Green Banking, Πράσινη Επιχειρηματικότητα)

Μέσω της εφαρμογής περιβαλλοντικών πρακτικών από τις επιχειρήσεις, η ελληνική οικονομία θα επωφεληθεί σε μεγάλο βαθμό. Ειδικότερα, η χώρα προβλέπεται να αυξήσει την ενεργειακή της αυτονομία, να εξοικονομεί μεγάλα ποσά ενέργειας και να μειωθούν οι εισαγόμενες ποσότητες. Αυτό είναι δυνατόν να πραγματοποιηθεί από την ενέργεια που θα προκύψει από την αύξηση των επιχειρήσεων που θα ασχοληθούν με τις ΑΠΕ, αλλά και από την περισσότερο οικολογική λειτουργία των επιχειρήσεων. Επιπλέον, θα προκύψουν νέα ανταγωνιστικά προϊόντα και υπηρεσίες, ενώ θα αυξηθούν οι εξαγωγές και οι τουριστικές ροές. Η χώρα θα διαθέτει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα που θα στηρίζεται στην υψηλή ποιότητα και το κοινό στο οποίο θα στοχεύει θα αποτελείται από πελάτες με υψηλές απαιτήσεις. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την δημιουργία ενός ισχυρού brand name που κάνει την Ελλάδα περισσότερο ανταγωνιστική στην αγορά. Στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας θα συμβάλλει σημαντικά και η προσέλκυση ξένων κεφαλαίων, καθώς η τήρηση όλων των απαραίτητων προϋποθέσεων που ευνοούν την πράσινη επιχειρηματικότητα προσελκύουν ξένους επενδυτές για πράσινες επενδύσεις.

Τέλος, η πράσινη ανάπτυξη δημιουργεί και νέες θέσεις εργασίας διατηρώντας, ωστόσο, τις ήδη υπάρχουσες εμπλουτίζοντάς τις με νέο εξειδικευμένο προσωπικό (Green Banking, Πράσινη Επιχειρηματικότητα). Συνεπώς, η Ελλάδα αποτελεί έναν τόπο συγκριτικού πλεονεκτήματος όπου μπορούν να προκύψουν νέες ευκαιρίες για την πράσινη επιχειρηματικότητα, καθώς είναι μια χώρα όπου πληροί όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις προκειμένου να ευδοκιμήσουν νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. *«Η πράσινη οικονομία και επιχειρηματικότητα είναι επένδυση στις ευκαιρίες για το παρόν και το μέλλον της χώρας»* (Ζήσης, Ι., 2003).

1.8. Πράσινο Ξενοδοχείο

Τα τελευταία χρόνια, παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση των ανησυχιών για τα περιβαλλοντικά θέματα (Han et al., 2010). Στην ολοένα αυξανόμενη περιβαλλοντικά συνειδητή αγορά, οι καταναλωτές ανακάλυψαν τον αντίκτυπο που είχαν οι αγοραστικές τους συνήθειες απέναντι στο περιβάλλον. Καθώς ένας μεγάλος αριθμός καταναλωτών άρχισε να βλέπει την ύπαρξη διάφορων περιβαλλοντικών ζητημάτων, το ενδιαφέρον της αγοράς άρχισε να στρέφεται σε προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον, ως μια εναλλακτική λύση, ενώ καταναλωτικά κοινά διατίθενται να ξοδέψουν και περισσότερα χρήματα για τέτοιου είδους προϊόντα (Han et al., 2010).

Λαμβάνοντας υπόψη, λοιπόν, το παραπάνω φαινόμενο, ανάλογη στροφή στις απαιτήσεις των καταναλωτών παρατηρείται και στον κλάδο των καταλυμάτων, αναζητώντας στην ουσία κτηριακές εγκαταστάσεις με έναν περισσότερο «πράσινο» χαρακτήρα. Μεγάλος αριθμός πελατών, γνωρίζοντας τις περιβαλλοντικές ζημιές που προκαλούν τα ξενοδοχεία (εκπομπές ουσιών στον αέρα, στο νερό και στο έδαφος), αλλά και την άμετρη σπατάλη των περιβαλλοντικών πόρων, που πραγματοποιούν, καταφεύγουν στην αναζήτηση ξενοδοχείων που εφαρμόζουν πράσινες στρατηγικές στον τρόπο λειτουργίας τους (Han et al., 2010). Όλο αυτό το έντονο καταναλωτικό ενδιαφέρον, έχει οδηγήσει πολλούς ιδιοκτήτες ξενοδοχείων να πάρουν πρωτοβουλίες εφαρμόζοντας πράσινες πρακτικές και να αναπτύξουν περιβαλλοντικά προγράμματα (Han et al., 2010).

Ως πράσινο ξενοδοχείο θεωρείται ένα φιλικό προς το περιβάλλον κατάλυμα, το οποίο εφαρμόζει οικολογικές πρακτικές στον τρόπο λειτουργίας του, με κύριο σκοπό την προστασία του πλανήτη (Han et al., 2010). Στο εξωτερικό το τελευταίο διάστημα παρατηρείται σημαντική αύξηση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που αποφασίζουν να υιοθετήσουν μια περιβαλλοντική πολιτική, μερικά εξ αυτών και μεγάλα ονόματα ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων. Το σύστημα των πράσινων ξενοδοχείων πέρα από το γεγονός ότι εξοικονομεί χρήματα στον ξενοδόχο, παράλληλα εξοικονομεί σε μεγάλο βαθμό και φυσικούς πόρους στον πλανήτη. Με αυτόν τον τρόπο ενισχύεται η βιωσιμότητα του πλανήτη ενώ προωθείται και το αίσθημα περιβαλλοντικής συνείδησης των επισκεπτών του εκάστοτε ξενοδοχείου. Επιπλέον, υπάρχει και εκείνη η κατηγορία τουριστών οι οποίοι είναι περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι, εφαρμόζοντας φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές στον καθημερινό τρόπο ζωής τους, και θα ήθελαν να τους δίνεται η ευκαιρία να συνεχίσουν να τις εφαρμόζουν και στα ταξίδια τους (Υφαντίδου, Γ., Σπυριδοπούλου, Ε., 2015).

Σύμφωνα με έρευνα που διεξήγαγαν οι Chena & Tung (2014), προκύπτει πως αν υπάρχει μια ευρύτερη θετική αντίληψη από το κοινωνικό περιβάλλον για τα πράσινα ξενοδοχεία, τότε οι ξενοδόχοι το αντιλαμβάνονται αυτό και προβαίνουν στο «πρασίνισμα» των ξενοδοχείων τους. Επίσης, από ευρήματα της έρευνας προέκυψε ότι οι περιβαλλοντικές ανησυχίες των καταναλωτών είναι αυτές που καθορίζουν την θετική στάση που αναπτύσσουν ως προς την επίσκεψη πράσινων καταλυμάτων. Σε αυτό το σημείο σπουδαίο ρόλο διαδραματίζει η κυβέρνηση, η οποία οφείλει να προωθήσει, χρησιμοποιώντας διάφορα επικοινωνιακά μέσα (ντοκιμαντέρ), την σημασία της προστασίας του περιβάλλοντος με σκοπό να αυξήσει την περιβαλλοντική ανησυχία του κοινού. Ενέργειες σαν και αυτή θα έχουν ως αποτέλεσμα την απόκτηση μεγαλύτερης περιβαλλοντικής ευαισθησίας και ως εκ τούτου την δημιουργία θετικότερης στάσης απέναντι στα πράσινα ξενοδοχεία (Υφαντίδου, Γ., Σπυριδοπούλου, Ε., 2015).

Η υιοθέτηση ενός «πράσινου» προσανατολισμού από ένα ξενοδοχείο, μπορεί να αποτελέσει τη βάση για καλές στρατηγικές μάρκετινγκ, καθώς οι φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές του μπορούν να το βοηθήσουν να τοποθετηθεί διαφορετικά στο πεδίο του ανταγωνισμού (Han et al., 2010). Η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, η έντονη διαφοροποίηση από παρόμοιες, αλλά μη πράσινες επιχειρήσεις, και η ικανοποίηση των αναγκών του κοινού για φιλικά προς το περιβάλλον ξενοδοχεία αποτελούν μερικά από τα πλεονεκτήματα των πράσινων ξενοδοχείων. Επιπλέον, η απόκτηση ενός οικολογικού προφίλ προσφέρει οφέλη όπως σημαντική μείωση στη κατανάλωση ενέργειας και λειτουργικό κόστος, βελτίωση της εταιρικής εικόνας και προσέλκυση θετικής προσοχής από το καταναλωτικό κοινό (Han et al., 2010).

Πολλά ξενοδοχεία στις ΗΠΑ έχουν απευθυνθεί σε ειδικούς συμβούλους προκειμένου να τους παρέχουν σωστές κατευθυντήριες οδηγίες για την «πρασινοποίηση» της επιχείρησής τους, με σκοπό τόσο την μείωση της περιβαλλοντικής επίπτωσης, όσο και την οικονομική τους βελτίωση. Την ίδια στιγμή στον ευρωπαϊκό χώρο, αλυσίδες ξενοδοχείων προβάλλουν τις νέες ανακαινισμένες τους «πράσινες» εγκαταστάσεις, προκειμένου να δουν άνοδο στα ποσοστά των εσόδων τους, δεδομένης και της ανερχόμενης κατηγορίας τουριστών με αυξημένη την περιβαλλοντική τους συνείδηση (Υφαντίδου, Γ., Σπυριδοπούλου, Ε., 2015).

Στον χώρο της πράσινης επιχειρηματικότητας για τις ξενοδοχειακές, αλλά και γενικότερα για τις τουριστικές επιχειρήσεις, έχουν αναπτυχθεί διάφοροι τρόποι, οι οποίοι προτρέπουν τις επιχειρήσεις να εφαρμόσουν περιβαλλοντικές πρακτικές και να φανερώσουν τον οικολογικό τους χαρακτήρα. Για αυτούς θα αναφερθούμε εκτενεστέρα στο επόμενο υποκεφάλαιο.

Όπως αναφέρουν οι Han et al. (2010) με στοιχεία που προκύπτουν από τους Manaktola & Jauhari (2007), οι «πράσινες» ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αποτελούν ένα διαρκώς αυξανόμενο φαινόμενο στον τρέχοντα ανταγωνιστικό κλάδο των καταλυμάτων.

1.9. Ευκαιρίες και Κίνδυνοι της Πράσινης Επιχειρηματικότητας

Σκοπός της πράσινης επιχειρηματικότητας είναι η χρήση προϊόντων και υπηρεσιών που δεν απειλούν το περιβάλλον και έχουν ως στόχο την προστασία του καθώς και τη βελτίωση του τρόπου ζωής. Στην συγκεκριμένη ενότητα θα γίνει αναφορά στις ευκαιρίες και τους κινδύνους που προκύπτουν μέσα από την πράσινη επιχειρηματικότητα. Συγκεκριμένα:

- Το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης μειώνεται σημαντικά.

Με την χρήση πράσινων σχεδίων, η επιχείρηση εξοικονομεί ενέργεια και σε συνδυασμό με την μείωση εισροών παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών, συμβάλλουν στη μείωση του λειτουργικού κόστους μιας επιχείρησης. Το κόστος από την εφαρμογή των πράσινων σχεδίων μπορεί να εξαλειφθεί γρήγορα και να κάνει την επιχείρηση πιο ανταγωνιστική στην αγορά.

- Επιδοτήσεις και επιχορηγήσεις από το κράτος και την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Τα οικονομικά κίνητρα που χορηγούνται στις επιχειρήσεις για την ενσωμάτωσή τους στην πράσινη επιχειρηματικότητα είναι αρκετά δελεαστικά. Επιπλέον, το κράτος για να στρέψει τις επιχειρήσεις προς αυτή την κατεύθυνση παρέχει ελαφρύνσεις και φορολογικά κίνητρα ώστε όλο το φορολογικό βάρος να στραφεί προς επιχειρήσεις οι οποίες δεν είναι πράσινες.

- Δανειοδότηση επιχειρήσεων και ασφάλιση.

Οι πράσινες επιχειρήσεις μπορούν να εξασφαλίσουν δάνειο και ασφάλιση με ευνοϊκότερους όρους, διότι λόγω της ιδιαιτερότητάς τους έχουν εφαρμόσει προληπτικά μέτρα κάλυψης για την αποφυγή και αντιμετώπιση περιβαλλοντικών ζημιών που μπορεί να προκύψουν.

- Branding και Διαφοροποίηση στην αγορά.

Οι επιχειρήσεις που είναι φιλικές προς το περιβάλλον, κατέχουν μεγαλύτερη εκτίμηση και εμπιστοσύνη στην αγορά, προσελκύουν περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους πελάτες και είναι πιο πιθανό να κερδίσουν σε διαγωνισμούς ανάθεσης έργων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την διαφοροποίηση τους στην αγορά, προσδίδοντας τους ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα το οποίο συμβάλλει στην ανάπτυξη της επιχείρησης.

- Ευκαιρίες για απασχόληση.

Η δημιουργία πράσινων θέσεων εργασίας στον πρωτογενή, δευτερογενή, τριτογενή και τεταρτογενή τομέα συμβάλλουν στη διατήρηση και προστασία του περιβάλλοντος. Επιπλέον, οι εργαζόμενοι προτιμούν να εργάζονται σε επιχειρήσεις που είναι φιλικές προς το περιβάλλον και μάλιστα μέσα από έρευνες έχει διαπιστωθεί ότι εταιρείες που είναι υπεύθυνες προς το περιβάλλον έχουν μεγαλύτερα ποσοστά παραγωγικότητας, αποκομίζοντας σημαντικά οικονομικά οφέλη.

- Προσέλκυση ξένων κεφαλαίων

Μια χώρα όπως η Ελλάδα που διαθέτει κλιματικές και γεωγραφικές προϋποθέσεις, είναι φιλική προς το περιβάλλον και ενισχύει την πράσινη επιχειρηματικότητα, είναι πιο εύκολο να προσελκύσει ξένους επενδυτές για την ανάπτυξη νέων έργων.

Ωστόσο, η πράσινη επιχειρηματικότητα πέρα από τις ευκαιρίες που προσφέρει ενέχει και κάποιους κινδύνους που μπορούν να οδηγήσουν το πράσινο επιχειρησιακό πρόγραμμα σε αποτυχία. Συγκεκριμένα:

- Οικονομική αποτυχία

Το πρασίσιμα της επιχείρησης και οι νέες επιχειρησιακές τεχνικές δεν είναι σίγουρο ότι θα επιφέρουν τα απαιτούμενα αποτελέσματα ώστε η επιχείρηση να είναι κερδοφόρα.

- Επενδύσεις σε πράσινες πρακτικές που δεν έχουν δοκιμαστεί μέσα στον χρόνο.

Ο σχεδιασμός πράσινων προϊόντων χρειάζεται ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα για την ανάπτυξη, την προσαρμογή και την δοκιμή ώστε οι τεχνολογίες και πρακτικές που θα χρησιμοποιηθούν να έχουν δοκιμαστεί και ωριμάσει ώστε να προχωρήσει η παραγωγή τους. Οι επενδύσεις σε ημιτελείς πράσινες τεχνολογίες και πρακτικές είναι ένα από τα συχνότερα λάθη που εντοπίζονται στην πράσινη επιχειρηματικότητα και έχουν ως αποτέλεσμα την αποτυχία του σχεδιαστικού προγράμματος.

- Greenwash

Παραπληροφόρηση που διαδίδεται από τον οργανισμό σχετικά με την πράσινη εικόνα της επιχείρησης.

Το φιλοπεριβαλλοντικό προφίλ μιας επιχείρησης και οι πράσινες ιδιότητες των προϊόντων της μπορούν να επιφέρουν αντίθετα αποτελέσματα από τα επιθυμητά όταν οι ισχυρισμοί της επιχείρησης δεν είναι αληθινοί και ακριβείς. Αυτή η στάση των επιχειρήσεων επικρίνεται από τα ΜΜΕ και το κοινό και η επιχείρηση και τα προϊόντα της χάνουν την αξιοπιστία τους. Επιπλέον, δεν είναι λίγες οι φορές που έχουν επιβληθεί κυρώσεις από τους κρατικούς φορείς για ανακριβείς και ψευδείς πληροφορίες για την περιβαλλοντική υπευθυνότητα των επιχειρήσεων.

Επομένως, είναι φανερό πως πέρα από τους κινδύνους που ενέχει το πρασίσιμα της επιχείρησης, τα οφέλη που μπορεί να αποκομηθούν μέσω της πράσινης επιχειρηματικότητας είναι πολλά και το κράτος θα πρέπει να μεριμνήσει γι' αυτό διότι, η χώρα, οι επιχειρήσεις αλλά και οι πολίτες θα ωφεληθούν σημαντικά (Χρηστάκης, Μ., 2013).

1.10. Περιβαλλοντικά Προγράμματα

Όπως ήδη έχει γίνει λόγος, η προστασία και η βιωσιμότητα του περιβάλλοντος αποτελούν μερικά από τα πιο καίρια ζητήματα της σημερινής εποχής, επηρεάζοντας ακόμη και πολλούς επιχειρηματικούς τομείς σε παγκόσμια κλίμακα. Παρατηρείται ότι το κοινό ολοένα και περισσότερο αποκτά μεγαλύτερη ευαισθησία για τα περιβαλλοντικά ζητήματα, πράγμα το οποίο οδηγεί πολλές επιχειρήσεις να εφαρμόζουν μέτρα περιβαλλοντικής διαχείρισης και να σχεδιάζουν φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες (Teng & Chang, 2014). Πολλές είναι οι βιομηχανίες που εφαρμόζουν την έννοια του «πράσινου» μάρκετινγκ σαν στρατηγική διαφοροποίησης από τους ανταγωνιστές, μεταξύ των οποίων και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (Teng & Chang, 2014). Όπως αναφέρουν οι Teng & Chang (2014), από έρευνα των Holcomb et al. (2007) προκύπτει ότι, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων καθορίζεται σημαντικά από τον τρόπο που αντιμετωπίζουν τα περιβαλλοντικά ζητήματα, ενώ μελέτες έχουν δείξει ότι η εφαρμογή περιβαλλοντικών προγραμμάτων από τα ξενοδοχεία είναι μια πολύ καλή στρατηγική για την ενίσχυση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (Teng & Chang, 2014).

1.10.1. Travel Life

Το πρόγραμμα της TravelLife αποτελεί ένα πρόγραμμα πιστοποίησης μέσω του οποίου τα ξενοδοχεία αποδεικνύουν την στάση τους απέναντι στη βιωσιμότητα, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζουν τα περιβαλλοντικά ζητήματα. Το πρόγραμμα πιστοποίησης της TravelLife αποτελείται από τρία βασικά στάδια. Σε αρχικό στάδιο η ενδιαφερόμενη επιχείρηση δηλώνει πρόθεση συμμετοχής στο πρόγραμμα, δεσμεύεται και ξεκινά να εισάγει τις απαραίτητες διαδικασίες διαχείρισης που καθορίζει το πρόγραμμα. Στο στάδιο αυτό, ορίζεται ένας συντονιστής του προγράμματος (Συντονιστής Βιωσιμότητας), στον οποίο ανατίθεται ένα προσωπικό πιστοποιητικό της TravelLife, και έπειτα αρχίζουν να πραγματοποιούνται τα πρώτα μικρά βήματα της επιχείρησης εφαρμόζοντας καλές πρακτικές που εξυπηρετούν την επίτευξη της βιωσιμότητας. Σε αυτό το στάδιο η επιχείρηση δεν έχει λάβει ακόμα καμία επιβράβευση. Σε δεύτερο στάδιο, η επιχείρηση, καθώς τηρεί τις απαιτήσεις του προγράμματος και εφαρμόζει επιτυχώς τις πρακτικές βιωσιμότητας, λαμβάνει τον τίτλο του «Συνεργάτη της TravelLife» (TravelLife Partner). Έχοντας αυτόν τον τίτλο, η επιχείρηση μπορεί πλέον να προωθεί την προσπάθεια που καταβάλει για την απόκτηση ενός πιο βιώσιμου χαρακτήρα, όπως επίσης και τα πρόσφατα επιτεύγματά της. Σε τρίτο και τελευταίο στάδιο, η επιχείρηση ελέγχεται και αξιολογείται ως προς τη συμμόρφωση των

πρακτικών του προγράμματος από έναν ανεξάρτητο ελεγκτή. Με την επιτυχημένη ολοκλήρωση του ελέγχου η επιχείρηση λαμβάνει την ιδιότητα του «Πιστοποιημένο από την TravelLife» (TravelLife Certified). Με την πιστοποίηση από την TravelLife, η επιχείρηση έχει την δυνατότητα να επικοινωνεί προς το κοινό της την διάκρισή της στην βιωσιμότητα (Travellife Sustainability in tourism).

1.10.2. Green Key

Ένα από τα σήματα που κάνουν μια τουριστική επιχείρηση αναγνωρίσιμη ως περιβαλλοντικά υπεύθυνη, είναι το «Πράσινο Κλειδί» (Green Key). Το «Πράσινο Κλειδί» είναι ένα διεθνές βραβείο, ένα οικολογικό σήμα ποιότητας για τις τουριστικές επιχειρήσεις, ένα διεθνές πρόγραμμα ποιότητας το οποίο έχει ως βασική του ιδέα την μετατροπή κάθε τουριστικής μονάδας, μεγάλης ή μικρής, σε «πράσινη»¹²¹. Στην ουσία προτρέπει τουριστικές μονάδες να εφαρμόσουν φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές, συμβάλλοντας έτσι στην προστασία του περιβάλλοντος, στην μείωση της σπατάλης των φυσικών πόρων και τέλος στην προαγωγή της αειφορίας (Υφαντίδου, Γ., Σπυριδοπούλου, Ε. 2015). Το «Πράσινο Κλειδί» μπορεί να αποδοθεί σε διάφορα είδη τουριστικών επιχειρήσεων, όπως ξενοδοχεία/ξενώνες, μικρά καταλύματα, εστιατόρια, χώρους κατασκήνωσης, πάρκα διακοπών κ.α. Το πρόγραμμα, με βάση τελευταία στοιχεία, υλοποιείται σε 57 χώρες παγκοσμίως μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα.

1.10.3. ISO 14001

Το ISO 14001 αποτελεί το πιο διαδεδομένο πρότυπο Περιβαλλοντικής Διαχείρισης. Απευθύνεται σε όσες επιχειρήσεις και οργανισμούς επιθυμούν να διαχειριστούν συστηματικά τις περιβαλλοντικές τους ευθύνες. Λειτουργεί υποστηρικτικά, βοηθώντας τα ενδιαφερόμενα μέλη να βελτιώσουν τις περιβαλλοντικές τους επιδόσεις και να πετύχουν τους περιβαλλοντικούς τους στόχους. Το ISO 14001 μπορεί να εφαρμοστεί σε οποιονδήποτε οργανισμό, ανεξάρτητα από το είδος, το μέγεθος, και τον τομέα δραστηριοποίησής του. Ο οργανισμός/επιχείρηση με την εφαρμογή του προγράμματος ISO 14001 μπορεί να επωφεληθεί σημαντικά. Παρατηρείται σημαντική βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων, ενώ παράλληλα και σημαντικά οικονομικά και περιβαλλοντικά οφέλη, μερικά εκ των οποίων: μείωση στην κατανάλωση ενέργειας και νερού, μείωση στην χρήση πρώτων υλών και πόρων, μείωση της παραγωγής αποβλήτων, που συνεπάγεται και μείωση στο κόστος διάθεσής τους, όπως επίσης και βελτίωση στην αποτελεσματικότητα των διεργασιών

(θέματα παραγωγικότητας, θέματα αποβλήτων, θέματα συμμόρφωσης με την ισχύουσα νομοθεσία, θέματα γραφειοκρατίας κ.α.). Τέλος, με την πιστοποίηση του προγράμματος ISO 14001 ο οργανισμός/επιχείρηση αποκτά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, καθώς επιδεικνύοντας περιβαλλοντική ευαισθησία, βελτιώνεται η εικόνα του οργανισμού/επιχείρησης και έτσι αποκτά μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά (Business Quality Certification).

1.10.4. Ecolabel - Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα

Το Οικολογικό σήμα Ecolabel αποτελεί το μοναδικό σήμα περιβαλλοντικής αριστείας το οποίο αναγνωρίζεται σε ολόκληρη την Ευρώπη. Απονέμεται σε προϊόντα και υπηρεσίες που πληρούν υψηλά περιβαλλοντικά κριτήρια, καθόλη την διάρκεια του κύκλου ζωής τους: από την εξόρυξη των πρώτων υλών έως την παραγωγή, την διανομή και την κατανάλωσή τους. Σκοπός του οικολογικού σήματος Ecolabel είναι η προώθηση της κυκλικής οικονομίας, η οποία προτρέπει τους παραγωγούς να παράγουν λιγότερα απόβλητα και CO₂, και τις εταιρίες να δημιουργούν εύκολα επισκευάσιμα, ανθεκτικά και ανακυκλώσιμα προϊόντα. Οι επιχειρήσεις που έχουν λάβει το οικολογικό σήμα Ecolabel σημαίνει ότι : Έχουν περιορίσει την κατανάλωση ενέργειας και νερού, έχουν μειώσει τα παράγωγα απόβλητα, προωθούν την περιβαλλοντική εκπαίδευση/ενημέρωση στους εργαζομένους και κάνουν χρήση ανανεώσιμων πόρων και ουσιών οι οποίες είναι λιγότερο επιβλαβείς για το περιβάλλον. Τα κριτήρια απονομής του οικολογικού σήματος της ΕΕ παρέχουν στις εταιρείες που επιθυμούν να μειώσουν τις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις και να εγγυηθούν την αποτελεσματικότητα των περιβαλλοντικών τους δράσεων, αυστηρές κατευθυντήριες γραμμές. Επιπλέον, πολλές είναι οι εταιρείες που στρέφονται στα κριτήρια απονομής του οικολογικού σήματος της ΕΕ για καθοδήγηση σχετικά με φιλικές προς το περιβάλλον βέλτιστες πρακτικές κατά την ανάπτυξη των γραμμών προϊόντων τους (Eu Ecolabel, Business).

1.10.5. Σύστημα Οικολογικής διαχείρισης και ελέγχου (EMAS)

Το Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Οικολογικού Ελέγχου (EMAS) έχει ως στόχο την συνεχή βελτίωση της περιβαλλοντικής επίδοσης των οργανισμών. Ο κανονισμός αποτελεί εθελοντική εφαρμογή (Κανονισμός 76/2001/ΕΚ) και είναι απαραίτητη προϋπόθεση οι συμμετέχοντες επιχειρήσεις/οργανισμοί να εφαρμόζουν στον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησής τους τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, να δημοσιοποιούν τις περιβαλλοντικές τους επιδόσεις μέσω Περιβαλλοντικών Εκθέσεων και τέλος να λειτουργούν

με βάση την περιβαλλοντική νομοθεσία. Όπως και το περιβαλλοντικό πρόγραμμα ISO 14001 το οποίο έχει υιοθετηθεί αυτούσιο από το Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και ελέγχου (EMAS), το EMAS θέτει τις απαραίτητες προδιαγραφές που θα πρέπει να διαθέτουν οι οργανισμοί για την εφαρμογή και την ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης. Την βασική διαφορά που υπάρχει ανάμεσα στον κανονισμό του EMAS και του προτύπου ISO 14001 είναι ότι απαιτείται από το πρόγραμμα προς στους οργανισμούς, να δημοσιοποιούν τις περιβαλλοντικές τους επιδόσεις μέσω της επικυρωμένης Περιβαλλοντικής Δήλωσης αλλά και οποιασδήποτε άλλης επικυρωμένης πληροφορίας. Το EMAS μπορεί να υιοθετηθεί και εφαρμοστεί από οποιοδήποτε επιχείρηση επιθυμεί να βελτιώσει τον τρόπο λειτουργίας της ώστε να έχει καλύτερη περιβαλλοντική επίδοση, πέρα από το μέγεθος του οργανισμού/επιχείρησης ή του τομέα που δραστηριοποιείται, εφόσον βέβαια η τοποθεσία της επιχείρησης είναι εντός ενός κράτους μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

1.10.6. Πράσινος Τουρισμός

Το πρόγραμμα Πράσινος Τουρισμός εφαρμόστηκε στα πλαίσια του Ευρωπαϊκού προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» από το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού, το οποίο αναφέρεται σε επενδύσεις ξενοδοχειακών και τουριστικών καταλυμάτων εντός της Ελληνικής Επικράτειας. (Υπουργείο Τουρισμού, 2017) . Ο προϋπολογισμός του προγράμματος ανέρχεται στα 12.904.207 € τα οποία προέρχονται από Δημόσια Δαπάνη. Η Ευρωπαϊκή Ένωση σε συνδυασμό με το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και εθνικούς πόρους, συγχρηματοδοτεί τη Δημόσια Δαπάνη της Πράξης. (ΕΣΠΑ NEWS,2018)

Στόχος του συγκεκριμένου προγράμματος είναι να βοηθήσει στην ανάπτυξη της περιβαλλοντικής συνείδησης των τουριστικών επιχειρήσεων καθώς και να συμβάλλει στην ανέλιξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από τους ξενοδόχους. Έπειτα, κύριος στόχος είναι να αναβαθμίσει τις προσφερόμενες υπηρεσίες των καταλυμάτων , να βελτιώσει την ποιότητά τους αλλά και τις περιβαλλοντικές τους επιδόσεις. Τέλος, η Πράξη αυτή αποβλέπει στην παραγωγή υποδομών και σχεδίων δράσεων που διαθέτουν τα κριτήρια οικολογικής πιστοποίησης. (Κέντρο Επιχειρηματικής και Πολιτιστικής Ανάπτυξης, 2018)

1.11 Μελέτες περίπτωσης πράσινων πρακτικών σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις

1η Μελέτη περίπτωσης

Μία μελέτη περίπτωσης που σχετίζεται με την βιώσιμη ανάπτυξη σε ξενοδοχεία έχει πραγματοποιηθεί με τίτλο «Εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών σε Ελληνικά φιλικά προς το περιβάλλον ξενοδοχεία» από τη Σουλτάνα Καπίκι η οποία δημοσιεύτηκε στο περιοδικό 'Journal of Environmental Protection and Ecology'. Στόχος της μελέτης είναι να καταδείξει τα οφέλη των Ελληνικών ξενοδοχείων που χρησιμοποιούν τη βιώσιμη ανάπτυξη αλλά και να παρουσιάσει βήμα-βήμα τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν , ώστε να δώσουν κίνητρο και σε άλλες επιχειρήσεις να ακολουθήσουν τη δική τους πράσινη πορεία. Έτσι, λοιπόν, η έρευνα έγινε με την διανομή ερωτηματολογίων σε ξενοδοχεία της Θεσσαλονίκης και Χαλκιδικής μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αν και δεν ανταποκρίθηκαν όλοι, παρόλα αυτά το δείγμα ήταν ικανοποιητικό.(Kariki, S., 2012)

Συνολικά στάλθηκαν 102 ερωτηματολόγια στους διαχειριστές των τουριστικών επιχειρήσεων τον Νοέμβριο του 2011 μαζί με ένα σημείωμα που διευκρίνιζε αναλυτικά τους σκοπούς της έρευνας. Τον Δεκέμβριο του ίδιου έτους στάλθηκε μία ειδοποίηση ηλεκτρονικά σε όσους δεν είχαν απαντήσει μέχρι στιγμής και 45 κλήσεις μέσω τηλεφώνου. Τα απαντημένα ερωτηματολόγια συγκεντρώθηκαν μέχρι τον Φεβρουάριο του 2012, ωστόσο 6 από αυτά δεν απαντήθηκαν πλήρως και απορρίφθηκαν , όμως απέμεινε ένας ικανοποιητικός αριθμός για την διεξαγωγή έμπιστων αποτελεσμάτων. Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου διαχωρίστηκαν σε α) ερωτήσεις που σχετίζονται με τα κίνητρα που οδήγησαν στην εγκατάσταση πράσινων πρακτικών και σε β) ερωτήσεις που αμφιβάλλουν αν επιφέρει καρπούς αυτή η επένδυση (Kariki, S., 2012)

Τα αποτελέσματα της μελέτης έδειξαν πως, κυρίως τα κίνητρα για οικολογία είναι οικονομικά οφέλη(90%),κοινωνική και περιβαλλοντική ευθύνη (76%) και οικονομική στήριξη μέσω επιχειρησιακών προγραμμάτων(68%), ενώ η χρήση του οικολογικού σήματος ως εργαλείο μάρκετινγκ (42%) και η αύξηση της ανταγωνιστικότητας (39%) έμειναν πίσω. Όσον αφορά την επένδυση ,τα ευρήματα έδειξαν ότι, το κόστος προσαρμογής ήταν χαμηλή (88%), μέση (9%), υψηλή (3%). Το διάστημα που κρίνεται απαραίτητο για την απόσβεση χρημάτων σύμφωνα με τους υπεύθυνους των ξενοδοχείων ήταν 1 έτος (75%), 2 έτη (20%) και όχι ακόμα (5%). Στη μείωση επιπέδου λειτουργικού κόστους απάντησαν: πολύ (45%), αρκετά (32%) και αρκετά (23%).Σχετικά με την αύξηση όγκου των κρατήσεων συνολικά το δείγμα απάντησε ναι (100%) και πιο συγκεκριμένα τα ποσοστά ανέρχονται: κατά 17% σε 17

ξενοδοχεία , κατά 20% σε 44 ξενοδοχεία και κατά 30% σε 9 ξενοδοχεία .Τέλος, το ποσοστό ικανοποιημένων επισκεπτών λόγω των αλλαγών ανέρχεται σε 98% (Kariki, S., 2012).

Επομένως, έπειτα από την συλλογή των απαντήσεων τα αποτελέσματα έδειξαν πως, κυρίως τα κίνητρα για οικολογία είναι οικονομικά οφέλη και οικονομική στήριξη μέσω επιχειρησιακών προγραμμάτων. Από την άλλη, φαίνεται πως το αποτέλεσμα της επένδυσης είναι επαρκές, το κόστος προσαρμογής είναι χαμηλό, το διάστημα που κρίνεται απαραίτητο για την απόσβεση χρημάτων είναι 1-2 έτη ,η μείωση λειτουργικού κόστους είναι πολύ χαμηλή όπως και το ποσοστό ευχαριστημένων επισκεπτών (Kariki, S., 2012).

2η Μελέτη περίπτωσης

Μία ακόμη μελέτη περίπτωσης έχει πραγματοποιηθεί από την Jenifer Eggeling σχετικά με το Scandic, την μεγαλύτερη Σκανδιναβική αλυσίδα ξενοδοχείων η οποία ξεχωρίζει σε σχέση με τις υπόλοιπες καθώς εφαρμόζει βιώσιμες πρακτικές στον πυρήνα της και αποτελεί υπόδειγμα για έναν βιώσιμο τρόπο λειτουργίας των ξενοδοχειακών μονάδων. Τα προγράμματα που χρησιμοποιεί η Scandic αποτελούν σήμερα τα πιο κορυφαία προγράμματα σε ολόκληρο τον τουριστικό τομέα. Σκοπός της συγκεκριμένης μελέτης είναι ο εντοπισμός των πρακτικών που χρησιμοποιούνται στο Scandic ώστε να αποτελέσει πρότυπο και να υιοθετήσουν τις πρακτικές της και άλλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (Cuenllas, A., 2014).

Σύμφωνα με την Scandic η βιωσιμότητα χωρίζεται σε τρεις βασικούς τομείς: οικολογικούς, οικονομικούς και ηθικές πτυχές. Και οι τρεις κατηγορίες έχουν ως στόχο την δημιουργία πρακτικής για ένα βιώσιμο παρόν και μέλλον για το περιβάλλον, την επιχείρηση και την κοινωνία. Συγκεκριμένα, στόχος της επιχείρησης είναι η μείωση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον καθώς και η μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος. Επίσης, θέματα που αφορούν την υγεία είναι πολύ σημαντικά για την Scandic καθώς επιθυμεί τόσο οι επισκέπτες όσο και οι εργαζόμενοι να ζουν μια υγιή ζωή και υπόσχεται να μεταχειρίζεται τον οποιοδήποτε ισότιμα και με φροντίδα (Cuenllas, A., 2014).

Από το 1993, η Scandic έχει εφαρμόσει πάρα πολλά μέτρα για να επιτύχει περιβαλλοντική και κοινωνική βιωσιμότητα. Η συγκεκριμένη ξενοδοχειακή επιχείρηση αποτελεί τον πρωτοπόρο για την επαναχρησιμοποίηση πετσετών, όπου σήμερα είναι πρότυπο για όλες τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις παγκοσμίως. Επιπλέον, χρησιμοποιεί ενέργειες οι οποίες στοχεύουν μακροπρόθεσμα, όπως οι προσπάθειες προστασίας του περιβάλλοντος για την μείωση των επιπέδων νερού και ενέργειας (Bohdanowicz, P., & Zientara, P., 2008).

Συγκεκριμένα, για την επίτευξη μείωσης των επιπέδων νερού πραγματοποιήθηκε με την εγκατάσταση βρυσών εξοικονόμησης νερού, ντους και τουαλετών σε όλο το ξενοδοχείο. Επίσης, το νερό που απομένει σε καράφα δεν πετάγεται, αλλά το χρησιμοποιούν για να ποτίσουν τα φυτά και τα λουλούδια. Με αυτή την ενέργεια η Scandic μέχρι το 2006 είχε καταφέρει να μειώσει την κατανάλωση νερού κατά 14%. Όσον αφορά την μείωση ενέργειας η επιχείρηση άλλαξε όλες τις συνηθισμένες λάμπες σε λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας. Έπειτα, το 2004 η Scandic εφάρμοσε την λειτουργία της ηλεκτρικής ενέργειας και του φωτός σε όλα τα δωμάτια του ξενοδοχείου με την χρήση της κάρτας-κλειδιού. Έτσι, δεν σπαταλάται ενέργεια τις ώρες που οι επισκέπτες δεν βρίσκονται στο δωμάτιο (Bohdanowicz, P., & Zientara, P., 2008).

Μία ακόμη σημαντική πρακτική που εφαρμόζει η επιχείρηση αφορά την μείωση της ποσότητας των αποβλήτων. Συγκεκριμένα από το 1996, η Scandic αποφάσισε να μη χρησιμοποιεί προϊόντα μιας χρήσης. Ακόμη, μια αρκετά σημαντική ενέργεια της επιχείρησης σχετικά με τα απόβλητα είναι ότι εγκατέστησε κάδους ανακύκλωσης όπου επισκέπτες και προσωπικό είναι υποχρεωμένοι να διαχωρίζουν τα απορρίμματα τους. Με το συγκεκριμένο μέτρο κατάφερε να μειώσει κατά 67% την ποσότητα των μη ταξινομημένων αποβλήτων(Bohdanowicz, P., & Zientara, P., 2008).

Μια ακόμη σημαντική πρωτοβουλία που πήρε η Scandic είναι η παροχή βοήθειας στην κοινότητα που ζει κοντά στην επιχείρηση. Η επιχείρηση παρέχει δωρεάν κλινοσκεπάσματα και έπιπλα σε φιλανθρωπικούς οργανισμούς, χορηγεί τοπικές αθλητικές ομάδες και εκδηλώσεις και προσφέρει θέσεις εργασίας μερικής απασχόλησης σε άτομα με αναπηρίες (Bohdanowicz, P., & Zientara, P., 2008).

Επιπλέον, μια σημαντική πρακτική της επιχείρησης που έχει οδηγήσει στην επιτυχία αφορά και τους υπαλλήλους της. Όλοι οι εργαζόμενοι της Scandic εκπαιδεύονται συνεχώς σχετικά με θέματα αειφορίας και στην συνέχεια προτείνουν ιδέες για πρακτικές που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν στο ξενοδοχείο. Για την επιχείρηση είναι σημαντικό και απαραίτητο όλοι οι εργαζόμενοι να εκπαιδεύονται σχετικά με αυτά τα θέματα, για αυτό το λόγο η Scandic το 2002 προχώρησε στην δημιουργία ενός προγράμματος ηλεκτρονικής μάθησης το οποίο τους διδάσκει την οικολογική βιωσιμότητα (Bohdanowicz, P., & Zientara, P., 2008).

Η μελέτη περίπτωσης της Scandic μας αποδεικνύει ότι η εφαρμογή πράσινων πρακτικών στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις προσφέρει πολλά οφέλη, τα οποία πέρα από οικονομικά συμβάλλουν και σε μια βιώσιμη κοινωνία. Η Scandic αποτελεί πρωτοπόρο για πολλές από τις πρακτικές που χρησιμοποιεί και αποτελεί πρότυπο για τις υπόλοιπες ξενοδοχειακές

επιχειρήσεις. Επομένως, αξίζει και άλλα ξενοδοχεία να εφαρμόσουν τις παραπάνω πρακτικές της Scandic ώστε να συμβάλλουν στην επίτευξη μια βιώσιμης επιχείρησης η οποία συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και της κοινωνίας (Bohdanowicz, P., & Zientara, P., 2008).

3η Μελέτη περίπτωσης

Η παρούσα μελέτη σχετίζεται με πρακτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης ξενοδοχείων στην ευρύτερη περιοχή της Άκρα. Εφαρμόστηκε η μέθοδος της στρωματοποιημένης δειγματοληψίας σε δείγμα 52 διευθυντών ξενοδοχείων που συμπλήρωσαν τα ερωτηματολόγια. Δεδομένης της διαφορετικής κατηγορίας ξενοδοχείων δοκιμάστηκε η μέθοδος chi-square όπου σύμφωνα με αυτήν, τα μεγαλύτερα ξενοδοχεία (3-5 αστέρων) ήταν περισσότερο διατεθειμένα να υιοθετήσουν ένα πράσινο χαρακτήρα. Τα αποτελέσματά της είναι διαθέσιμα για εξαγωγή συμπερασμάτων για άλλες περιοχές της χώρας. Στόχος αυτής της εργασίας είναι να προσδιοριστούν οι πολιτικές και πρακτικές περιβάλλοντος διαχείρισης των ξενοδοχείων στο στην ευρύτερη περιοχή της Άκρα (Greater Accra Region, εν συντομία GAR) στην οποία βρίσκονται συγκεντρωμένα τα περισσότερα ξενοδοχεία και διάφορες κατηγορίες ξενοδοχείων ώστε να εξαχθούν ορθά αποτελέσματα. Επίσης για την ταξινόμηση, επεξεργασία και τη διεξαγωγή συμπερασμάτων χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα SPSS (Mensah, I., 2006).

Τα δεδομένα συλλέχθηκαν από πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές. Τα πρώτα μέσω ερωτηματολογίων που στάλθηκαν σε διευθυντές ξενοδοχείων στο GAR με σκοπό να γίνουν γνωστές οι πρακτικές διαχείρισης όσον αφορά το περιβάλλον. Το ερωτηματολόγιο αποτελούνταν από 4 σελίδες, χωρισμένο σε 3 ενότητες: η 1η ενότητα σχετιζόταν με τις πρακτικές διαχείρισης περιβάλλοντος και ερωτήματα που αφορούσαν την αντίληψη των υπεύθυνων για την διαχείριση του περιβάλλοντος, έχοντας υπόψιν και την περιβαλλοντική πολιτική και πρακτικών. Η 2η ενότητα αναφέρονταν στη φύση της εγκατάστασης του ξενοδοχείου και ακόμη για την κατηγοριοποίηση των ξενοδοχείων, τον τύπο ιδιοκτησίας, τις υπηρεσίες που προσφέρει και την ικανότητα του προσωπικού. Η 3η και τελευταία ενότητα αφορούσε ερωτήσεις δημογραφικού τύπου για τους διευθυντές, όπως για παράδειγμα, φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο και εισόδημα (Mensah, I., 2006).

Η διαδικασία επιλογής δείγματος πραγματοποιήθηκε έχοντας υπόψη κάποιες προϋποθέσεις, ο αριθμός ξενοδοχείου ανά κατηγορία, το κόστος, ο χρόνος και η διαθεσιμότητα των πόρων.

Οι προσπάθειες ξεκίνησαν από τον Φεβρουάριο του 2003 και διήρκησαν 1 μήνα. Διενεργούνταν σε καθημερινό επίπεδο προσωπικές κλήσεις, 9π.μ. – 5μ.μ. στα ξενοδοχεία. Παράλληλα ορισμένοι από τους διευθυντές έγραφαν το ερωτηματολόγιο μόνοι τους, σε κάποιους πήραν συνέντευξη, ενώ κάποιοι αρνούνταν να συμμετάσχουν στην έρευνα. Άλλοι πάλι ενώ αποφάσισαν να συμπληρώσουν τα ερωτηματολόγια, υπήρχε δυσκολία ως προς τη συλλογή των ολοκληρωμένων ερωτηματολογίων, κάτι που ήταν και χρονοβόρο και αρκετά ακριβό. Ωστόσο, ορισμένοι διευθυντές δεν κατάφεραν να ολοκληρώσουν τα ερωτηματολόγια, κατά συνέπεια να εκτυπωθούν εκ νέου ερωτηματολόγια και να διανεμηθούν σε τυχαία ξενοδοχεία όμοιας κατηγορίας ώστε να εξασφαλιστεί το μέγεθος του δείγματος (52 διευθυντές), (Mensah, I., 2006).

Η τεχνική chi-square επιλέχθηκε για να εξακριβωθεί το ενδεχόμενο διαφοράς στις περιβαλλοντικές πρακτικές διαχείρισης διαφορετικών ειδών βαθμών ξενοδοχείων και οι συχνότητες χρησιμοποιήθηκαν για να συγκρίνουν το κατά πόσο τα ξενοδοχεία χρησιμοποιούν φιλικές πρακτικές προς το περιβάλλον μεταξύ τους. Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν, ταξινομήθηκαν και τέθηκαν προς επεξεργασία στο πρόγραμμα Statistical Package for the Social Sciences.

Στην κατηγορία ξενοδοχείων με 1 αστέρι/προϋπολογισμός τα αποτελέσματα έδειξαν ότι, όσον αφορά τον προϋπολογισμό τα ξενοδοχεία αυτής της κατηγορίας προσφέρουν στους επισκέπτες επιπλωμένο δωμάτιο έχοντας τα βασικά πράγματα μέσα. Όσον αφορά το 1 αστέρι, σ' αυτή τη κατηγορία τα ξενοδοχεία δεν έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν στους επισκέπτες περαιτέρω ανέσεις πέρα από τις βασικές ανάγκες (ζεστό νερό, θέρμανση κλπ.).

Στην 2η κατηγορία με 2 αστέρια/ξενώνας φαίνεται ότι, στον ξενώνα υπάρχει μια σχετική άνεση με επιπλωμένο δωμάτιο και καλύπτει τις βασικές ανάγκες όπως αυτές ενός ξενοδοχείου 2 αστέρων αλλά ο ξενώνας διαθέτει το μέγιστο 11 δωμάτια. Στα 2 αστέρια οι υπηρεσίες είναι ικανοποιητικές με πρωινό, σαλόνι τηλεόρασης κλπ.

Η 3η κατηγορία 3 αστέρια-5 αστέρια φαίνεται πως, στα 3 αστέρια υπάρχει καλύτερη ποιότητα ως προς την επίπλωση και μεγαλύτερη γκάμα εγκαταστάσεων των επισκεπτών όπως ιδιωτικό ντους, σαλόνι, μπαρ, εστιατόριο κλπ.). Στα 4 αστέρια η επίπλωση πια έχει

ανώτερη ποιότητα και πλήρης εγκατάσταση υπηρεσιών (ιδιωτική μπανιέρα σε όλα τα δωμάτια, σταθερό τηλέφωνο με απευθείας σύνδεση, ραδιόφωνο, τηλεόραση, ατομική θέρμανση και κλιματισμό, αθλητικές εγκαταστάσεις κλπ.). Στα 5 αστέρια προσφέρει πολυτελή δωμάτια με ασυναγώνιστη ποιότητα και έκταση υπηρεσιών (μίνι μπαρ στα δωμάτια, 24ωρη δυνατότητα υπηρεσίας πλυντηρίου, μπαρ αρκετά σε αριθμό, εστιατόρια και σαλόνια, κέντρο ευεξίας κλπ.). (Mensah, I., 2006).

Table 4
Characteristics of various categories of hotels

| Characteristic | Detail | Category | | |
|---------------------------------------|------------------------------------|-------------------|---------------------------|----------|
| | | Budget/ 1 star | Guest house/ 2 star | 3–5 star |
| Number of rooms | < 30 | 80.0 | 80.0 | 25.0 |
| | 30–59 | 15.0 | 10.0 | 41.7 |
| | 90–119 | — | 5.0 | 8.3 |
| | 120–149 | 5.0 | 5.0 | 8.3 |
| | 150+ | — | — | 16.7 |
| | Total | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| Number of workers | < 30 | 100.0 | 83.3 | 41.7 |
| | 30–59 | — | 5.5 | 25.0 |
| | 60–89 | — | 5.6 | — |
| | 150+ | — | 5.6 | 33.3 |
| | Total | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| Ownership | Local sole proprietor | 85.0 | 50.0 | 50.0 |
| | Local partnership | 5.0 | 25.0 | — |
| | Local/foreign partnership | 10.0 | 5.0 | 41.7 |
| | Local limited liability company | — | 20.0 | 8.3 |
| | Total | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| Educational background of managers | Secondary | 55.0 | 27.8 | 16.7 |
| | Post sec. | 10.0 | 16.7 | 8.3 |
| | Technical/ Vocational | 10.0 | 11.1 | 8.3 |
| | Polytechnic | 20.0 | 38.9 | 8.3 |
| | University | 5.0 | 5.6 | 58.3 |
| | Total | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| Regular customers | Foreign holidaymakers | 10.0 | 25.0 | 66.7 |
| | Foreign businessmen | 10.0 | 45.0 | 75.0 |
| | Local holidaymakers | 80.0 | 40.0 | — |
| | Local businessmen | 60.0 | 35.0 | 33.3 |
| | Foreign students | 15.0 | 10.0 | 16.7 |
| | Corporate bodies | — | 15.0 | 16.7 |
| | Total | *175.0 | *170.0 | *208.4 |
| Promotion media | Brochures/leaflets/fliers | 50.0 | 57.9 | 100.0 |
| | Radio/TV | 5.0 | 21.1 | 66.7 |
| | Magazine/newspaper | 10.0 | 15.8 | 58.3 |
| | Direct mail | 25.0 | 21.1 | 33.3 |
| | Internet | 5.0 | 26.3 | 83.3 |
| | Tourist Information Centre | 10.0 | 36.8 | 41.7 |
| | Personal Contact | 65.0 | 68.4 | 50.0 |
| | Travel Agency | 15.0 | 21.1 | 58.3 |
| | Total | *185.0 | *268.5 | *491.6 |

*Percentage adds up to more than 100 due to multiple responses.

Σύμφωνα με τον πίνακα 4, τα χαρακτηριστικά των ξενοδοχείων ήταν ανόμοια μεταξύ τους. Για παράδειγμα, το 50% των ξενοδοχείων στην κατηγορία guest house/2 αστερών και 3

αστέρων αποτελούνταν από ντόπιους ιδιοκτήτες. Ενώ, με ποσοστό 41,7% αποτελούνταν από ξένους επιχειρηματίες σε συνεργασία με ντόπιους. Όσον αφορά τις επαγγελματικές δεξιότητες των διευθυντών ξενοδοχείων συνδέονταν εν μέρει με τον ξενοδοχειακό κλάδο. Παράλληλα, το 55% των ανθρώπων που διαχειρίζονταν τα οικονομικά του ξενοδοχείου είχαν Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση, αν και το 58,3% των διευθυντών ξενοδοχείων είχαν Πανεπιστημιακή Εκπαίδευση (Mensah, I., 2006).

Στην κατηγορία budget/one star οι πιο συχνόι επισκέπτες ήταν από την περιοχή, με το 60% από αυτούς να έχουν τοπικές επιχειρήσεις στην περιοχή. Στην κατηγορία guest house/2 αστέρων, το 45% ήταν τουρίστες επιχειρηματίες και το 40% ντόπιοι επισκέπτες. Στην κατηγορία 3-5 αστέρων οι πιο συχνόι πελάτες ήταν ξένοι επισκέπτες με ποσοστά 75% ξένοι επιχειρηματίες και 66,7% ξένοι παραθεριστές. Πράγμα που σημαίνει ότι τα ξενοδοχεία της χαμηλότερης κατηγορίας συχνά επισκέπτονται από τους ντόπιους ενώ τα ξενοδοχεία μεγαλύτερης κατηγορίας από τους ξένους τουρίστες (Mensah, I., 2006).

Σχετικά με τις περιβαλλοντικές πολιτικές, ένα μεγάλο ποσοστό της τάξεως 58% είχε περιβαλλοντικές πολιτικές. Το 24,14% των πολιτικών αυτών σκόπευαν στο να προσφέρουν την ποιοτικότερη διαμονή και υπηρεσίες σε ένα υγιές περιβάλλον, ενώ το 13,79% των ξενοδοχείων είχαν ως σκοπό τη εξασφάλιση καθαρού περιβάλλοντος. Κάτι που σημαίνει πως για τα ξενοδοχεία οι περιβαλλοντικές πολιτικές είναι απαραίτητες για την ομαλή λειτουργία των λυμάτων τους και αυτό γιατί σκόπευαν και συμπεριφέρονταν με περιβαλλοντικά πρότυπα. Αφού τα δωμάτια τους ήταν καθαρά και τηρούσαν τους κανόνες υγιεινής με τα απορρίμματα να απομακρύνονται καθημερινά και τα περισσότερα ξενοδοχεία είχαν υπόγειες αποχετεύσεις (Mensah, I., 2006).

Τα επίπεδα στα οποία τα ξενοδοχεία ήταν λιγότερο φιλικά όσον αφορά την περιβαλλοντική τους διαχείριση είναι τα εξής:

- ανακύκλωση απορριμμάτων 17,3%
- χρήση ηλιακής ενέργειας
- κομποστοποίηση των υπολειμμάτων τροφών 8%

Η ανακύκλωση σύμφωνα με τους διευθυντές θεωρήθηκε ακριβή .

Υπήρχαν ωστόσο, και ξενοδοχεία τα οποία κατανάλωναν μεγάλες ποσότητες νερού και ενέργειας, διότι πρακτικές όπως ηλιακή χρήση, η χρήση τουαλετών με διπλή έκπλυση

κατείχαν μικρά ποσοστά γιατί στην περιοχή της Γκάνα δεν είχαν την τεχνογνωσία για μια τέτοια εξέλιξη (Mensah, I., 2006).

Σε μια έρευνα του Kirk (1998) που αφορά συμπεριφορές προς την περιβαλλοντική διαχείριση για μια ομάδα διευθυντών στο Εδιμβούργο, συμπέρανε ότι, οι διευθυντές που διαχειρίζονται ξενοδοχεία 3-5 αστερών, αλυσίδες ή κοινοπραξίες είναι ενδεχομένως περισσότερο θετικοί ως προς τα κέρδη που επιφέρει η περιβαλλοντική διαχείριση σε σχέση με μικρότερα ξενοδοχεία (κάτω από 2 αστέρια). Αυτό συμβαίνει γιατί, στην Γκάνα τα ξενοδοχεία κάτω των 3 αστερών είναι κατά γενική ομολογία ιδιωτικές επιχειρήσεις ή οικογενειακές, έτσι ο διευθυντής είναι παράλληλα και ιδιοκτήτης της επιχείρησης και συχνά δεν κατέχει εξειδικευμένες γνώσεις όσον αφορά την περιβαλλοντική διαχείριση. Έπειτα, το κέρδος είναι αυτό που απασχολεί περισσότερο από οποιαδήποτε άλλο τομέα, άρα τα χρήματα που προορίζονται για την περιβαλλοντική διαχείριση της οποίας τα οφέλη θα είναι μακροπρόθεσμα και δεν αποτελεί προτεραιότητα για αυτούς. Αντιθέτως, τα μεγαλύτερα ξενοδοχεία 3-5 αστερών έχουν σχέσεις με αλυσίδες ξενοδοχείων και κοινοπραξίες σαν αυτή της Accor, της GoldenTulip και άλλες, πράγμα που σημαίνει πως έχουν τις βάσεις ώστε να ασχοληθούν με περιβαλλοντικές πρακτικές (Mensah, I., 2006).

Συμπερασματικά, υπάρχουν αρκετές διαφορές όσον αφορά την εφαρμογή των περιβαλλοντικών πολιτικών μεταξύ των διάφορων κατηγοριών ξενοδοχείων. Οι πιο σημαντικές πρακτικές (με πράσινο χαρακτήρα) που χρησιμοποιούσαν τα ξενοδοχεία ήταν οι ενεργειακές λάμπες και το ότι δεν άλλαζαν τα χρησιμοποιημένα λευκά είδη και πετσέτες καθημερινά. Έπειτα, τα μεγαλύτερα ξενοδοχεία 3-5 αστερών κατείχαν πρώτη θέση στην περιβαλλοντική διαχείριση και αυτό είναι κάτι που θα πρέπει να προβληματίσει τους πάντες, καθώς οι διαχειριστές των μικρότερων ξενοδοχείων θεωρούν πως τα μεγαλύτερα είναι αυτά που θα πρέπει να είναι περιβαλλοντικά υπεύθυνα. Όμως τα μικρότερα ξενοδοχεία ολοένα και πληθύνονται στην περιοχή και οι βλάβες που μπορεί να προκαλέσουν με την ανευθυνότητά τους να είναι ολέθρια. Γι' αυτό, προκειμένου να αποφευχθούν αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον η GTB (Ghana Tourist Board), η Ένωση ξενοδόχων, η EPA και η AMA οφείλουν να εκπαιδεύσουν τους ξενοδόχους, εξοικειώνοντας το προσωπικό τους σχετικά με τις πράσινες πρακτικές ώστε να προλάβουν δύσκολες καταστάσεις (Mensah, I., 2006).

Κι αυτό γιατί είχαν επενδύσει ουσιαστικά στην πράσινη ανάπτυξη, δηλαδή ένα σημαντικό ποσοστό των καταλυμάτων (67,3%) κατείχαν κεφαλές χαμηλής ροής στα μπάνια τους και έτσι συνέβαλαν στην εξοικονόμηση νερού. Στην πράσινη ανάπτυξη των

ξενοδοχείων (3-5 αστέρων) συνέβαλε και το γεγονός ότι, συνεργάζονται με αλυσίδες ξενοδοχείων και κοινοπραξίες τα οποία αποτελούν ισχυρά πρότυπα διαχείρισης και έχουν ισχυρές βάσεις όσον αφορά την περιβαλλοντική διαχείριση (Mensah, I., 2006).

4η Μελέτη περίπτωσης

Μια ακόμη έρευνα πραγματοποιήθηκε σε ξενοδοχεία της πόλης Olongapo, στις Φιλιππίνες, με σκοπό να αναλυθούν οι πράσινες πρακτικές που χρησιμοποιούν τα ξενοδοχεία της πόλης, ως συμβολή και απάντηση του μετριασμού της κλιματικής αλλαγής. Μετά από επιλογή συγκεκριμένων ξενοδοχείων στην ζώνη Subic Bay Freeport, που επιλέχθηκαν από τους καταλόγους του Τμήματος Τουρισμού της πόλης, διανεμήθηκαν ερωτηματολόγια με ερωτήσεις κλειστού τύπου σε 30 ξενοδοχεία και 30 φιλοξενούμενους για την διεξαγωγή της έρευνας (Bueno, D.C., 2017).

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα έδειξαν ότι οι κοινές πράσινες πρακτικές που υιοθέτησαν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Olongapo, ήταν η απενεργοποίηση των συσκευών και των φώτων στα δωμάτια που δεν διαμένει κάποιος, η εκμετάλλευση του φυσικού φωτός καθώς και την αντικατάσταση των παραθύρων ή των πορτών που έχουν καταστραφεί, ώστε να μειωθεί η ανάγκη χρήσης της ψύξης στο κτίριο (Bueno, D.C., 2017).

Επίσης, πραγματοποιούνταν συχνός καθαρισμός στις λάμπες και τα φωτιστικά για να παρέχει μεγαλύτερη απόδοση το φως. Από τον συνολικό μέσο όρο των αποτελεσμάτων προέκυψε ότι το 4,42 κάνει πάντα αυτές τις πρακτικές ενώ το 3,82 συχνά, τόσο το προσωπικό του ξενοδοχείου, όσο και των φιλοξενούμενων αντίστοιχα (Bueno, D.C., 2017).

Όμως, πέρα από τις πρακτικές που αναφέρθηκαν παραπάνω, τα ξενοδοχεία για να καταφέρουν να μειώσουν την κατανάλωση νερού, ενθάρρυναν τους πελάτες, να τους αναφέρουν τυχόν διαρροές νερού που θα παρατηρήσουν. Επομένως, διορθώσεις διαρροών σε τουαλέτες, βρύσες και σωλήνες γινόταν συχνά. Ακόμη, τα ξενοδοχεία υιοθετούσαν κι' άλλες πρακτικές όπως η συλλογή του βρόχινου νερού για άρδευση ή για άλλες μη πόσιμες χρήσεις. Τα συνολικά αποτελέσματα από αυτές τις πρακτικές ανέδειξαν ότι το 3,92 το κάνει πολλές φορές, ενώ το 3,95 μερικές φορές, τόσο το προσωπικό του ξενοδοχείου, όσο και των φιλοξενούμενων αντίστοιχα (Bueno, D.C., 2017).

Σχετικά με την διαχείριση των απορριμμάτων τα ξενοδοχεία προέτρεπαν τους πελάτες να κάνουν λιγότερα απορρίμματα αλλά και να διαχωρίζουν τα απορρίμματα τους σε ανακυκλώσιμα και μη. Επίσης, τους προέτρεπαν και στον διαχωρισμό των αποβλήτων τους

σε υγρά και στερεά. Ακόμη, μια ακόμη πρακτική τους ήταν το να μοιράζονται οι εργαζόμενοι τα περιοδικά μεταξύ τους για να μη χρειάζεται να παίρνουν πολλά αντίγραφα με σκοπό την μείωση του χαρτιού αλλά και άλλων ειδών όπως φάκελοι κλπ. Ο μέσος όρος των αποτελεσμάτων που προέκυψαν ήταν 4,31 και 3,97 τόσο για το προσωπικό, όσο και για τους πελάτες αντίστοιχα (Bueno, D.C., 2017).

Έπειτα, σχετικά με την ποιότητα του αέρα στους εσωτερικούς χώρους των κτιρίων, τα ξενοδοχεία πραγματοποιούσαν ποιοτικό έλεγχο και συντήρηση του συστήματος εξαερισμού τους, με σκοπό να εξαλειφθούν τυχόν φωλιές, περιττώματα πουλιών, ή ακόμη και οσμές από την κουζίνα του ξενοδοχείου ώστε τα δωμάτια να είναι απαλλαγμένα από τυχόν σκουπίδια, μυρωδιές ή χημικές ουσίες. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν ανέδειξαν ότι το 4,42 έκανε τις απαραίτητες ενέργειες πάντα και το 3,92 συχνά. Προσωπικό και πελάτες αντίστοιχα (Bueno, D.C., 2017).

Όσον αφορά τα επαναχρησιμοποιούμενα είδη εξυπηρέτησης τροφίμων, οι πράσινες πρακτικές που εφαρμόστηκαν, ήταν η χρήση επαναχρησιμοποιούμενων πανιών πλυσίματος αντί για αναλώσιμα, η χρήση επαναγεμιζόμενων μπουκαλιών νερού αντί για μπουκάλια μιας χρήσης και ο κατάλογος των φαγητών της ημέρας αναγραφόταν καθημερινά σε πίνακα με κιμωλία αντί εκτυπωμένα χαρτιά με τις προσφορές. Ο μέσος όρος των αποτελεσμάτων σχετικά με αυτές τις πρακτικές 3,84 και 3,92, για το προσωπικό και τους πελάτες αντίστοιχα (Bueno, D.C., 2017).

Τέλος, σχετικά με την αποφυγή εμφάνισης μούχλας στους χώρους των ξενοδοχείων, πραγματοποιούνταν επιδιορθώσεις και έλεγχοι για τον εντοπισμό νερού στα συστήματα εξαερισμού, στις μονάδες κλιματισμού ή σε τηγάνια και ψυγεία. Ακόμη, συχνοί έλεγχοι στα δωμάτια για τυχόν ενδείξεις στάσιμου νερού ή λεκέδων. Ο μέσος όρος σχετικά με την υιοθέτηση αυτών των πρακτικών ήταν 4,47 και 3,82, τόσο για το προσωπικό του ξενοδοχείου, όσο για τους πελάτες αντίστοιχα (Bueno, D.C., 2017).

Κεφάλαιο 2^ο : Μέθοδος

2.1 Ερευνητικά Δεδομένα

Στη βιβλιογραφία που αναφέραμε, έχουν πραγματοποιηθεί αρκετές έρευνες σχετικά με την Πράσινη Επιχειρηματικότητα σε ξενοδοχεία της Ελλάδας και έχοντας αναλύσει όλες τις θεωρίες περί πράσινης ανάπτυξης σε διεθνή και ελληνική επιστημονικά άρθρα και βιβλία.

Οι περισσότερες έρευνες σχετίζονται με τον εντοπισμό των πράσινων πρακτικών και την υιοθέτηση αυτών από τις επιχειρήσεις. Ποια είναι τα κίνητρα που τους οδηγούν σε αυτή την επιχειρηματική κίνηση και ποια τα εμπόδια που τους αποτρέπουν να δραστηριοποιηθούν στην αειφορία. Σύμφωνα με την S. Kariki (2) τα ελληνικά ξενοδοχεία, προκειμένου να εξοικονομήσουν ενέργεια και χρήματα, εφαρμόζουν ήδη ορισμένες πράσινες πρακτικές παρόλο που αμφιβάλλουν για την καρποφορία αυτής της επένδυσης. Η έρευνα της αποκαλύπτει ότι, τα κίνητρα των ξενοδόχων ώστε να στραφούν προς την πράσινη λειτουργία των καταλυμάτων τους είναι κυρίως οικονομικά, έπονται τα περιβαλλοντικά,

2.2 Ερευνητικά Ερωτήματα

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην παρούσα εργασία έχει ως σκοπό να διερευνήσει αν και κατά πόσο οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Ελλάδας εφαρμόζουν πράσινες πρακτικές στον τρόπο λειτουργίας τους, καθώς και σε ποιο βαθμό είναι διατεθειμένες να προβούν σε τέτοιου είδους πρακτικές. Με βάση τον σκοπό αυτό, στην παρούσα έρευνα τέθηκαν τα παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα:

1. Εφαρμόζουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Ελλάδας πράσινες πρακτικές στην λειτουργία τους;
2. Σε ποιο βαθμό εφαρμόζουν πράσινη επιχειρηματικότητα τα ξενοδοχεία της Ελλάδας;
3. Ποιες πράσινες μεθόδους εφαρμόζουν στον τρόπο λειτουργίας τους τα ξενοδοχεία της Ελλάδας;
4. Υπάρχει άμεσο ενδιαφέρον για την υιοθέτηση πράσινου χαρακτήρα από τα ξενοδοχεία της Ελλάδας;

2.3 Αξία της Έρευνας

Η εκπόνηση της παρούσας εργασίας έχει ιδιαίτερη σημασία και αξία για μία σειρά λόγων. Αρχικά, φανερώνει την στάση των ξενοδοχείων απέναντι στην πράσινη

επιχειρηματικότητα, παρέχει την δυνατότητα στον αναγνώστη να γνωρίσει σε ποιες πράσινες πρακτικές εστιάζουν περισσότερο τα ξενοδοχεία, ενώ ακόμη αποδεικνύει την πρόθεση του ελληνικού ξενοδοχειακού κλάδου για την απόκτηση μιας φιλικής προς το περιβάλλον εικόνας. Η έρευνα μπορεί να δώσει το κίνητρο και σε μελλοντικούς ερευνητές ώστε να ασχοληθούν με το συγκεκριμένο θέμα, να εμπλουτίσουν τα αποτελέσματα και να γνωρίσουν τη συμπεριφορά των επιχειρηματιών απέναντι στις πράσινες πρακτικές.

2.4 Πιλοτική Έρευνα

Στην πιλοτική φάση, κατά το χρονικό διάστημα από 15-1-2022 έως 20-1-2022 διανεμήθηκαν και συμπληρώθηκαν 20 στον αριθμό ερωτηματολόγια από ξενοδόχους ώστε να εντοπιστούν τυχόν λάθη και απροσεξίες στον τρόπο δομής και διατύπωσης. Έπειτα, από έλεγχο εντοπίστηκαν κάποια προβλήματα και εξακριβώθηκαν και φυσικά τροποποιήθηκαν οι ερωτήσεις με τον σωστό τρόπο. Πιο συγκεκριμένα, τα λάθη αφορούσαν τις ερωτήσεις που είχαν το ίδιο νόημα και δομή απλά συμπεριλαμβάνονταν σε διαφορετικές ερωτήσεις. Έτσι, συγχωνεύτηκαν όλες οι επιλογές απαντήσεων που ανήκαν στην ίδια κατηγορία απαντήσεων και ενώθηκαν σε μία απάντηση με πολλαπλή επιλογή. Αυτό το παράδειγμα ήταν το κυριότερο πρόβλημα στην δομή και διατύπωση που εντοπίστηκε σε αρκετές ερωτήσεις και διορθώθηκε με τον ίδιο τρόπο. Η τελική μορφή του ερωτηματολογίου παρατίθεται στο τέλος της εργασίας.

2.5. Μέσο Συλλογής Δεδομένων

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με την ποσοτική μέθοδο και ειδικότερα με την χρήση ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 13 ερωτήσεις σχετικά με πράσινες πρακτικές που χρησιμοποιούν τα ξενοδοχεία της Ελλάδας και διανεμήθηκε σε ηλεκτρονική μορφή, είτε με e-mail, είτε με προσωπικό μήνυμα στα Social Media (Facebook, Instagram) της κάθε επιχείρησης ξεχωριστά.

Το ερωτηματολόγιο επιλέχθηκε ως το ιδανικότερο εργαλείο για πιο αποτελεσματικά συμπεράσματα καθώς με το ερωτηματολόγιο επιτυγχάνεται η συλλογή πολυπληθών παρατηρήσεων και πληροφοριών σε πολύ σύντομο χρόνο. Επίσης, από την στιγμή που δεν υπάρχει η παρουσία του ερευνητή που - ορισμένες φορές - φαντάζει ενοχλητική και αγχωτική, ο ερωτώμενος δίνει σαφώς πιο ειλικρινείς απαντήσεις, ειδικά σε λεπτές ερωτήσεις. Το ότι διατηρείται η ανωνυμία του χρήστη είναι επίσης κάτι που εξασφαλίζει στον ερευνητή “αληθινές” απαντήσεις. Επιπλέον, προσφέρει λύση στην παρατήρηση συμπεριφοράς που

είναι αδύνατον να αντιληφθούν σε σύντομο χρονικό διάστημα. Κάτι εξίσου σημαντικό είναι ότι, είναι οικονομικότερο σε σύγκριση με άλλες μεθόδους συλλογής δεδομένων. Είναι σαφώς πιο εύκολο στη δημιουργία και τη χρήση του και λιγότερο χρονοβόρα μέθοδος.

Όσον αφορά τη δομή του ερωτηματολογίου ,αρχικά υπάρχει ένα εισαγωγικό σημείωμα που εξηγεί το θέμα, παρουσιάζει την ομάδα και αναφέρει τον χρόνο που απαιτείται για την συμπλήρωσή του και τέλος, ένα ευχαριστήριο μήνυμα. Αποτελείται από 13 ερωτήσεις: για αρχή, οι 4 πρώτες είναι γενικού τύπου: πολλαπλής επιλογής και σύντομης απάντησης και σχετίζονται τα στοιχεία και την λειτουργία του ξενοδοχείου

Οι αμέσως επόμενες ερωτήσεις είναι πιο ειδικές με το θέμα αναφέρονται στην πράσινη επιχειρηματικότητα και τα περιβαλλοντικά προγράμματα χρηματοδότησης. Συγκεκριμένα, την πιθανότητα να χρησιμοποιεί το ξενοδοχείο ορισμένες από τις επιλογές που δίνονται στο ερωτηματολόγιο, και αν είναι διατεθειμένο να χρησιμοποιήσει κάποιες από αυτές στο μέλλον. Οι ερωτήσεις είναι κλειστού τύπου : πολλαπλής επιλογής και διχοτομικές.

Έπειτα, οι παρακάτω ερωτήσεις αφορούν την κατανάλωση ενέργειας σχετικά με τα δεδομένα της επιχείρησης, δηλαδή αν το ξενοδοχείο φροντίζει για την μείωση της ενέργειας που δαπανά. Τέλος, ποια θεωρούν ότι είναι τα σημαντικότερα εμπόδια στην προσπάθειά τους να γίνει το ξενοδοχείο τους περισσότερο περιβαλλοντικά υπεύθυνο.

2.6 Συμμετέχοντες

Το δείγμα της έρευνας αφορούσε τα ξενοδοχεία της Ελλάδας και ο διαχωρισμός τους έγινε σε: Αθήνα, Κρήτη/Αιγαίο/Ιόνιο και Ηπειρωτική Ελλάδα.

Το ερωτηματολόγιο στάλθηκε συνολικά σε 512 ξενοδοχεία των παραπάνω περιοχών, ωστόσο μόνο τα 120 απάντησαν και βοήθησαν στη διεξαγωγή της έρευνας. Το δείγμα το επιλέχθηκε σύμφωνα με έγκυρα site του διαδικτύου που είχαν στις σελίδες τους λίστα με ξενοδοχειακά λύματα του κάθε νομού ξεχωριστά, πράγμα που έκανε τη διαδικασία πιο εύκολη. Το είδος της δειγματοληψίας είναι δειγματοληψία ευκολίας και αυτό γιατί το να εντοπιστεί το δείγμα ήταν σχετικά εύκολη προσέγγιση αφού μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα ανακάλυψαν τα επίσημα προφίλ των ξενοδοχείων και ήρθαν σε επαφή μαζί τους για τη διεξαγωγή της έρευνας.

Ένας άλλος εύκολος τρόπος που βοήθησε ιδιαίτερα τα μέλη της ομάδας να βρουν τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις είναι μέσω του Google Maps, αφού αναζητώντας μία συγκεκριμένη περιοχή (π.χ. ξενοδοχεία Θεσσαλονίκης) εμφανίζει αυτομάτως τα αποτελέσματα και κάνει την διαδικασία πιο απλή.

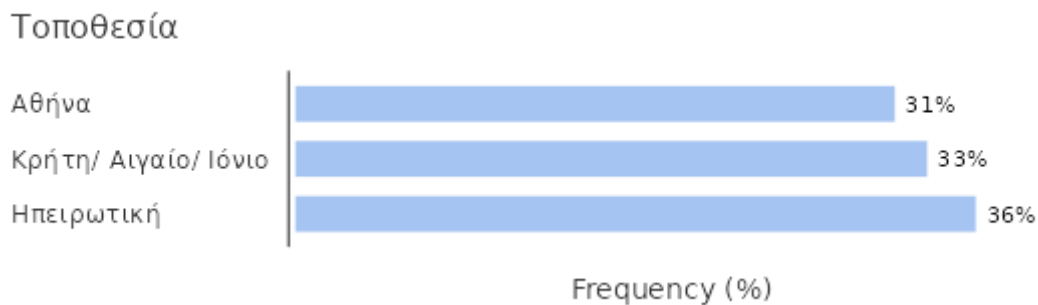
Κεφάλαιο 3ο: Ανάλυση Δεδομένων

3.1 Συγκέντρωση και Στατιστική Επεξεργασία των Δεδομένων

Τα δεδομένα συλλέχθηκαν και αναλύθηκαν από τα μέλη της ομάδας για την εγκυρότητα των απαντήσεων, τα οποία κωδικοποιήθηκαν και στη συνέχεια μεταφέρθηκαν στο Στατιστικό Πρόγραμμα Jamovi για την εξαγωγή συμπερασμάτων.

1) Περιοχή λειτουργίας των ξενοδοχείων

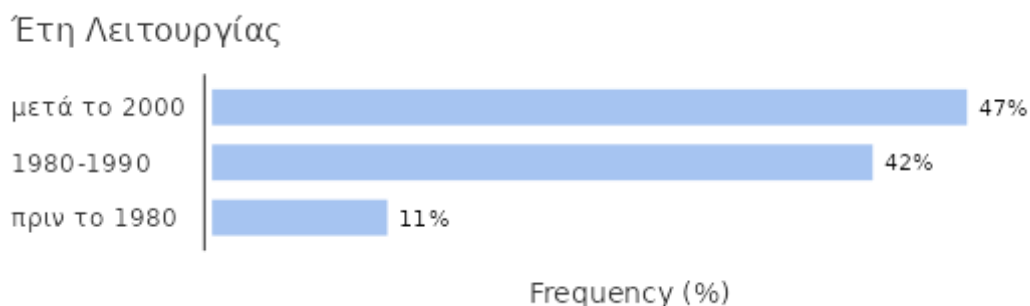
Το μεγαλύτερο ποσοστό (36%) του δείγματος των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που απάντησαν το ερωτηματολόγιο, αποτελεί η Ηπειρωτική Ελλάδα. Έπειτα ακολουθούν τα νησιά του Αιγαίου, του Ιονίου και η Κρήτη με ποσοστό (33%), και τέλος η Αθήνα με (31%).



Διάγραμμα 1

2) Έτη λειτουργία των ξενοδοχείων

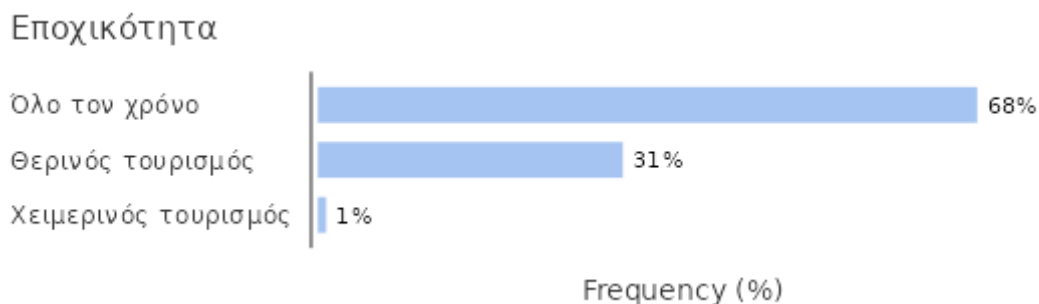
Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα, τα περισσότερα ξενοδοχεία του δείγματος μας (47%) λειτουργούν από το 2000 και μετά, το (42%) είναι σε λειτουργία από το 1980-1990, ενώ το (11%) από αυτά λειτουργούν πριν από το 1980.



Διάγραμμα 2

3) Κατηγορία τουρισμού ανήκει το κάθε ξενοδοχείο

Η πλειοψηφία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της χώρας (68%) λειτουργεί όλο τον χρόνο. Το (31%) λειτουργεί τους καλοκαιρινούς μήνες, ενώ ένα μικρότερο ποσοστό (1%) του δείγματος λειτουργεί μόνο τους χειμερινούς μήνες.

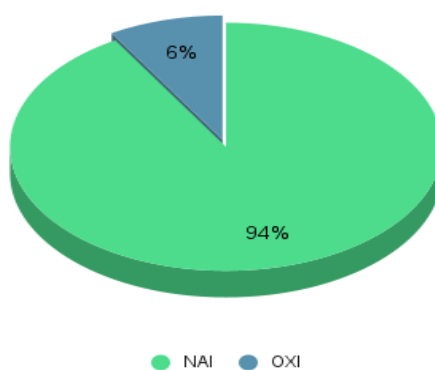


Διάγραμμα 3

4) Γνώση για την Πράσινη Επιχειρηματικότητα

Η πλειοψηφία 94% του δείγματος των ερωτώμενων γνώριζε σχετικά με την Πράσινη Επιχειρηματικότητα, ενώ το 6% του δείγματος δεν είχε σχετικές γνώσεις. Πιο αναλυτικά, το δείγμα διαμορφώθηκε με βάση το ακόλουθο διάγραμμα.

Γνώση Πράσινης Επιχειρηματικότητας



Διάγραμμα 4

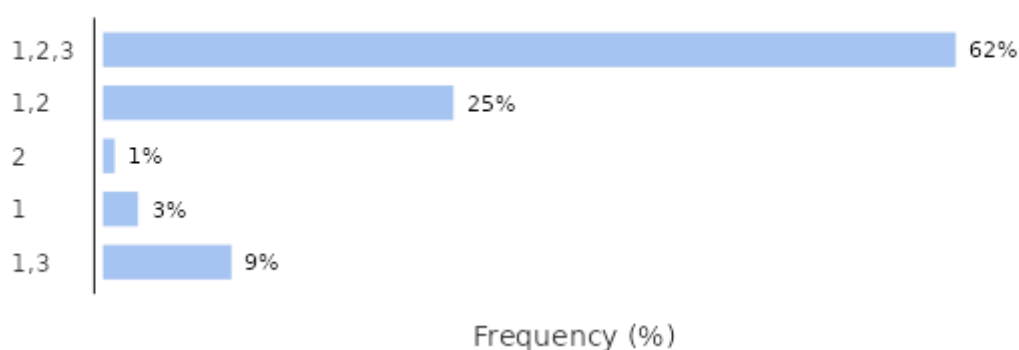
5) Στοιχεία της Πράσινης Επιχειρηματικότητας που γνωρίζουν

Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα τα ξενοδοχεία ερωτήθηκαν σχετικά με το αν γνωρίζουν στοιχεία της πράσινης επιχειρηματικότητας όπως: Τηλεοράσεις LED, Φωτοβολταϊκά, Βιομάζα (Θερμότητα π.χ.πέλλετ), Θερμομόνωση, Σύστημα καθαρισμού του αέρα, Σύστημα μείωσης της υγρασίας, Λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας, Νερό (κατανάλωση, ποιότητα και επεξεργασία λυμάτων), Απόβλητα (επαναχρησιμοποίηση, ανακύκλωση).

Όπως παρατηρείται και στο παρακάτω διάγραμμα το (62%) γνωρίζει όλες τις παραπάνω πράσινες πρακτικές, ενώ το (25%) γνωρίζει μόνο πρακτικές που συμβάλλουν στην εξοικονόμηση ενέργειας όπως: τα φωτοβολταϊκά, οι τηλεοράσεις LED, οι λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας αλλά και πρακτικές που αφορούν την προστασία του υδροφόρου ορίζοντα όπως: απόβλητα, νερό και τα συστήματα καθαρισμού του αέρα.

Έπειτα, όπως παρατηρείται το (9%) γνωρίζει τις πρακτικές που έχουν να κάνουν τόσο με την εξοικονόμηση ενέργειας, όσο και με την εξοικονόμηση θερμικής ενέργειας (θερμομόνωση, βιομάζα, γεωθερμία, ηλιοθερμία, σύστημα μείωσης της υγρασίας). Ένα μικρότερο ποσοστό (3%) φαίνεται να γνωρίζει μόνο πρακτικές που αφορούν την εξοικονόμηση ενέργειας, ενώ τέλος, το (1%) των επιχειρήσεων έχει σχετική γνώση μόνο για την προστασία του υδροφόρου ορίζοντα (απόβλητα, νερό).

Ποιες πρακτικές Π.Ε γνωρίζετε

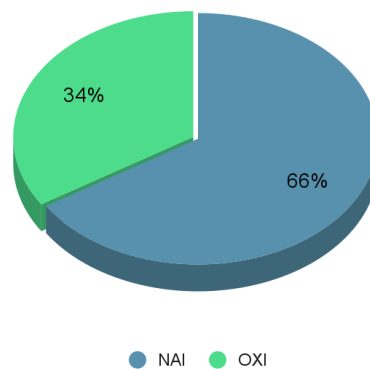


Διάγραμμα 5

6) Γνώση για τα Προγράμματα και τη χρηματοδότηση της Πράσινης Επιχειρηματικότητας

Με βάση το παρακάτω διάγραμμα τα ξενοδοχεία ερωτήθηκαν σχετικά με το αν γνωρίζουν για τα προγράμματα και την χρηματοδότηση που υπάρχει σχετικά με την Πράσινη Επιχειρηματικότητα. Το 66% απάντησε πως γνωρίζει, ενώ το 34% δεν έχει σχετική γνώση.

Γνώση των προγραμμάτων της πράσινης επιχειρηματικότητας

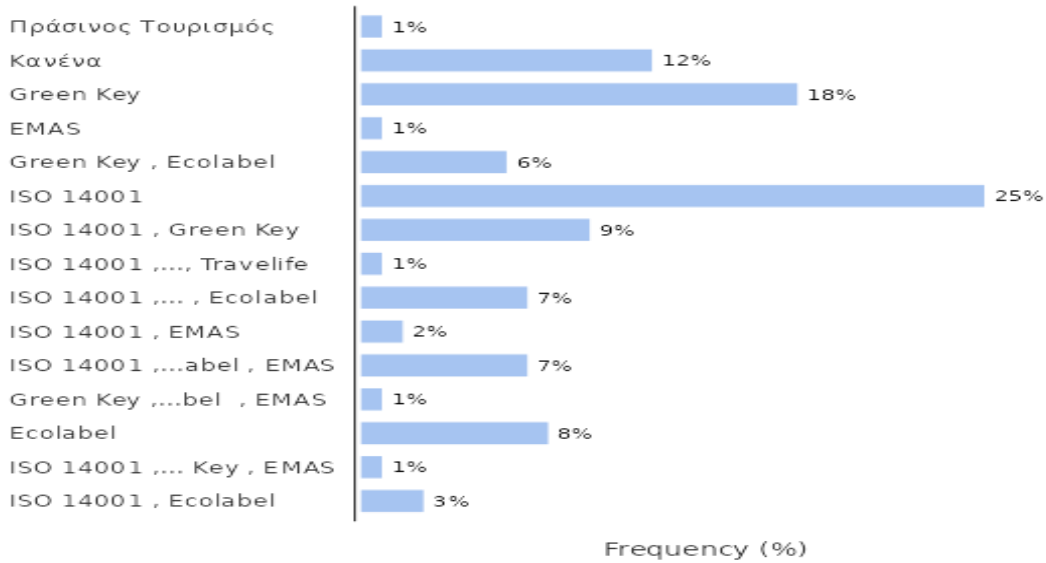


Διάγραμμα 6

7) Προγράμματα χρηματοδότησης που γνωρίζουν

Με βάση το παρακάτω διάγραμμα, το οποίο αφορά τα προγράμματα χρηματοδότησης που υπάρχουν και καταγράφει ποια από αυτά γνωρίζουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, απαντήθηκε ότι το (25%) του συνολικού δείγματος γνωρίζει μόνο το ISO 14001, ενώ το (18%) γνωρίζει μόνο το Green Key. Το (8%) μόνο το ECOLABEL, το (1%) μόνο το EMAS και τέλος το (1%) μόνο τον Πράσινο Τουρισμό. Από την άλλη, πολλές ήταν οι επιχειρήσεις που γνώριζαν παραπάνω από ένα, από τα παραπάνω προγράμματα. Αναλυτικότερα, το (9%) γνώριζε και το ISO 14001 αλλά και το Green key. Το (7%) γνώριζε τα: ISO 14001, Travel Life και ECOLABEL, ένα ακόμη (7%) τα: ISO 14001, Green key, ECOLABEL και EMAS. Το (6%) γνώριζε το Green key και το ECOLABEL. Το (1%) τα: Green key, ECOLABEL και EMAS, ενώ άλλο ένα ακόμη (1%) γνώριζε τα: ISO 14001, Green key και EMAS. Τέλος, διαπιστώθηκε ότι το (12%) δεν γνώριζε κανένα από τα παραπάνω προγράμματα χρηματοδότησης.

Ποια προγράμματα Π.Ε γνωρίζουν



Διάγραμμα 7

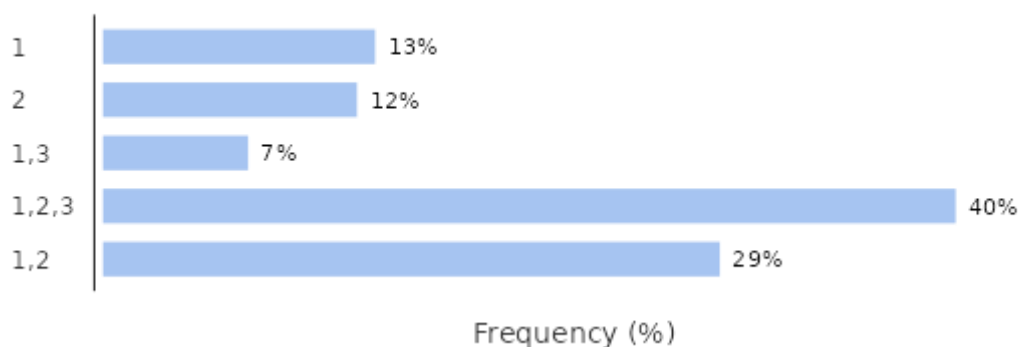
8) Πράσινες πρακτικές που εφαρμόζουν τα ξενοδοχεία

Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα το οποίο αφορά τις πράσινες πρακτικές που εφαρμόζουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, το (40%) εφαρμόζει όλες τις πράσινες πρακτικές (Τηλεοράσεις LED, Φωτοβολταϊκά, Βιομάζα, Θερμομόνωση, Σύστημα καθαρισμού του αέρα, Σύστημα μείωσης της υγρασίας, Λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας, Νερό, Απόβλητα).

Έπειτα το (29%) εφαρμόζει πρακτικές που συμβάλλουν στην εξοικονόμηση ενέργειας (φωτοβολταϊκά, τηλεοράσεις LED, λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας) και στην προστασία του υδροφόρου ορίζοντα (απόβλητα, νερό, συστήματα καθαρισμού του αέρα, σύστημα μείωσης της υγρασίας). Το (13%) εφαρμόζει στην επιχείρηση του μόνο πρακτικές που αφορούν την εξοικονόμηση ενέργειας ενώ με μικρή διαφορά το (12%) των επιχειρήσεων εφαρμόζει μόνο πρακτικές όπως ανακύκλωση, επεξεργασία λυμάτων, έλεγχος ποιότητας νερού και συστήματα καθαρισμού του αέρα.

Τέλος, όπως μπορεί να διαπιστωθεί το (7%) εφαρμόζει πρακτικές σχετικά με την εξοικονόμηση ενέργειας αλλά και πρακτικές που συμβάλλουν στην εξοικονόμηση της θερμικής ενέργειας (θερμομόνωση, βιομάζα, γεωθερμία, ηλιοθερμία).

Ποιες πρακτικές Π.Ε εφαρμόζουν

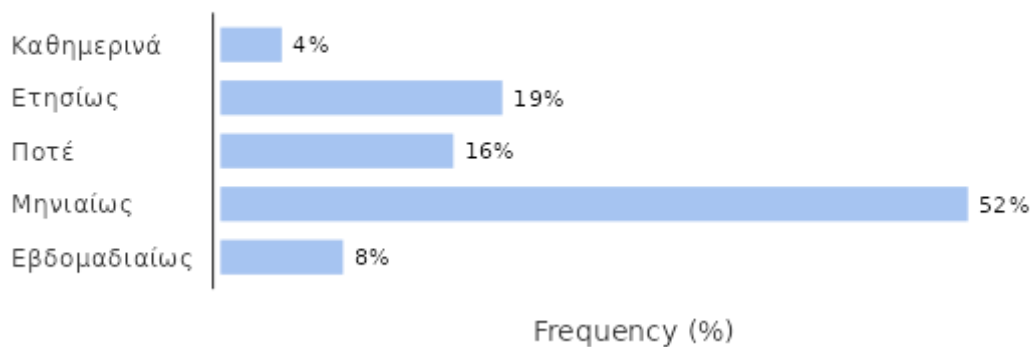


Διάγραμμα 8

9) Συχνότητα συλλογής δεδομένων κατανάλωσης ενέργειας

Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα τα ξενοδοχεία ερωτήθηκαν σχετικά με το πόσο συχνά συλλέγουν δεδομένα για την ενέργεια που καταναλώνουν. Όπως φαίνεται το μεγαλύτερο ποσοστό (52%) του δείγματος συλλέγει δεδομένα μηνιαία, το (19%) ετησίως, το (16%) δεν συλλέγει δεδομένα ποτέ, το (8%) κάθε εβδομάδα, ενώ ένα μικρότερο ποσοστό (4%) καθημερινά.

Συχνότητα συλλογής δεδομένων κατανάλωσης ενέργειας

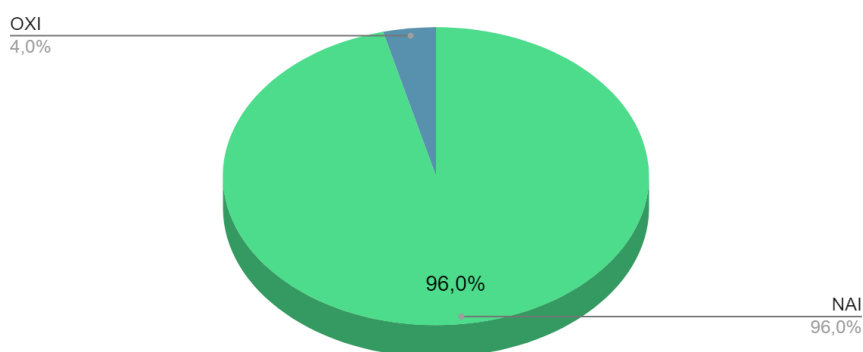


Διάγραμμα 9

10) Μείωση κατανάλωσης ενέργειας

Η πλειοψηφία του δείγματος (96%) φαίνεται να γνωρίζει ότι η πράσινη επιχειρηματικότητα σημαίνει μείωση κατανάλωσης ενέργειας, ενώ το (4%) δεν έχει σχετική γνώση.

Γνώση ότι η πράσινη επιχειρηματικότητα σημαίνει μείωση κατανάλωσης ενέργειας



Διάγραμμα 10

11) Σημαντικότερα μέτρα που πρέπει να υιοθετηθούν από τα ξενοδοχεία

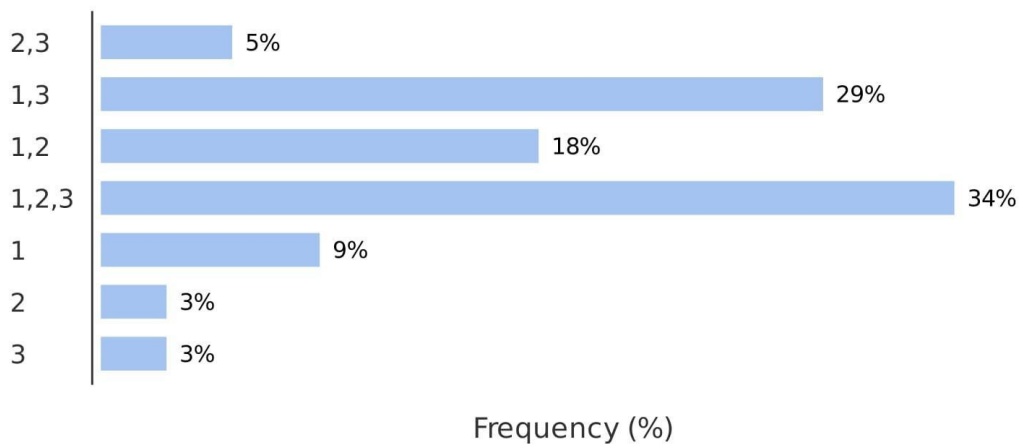
Με βάση το παρακάτω διάγραμμα, οι επιχειρήσεις απάντησαν σχετικά με το ποια θεωρούν πως είναι τα σημαντικότερα μέτρα που πρέπει να υιοθετήσει το ξενοδοχείο τους. Το (34%) θεωρεί ότι όλες οι πράσινες πρακτικές είναι σημαντικές και ότι θα πρέπει να τις εντάξουν στον τρόπο λειτουργίας του ξενοδοχείου τους (Τηλεοράσεις LED, Φωτοβολταϊκά, Βιομάζα, Θερμομόνωση, Σύστημα καθαρισμού του αέρα, Σύστημα μείωσης της υγρασίας, Λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας, Νερό, Απόβλητα). Το (29%) θεωρεί ως σημαντικότερο μέτρο την υιοθέτηση πρακτικών που αφορούν την εξοικονόμηση ενέργειας (Τηλεοράσεις LED, Φωτοβολταϊκά, λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας) και την εξοικονόμηση θερμικής ενέργειας (Θερμομόνωση, Βιομάζα, Γεωθερμία, Ηλιοθερμία).

Έπειτα το (18%) θεωρεί πως πρακτικές που αφορούν την εξοικονόμηση ενέργειας και την προστασία του υδροφόρου ορίζοντα είναι σημαντικές (Απόβλητα, Νερό, Συστήματα καθαρισμού του αέρα, Σύστημα μείωσης της υγρασίας). Το (9%) θεωρεί ότι μόνο πρακτικές

όπως τα φωτοβολταϊκά, οι τηλεοράσεις LED και οι λάμπες εξοικονόμησης θα πρέπει να υιοθετηθούν στο ξενοδοχείο τους.

Επιπρόσθετα, το (5%) πιστεύει ότι τα σημαντικότερα μέτρα που πρέπει να υιοθετήσει το ξενοδοχείο τους είναι: η Θερμομόνωση, η Βιομάζα, η Γεωθερμία, η Ηλιοθερμία, τα Απόβλητα, το Νερό, τα Συστήματα καθαρισμού του αέρα και μείωσης της υγρασίας. Το (3%) θεωρεί σημαντικές μόνο τις πρακτικές που αφορούν την προστασία του υδροφόρου ορίζοντα ενώ τέλος επίσης ένα (3%) θεωρεί σημαντική την υιοθέτηση πράσινων πρακτικών που αφορούν μόνο την εξοικονόμηση της θερμικής ενέργειας.

Σημαντικά μέτρα υιοθέτησης Π.Ε



Διάγραμμα 11

12) Εμπόδια Εφαρμογής της Πράσινης Επιχειρηματικότητας

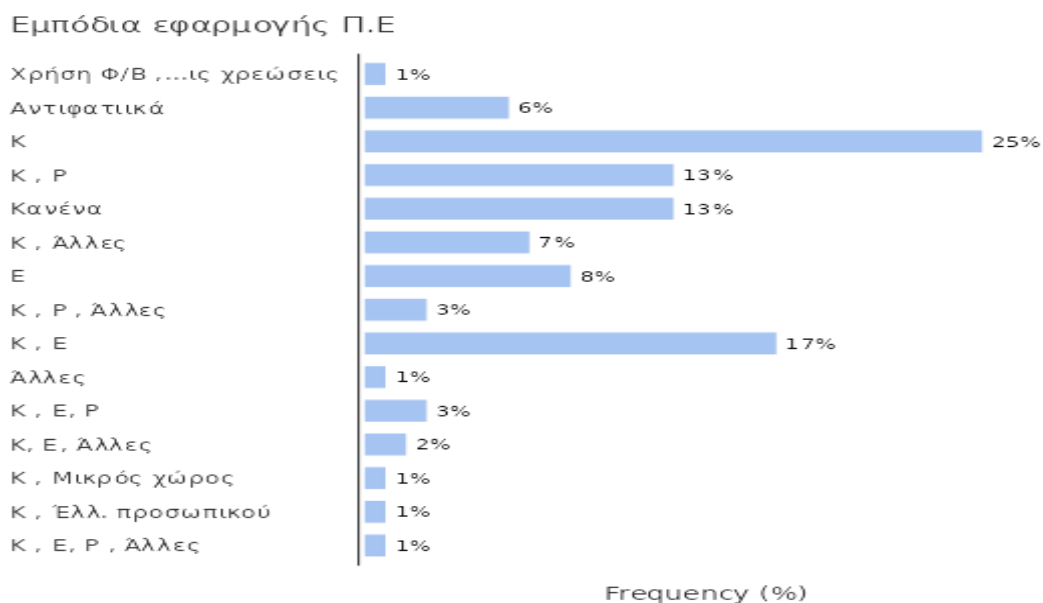
Το παρακάτω διάγραμμα αφορά τα σημαντικότερα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να γίνουν περισσότερο περιβαλλοντικά υπεύθυνες. Το υψηλό κόστος, η έλλειψη εξοικείωσης με την πράσινη επιχειρηματικότητα, το μεγάλο ρίσκο, η επιχείρηση δεν βλέπει κανένα εμπόδιο και άλλα προγράμματα είναι πιο σημαντικά από την εφαρμογή πράσινων ιδεών ήταν οι προτεινόμενες απαντήσεις.

Αναλυτικότερα, το (25%) απάντησε ότι το κυριότερο πρόβλημα, το οποίο τους εμποδίζει να εφαρμόσουν τις πράσινες πρακτικές στις επιχειρήσεις τους είναι το “υψηλό κόστος”. Το (17%) ότι είναι η “έλλειψη εξοικείωσης με την πράσινη επιχειρηματικότητα” και το “υψηλό κόστος”. Το (13%) απάντησε ότι είναι “μεγάλο ρίσκο” καθώς επίσης και ότι διαθέτει “υψηλό κόστος”. Το (8%) του δείγματος απάντησε “έλλειψη εξοικείωσης με την πράσινη

επιχειρηματικότητα” καθώς δεν διαθέτει τις απαραίτητες γνώσεις για να υιοθετήσει τις πράσινες πρακτικές στην επιχείρησή του. Έπειτα το (7%) απάντησέ επίσης ως σημαντικότερο εμπόδιο το “υψηλό κόστος” αλλά και το ότι “άλλα προγράμματα είναι πιο σημαντικά από την εφαρμογή πράσινων ιδεών”. Ένα (3%) έδωσε ως απάντηση τα: “υψηλό κόστος”, “μεγάλο ρίσκο” και “άλλα προγράμματα είναι πιο σημαντικά από την εφαρμογή πράσινων ιδεών”.

Επίσης ένα ακόμη (3%) απάντησε ότι βρίσκει ως σημαντικότερα εμπόδια το “υψηλό κόστος”, την “έλλειψη εξοικείωσης με την πράσινη επιχειρηματικότητα” και ότι είναι “μεγάλο ρίσκο” για την επιχείρηση. Το (2%) έδωσε ως απαντήσεις το “υψηλό κόστος”, την “έλλειψη εξοικείωσης με την πράσινη επιχειρηματικότητα” και το “άλλα προγράμματα είναι πιο σημαντικά από την εφαρμογή πράσινων ιδεών”. Επίσης η “έλλειψη προσωπικού” (1%), ο “μικρός χώρος” (1%), η “χρήση φωτοβολταϊκών για την κάλυψη της ενέργειας που καταναλώνουν” και η “έλλειψη διαφάνειας στις χρεώσεις” (1%) ήταν μερικές από τις απαντήσεις που έδωσαν τα ξενοδοχεία από μόνα τους.

Από την άλλη, αρκετές ήταν οι επιχειρήσεις (13%) που απάντησαν ότι δεν αντιμετωπίζουν κανένα εμπόδιο στην προσπάθειά τους να γίνει το ξενοδοχείο τους πιο περιβαλλοντικά υπεύθυνο. Ωστόσο, το (6%) του δείγματος έδωσε αντιφατικές απαντήσεις, καθώς, πολλές ήταν οι επιχειρήσεις που ενώ απάντησαν ότι το ξενοδοχείο τους δεν βλέπει κανένα εμπόδιο, το υψηλό κόστος ήταν επίσης μέρος της απάντησης τους.



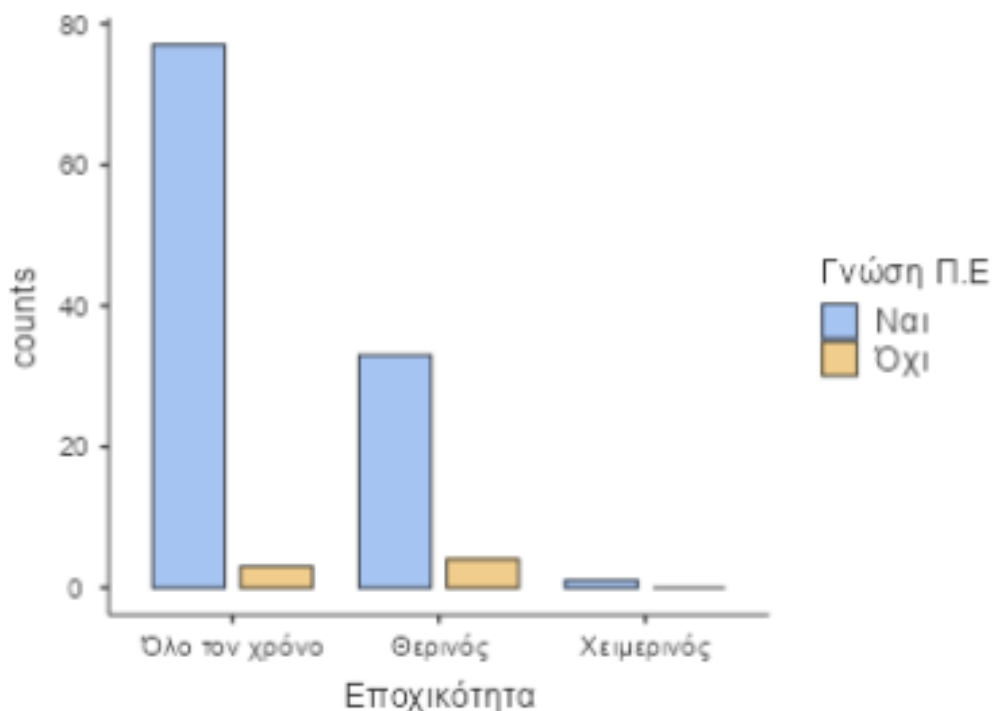
Διάγραμμα 12

13) Γνώση Πράσινης Επιχειρηματικότητας με βάση την Εποχικότητα

Στον πίνακα 13, υπάρχουν 80 καταλύματα στην κατηγορία ξενοδοχείων που λειτουργούν όλο τον χρόνο, γνωρίζουν τι είναι Πράσινη Επιχειρηματικότητα, ενώ ένα μικρό ποσοστό δεν γνωρίζει. Στην κατηγορία Θερινός Τουρισμός παρατηρείται ότι, υπάρχει μικρό δείγμα ξενοδοχείων περίπου 38 σε αριθμό που γνωρίζουν τι σημαίνει Πράσινη Επιχειρηματικότητα και από την άλλη περίπου 4-5 ξενοδοχεία που απάντησαν αρνητικά. Στην 3^η κατηγορία ξενοδοχείων που αφορά τον Χειμερινό Τουρισμό, μόλις ένα ξενοδοχείο σημείωσε πως γνωρίζει την Πράσινη Επιχειρηματικότητα.

Plots

Εποχικότητα



Διάγραμμα 13

14) Γνώση Πράσινης Επιχειρηματικότητας με βάση την Τοποθεσία

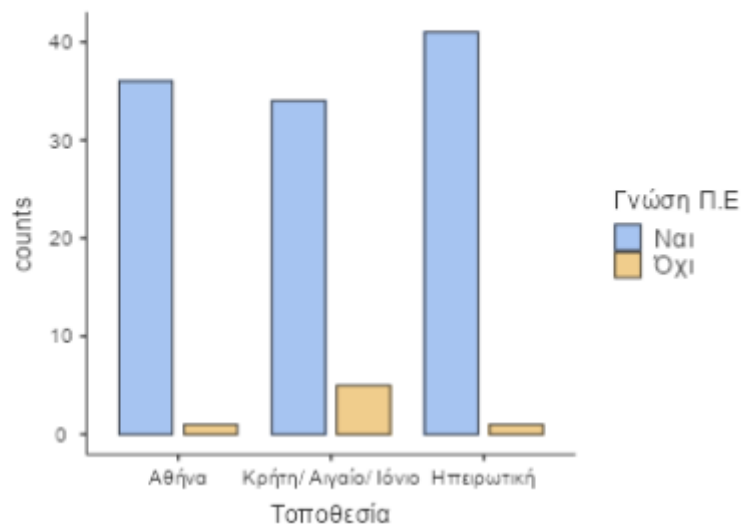
Στον 14^ο πίνακα υπάρχουν δύο μεταβλητές: Η Τοποθεσία και η Γνώση Π.Ε. Συγκεκριμένα γίνεται αναφορά στο κατά πόσο γνωρίζουν Π.Ε. με βάση την περιοχή που βρίσκεται το κάθε ξενοδοχείο. Στην πρώτη κατηγορία, που αφορά την Αθήνα 36 ξενοδοχεία

απάντησαν θετικά, ενώ μόνο ένα απάντησε αρνητικά. Στην 2^η κατηγορία, που αφορά τα Νησιά της χώρας, 34 καταλύματα απάντησαν ναι, ενώ 5 απάντησαν πως δεν γνωρίζουν.

Τέλος, στην 3^η κατηγορία, που αφορά την Ηπειρωτική χώρα, παρατηρούμε το μεγαλύτερο αριθμό ξενοδοχείων που γνωρίζει τι σημαίνει Π.Ε., με μονάχα 1 απάντηση αρνητική.

Plots

Τοποθεσία

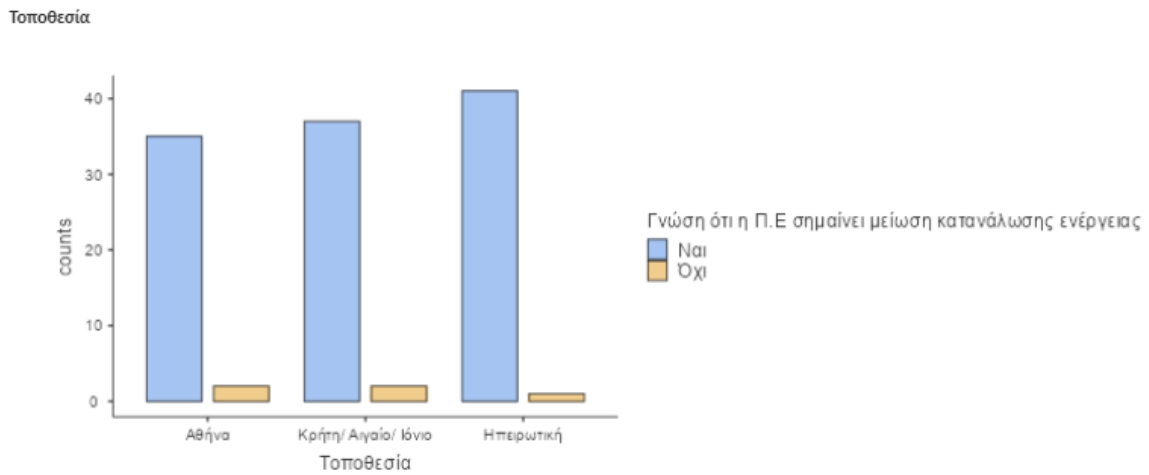


Διάγραμμα 14

15) Γνώση ότι ηΠράσινη Επιχειρηματικότητα σημαίνει μείωση κατανάλωσης ενέργειας με βάση την Τοποθεσία

Στον 15ο πίνακα, εξετάζεται σύμφωνα με την τοποθεσία, κατά πόσο γνωρίζουν τα ξενοδοχεία ότι η Π.Ε. σημαίνει μείωση κατανάλωσης ενέργειας. Συγκεκριμένα, στην Ηπειρωτική χώρα υπάρχει ο μεγαλύτερος αριθμός ξενοδοχείων 41 σε αριθμό που απαντά θετικά στην ερώτηση, ακολουθούν τα Νησιά με 37 καταλύματα και τέλος η Αθήνα με αριθμό 35. Οι αρνητικές απαντήσεις σε κάθε περιοχή ξεχωριστά είναι μικρές σε αριθμό, με 1 μόλις στην Ηπειρωτική, και από 2 σε Νησιά και Αθήνα.

Plots



Διάγραμμα 15

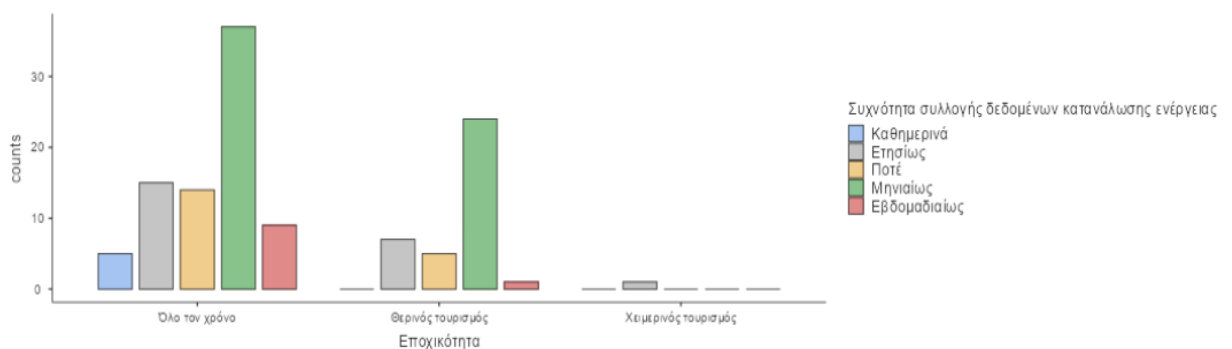
16) Συχνότητα συλλογής δεδομένων με βάση την εποχικότητα

Στον 16^ο πίνακα, όσον αφορά την συχνότητα συλλογής δεδομένων ενέργειας ανάλογα με την Εποχικότητα, γίνεται αντιληπτό ότι, στην κατηγορία “Όλο τον χρόνο”, φαίνεται πως η επιλογή “Μηνιαίως” είναι η δημοφιλέστερη με αριθμό (37), ακολουθεί η απάντηση “Ετησίως” (15), έπειτα “Ποτέ” (14), στη συνέχεια το “Εβδομαδιαίως” (9) και τέλος “Καθημερινά” με μόλις (5). Στην 2^η κατηγορία, στον Θερινό Τουρισμό, κατέχει την υψηλότερη θέση η απάντηση “Μηνιαίως” με (24) ξενοδοχεία, ακολουθεί η απάντηση “Ετησίως” με αριθμό (7), εν συνεχεία απάντησαν “Ποτέ” (5) καταλύματα και

Plots

The variable 'Εποχικότητα' cannot be treated as numeric. Therefore plots that expect numeric data will not be created for this variable.

Εποχικότητα



“Εβδομαδιαίως” μόλις 1.

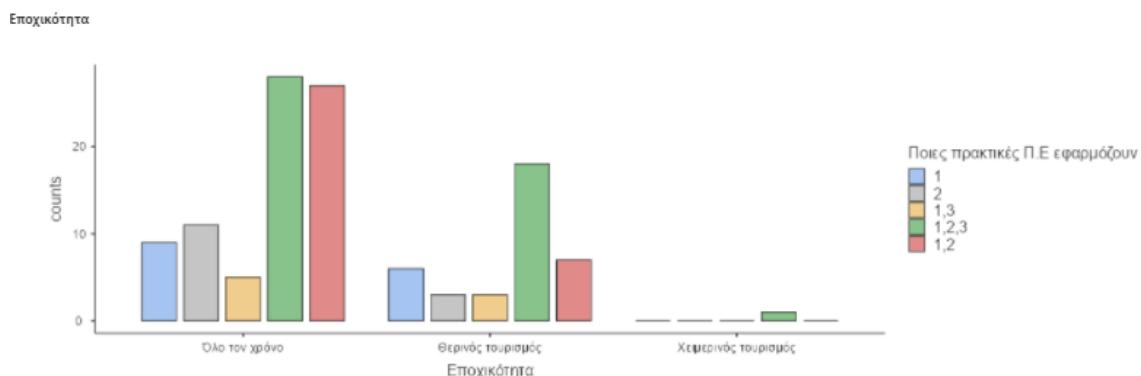
Διάγραμμα 16

17) Συχνότητα συλλογής δεδομένων με βάση την εποχικότητα

Στον 17^ο κατά σειρά πίνακα, παρατηρείται πως έγινε κωδικοποίηση των απαντήσεων των ερωτηθέντων ξενοδοχείων για λόγους ευκολίας σε απαντήσεις 1,2,3, γιατί διαφορετικά τα αποτελέσματα που θα προκύπταν θα ήταν χιλιάδες συνδυασμοί, όπως για παράδειγμα , στις πρακτικές που εφαρμόζουν (Τηλεόραση LED, Φωτοβολταϊκά, Λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας), ή (Θερμομόνωση, Απόβλητα), ή (Νερό, Σύστημα καθαρισμού αέρα) και ούτω καθεξής. Ως εκ τούτου τα αποτελέσματα θα ήταν πολλά μικρά ποσοστά απαντήσεων και θα δυσκόλευαν στην εξαγωγή συμπερασμάτων. Οπότε, επομένως διαχωρίστηκαν σε 3 κατηγορίες :

- No1: Εξοικονόμηση Ηλεκτρικής Ενέργειας
- No2: Προστασία Υδροφόρου Ορίζοντα
- No3: Εξοικονόμηση Θερμικής Ενέργειας

Στην κατηγορία νο1 συγκαταλέγονται: Τηλεόραση LED, Φωτοβολταϊκά, Λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας. Στην κατηγορία νο2 ανήκουν Απόβλητα, Νερό (κατανάλωση, ποιότητα και επεξεργασία λυμάτων) και Σύστημα καθαρισμού αέρα και τέλος κατηγορία νο3 αποτελείται από Θερμομόνωση, Βιομάζα, καθώς και άλλες πρακτικές που εφαρμόζουν τα ξενοδοχεία (Γεωθερμία, Ηλιοθερμία)

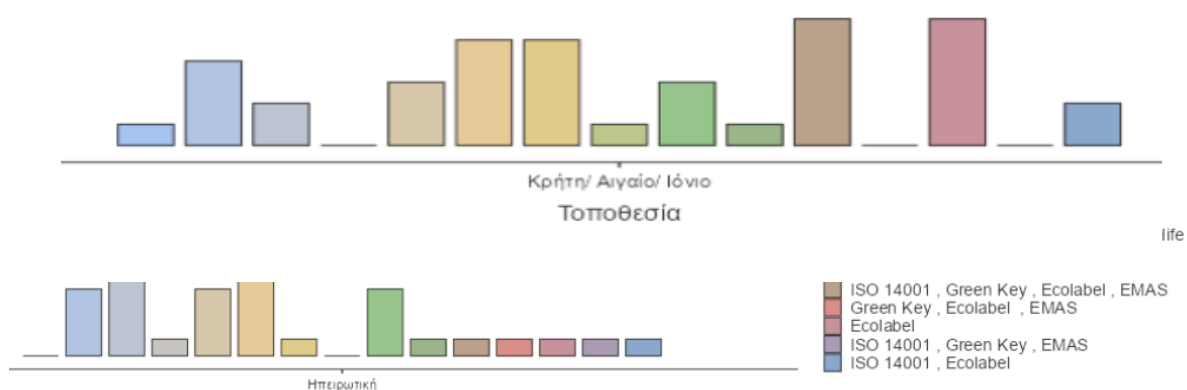


Διάγραμμα 17

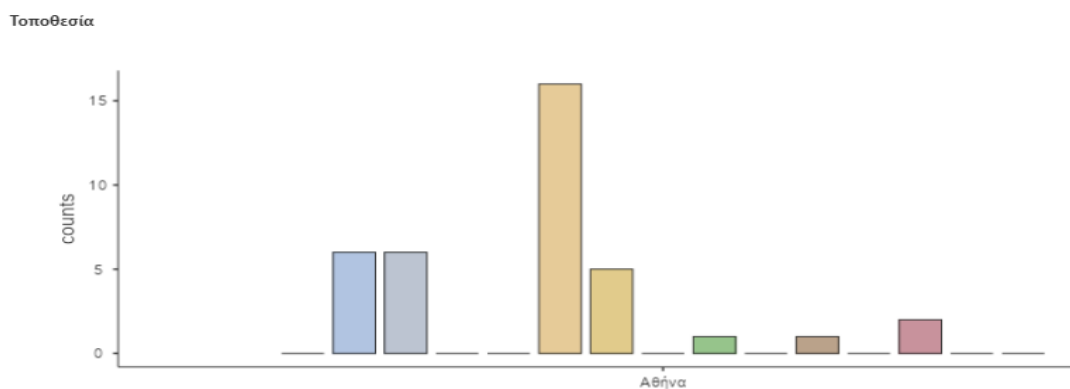
18) Προγράμματα Χρηματοδότησης με βάση την τοποθεσία

Ο πίνακας 18 αφορά τα Προγράμματα Χρηματοδότησης Π.Ε. σύμφωνα με την περιοχή των ξενοδοχείων. Παρατηρείται ότι, τα ξενοδοχεία στην Αθήνα γνωρίζουν (16) το ISO 14001, Κανένα/ Green Key (6), (5) τον συνδυασμό ISO 14001 - Green Key, (2) το πρόγραμμα Ecolabel και ISO 14001 - Green Key – Ecolabel / ISO 14001 - Green Key – Ecolabel – EMAS (1).

Στην Νησιωτική χώρα, τα καταλύματα φαίνεται πως γνωρίζουν ISO 14001 – EMAS / Ecolabel (6), ISO 14001 / ISO 14001 - Green Key (5), Κανένα (4), Green Key – Ecolabel / ISO 14001 - Green Key – Ecolabel (3), Green Key / ISO 14001 – Ecolabel (2) και τέλος, Πράσινος Τουρισμός (1).



Διάγραμμα 18



Συμπεράσματα

Διανύοντας μια περίοδο όπου η παγκόσμια οικονομία περνάει κρίση και τα περιβαλλοντικά προβλήματα φαίνεται να αποκτούν διαστάσεις θεμάτων μείζονος σημασίας και να απασχολούν μεγάλο μέρος του πληθυσμού, η πράσινη επιχειρηματικότητα προβάλλεται ως λύση για ένα πιο αισιόδοξο μέλλον για τις μελλοντικές γενιές. Πολλές είναι εκείνες οι επιχειρήσεις που έχουν αναλάβει πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη και υιοθέτηση δράσεων που σχετίζονται με το πράσινο επιχειρείν και την ενεργειακή εξοικονόμηση.

Η εφαρμογή πράσινων πρακτικών από τις επιχειρήσεις λειτουργεί προς όφελός τους, τις περισσότερες φορές, καθώς ο ανταγωνισμός στο επιχειρηματικό περιβάλλον αυξάνεται συνεχώς και η τάση για διαφοροποίηση στην αγορά κρίνεται απαραίτητη. Παράλληλα, η ανάγκη για μείωση του οικολογικού αποτυπώματος, που αφήνει στο περιβάλλον η κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα, πρέπει να αποτελεί πλέον υποχρέωση, προκειμένου να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα του πλανήτη.

Στον ελληνικό επιχειρηματικό χώρο παρατηρείται να λαμβάνονται αποφάσεις για ενσωμάτωση φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών, ωστόσο μόνο ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων καταφέρνει να το κατορθώσει, κυρίως λόγω έλλειψης χρημάτων και κρατικής μέριμνας.

Η εφαρμογή της πράσινης επιχειρηματικότητας στον τουριστικό τομέα και συγκεκριμένα στον κλάδο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, φαίνεται ότι λειτουργεί ευεργετικά. Τα ξενοδοχεία με αυτό το νέο είδος επιχειρηματικότητας ενσωματώνουν στο αγοραστικό τους κοινό ομάδες που συνειδητά επιλέγουν τον πράσινο τουρισμό ως μια μορφή τουριστικής έκφρασης. Τα ξενοδοχεία λαμβάνοντας υπόψιν την προστασία του περιβάλλοντος, αλλά και τον οικονομικό παράγοντα, τείνουν να σχηματίζουν ένα φιλοπεριβαλλοντικό προφίλ, συμμετέχοντας ακόμη και σε περιβαλλοντικά προγράμματα.

Αρχικός σκοπός της εργασίας ήταν να ερευνηθούν αν εφαρμόζουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Ελλάδας πράσινες πρακτικές στην λειτουργία τους και αυτό ήταν και το πρώτο ερευνητικό ερώτημα. Οι απαντήσεις περί Πράσινης Επιχειρηματικότητας ποικίλλουν, αυτό όμως που αξίζει να σημειωθεί είναι πως το 94% των ξενοδοχείων που συμμετείχαν στην έρευνα γνώριζε τον όρο.

Το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα, αφορά το βαθμό που εφαρμόζουν οι ξενοδόχοι την πράσινη επιχειρηματικότητα και βάσει των απαντήσεων όλα τα ξενοδοχεία αποκρίθηκαν πως εφαρμόζουν έστω μία από τις κατηγορίες των πράσινων πρακτικών. Σημαντικό στοιχείο αυτό, καθώς φαίνεται πως όλα τα ξενοδοχεία που συμμετείχαν στην έρευνα έχουν θετικό

αντίκτυπο όσον αφορά την προστασία του περιβάλλοντος. Παράλληλα, σχετικά με τον βαθμό που χρησιμοποιούν πράσινες μεθόδους στις επιχειρήσεις τους παρατηρείται υψηλή ένταση με ποσοστό 40% που εφαρμόζουν και τις τρεις κατηγορίες, δηλαδή 1,2,3, υπάρχει μέση ένταση με ποσοστό 36% που χρησιμοποιούν τις κατηγορίες ή 1,2 ή 1,3 και τέλος, υπάρχει χαμηλή ένταση με ποσοστό 25% που ενεργούν με τις κατηγορίες 1 ή 2. Συμπερασματικά, το 40% θεωρείται μεγάλο ποσοστό, πράγμα που σημαίνει πως σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις εφαρμόζουν και τις 3 κατηγορίες πράσινων πρακτικών.

Έπειτα, με βάση το τρίτο ερευνητικό ερώτημα της εργασίας, σχετικά με το ποιες μεθόδους εφαρμόζουν στον τρόπο λειτουργίας τους τα ξενοδοχεία της χώρας, παρατηρείται πως με ποσοστό 40% εξασκούν και τις τρεις κατηγορίες πράσινης επιχειρηματικότητας, δηλαδή ενέργειες για την εξοικονόμηση ηλεκτρικής ενέργειας με τη χρήση φωτοβολταϊκών, TV LED, λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας, δράσεις για την προστασία του υδροφόρου ορίζοντα με τη χρήση διαχείρισης αποβλήτων, επεξεργασία των λυμάτων, σύστημα καθαρισμού του αέρα και σύστημα μείωσης της υγρασίας και τέλος, δράσεις για την εξοικονόμηση θερμικής ενέργειας με τη χρήση της θερμομόνωσης, βιομάζας, γεωθερμίας και ηλιοθερμίας. Αξίζει να σημειωθεί ότι, το 29% των ξενοδοχείων δραστηριοποιείται μονάχα στην εξοικονόμηση ηλεκτρικής ενέργειας και την προστασία του υδροφόρου ορίζοντα και δεν κάνει λόγο για ενέργειες όπως θερμομόνωση κλπ. Ωστόσο, υπάρχουν επιχειρήσεις που με ποσοστό μόλις 13% χρησιμοποιούν αποκλειστικά πρακτικές σχετικά με την εξοικονόμηση ενέργειας, ενώ από την άλλη, με ποσοστό 12% εφαρμόζουν πρακτικές που εξασφαλίζουν δράσεις όπως η ανακύκλωση, η επεξεργασία λυμάτων, ο έλεγχος ποιότητας νερού και το σύστημα καθαρισμού αέρα. Από τα παραπάνω προκύπτει ότι, οι περισσότερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ασχολούνται κυρίως με την εξοικονόμηση της ηλεκτρικής ενέργειας κάνοντας χρήση των προαναφερθεισών δράσεων, ενώ λιγότερη είναι η συμμετοχή όσον αφορά τις ενέργειες για την προστασία του υδροφόρου ορίζοντα.

Στο τέταρτο και τελευταίο ερευνητικό ερώτημα, αν υπάρχει δηλαδή άμεσο ενδιαφέρον από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για την υιοθέτηση πράσινου χαρακτήρα, αποδεικνύεται ότι, τα καταλύματα ενώ χρησιμοποιούν ορισμένα χρηματοδοτικά προγράμματα που σχετίζονται με την πράσινη επιχειρηματικότητα, βασικό τους εμπόδιο φαίνεται πως είναι το υψηλό κόστος που απαιτείται για την υιοθέτηση αυτών των μεθόδων. Έπειτα, η αμέσως επόμενη απάντηση με χαμηλό ποσοστό ήταν το υψηλό κόστος και η έλλειψη εξοικείωσης με την πράσινη επιχειρηματικότητα, στη συνέχεια το ρίσκο σε συνδυασμό με το υψηλό κόστος και εξίσου χαμηλό ποσοστό ήταν η επιλογή κανένα, ότι η επιχείρηση δεν βλέπει κανένα εμπόδιο για την υιοθέτηση πράσινων μεθόδων. Άξιο αναφοράς είναι το γεγονός πως

ορισμένο ποσοστό των συμμετεχόντων απάντησαν αντιφατικά στο ερωτηματολόγιο, για παράδειγμα ενώ επέλεξαν την απάντηση υψηλό κόστος, ή άλλες προτεραιότητες, ή μεγάλο ρίσκο κλπ., επέλεξαν και την απάντηση ότι η επιχείρηση δεν βλέπει κανένα εμπόδιο. Αυτό συμβαίνει πιθανότατα γιατί οι επιχειρήσεις θεωρούν πως δεν αντιμετωπίζουν κάποιο ιδιαίτερο πρόβλημα στο πρακτικό κομμάτι προκειμένου να εφαρμόσουν τις πράσινες μεθόδους, ωστόσο δεν αποτελεί προτεραιότητα γι' αυτούς λόγω του υψηλού κόστους που χρειάζεται να δαπανήσει μια επιχείρηση. Επιπλέον, ένα αρκετά μικρό ποσοστό (1%) απάντησε ότι, ενώ γίνεται προσπάθεια για την κάλυψη ενέργειας που καταναλώνει το ξενοδοχείο εξ ολοκλήρου με τη χρήση φωτοβολταϊκών (η κάλυψη τους βρίσκεται στο 30% της ενέργειας). Συγκεκριμένα αναφέρει ότι, υπάρχει έλλειψη διαφάνειας στις χρεώσεις χρήσης του δικτύου η οποία εφαρμόζεται από τον ΔΕΔΔΗΕ και χρεώνεται από τον εκάστοτε πάροχο, ωστόσο ούτε ο πάροχος, ούτε η ΔΕΔΔΗΕ παρέχει ουδεμία σχετική πληροφορία. Ακόμη, αξιοσημείωτη είναι η απάντηση (1%) πως υπάρχει έλλειψη προσωπικού (σε συνδυασμό με το κόστος) που θα πραγματοποιήσει τις εγκαταστάσεις στο ξενοδοχείο, επομένως, στη συγκεκριμένη περίπτωση αυτό αποτελεί το κύριο εμπόδιο υιοθέτησης των πράσινων ιδεών. Επιπρόσθετα, μία ακόμα απάντηση με ποσοστό (1%) ήταν ότι το ξενοδοχείο είχε περιορισμένο χώρο και χρήματα για την εφαρμογή των πράσινων πρακτικών.

Όσον αφορά τα προγράμματα χρηματοδότησης της πράσινης επιχειρηματικότητας τα ποσοστά αποδεικνύουν ότι, 64 από τα 118 σε αριθμό ξενοδοχεία γνωρίζουν το πρόγραμμα ISO 14001, εκ των οποίων τα μισά (32) φαίνεται πως εκτός από το συγκεκριμένο ξέρουν και άλλα, για παράδειγμα ISO 14001 και Ecolabelή ISO 14001 και EMASή ISO 14001 και GreenKeyκλπ. Επίσης, σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι, το Ecolabelέχει επιλεγθεί από 37 ξενοδοχεία, το EMASαπό 13, ενώ το πρόγραμμα Πράσινος Τουρισμός μόλις από 1 κατάλυμα. Με βάση τα παραπάνω, το δημοφιλέστερο πρόγραμμα χρηματοδότησης είναι αναμφισβήτητα το ISO 14001 αφού συγκέντρωσε τις περισσότερες απαντήσεις και έπειτα ακολουθούν τα υπόλοιπα προγράμματα που συγκριτικά είχαν χαμηλότερη απήχηση.

Επιπλέον, σχετικά με τη συχνότητα συλλογής δεδομένων κατανάλωσης ενέργειας προκύπτει πως, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος συγκεντρώνει μηνιαίως τα στοιχεία τους και αυτό αποδεικνύει την προσπάθειά τους για ένα πιο περιβαλλοντικά υπεύθυνο ξενοδοχείο. Το ποσοστό που απάντησε καθημερινά είναι πολύ μικρότερο σε σύγκριση με τις άλλες απαντήσεις, ενώ εντυπωσιακό είναι το γεγονός ότι το 16% του δείγματος δεν έχει συγκεντρώσει μέχρι στιγμής καθόλου στοιχεία σχετικά με την κατανάλωση ενέργειας.

Στη διεξαγωγή της έρευνας παρατηρήθηκε αδυναμία ως προς την ευκολία συλλογής μεγάλου αριθμού απαντημένων ερωτηματολογίων, καθώς η ανταπόκριση από τα ξενοδοχεία

ήταν μειωμένη. Χρειάστηκε επίσης, η παράταση της χρονικής προθεσμίας για την ολοκλήρωση της ερευνητικής διαδικασίας.

Η εργασία μπορεί να αποτελέσει το έναυσμα για τους μελλοντικούς ερευνητές να ασχοληθούν με την περαιτέρω ανάλυση του συγκεκριμένου θέματος και την ανάπτυξη διεξοδικότερης έρευνας σε ένα ευρύτερο πλαίσιο ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, εγχώριων και μη. Μπορούν, επίσης, να ασχοληθούν τόσο με την ποσοτική όσο και με την ποιοτική έρευνα.

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωσση

Arabatzis, G., Myronidis, D. (2011). Contribution of SHP Stations to the development of an area and their social acceptance. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 15(8), p. 3909-3917.

Bhandari, B., Lee, K.-T., Lee, C. S., Song, C.-K., Maskey, R. K. and Ahn, S-H. (2014). A Novel Off-Grid Hybrid Power System Comprised of Solar Photovoltaic, Wind, and Hydro Energy Sources,” *Applied Energy*, 133, p. 237 Διαθέσιμη στη:

biomass in Spain: Does payment periodicity affect the willingness to pay? *Energy*

Bohdanowicz, P., & Zientara, P. (2008). Corporate Social Responsibility in Hospitality: Issues and Implication. A Case Study of Scandic. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 8 (4), p. 271-293.

Bueno, D.C., (2017). Green practices as corporate social responsibility towards BUENO framework for the hotel industry in Subic Bay Freeport Zone. *10th International Conference on Arts, Social Sciences, Humanities and Interdisciplinary Studies (ASSHIS17)*, Dec. 17-18 2017, Manila Philippines. Conference Proceedings. [https://www.academia.edu/39309250/Green Practices as Corporate Social Responsibility towards BUENO Framework for Hotel Industry in Subic Bay Freeport Zone Dr David Cababaro Bueno 2017](https://www.academia.edu/39309250/Green_Practices_as_Corporate_Social_Responsibility_towards_BUENO_Framework_for_Hotel_Industry_in_Subic_Bay_Freeport_Zone_Dr_David_Cababaro_Bueno_2017)

C.-C. Teng, J.-H. Chang. (2014). Effects of temporal distance and related strategies on enhancing customer participation intention for hotel eco-friendly programs. *International Journal of Hospitality Management*. 40, p. 92-99. Διαθέσιμη στη: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.03.012>

Chena, M.F. & Tung, P.J. (2014). Developing an extended Theory of Planned Behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, p. 221- 230.

Cuenlass, A. (2014). Scandic hotels a role model of sustainability. *In Conscious hospitality (Sustainability)*. Διαθέσιμη στη: <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4064048.html>(p. 1-8)

Dixon J. A. & Fallon L. A., (2008), The Concept of sustainability: Origins, extensions, and usefulness for policy, *Society and Natural Resources*, 1(2), 73-84.
Διαθέσιμη: (<https://doi.org/10.1080/08941928909380675>)

doi:10.1016/j.apenergy.2014.07.033

Ewing, B., Reed, A., Galli, A., Kitzes, J. & Wackernagel, M. (ed) (2010). *Calculation Methodology for the National Footprint Accounts*, Global Footprint Network: Oakland, CA, USA.

Διαθέσιμη: https://www.footprintnetwork.org/content/images/uploads/Ecological_Footprint_Atlas_2010.pdf

Fridleifsson, I.B., Bertani, R., Huenges, E., Lund, J.W., Ragnarsson, A., and Rybach, L. (2008): The possible role and contribution of geothermal energy to the mitigation of climate change. In: Hohmeyer, O. and Trittin, T. *Proceedings of the IPCC Scoping Meeting on Renewable Energy Sources*. Luebeck, Germany, 20-25 January 2008 p. 4-7

Haldar, S. (2019). Green entrepreneurship in the renewable energy sector – a case study of Gujarat, *Journal of Science and Technology Policy Management*. 10 (1).
Διαθέσιμη: [doi/10.1108/JSTPM-12-2017-0070/full/html](https://doi.org/10.1108/JSTPM-12-2017-0070/full/html)

Hammond G.P. (2006). People, planet and prosperity': The determinants of humanity's environmental footprint. *Natural Resources Forum*. 30 (1), p. 27-36. Διαθέσιμη: <https://doi.org/10.1111/j.1477-8947.2006.00155.x>

Han, H. & Hsu L. T & Sheu C. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*. 31 (3), p.325-334.
Διαθέσιμη: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.013>

Kapiki, S., (2012). Implementing sustainable practices in greek eco-friendly hotels, *Journal of Environmental protection and Ecology*, 13 (2A), p.1117-1123.
Διαθέσιμη: https://www.academia.edu/download/30485172/JEPE_sustainable_practices_kapiki.pdf

Kim Y. J., Palakurthi R. & Hancer M. (2012) The Environmentally Friendly Programs in Hotels and Customers' Intention to Stay: An Online Survey Approach, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 13(3), 195-214.
Διαθέσιμη: <https://doi.org/10.1080/15256480.2012.698169>

Lotfi M., Yousefi A. & Jafari S., (2018). The Effect of Emerging Green Market on Green Entrepreneurship and Sustainable Development in Knowledge-Based Companies, *Open Access Journal*, vol. 10(7), p. 1-1. Διαθέσιμη στη: <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/7/2308/htm>

McQuiston FC, JD Parker, Spitler. (2004). *Heating, Ventilating and Air Conditioning, Analysis and Design Sixth edition*, USA: Wiley. p 22-37.

Mensah, I., (2006). Environmental management practices among hotels in the greater Accra region. *International Journal of Hospitality Management*, 25 (3), p.p. 414-431. https://www.nachhaltigwirtschaften.at/resources/iea_pdf/2012_solar_heat_worldwide_edition.pdf

Policy, 37 (2), pp.531-540. Διαθέσιμη στη:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0301421508005703>

Solino, M., Vazquez, M.X., Prada, A. (2009). Social demand for electricity from forest

Vannoni C, Battisti R, Drigo S. Potential for Solar Heat in Industrial Processes. Report within IEA SHC Task 33/IV, Rome, Italy, 2008, p. 2 /http://www.iea-shc.org/publications/downloads/task33-Potential_for_Solar_Heat_in_Industrial_Processes

Weiss W. & Mauthner F. (2010), Markets and Contribution to the Energy Supply 2010, *Solar Heat Worldwide*, Edition 2012, p. 7-10 Austria

Ελληνόγλωσση

Ζήσης, Ι., (2003). *Πράσινο Επιχειρείν*. Αθήνα: ΠΑΝ.Δ.ΟΙΚ.Ο. Ανακτήθηκε στις 17 Μαρτίου 2022. Διαθέσιμο στην:

https://www.ekke.gr/projects/estia/gr_pages/F_synerg/Pras_Epexeirein/Pras_Epiexeirein.htm

ΚΑΠΕ, (2006). *Εγχειρίδιο Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας για μαθητές Γυμνασίου*, Πικέρμι. Ανακτήθηκε στις 18 Μαΐου 2022, Διαθέσιμο στην: http://www.cres.gr/kape/education/students_guide.pdf

Μουσιόπουλος, Ν. και Ντζιαχρήστος, Λ. και Σλίνη, Θ. (2015). *Αειφορία και Ανάπτυξη. Τεχνική προστασία περιβάλλοντος*. Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών

Βιβλιοθηκών. κεφ. 3. Ανακτήθηκε στις 10 Φεβρουαρίου 2022, Διαθέσιμο στην: <http://hdl.handle.net/11419/1014>

Μπούμπουκας Ε., (2008). Η Πράσινη Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. *Καινοτομία Έρευνα και Τεχνολογία, Πράσινη Επιχειρηματικότητα, (Τεύχος 67)*, σ. 22-28. Ανακτήθηκε στις 5 Φεβρουαρίου 2022, Διαθέσιμο στην: http://www.ekt.gr/sites/ekt-site/files/magazine/feature-files/afierwma67_PrasinhEpixeirhmatikothta.pdf

Πατσίνης, Κ, Υφαντίδου, Γ. (2015). *Πράσινος Τουρισμός*. Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. κεφ. 6. Ανακτήθηκε στις 10 Φεβρουαρίου 2022, Διαθέσιμο στην: <http://hdl.handle.net/11419/4262>

Παπαμανώλης, Ν. (2012). *Περιβαλλοντική προστασία και εξοικονόμηση ενέργειας στη μικρή επιχείρηση*. Αθήνα: ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ. Ανακτήθηκε στις 16 Μαρτίου 2022, Διαθέσιμο στην: <https://www.openbook.gr/perivallontiki-prostasia-kai-exoikonomisi-energeias-sti-mikri-epixeirisi/>

Σιδεράτου, Ε. (2011), *Πράσινη Ανάπτυξη και Επιχειρηματικότητα - Η Περίπτωση της Ελλάδας*, Μεταπτυχιακή Εργασία, Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας, Πανεπιστήμιο Πειραιά, Αθήνα.

Χρηστάκης, Μ. (2013). *Πράσινη Επιχειρηματικότητα*, Εκδόσεις Γενικής Γραμματείας Δια Βίου Μάθησης. Ανακτήθηκε στις 15 Απριλίου 2022, Διαθέσιμο στην: <https://www.openbook.gr/prasini-epixeirimatikotita/>

Ιστοσελίδες

“BQC Business Quality Certification”, https://bqc.gr/iso-14001?gclid=Cj0KCQiA5bz-BRD-ARIsABjT4ngu8sm3rgVirKxfIoVRlhokkZM3iCxfvfo82_MMLzjVv8l8tWFzlr6caAuZtEALw_wcB (πρόσβαση στις 15 Μαρτίου 2022).

“Eu Ecolabel, Business”, Διαθέσιμο στην: https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/business_en (Ανακτήθηκε 17 Μαΐου 2022)

“Europa.eu”, (2016), Διαθέσιμο στην: http://ec.europa.eu/environment/emas/join_emas/emas_global_en.htm
http://ec.europa.eu/environment/emas/pdf/leaflets/emasleaflet_el.pdf

(Πρόσβαση στις 23 Απριλίου 2022).

“GlobalFootprintNetworkAdvancingtheScienceofSustainability”, Διαθέσιμο στην: <https://www.footprintnetwork.org/our-work/ecological-footprint/> (πρόσβαση στις 10 Ιανουαρίου 2022).

“Green Banking”, <http://www.greenbanking.gr/news/prasini-epixeirimatikotita> (πρόσβαση στις 12 Ιανουαρίου 2022).

“Green Key”, <https://www.greenkey.gr/gr> (πρόσβαση στις 28 Μαρτίου 2022).

“Medstat II: Water and Tourism Pilot Study”, 2009 Eurostat methodologies and working papers. Διαθέσιμο στη: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3888793/5844489/KS-78-09-699-EN.PDF/04c900a4-6243-42e0-969f-fc04f184a8b6>

“Travellife Sustainability in tourism”, https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=gr# (πρόσβαση στις 24 Φεβρουαρίου 2022).

Κέντρο Επιχειρηματικής και Πολιτιστικής Ανάπτυξης (2018) Πράσινος Τουρισμός ΚΕΠΑ-Φορέας Διαχείρισης Προγραμμάτων Retrieved 2018, Διαθέσιμο στη: <http://2007-13.e-kepa.gr/frontend/articles.php?cid=11>

“Επίσημη Εφημερίδα αριθ. L 283 της 27/10/2001 σ. 0033 - 0040 <https://ypen.gov.gr/energeia/ape/technologies/viomaza-viofefsta-vioaerio/>

Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Οδηγία 2008/98/Εκ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, 2008, άρθρο 3, παρ. 12 Διαθέσιμο στη: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/el/TXT/PDF/?uri=CELEX:02008L0098-20180705&from=EN> (Ανακτήθηκε 5 Ιουνίου 2022).

“Η έλλειψη θερμομόνωσης και τα αποτελέσματά της ”, Διαθέσιμο στη: <https://www.steganomonotiki.gr/index.php/2013-11-18-08-42-58>, (Ανακτήθηκε 19 Ιουνίου, 2022).

ΕΣΠΑNEWS. (2018) ΕΣΠΑNEWS. Retrieved 2018 from www.espa.io : <https://www.espa.io/programmata/olokliromena/prasinostourismos/> (πρόσβαση στις 4 Μαΐου 2022).

Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας, “Βιομάζα”, 2020 Διαθέσιμο στην:
<https://ypen.gov.gr/energeia/ape/technologies/viomaza-vioefsta-vioaerio/>

Παραρτήματα

Παράρτημα 1

Ερωτηματολόγιο

ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος της έρευνας με θέμα "Πράσινη επιχειρηματικότητα σε ξενοδοχεία της Ελλάδας" και πραγματοποιείται από φοιτήτριες του Τμήματος Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας. Τα στοιχεία που θα δώσετε είναι ανώνυμα και θα χρησιμοποιηθούν μόνο για λόγους στατιστικής ανάλυσης και επεξεργασίας. Η συμμετοχή σας στην έρευνα είναι άκρως σημαντική για την επιτυχή ολοκλήρωσή της. Το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελείται από 13 σύντομες ερωτήσεις και ο χρόνος συμπλήρωσής του έχει υπολογιστεί στα 4 λεπτά. Ευχαριστούμε εκ των προτέρων για το ενδιαφέρον.

(Ως πράσινη επιχειρηματικότητα ορίζεται η οικονομική δραστηριότητα της οποίας τα προϊόντα και οι υπηρεσίες έχουν θετική επίδραση στο περιβάλλον).

Α' Μέρος: Δημογραφικά Στοιχεία

| | |
|--|---|
| 1) Στοιχεία Επικοινωνίας (email/τηλέφωνο) | |
| 2) Πόσα χρόνια λειτουργεί το ξενοδοχείο σας; | <ul style="list-style-type: none">▪ πριν το 1980▪ 1980-1990▪ μετά το 2000 |
| 3) Σε ποια από τις παρακάτω περιοχές λειτουργεί το ξενοδοχείο σας; | <ul style="list-style-type: none">▪ Αθήνα▪ Κρήτη/ Αιγαίο/ Ιόνιο▪ Ηπειρωτική Ελλάδα |
| 4) Σε ποια κατηγορία τουρισμού ανήκει το ξενοδοχείο σας; | <ul style="list-style-type: none">▪ Χειμερινός τουρισμός▪ Θερινός τουρισμός▪ Λειτουργεί όλο τον χρόνο |

Β' Μέρος: Βασικές Ερωτήσεις

| | |
|--|--|
| 5) Γνωρίζετε για την Πράσινη Επιχειρηματικότητα; | <ul style="list-style-type: none">▪ Ναι▪ Όχι |
| 6) Ποια στοιχεία της Πράσινης Επιχειρηματικότητας γνωρίζετε; | <ul style="list-style-type: none">▪ Τηλεοράσεις LED▪ Φωτοβολταϊκά▪ Βιομάζα (Θερμότητα πχ.πέλλετ) |

| | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Θερμομόνωση ▪ Σύστημα καθαρισμού του αέρα ▪ Λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας ▪ Νερό (κατανάλωση, ποιότητα και επεξεργασία λυμάτων) ▪ Απόβλητα (επαναχρησιμοποίηση, ανακύκλωση) ▪ Άλλο: |
| 7) Γνωρίζετε για τα Προγράμματα και τη χρηματοδότηση της Πράσινης Επιχειρηματικότητας; | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ναι ▪ Όχι |
| 8) Ποια από τα παρακάτω προγράμματα χρηματοδότησης γνωρίζετε; | <ul style="list-style-type: none"> ▪ ISO 14001 (Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης) ▪ Green Key (Οικολογικό Σήμα Ποιότητας) ▪ Ecolabel (Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα) ▪ EMAS (Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου) ▪ Άλλο |
| 9) Ποιες από τις παρακάτω πράσινες πρακτικές χρησιμοποιεί το ξενοδοχείο σας; | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Τηλεοράσεις LED ▪ Φωτοβολταϊκά ▪ Βιομάζα (Θερμότητα πχ.πέλλετ) ▪ Θερμομόνωση ▪ Σύστημα καθαρισμού του αέρα ▪ Σύστημα μείωσης της υγρασίας ▪ Λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας ▪ Νερό (κατανάλωση, ποιότητα και επεξεργασία λυμάτων) ▪ Απόβλητα (επαναχρησιμοποίηση, ανακύκλωση) |
| 10) Πόσο συχνά συλλέγει το ξενοδοχείο σας δεδομένα σχετικά με την κατανάλωση ενέργειας; | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Καθημερινά ▪ Εβδομαδιαίως ▪ Μηνιαίως ▪ Ετησίως ▪ Ποτέ |
| 11) Γνωρίζετε ότι η πράσινη επιχειρηματικότητα σημαίνει μείωση κατανάλωσης ενέργειας; | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ναι ▪ Όχι |
| 12) Ποια από τα παρακάτω θεωρείται ως σημαντικά μέτρα που πρέπει να υιοθετήσει το ξενοδοχείο σας; | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Τηλεοράσεις LED ▪ Φωτοβολταϊκά ▪ Βιομάζα (Θερμότητα πχ.πέλλετ) ▪ Θερμομόνωση ▪ Σύστημα καθαρισμού του αέρα ▪ Λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας ▪ Νερό (κατανάλωση, ποιότητα και επεξεργασία λυμάτων) ▪ Απόβλητα (επαναχρησιμοποίηση, ανακύκλωση) ▪ Άλλο |

| | |
|---|--|
| <p>13) Ποια θεωρείται τα σημαντικότερα εμπόδια στην προσπάθειά σας για να γίνει το ξενοδοχείο περισσότερο περιβαλλοντικά υπεύθυνο; (Μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μια απαντήσεις.)</p> | <ul style="list-style-type: none">▪ Υψηλό κόστος▪ Έλλειψη εξοικείωσης με την "πράσινη" τεχνολογία▪ Μεγάλο ρίσκο▪ Άλλα προγράμματα είναι πιο σημαντικά από την εφαρμογή "πράσινων" ιδεών▪ Η επιχείρηση δεν βλέπει κανένα εμπόδιο▪ Άλλο |
|---|--|