



«Σχολή Κοινωνικών Επιστημών»

«Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Διοίκηση
Τουριστικών Επιχειρήσεων»

Διπλωματική Εργασία

«Περιβαλλοντική Συνείδηση των Επιχειρήσεων Τουρισμού στα
πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης»

«Μαρία Παπαβασιλείου»

Επιβλέπων καθηγητής: «Κόντης Αλέξιος Πατάπιος»

Ιωάννινα, «Ιούλιος» «2020»

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της φοιτήτριας Παπαβασιλείου Μαρίας που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης η συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Η συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών της δικαιωμάτων.



«Περιβαλλοντική Συνείδηση των Επιχειρήσεων Τουρισμού στα
πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης»

« Μαρία Παπαβασιλείου»

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπων Καθηγητής:

Κόντης Αλέξιος Πατάπιος

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής:

Γκρίμπα Ελευθερία

Ιωάννινα, «Ιούλιος» «2020»

«Ευχαριστίες»

Με την εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής εργασίας ολοκληρώνεται ένας κύκλος εργασιών στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων». Θα ήθελα λοιπόν, δεδομένης της ευκαιρίας αυτής, να ευχαριστήσω όλους όσους συνέβαλαν στην επιτυχή παρακολούθηση του συγκεκριμένου προγράμματος. Αρχικά τους Καθηγητές μου, Μαρινάκο Κωνσταντίνο, Διδασκάλου Ελένη και Αβραμόπουλο Αβραάμ οι οποίοι με την επιστημονική τους κατάρτιση και μεθοδικότητα παρέχουν ποιοτική γνώση στο συγκεκριμένο μεταπτυχιακό. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω από καρδιάς τον κ. Κόντη Αλέξιο Πατάπιο, ο οποίος έχει την ευθύνη επίβλεψης της διπλωματικής εργασίας μου ως ακαδημαϊκός υπεύθυνος, και την συν - επιβλέπουσα της συγκεκριμένης εργασίας κ. Γκρίμπα Ελευθερία.

Ένα ευχαριστώ από τα βάθη της καρδιάς μου, επίσης, οφείλω στην Οικογένειά μου και τους Φίλους μου για την ηθική συμπαράσταση και την κατανόησή τους σε όλη τη διάρκεια συγγραφής της παρούσας εργασίας.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους Μαθητές μου οι οποίοι αποτελούν για εμένα διαρκή πηγή έμπνευσης, αναζήτησης της Γνώσης, της Αλήθειας και της Ομορφιάς. Τους ευχαριστώ, διότι μου δώρισαν την ευτυχία να θωρώ με τα δικά τους μάτια της ψυχής, τον κόσμο μας, το περιβάλλον μας.

Σας ευχαριστώ πολύ όλους!

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία που εκπονήθηκε στο πλαίσιο του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου, επιχειρεί να παραθέσει μια εικόνα για την περιβαλλοντική συνείδηση των επιχειρήσεων τουρισμού, ανεξαρτήτως κλάδου , όπως ξενοδοχείων, τουριστικών γραφείων, μεταφορών, εταιρειών τουριστικών συμφερόντων και λοιπών στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Ο τουρισμός θεωρείται ως η μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο και προβλέπεται να αυξάνεται συνεχώς μέσα στον 21^ο αιώνα. Όσον αφορά στην Ελλάδα αποτελεί πυλώνα, τόσο για την ελληνική οικονομία συνολικά όσο και για τις κατά τόπους οικονομίες ειδικότερα. Προκειμένου όμως, το προϊόν αυτό να μπορέσει να εμπλουτιστεί και να διαφοροποιηθεί , όπως οι απαιτήσεις της αγοράς και οι διεθνείς εξελίξεις επιτάσσουν, είναι απαραίτητη η ανάγκη της υιοθέτησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) από όλες τις επιχειρήσεις.

Οι επιχειρήσεις οι οποίες δομούν στην αλυσίδα αξίας τους τις δράσεις τους σε θέματα περιβαλλοντικής και κοινωνικής ευθύνης, υλοποιούν «στρατηγική ΕΚΕ» και δύνανται να μεγιστοποιήσουν τη διαμοιραζόμενη αξία (shared value)-η οποία έχει τρεις διαστάσεις: οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική-που δημιουργούν. Στον πυρήνα επομένως της στρατηγικής ΕΚΕ βρίσκεται αυτή ακριβώς η διαμοιραζόμενη αξία και προβάλλει τη θετική σχέση μεταξύ του να λειτουργεί μια επιχείρηση επωφελώς για την κοινωνία και για το περιβάλλον επιτυγχάνοντας ταυτόχρονα υψηλή οικονομική απόδοση.

Λέξεις- Κλειδιά

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ)

Τουριστικές Επιχειρήσεις

Περιβαλλοντική συνείδηση

Βιώσιμη Ανάπτυξη

ABSTRACT

This present thesis, prepared within the Postgraduate Program in Tourism Management of the Hellenic Open University, attempts to present an image of the environmental awareness of tourism business, regardless of industry, such as hotels, travel agencies, transport, tourism companies and other in the context of Corporate Social Responsibility.

Tourism is considered to be the largest industry in the world and is projected to grow steadily throughout the 21st century. As far as Greece is concerned, it is a pillar, both for the Greek economy as a whole and for the local economies in particular.

However, in order for this product to be enriched and differentiated, as market demands and international developments require, it is necessary for all the companies to adopt Corporate Social Responsibility (CSR).

Business that structure their actions in the field of environmental and social responsibility, implement a “CSR strategy” and can maximize the shared value- which has three dimensions: economic, social and environmental- that create.

At the core of CSR strategy, therefore, is this shared value and highlights the positive relationship between running a business that benefits society and the environment while achieving high economic returns.

Keywords

Corporate Social Responsibility (CSR)

Tourism business

Environmental awareness

Sustainable Development

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη	v
Abstract.....	vi
Περιεχόμενα.....	vii
Κατάλογος Σχημάτων.....	ix
Κατάλογος Πινάκων	x
Κατάλογος Γραφημάτων.....	xiv
Συντομογραφίες & Ακρωνύμια	xviii
Εισαγωγή	1
1. Θεωρητικό πλαίσιο της «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης»	3
1.1. Ορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	3
1.2. Η Ιστορική Αναδρομή της Έννοιας	7
1.3. Κύριες προϋποθέσεις για την οργάνωση της επιχείρησης βάσει της ΕΚΕ....	13
1.4. Πλεονεκτήματα ΕΚΕ –Οφέλη	15
1.5. Εθνικά Σχέδια ΕΚΕ σε χώρες της Ευρώπης	16
1.6. Η ΕΚΕ στην Ελλάδα	18
2. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στον Τουρισμό-Βιώσιμη Ανάπτυξη και Περιβαλλοντική Συνείδηση των επιχειρήσεων τουρισμού	21
2.1. Τουρισμός και ΕΚΕ	21
2.2. Εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στον τουρισμό	24
2.3. Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα	27
2.4. Ορισμός της Βιωσιμότητας.....	29
2.5. Βιώσιμη Ανάπτυξη και Παγκόσμιοι Στόχοι	31
2.6. Περιβαλλοντική Συνείδηση των επιχειρήσεων τουρισμού.....	35
2.7. Πρότυπα συστήματα και σήματα βιώσιμης ανάπτυξης.....	37
2.7.1 Συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης.....	37
2.7.2 ISO 14001:2015.....	39
2.7.3 EMAS	40
2.7.4 Διαδικασία εφαρμογής και πιστοποίησης	41
2.7.5 Περιβαλλοντικά σήματα και πιστοποιητικά βιώσιμης ανάπτυξης και εταιρικής ευθύνης.....	42
2.7.6 Βραβεία, σήματα και πιστοποιητικά βιώσιμης ανάπτυξης στον ξενοδοχειακό κλάδο	46
3. Μεθοδολογία έρευνας	51
3.1. Σκοπός και στόχοι έρευνας	51
3.2. Σχεδιασμός ερωτηματολογίου	52

3.3.Πληθυσμός – στόχος και ερευνητική μέθοδος.....	54
3.4.Περιορισμοί και δυσκολίες της έρευνας	54
3.5.Εργαλεία συλλογής και ανάλυσης δεδομένων.....	55
4. Αποτελέσματα έρευνας	57
5. Συμπεράσματα και προτάσεις.....	145
5.1 Συμπεράσματα	145
5.2 Προτάσεις.....	149
Βιβλιογραφικές αναφορές	152
Παράρτημα Α: «Ερωτηματολόγιο έρευνας»	163

Κατάλογος Σχημάτων

Σχήμα 1.1: Η πυραμίδα των επιχειρηματικών ευθυνών του Carroll (Carroll, 1991)	5
Σχήμα 1.2: Enterprise 2020.....	18
Σχήμα 1.3: Οι πυλώνες της Βιώσιμης/Αειφόρου Ανάπτυξης.....	32
Σχήμα 1.4: Οι 17 στόχοι της βιώσιμης ανάπτυξης (ΟΗΕ, 2015)	35
Σχήμα 1.5: Οικολογικά σήματα & πιστοποιητικά	43
Σχήμα 1.6: Λογότυπο Το Ευρωπαϊκό λουλούδι – Eco label	44
Σχήμα 1.7: Λογότυπο Ο Κύκνος της Νορβηγίας- The Nordic Swan Eco label	45
Σχήμα 1.8: Λογότυπο Ο Μπλε Άγγελος- The Blue Angel	46
Σχήμα 1.9: Λογότυπο The Green Key	47
Σχήμα 1.10: Λογότυπο Bio-Hotels	47
Σχήμα 1.11 Λογότυπο Green Globe	48
Σχήμα 1.12 Λογότυπο Travelife	49
Σχήμα 1.13 Λογότυπο Qnest.....	49
Σχήμα 1.14 Λογότυπο Ελληνικό πρωινό	50

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1: Ιδιότητα	57
Πίνακας 2: Φύλο	58
Πίνακας 3: Ηλικιακή ομάδα	59
Πίνακας 4: Επίπεδο μόρφωσης.....	60
Πίνακας 5: Κατηγορία επιχείρησης	61
Πίνακας 6: Δυναμικότητα επιχείρησης.....	63
Πίνακας 7: Τύπος επιχείρησης.....	64
Πίνακας 8: Λειτουργία επιχείρησης	65
Πίνακας 9: Ύπαρξη εστιατορίου	66
Πίνακας 10: Τοποθεσία	67
Πίνακας 11: Εθνικότητα επισκεπτών.....	68
Πίνακας 12: Βαθμός εξοικείωσης με Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	69
Πίνακας 13: Ενδιαφέρον για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....	70
Πίνακας 14: Κίνητρα για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	71
Πίνακας 15: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και η επιχείρηση του καθενός	75
Πίνακας 16: Σημασία Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	76
Πίνακας 17: Επίδραση πολιτειακών κινήτρων για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	77
Πίνακας 18α : Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω υψηλού κόστους.....	79
Πίνακας 18β: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω έλλειψης ενημέρωσης.....	80
Πίνακας 18γ: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω έλλειψης κατάλληλου προσωπικού.....	81
Πίνακας 18δ: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω έλλειψης χρόνου	82
Πίνακας 18ε: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω θεώρησής τους ως μη απαραίτητες.....	84
Πίνακας 19: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην επιχείρησή σας.....	85

Πίνακας 20α: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος (Εξοικονόμηση ενέργειας).....	86
Πίνακας 20β: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος (Εξοικονόμηση νερού).....	88
Πίνακας 20γ: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος (Ανακύκλωση)	89
Πίνακας 20δ: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος (Υπεύθυνη διαχείριση αποβλήτων)	91
Πίνακας 20ε: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος (Χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας)	92
Πίνακας 21: Πιστοποιήσεις επιχείρησης	93
Πίνακας 22: Τι χρησιμοποιεί η επιχείρηση;	96
Πίνακας 23α: Εφαρμόζει η επιχείρηση μη καθημερινή αλλαγή λευκών ειδών εκτός και εάν αυτό ζητηθεί από τον πελάτη;	97
Πίνακας 23β: Εφαρμόζει η επιχείρηση έλεγχο εγκαταστάσεων βάσει προγράμματος;	99
Πίνακας 23γ: Κάνει η επιχείρηση άμεση επιδιόρθωση διαρροών;.....	101
Πίνακας 23δ: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση μπαταρίες ψεκασμού;.....	102
Πίνακας 23ε: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση μπαταρίες με αισθητήρες κίνησης;.....	103
Πίνακας 23ζ: Εφαρμόζει η επιχείρηση πολιτική συλλογής και αξιοποίησης βρόχινου νερού;	104
Πίνακας 23η: Εφαρμόζει η επιχείρηση το ισχύον νομοθετικό καθεστώς σχετικά με τον διαχωρισμό και την ανακύκλωση υλικών;	105
Πίνακας 23θ: Εφαρμόζει η επιχείρηση την πολιτική της αγοράς και χρήσης ασυσκευάστων προϊόντων και απορρυπαντικών στην ίδια συσκευασία αντί των εναλλακτικών μεθόδων μιας χρήσεως;.....	106
Πίνακας 23ι: Δωρίζει η επιχείρηση τα παλιά έπιπλα και τον εξοπλισμό σε τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις ή σε άλλους οργανισμούς;	108
Πίνακας 23κ : Χρησιμοποιεί η επιχείρηση κατά προτεραιότητα πιστοποιημένα βιολογικά και οικολογικά προϊόντα;.....	109

Πίνακας 23λ: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση κατά προτεραιότητα προϊόντα και υπηρεσίες της τοπικής αγοράς;.....	110
Πίνακας 23μ: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση αισθητήρες φωτισμού για μείωση του κόστους;.....	111
Πίνακας 23ν: Κάνει η επιχείρηση διαχείριση των υπολειμμάτων τροφίμων;.....	112
Πίνακας 23ξ : Έχει λάβει η επιχείρηση μέτρα για την μείωση του ενεργειακού αποτυπώματος (μόνωση, φωτοβολταϊκά , κλπ);.....	113
Πίνακας 24α: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Μείωση λειτουργικού κόστους).....	114
Πίνακας 24β: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Ελάττωση των περιβαλλοντικών επιδράσεων της επιχείρησης).....	116
Πίνακας 24γ :Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Τα περιουσιακά στοιχεία εμπορικής φύσης – εμπορική επωνυμία, εμπορικό σήμα).....	117
Πίνακας 24δ: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Διαθεσιμότητα επαγγελματικών γνωμοδοτήσεων).....	119
Πίνακας 24ε:Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Ικανοποίηση των αναγκών των πελατών).....	120
Πίνακας 24ζ :Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης).....	121
Πίνακας 24η: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Σύσταση της Διεύθυνσης).....	123
Πίνακας 25: Τρεις σημαντικοί στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης (ΣΒΑ) της επίσημης Ατζέντας του ΟΗΕ.....	124
Πίνακας 26: Δράσεις ενημέρωσης για προστασία του περιβάλλοντος από Ενώσεις/Συλλόγους/Ομοσπονδίες.....	133
Πίνακας 27: Παρακολούθηση σεμιναρίων για εφαρμογή πρακτικών βιώσιμης ανάπτυξης στον ελληνικό τουρισμό.....	135
Πίνακας 28: Συμμετοχή επιχείρησης με τους πελάτες της σε δράσεις για την Παγκόσμια Ημέρα του Περιβάλλοντος.....	136
Πίνακας 29: Σημασία ρόλου των εργαζομένων στις επιχειρήσεις φιλοξενίας για επίτευξη ΕΚΕ.....	137

Πίνακας 30: Σημασία επιπέδου περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης υποψηφίων κατά την διαδικασία πρόσληψης	138
Πίνακας 31: Εκτιμήσεις για ζήτηση πράσινης φιλοξενίας στο άμεσο μέλλον	139
Πίνακας 32: Οι πρωτοβουλίες για την προστασία του περιβάλλοντος θα δημιουργήσουν ικανοποιητικά οφέλη για τις επιχειρήσεις;	140
Πίνακας 33: Η προστασία και βιώσιμη διαχείριση των παγκόσμιων κοινών αγαθών (αέρας, αποθέματα υδάτων, βιοποικιλότητα κλπ), θα πρέπει να αποτελέσουν βασική προτεραιότητα της ποιότητας της κοινωνίας μας;	141
Πίνακας 34: Εφόσον υπάρχει συμφωνία στην ερώτηση 33, ποια θα είναι η προτεραιότητά σας για την επιχείρηση;.....	143

Κατάλογος Γραφημάτων

Γράφημα 1: Ιδιότητα.....	58
Γράφημα 2: Φύλο.....	59
Γράφημα 3: Ηλικιακή ομάδα	60
Γράφημα 4: Επίπεδο μόρφωσης	61
Γράφημα 5: Κατηγορία επιχείρησης.....	62
Γράφημα 6: Δυναμικότητα επιχείρησης	63
Γράφημα 7: Τύπος Γράφημα επιχείρησης	64
Γράφημα 8: Λειτουργία επιχείρησης	65
Γράφημα 9: Ύπαρξη εστιατορίου	66
Γράφημα 10: Τοποθεσία	67
Γράφημα 11: Εθνικότητα επισκεπτών	68
Γράφημα 12: Βαθμός εξοικείωσης με Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	69
Γράφημα 13: Ενδιαφέρον για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	71
Γράφημα 14: Κίνητρα για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....	74
Γράφημα 15: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και η επιχείρηση του καθενός.....	76
Γράφημα 16: Σημασία Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	77
Γράφημα 17: Επίδραση πολιτειακών κινήτρων για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	78
Γράφημα 18α: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω υψηλού κόστους	79
Γράφημα 18β: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω έλλειψης ενημέρωσης	80
Γράφημα 18γ: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω έλλειψης κατάλληλου προσωπικού.....	82
Γράφημα 18δ: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω έλλειψης χρόνου.....	83
Γράφημα 18ε: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω θεώρησής τους ως μη απαραίτητες.....	84
Γράφημα 19: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην επιχείρησή σας	86

Γράφημα 20α: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος (Εξοικονόμηση ενέργειας).....	87
Γράφημα 20β: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος (Εξοικονόμηση νερού).....	89
Γράφημα 20γ: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος (Ανακύκλωση)	90
Γράφημα 20δ: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος (Υπεύθυνη διαχείριση αποβλήτων)	91
Γράφημα 20ε: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος (Χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας)	93
Γράφημα 21: Πιστοποιήσεις επιχείρησης.....	95
Γράφημα 22: Τι χρησιμοποιεί η επιχείρηση;.....	97
Γράφημα 23α: Εφαρμόζει η επιχείρηση μη καθημερινή αλλαγή λευκών ειδών εκτός και εάν αυτό ζητηθεί από τον πελάτη;.....	98
Γράφημα 23β: Εφαρμόζει η επιχείρηση έλεγχο εγκαταστάσεων βάσει προγράμματος;.....	100
Γράφημα 23γ: Κάνει η επιχείρηση άμεση επιδιόρθωση διαρροών;.....	101
Γράφημα 23δ: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση μπαταρίες ψεκασμού;.....	102
Γράφημα 23ε: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση μπαταρίες με αισθητήρες κίνησης;.....	103
Γράφημα 23ζ: Εφαρμόζει η επιχείρηση πολιτική συλλογής και αξιοποίησης βρόχινου νερού;.....	104
Γράφημα 23η: Εφαρμόζει η επιχείρηση το ισχύον νομοθετικό καθεστώς σχετικά με τον διαχωρισμό και την ανακύκλωση υλικών;.....	106
Γράφημα 23θ: Εφαρμόζει η επιχείρηση την πολιτική της αγοράς και χρήσης ασυσκευάστων προϊόντων και απορρυπαντικών στην ίδια συσκευασία αντί των εναλλακτικών μεθόδων μιας χρήσεως;.....	107
Γράφημα 23ι: Δωρίζει η επιχείρηση τα παλιά έπιπλα και τον εξοπλισμό σε τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις ή σε άλλους οργανισμούς;	108
Γράφημα 23κ: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση κατά προτεραιότητα πιστοποιημένα βιολογικά και οικολογικά προϊόντα;.....	109

Γράφημα 23λ: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση κατά προτεραιότητα προϊόντα και υπηρεσίες της τοπικής αγοράς;.....	111
Γράφημα 23μ: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση αισθητήρες φωτισμού για μείωση του κόστους;.....	112
Γράφημα 23ν: Κάνει η επιχείρηση διαχείριση των υπολειμμάτων τροφίμων;.....	113
Γράφημα 23ξ: Έχει λάβει η επιχείρηση μέτρα για την μείωση του ενεργειακού αποτυπώματος (μόνωση, φωτοβολταικά, κλπ;.....	114
Γράφημα 24α: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Μείωση λειτουργικού κόστους).....	115
Γράφημα 24β: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Ελάττωση των περιβαλλοντικών επιδράσεων της επιχείρησης).....	117
Γράφημα 24γ: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Τα περιουσιακά στοιχεία εμπορικής φύσης – εμπορική επωνυμία, εμπορικό σήμα).....	118
Γράφημα 24δ: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Διαθεσιμότητα επαγγελματικών γνωμοδοτήσεων).....	119
Γράφημα 24ε: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Ικανοποίηση των αναγκών των πελατών).....	121
Γράφημα 24ζ: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης).....	122
Γράφημα 24η: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Σύσταση της Διεύθυνσης).....	123
Γράφημα 25: Τρεις σημαντικοί στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης (ΣΒΑ) της επίσημης Ατζέντας του ΟΗΕ.....	132
Γράφημα 26: Δράσεις ενημέρωσης για προστασία του περιβάλλοντος από Ενώσεις/Συλλόγους/Ομοσπονδίες.....	134
Γράφημα 27: Παρακολούθηση σεμιναρίων για εφαρμογή πρακτικών βιώσιμης ανάπτυξης στον ελληνικό τουρισμό.....	135
Γράφημα 28: Συμμετοχή επιχείρησης με τους πελάτες της σε δράσεις για την Παγκόσμια Ημέρα του Περιβάλλοντος.....	136
Γράφημα 29: Σημασία ρόλου των εργαζομένων στις επιχειρήσεις φιλοξενίας για επίτευξη ΕΚΕ.....	137

Γράφημα 30: Σημασία επιπέδου περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης υποψηφίων κατά την διαδικασία πρόσληψης	139
Γράφημα 31: Εκτιμήσεις για ζήτηση πράσινης φιλοξενίας στο άμεσο μέλλον	140
Γράφημα 32: Οι πρωτοβουλίες για την προστασία του περιβάλλοντος θα δημιουργήσουν ικανοποιητικά οφέλη για τις επιχειρήσεις;	141
Γράφημα 33: Η προστασία και βιώσιμη διαχείριση των παγκόσμιων κοινών αγαθών (αέρας, αποθέματα υδάτων, βιοποικιλότητα κλπ), θα πρέπει να αποτελέσουν βασική προτεραιότητα της ποιότητας της κοινωνίας μας;	142
Γράφημα 34: Εφόσον υπάρχει συμφωνία στην ερώτηση 33, ποια θα είναι η προτεραιότητά σας για την επιχείρηση;.....	143

Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

EKE Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

ΣΒΑ Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης

CSR Corporate Social Responsibility

WCED World Commission on Environment & Development

SDGs Sustainable Development Goals

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην παρούσα Διπλωματική επιχειρείται μια προσέγγιση στο θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, μιας έννοιας η οποία έχει αναδεχθεί ως ένας νέος τρόπος επιχειρηματικής δραστηριότητας και ανερχόμενης τάσης σε πολλές μεγάλες και μικρές εταιρείες ανά τον κόσμο. Στόχος της έρευνας είναι να προσφέρει στους αναγνώστες μια σφαιρική ενημέρωση , σχετικά με την έννοια και τις πρακτικές της ΕΚΕ, μέσα από την κατάθεση στοιχείων και αποτελεσμάτων που προέκυψαν μέσα από την χρήση δευτερογενών πηγών πληροφόρησης από βιβλιογραφική έρευνα και πρωτογενή ταυτόχρονα έρευνα. Η εργασία αποτελείται από 5 κεφάλαια τα οποία κατανέμονται ως ακολούθως:

Στο πρώτο κεφάλαιο το οποίο είναι θεωρητικό, παρουσιάζονται η έννοια και το περιεχόμενο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) όπως έχει διατυπωθεί από διάφορους φορείς, με σκοπό να γίνει αντιληπτή η σημασία και η σημαντικότητά της. Επίσης , γίνεται αναφορά στην ιστορική αναδρομή της ΕΚΕ και τις κυριότερες πρωτοβουλίες προώθησής της τόσο σε διεθνές, ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο αντίστοιχα. Εν συνεχεία, παρουσιάστηκαν οι βασικές προϋποθέσεις για την οργάνωση μιας επιχείρησης βάσει της ΕΚΕ με αναφορά στην ευαισθητοποίηση των ανθρώπινων πόρων, τον διάλογο με τα ενδιαφερόμενα μέρη και την δέσμευση των ενδιαφερόμενων μερών καθώς και τον ρόλο της ηγεσίας. Επισημαίνονται τα οφέλη υιοθέτησης πρακτικών ΕΚΕ καθώς και τα εθνικά σχέδια ΕΚΕ σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης με σημείο ορόσημο στη διαδρομή της ΕΚΕ στην «Ευρώπη 2020» με στόχο τις προτεραιότητες για έξυπνη, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη. Επιπλέον, γίνεται μια σύντομη αναφορά για την ΕΚΕ στην Ελλάδα και για το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ καθώς και για το Ελληνικό Δίκτυο για το Οικουμενικό Σύμφωνο, μια πρωτοβουλία που έχει δημιουργηθεί σε παγκόσμιο επίπεδο από τον ΟΗΕ.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται η σύνδεση της ΕΚΕ με τον τουρισμό , με την βιώσιμη ανάπτυξη και την περιβαλλοντική συνείδηση των επιχειρήσεων τουρισμού. Η σύγχρονη κοινωνία ενεργοποιήθηκε για την αντιμετώπιση περιβαλλοντικών ζητημάτων και την εφαρμογή μέτρων για την προστασία του περιβάλλοντος καθώς τα προβλήματα του περιβάλλοντος αναδείχθηκαν σε θέματα προτεραιότητας. Η συνεχή

αύξηση του διεθνούς ανταγωνισμού στον τουρισμό καθώς και η αναζήτηση βελτίωσης της ποιότητας ζωής και περιβάλλοντος από τον άνθρωπο, τόσο στον τόπο διαμονής του όσο και στον τόπο των διακοπών του τα τελευταία χρόνια, είχε ως αποτέλεσμα να δημιουργηθεί η ιδιαίτερη σχέση τουρισμού και περιβάλλοντος και βιώσιμης ανάπτυξης. Η βιώσιμη ανάπτυξη ή πράσινη ανάπτυξη ή αειφόρος ανάπτυξη κ.ά. αποτελεί λέξη κλειδί του 21^{ου} αιώνα και στοχεύει στην επίτευξη ισορροπίας ανάμεσα στο περιβάλλον, την οικονομία και την κοινωνία. Στην συνέχεια το κεφάλαιο επικεντρώνεται στην ανάλυση των δύο σημαντικότερων Συστημάτων Περιβαλλοντικής διαχείρισης με εφαρμογή στον ξενοδοχειακό κλάδο. Πρόκειται για το «ISO 14001» του Διεθνούς Οργανισμού Τυποποίησης και του «EMAS» της ΕΕ. Επίσης, στο ίδιο κεφάλαιο αναφέρεται και η σημασία των οικολογικών σημάτων, βραβείων και πιστοποιητικών περιβαλλοντικής και εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας που πραγματοποιήθηκε, αναφέροντας το σκοπό και τους στόχους, την ερευνητική μέθοδο που χρησιμοποιήθηκε, τα εργαλεία σύμφωνα με τα οποία έγινε η συλλογή δεδομένων, τον τρόπο με τον οποίον επιλέχτηκε το δείγμα και τέλος την μέθοδο κατά την οποία αντλήθηκαν τα δεδομένα τα οποία συγκεντρώθηκαν.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται και σχολιάζονται τα αποτελέσματα της πραγματοποιηθείσας έρευνας.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρατίθενται τα τελικά αποτελέσματα της έρευνας και διατυπώνονται ορισμένες προτάσεις τις οποίες θεωρούμε ότι θα είναι προς όφελος γενικώς, όσων ενδιαφέρει το υπό μελέτη θέμα και ειδικώς, του τουρισμού των περιοχών της Περιφέρειας Ηπείρου και της νήσου Λευκάδας.

Κεφάλαιο 1

Θεωρητικό πλαίσιο της « Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης»

1.1. Ορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Η μελέτη της εξέλιξης των ορισμών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ, εφεξής) ή Corporate Social Responsibility (CSR) στην αγγλική γλώσσα, διαπιστώνει ότι αποτελεί μία δυναμική έννοια, η οποία συνεχώς βελτιώνεται και η κατανόησή της είναι δύσκολη στην πράξη λόγω της πολυπλοκότητας του χαρακτήρα της σημασίας της. Η διαφοροποίηση των ορισμών συνδέεται με τον διαφορετικό πολιτισμό, το διαφορετικό επίπεδο ανάπτυξης κάθε χώρας, τις διαφορετικές προτεραιότητες οι οποίες υπάρχουν σε ξεχωριστές περιοχές καθώς επίσης και με την χρονική περίοδο στην οποία έχουν γραφεί, τον επιστήμονα, επιχειρηματία ή φορέα που έχουν προσεγγίσει και εκφράσει το θέμα (Haski-Leventhal, 2018). Οι ορισμοί επομένως βαθμιαία ανανεώνονται και διαμορφώνονται αναλόγως με τα σύγχρονα δεδομένα. Ακολουθούν παρακάτω ορισμένοι σημαντικοί ορισμοί της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, οι οποίοι δηλώνουν την επιστημονική εξέλιξή της.

Ο πρώτος ορισμός διατυπώθηκε το 1979 από τον Archie Carroll, ο οποίος ισχυρίστηκε ότι η «ΕΚΕ περιλαμβάνει τις οικονομικές, νομικές, ηθικές, και φιλανθρωπικές προσδοκίες που έχει η κοινωνία από τους οργανισμούς σε μια δεδομένη χρονική στιγμή» (Carroll, 1979: 500). Ο Carroll (1991) χρησιμοποίησε το πλαίσιο αυτό προκειμένου να δημιουργήσει μία γραφική απεικόνιση της ΕΚΕ σε μορφή πυραμίδας, η οποία αποτελεί μία σύνθεση που περιέχει όλους τους τομείς ευθύνης της επιχείρησης. Ακολουθεί σύντομη επισκόπηση κάθε μίας εκ των τεσσάρων κατηγοριών της ΕΚΕ:

- Οικονομικές Ευθύνες

Ο Carroll υποστήριξε ότι η μεγαλύτερη προσδοκία που αναμένει η κοινωνία από μία επιχείρηση είναι να θεωρείται οικονομικά επιτυχημένη, να παράγει αγαθά και υπηρεσίες τα οποία προσδίδουν αξία στην κοινωνία και αποφέρουν ένα εύλογο κέρδος, να αναλαμβάνει επενδύσεις, να δημιουργεί θέσεις εργασίας και να καταβάλλει τους φόρους της. Η οικονομική ευθύνη αποτελεί

βασική προϋπόθεση η οποία πρέπει να τηρηθεί σε έναν ανταγωνιστικό επιχειρηματικό κόσμο και αποτελεί την βάση της πυραμίδας της ΕΚΕ.

- Νομικές Ευθύνες

Οι νομικές ευθύνες συμπεριλαμβάνουν: Τη λειτουργία με τρόπο συμβατό με τις προσδοκίες της κυβέρνησης και του κανόνα δικαίου, τη συμμόρφωση με διάφορους ομοσπονδιακούς, κρατικούς και τοπικούς κανονισμούς, την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας ως νόμιμες εταιρείες με την ιδιότητα του πολίτη, την τήρηση όλων των νομικών υποχρεώσεων έναντι των κοινωνικών ενδιαφερόμενων μερών και την παροχή αγαθών και υπηρεσιών που ικανοποιούν τις νομικές απαιτήσεις. Η ευθύνη για τήρηση της εκάστοτε ισχύουσας νομοθεσίας πρέπει να συμβαδίζει με την οικονομική ευθύνη κάθε επιχείρησης και τοποθετείται στην δεύτερη θέση της πυραμίδας.

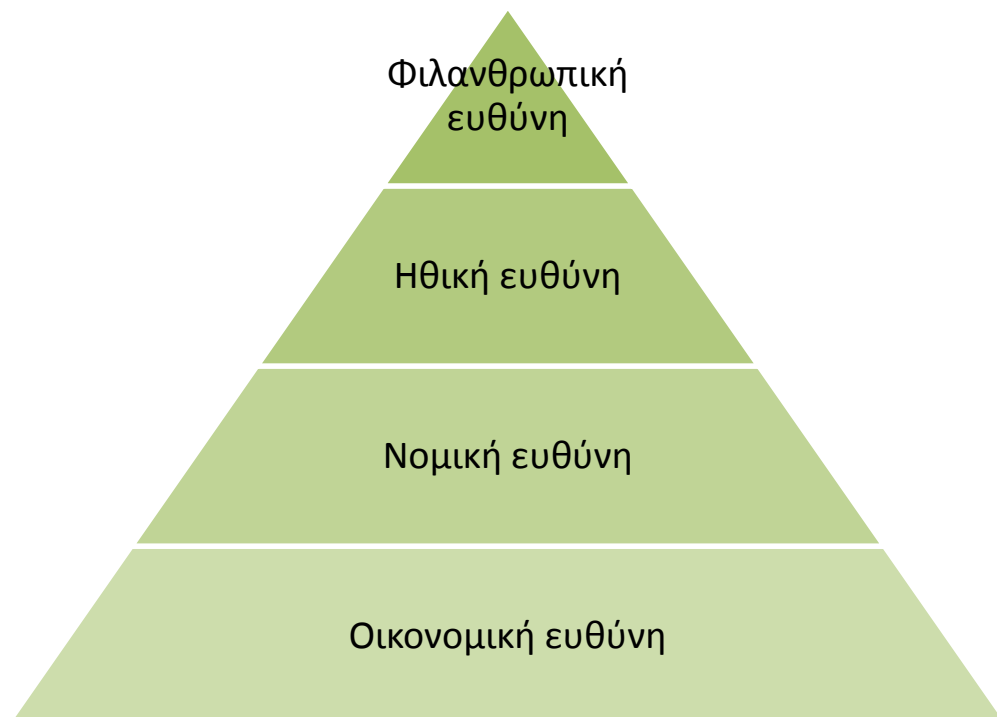
- Ηθικές Ευθύνες

Οι ηθικές ευθύνες περιλαμβάνουν τις δραστηριότητες, τα πρότυπα, τις πολιτικές και τις πρακτικές που αναμένονται ή απαγορεύονται από την κοινωνία, παρόλο που δεν έχουν κωδικοποιηθεί με νόμο. Ο στόχος των προσδοκιών αυτών είναι ότι οι επιχειρήσεις θα είναι υπεύθυνες και ανάλογες με το πλήρες πεδίο των αξιών, προτύπων, κανόνων, αρχών και προσδοκιών που υποδηλώνουν και τιμούν τα συμφέροντα των καταναλωτών, των εργαζομένων, των μετόχων και της κοινότητας ως συνεπείς σύμφωνα με τα ηθικά δικαιώματα των ενδιαφερομένων μερών. Βρίσκονται στην τρίτη ιεραρχικά θέση της πυραμίδας και αναγνωρίζουν ότι η επιχειρηματική ακεραιότητα και η ηθική συμπεριφορά υπερβαίνουν την απλή συμμόρφωση με τους νόμους και τους κανονισμούς (Haski-Leventhal, 2018).

- Φιλανθρωπικές ευθύνες

Ο Carroll θεωρεί ότι οι φιλανθρωπικές ευθύνες είναι το κερασάκι στην τούρτα της ΕΚΕ ή αλλιώς η κορυφή της πυραμίδας (Carroll, 1991). Είναι προαιρετική ευθύνη, εθελοντική, η οποία στηρίζεται στην καλή θέληση της εταιρείας και των διευθυντικών στελεχών της και εστιάζει κυρίως στην φιλανθρωπία. Περιέχει όλες εκείνες τις δράσεις οι οποίες καλύπτουν τις προσδοκίες της κοινωνίας από μία επιχείρηση για να χαρακτηρίζεται ως «καλός εταιρικός πολίτης», δηλαδή να συμβάλλει σε οικονομικούς, φυσικούς και ανθρώπινους

πόρους στις κοινότητες στις οποίες ανήκει. Οι δράσεις αυτές δύναται να είναι συμμετοχή σε προγράμματα ή πράξεις που προάγουν την ανθρώπινη ευημερία ή είναι δείγματα καλής θέλησης, όπως χρηματικές παροχές και εργάσιμο χρόνο για την τέχνη, την εκπαίδευση, την κοινότητα και οποιαδήποτε άλλη διακριτική συμβολή στην κοινότητα ή τις ομάδες ενδιαφερόμενων μερών που απαρτίζουν την κοινότητα (Βιτζηλαίου, 2018). Ο Carroll (1991) αναφέρει ότι η επιχειρηματική φιλανθρωπία οδηγείται από την επιθυμία για συμμετοχή σε κοινωνικές δραστηριότητες οι οποίες δεν είναι υποχρεωτικές, δεν ορίζονται από τον νόμο και δεν αναμένονται γενικώς από την επιχείρηση από ηθική άποψη. Εξήγησε επίσης ότι η πυραμίδα επιλέχθηκε ως γεωμετρικό σχήμα, διότι είναι απλή, διαισθητική και κατασκευασμένη ώστε να αντέχει στις δοκιμασίες του χρόνου (Carroll, 1999). Η κεντρική ιδέα είναι ότι η υποδομή της ΕΚΕ βασίζεται στην προϋπόθεση μιας υγιούς και βιώσιμης επιχείρησης (βλέπε Σχήμα 1).



ΣΧΗΜΑ 1.1 Η πυραμίδα των επιχειρηματικών ευθυνών του Carroll (Carroll, 1991)

Ένας δεύτερος ορισμός της ΕΚΕ διατυπώθηκε από τον R. Edward Freeman (1984), ο οποίος εισήγαγε την «θεωρία των ενδιαφερομένων μερών» και υποστήριξε ότι οι εταιρείες δεν είναι μόνο υπεύθυνες έναντι των μετόχων τους (shareholders), αλλά και απέναντι σε ένα ευρύ φάσμα ενδιαφερόμενων μερών (stakeholders). Ο Freeman όρισε τα ενδιαφερόμενα μέρη ως «κάθε άτομο, ομάδα ή οργανισμό που επηρεάζεται θετικά ή αρνητικά, από την επίτευξη του σκοπού του οργανισμού». Συνεπώς, τα ενδιαφερόμενα μέρη περιλαμβάνουν τους εργαζόμενους, τους συνεργάτες και προμηθευτές, τους πελάτες, τα μέλη των τοπικών κοινοτήτων, τους κυβερνητικούς φορείς, τις μη κυβερνητικές οργανώσεις και το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Όσο περισσότερο ενημερωμένοι είναι οι εργαζόμενοι, οι πολίτες και οι τοπικοί φορείς, τόσο θετικότερα αποτελέσματα προκύπτουν από τις επιχειρήσεις (Βαξεβανίδου, 2011). Με την θεωρία αυτή ο Freeman συνέβαλε στην αλλαγή της νοοτροπίας η οποία ήταν προηγουμένως περιορισμένη στον καθορισμό της εταιρικής ανάγκης για φροντίδα μόνο των μετόχων, καθώς η μοναδική ευθύνη απέναντι τους ήταν η μεγιστοποίηση του κέρδους. Η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών αποτελεί μία από τις πλέον εφαρμοσμένες θεωρίες στην έρευνα της ΕΚΕ, η οποία συνέβαλε στην μετάβαση από μια στενή σε μια ευρεία οπτική της εταιρικής ευθύνης (Haski-Leventhal, 2018).

Ένας τρίτος ορισμός που δόθηκε το 1998 από το Παγκόσμιο Επιχειρηματικό Συμβούλιο για την Αειφόρο Ανάπτυξη (World Business Council for Sustainable Development), όπως αναφέρεται από τους Kotler και Lee (2016), αντανακλά την έμφαση του Συμβουλίου στην οικονομική ανάπτυξη, περιγράφοντας την ΕΚΕ ως τη *«δέσμευση του επιχειρηματικού κόσμου να συμβάλλει στην αειφόρο οικονομική ανάπτυξη, σε συνεργασία με τους εργαζόμενους, τις οικογένειές τους, την τοπική και την ευρύτερη κοινωνία, για να βελτιώσει την ποιότητα ζωής τους»*. Η φιλοσοφία του Συμβουλίου έγκειται στην κοινή δέσμευση για βιώσιμη ανάπτυξη μέσω τριών πυλώνων: της οικονομικής μεγέθυνσης, της οικολογικής ισορροπίας και της κοινωνικής προόδου.

Επίσης, σε διεθνές επίπεδο, ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών έχει ιδρύσει το UN Global Compact (Οικουμενικό Σύμφωνο), αναγνωρίζοντας δέκα παγκόσμια αποδεκτές Αρχές οι οποίες στηρίζονται στους πυλώνες των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, των συνθηκών εργασίας, του περιβάλλοντος και της καταπολέμησης

της διαφθοράς. Ως η μεγαλύτερη , παγκόσμια πρωτοβουλία εταιρικής υπευθυνότητας – με χιλιάδες συμμετέχοντες ανά τον κόσμο- το Οικουμενικό Σύμφωνο έχει ως πρωταρχικό στόχο την οικοδόμηση και προώθηση της κοινωνικής νομιμότητας των επιχειρήσεων και των αγορών (United Nations, 2020).

1.2. Η Ιστορική Αναδρομή της Έννοιας

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη , ως φιλοσοφία, δεν αποτελεί μια νέα τάση στο χώρο των επιχειρήσεων καθότι οι ρίζες της εμφανίζονται από αρχαιοτάτων χρόνων με διαφορετικές μορφές . Αρχαίες γραφές Κινέζων , Αιγυπτίων και Σουμερίων συχνά περιγράφουν κανόνες για την διευκόλυνση του εμπορίου από διάφορες κοινωνικές συνδιαλλαγές, καθώς και την διασφάλιση του ότι λαμβάνονται υπόψη τα συμφέροντα του ευρύτερου κοινού (Werther, W. Jr. & Chandler, D., 2006).

Στην αρχαία Ελλάδα συναντάται με την μορφή χορηγίας η οποία θεσμοθετείται για πρώτη φορά στην Αθηναϊκή Δημοκρατία του Κλεισθένη, στα τέλη του 6^{ου} π.Χ. αιώνα (Claude Mosse, 2000). Η πλήρη άνθισή της όμως πραγματοποιήθηκε στον 5^ο π.Χ. αιώνα , στον Χρυσό Αθηναϊκό Αιώνα του Περικλή και αφορούσε αποκλειστικά την οικονομική υποστήριξη των τεχνών (χορηγός= ηγέτης του χορού). Η χορηγία συγκαταλέγονταν στις τέσσερις πιο σημαντικές κοινωνικές λειτουργίες (οι άλλες ήταν η *γυμνασιαρχία*, η *τριηραρχία* και η *εστίαση*) και όλες αποτελούσαν έναν τρόπο μεταφοράς πόρων της ιδιωτικής πρωτοβουλίας προς την πολιτεία, προς χάρη του κοινωνικού συνόλου. Με αυτή την οικονομική συνδρομή των ευπόρων συμπολιτών , η Πολιτεία ενίσχυε την άμυνα, την διατροφή των απόρων και την διεξαγωγή πολιτιστικών εκδηλώσεων (θεατρικών, αθλητικών κλπ). Αποτελούσε έναν άλλο έμμεσο τρόπο φορολογίας των πλουσίων Αθηναίων, διότι καθώς έλεγε και ο Δημοσθένης *«Πρέπει και οι εύποροι να κάνουν τους εαυτούς τους χρήσιμους για τους πολίτες»*. Σταδιακά ο θεσμός αυτός επεκτάθηκε και σε άλλες ελληνικές πόλεις , καθώς και στα παράλια της Μικράς Ασίας, όπου όμως ο θεσμός λειτούργησε σε εθελοντική βάση , όπως και σήμερα (Κορρές, Γλύτση, 2002 σελ.100,101).

Επίσης, κατά την διάρκεια των βυζαντινών χρόνων, η χορηγία διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της τέχνης. Αφορούσε έργα τέχνης , τα οποία παραγγέλνονταν από πιστούς, ως προσφορά προς τον Θεό, επιδιώκοντας με αυτό τον τρόπο την προστασία Του, αλλά και την ευνοϊκή Του κρίση, κατά την Δευτέρα

Παρουσία. Όσο ανώτερη κοινωνική θέση κατείχε ένας βυζαντινός, τόσο πιο ακριβά έργα μπορούσε να παραγγείλει, με απώτερο στόχο πλέον όχι μόνο την εύνοια και την προστασία, αλλά και τον παραδειγματισμό και την καθοδήγηση (Αρβελέρ-Γλύκατζη, 2014).

Καθώς η προέλευση του σκεπτικού της ΕΚΕ, συμφώνως με τα προαναφερόμενα, δύναται να εντοπιστεί στην πρόιμη ανθρώπινη σκέψη, από την θρησκεία και την ελληνική φιλοσοφία έως τους μελετητές του 17^{ου} και 18^{ου} αιώνα, γίνεται αντιληπτό ότι τα πρώτα δείγματα κοινωνικής υπευθυνότητας αν και είχαν εντελώς διαφορετική μορφή μεταξύ τους ωστόσο είχαν κοινό στοιχείο φιλοσοφίας το οποίο πηγάζει από τη συνειδητοποίηση ότι η λειτουργία των «επιχειρήσεων», είναι άμεσα συνδεδεμένη με το πολιτικό και κοινωνικό γίνεσθαι.

Γενικότερα, η συζήτηση για την νέα μορφή κοινωνικής υπευθυνότητας, που προσιδιάζει στο σημερινό χαρακτήρα της ΕΚΕ, ξεκίνησε στις αρχές του 20^{ου} αιώνα με αφορμή τις αυξανόμενες ανησυχίες που εκφράστηκαν για τις μεγάλες αμερικάνικες εταιρείες, οι οποίες είχαν αποκτήσει ιδιαίτερα μεγάλη ισχύ, εφαρμόζοντας αντικοινωνικές πρακτικές και παραβιάζοντας ταυτόχρονα βασικούς κανόνες του υγιούς ανταγωνισμού που οδήγησαν μοιραία στο οικονομικό κραχ του 1929. Συνέπεια ήταν η μεσολάβηση του κράτους με την θεσμοθέτηση αντιμονοπωλιακών (anti-trust) νόμων με απώτερο σκοπό την εφαρμογή προστατευτικής πολιτικής (Βαξεβανίδου, 2011).

Ωστόσο, ευρύτερη προσέγγιση και χρήση του όρου της ΕΚΕ διαπιστώνεται μόλις στις αρχές του 1970. Ένα σύνολο μελετών οι οποίες εκπονήθηκαν έχοντας ως στόχο την κατανόηση και την ελαχιστοποίηση των επιπτώσεων που προκύπτουν από την ταχεία ανάπτυξη της βιομηχανίας και της καταναλωτικής κοινωνίας κατέδειξαν την επείγουσα ανάγκη για αλλαγή, η οποία προαναγγέλθηκε από την πολιτική εξουσία, τους διεθνείς οργανισμούς, τον ιδιωτικό τομέα και τα κινήματα πολιτών.

Το 1972 η Λέσχη της Ρώμης, με επικεφαλής τον Dennis Meadows, δημοσιεύει τη δημοφιλή έκθεση "Τα Όρια της Ανάπτυξης" (*The Limits to Growth*) η οποία σηματοδοτεί την αρχή της συζήτησης για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Το κύριο σημείο που παρέμεινε από την έκθεση αυτή, και το οποίο αποτέλεσε το ορόσημο της βιωσιμότητας, συσχετίζεται άμεσα με το βασικό συμπέρασμα της έκθεσης: *η ανεπαρκής βιωσιμότητα του σημερινού οικονομικού μοντέλου έχει ως επίπτωση τη*

ληλασία των φυσικών πόρων προβλέποντας ακόμη και την εξαφάνιση του ανθρώπινου γένους, σε περίπτωση που οι διάφοροι οικονομικοί παράγοντες δε διαφοροποιήσουν τη συμπεριφορά τους ούτως ώστε, μεταξύ άλλων, να ελέγξουν τα επίπεδα της ρύπανσης και τα υψηλά επίπεδα κατανάλωσης των φυσικών πόρων (Κυπριακό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, 2020).

Την ίδια επίσης χρονιά, η ιστορία της βιωσιμότητας σηματοδοτείται από την Διάσκεψη της Στοκχόλμης (5-16 Ιουνίου 1972), η οποία αποτελεί την πρώτη διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών με επίκεντρο τα διεθνή περιβαλλοντικά θέματα (United Nations, 2020).

Το 1976 ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Organisation for Economic Co-operation and Development), εκδίδει τις Κατευθυντήριες Οδηγίες για Πολυεθνικές Επιχειρήσεις (αναθεώρηση το 2011), οι οποίες είναι ένα σύνολο συστάσεων για τις επιχειρήσεις σε μορφή εγχειριδίου και αφορούσε τις επενδύσεις σε τρίτες χώρες περιέχοντας καλές επιχειρηματικές πρακτικές σε εθελοντικό επίπεδο και ρύθμιζε εργασιακά ζητήματα (Organization for Economic Co-operation and Development, 2020).

Εν συνεχεία, το 1987 δημοσιεύεται η [έκθεση της Επιτροπής Brundtland με τίτλο «Our Common Future» (Το κοινό μας μέλλον)] της Παγκόσμιας Επιτροπής για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, με την οποία ορίζεται η έννοια της Βιώσιμης Ανάπτυξης. Στην Έκθεση αυτή η ΕΚΕ αντιμετωπίζεται ως το μέσο για την βιώσιμη ανάπτυξη που αντιμετωπίζει τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να υπονομεύει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να αντιμετωπίσουν τις δικές τους ανάγκες. Αυτές οι «ανάγκες» δεν αποτελούν απλώς οικονομικά συμφέροντα, αλλά τα περιβαλλοντικά και κοινωνικά θεμέλια που στηρίζουν την παγκόσμια ευημερία (United Nations, 2020).

Επιπλέον, τη δεκαετία του 1980 τέθηκαν σε εφαρμογή και τα πρώτα συστήματα διαχείρισης της ποιότητας καθώς και οι πρώτοι κανονισμοί για την υγιεινή και ασφάλεια στους χώρους εργασίας, ενώ την επόμενη δεκαετία σημειώθηκε η ανάπτυξη και υιοθέτηση σχετικών προτύπων, όπως τα ISO 14001 και SA800, καθώς και η ανάπτυξη κατευθυντήριων γραμμών όπως το Global Reporting Initiative (GRI), (Visser, 2010).

Το 1992, στην «Συνάντηση Κορυφής της Γης», η οποία έλαβε χώρα στο Ρίο ντε Τζανέιρο με τη συμμετοχή υπευθύνων λήψης αποφάσεων 172 χωρών μεταφέροντας

ένα σαφές μήνυμα: «οι απαραίτητες αλλαγές δεν θα επέλθουν παρά μόνο με αλλαγή στάσης και συμπεριφοράς εκ μέρους μας». Η Διάσκεψη Κορυφής του 1992, υπήρξε η κρίσιμη καμπή που εισήγαγε αποφασιστικά τα θέματα του περιβάλλοντος και της ανάπτυξης στον δημόσιο διάλογο. Δύο σημαντικά έγγραφα, επίσης, προέκυψαν από την συνδιάσκεψη αυτή, η Ατζέντα 21 (Σχέδιο δράσης για τη βιώσιμη ανάπτυξη) και η Διακήρυξη του Ρίου για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, τα οποία αποτελούν διεθνείς κατευθυντήριες γραμμές για τις νομοθεσίες που αφορούν αυτά τα ζητήματα (Ευρωπαϊκός Οργανισμός Περιβάλλοντος, 2020).

Το 1995 με τη δημιουργία του Παγκόσμιου Επιχειρηματικού Συμβουλίου για την Βιώσιμη Ανάπτυξη (World Business Council for Sustainable Development), υλοποιείται η θέση ότι ο ιδιωτικός τομέας δύναται να συμβάλλει στην επίτευξη των στόχων για βιώσιμη ανάπτυξη και κοινωνική πρόοδο. Ο συνασπισμός εκατοντάδων διεθνών εταιρειών από διαφορετικές χώρες στοχεύει στη δημιουργία ενός μοντέλου το οποίο θα καθοδηγεί τη διαχείριση των δραστηριοτήτων της εταιρείας με έναν ισορροπημένο τρόπο σε σχέση με τις οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές πτυχές της επιχειρηματικότητας (World Business Council for Sustainable Development, 2020).

Σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οποία έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης, είτε με την έγκριση της Συνθήκης του Άμστερνταμ το 1997, είτε με τη Συνάντηση Κορυφής της Ευρωπαϊκής Επιτροπής το 2000, γνωστή και ως Στρατηγική της Λισσαβόνας, παρουσιάστηκαν και καθορίστηκαν νέοι στόχοι. Το 1997 υπήρξε μια σημαντική χρονιά για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, καθώς την συγκεκριμένη χρονιά υπογράφηκε το Πρωτόκολλο του Κιότο και το 2000 η Στρατηγική της Λισσαβόνας, παρουσίασε το αίτημα για ενσωμάτωση και εξέταση της κοινωνικής ευθύνης εντός του πλαισίου της επιχείρησης, κυρίως σε σχέση με τις ίσες ευκαιρίες, τη δια βίου μάθηση, την κοινωνική ενσωμάτωση και την βιώσιμη ανάπτυξη (Κυπριακό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, 2020).

Την ίδια επίσης χρονιά το 2000, δημιουργήθηκε και τέθηκε σε ισχύ το Οικουμενικό Σύμφωνο για την ΕΚΕ με πρωτοβουλία του Γενικού Γραμματέα του ΟΗΕ, Κόφι Ανάν, σύμφωνα με το οποίο προάγεται η ιδέα του εταιρικού πολίτη, ούτως ώστε η

επιχείρηση να δύναται να συμμετέχει στην επίλυση των προκλήσεων της παγκοσμιοποίησης (Ασπρίδης, 2015).

Κατά το έτος 2001, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του Γκέτεμποργκ, αναγνωρίζοντας ότι η Στρατηγική της Λισσαβόνας δεν είναι ολοκληρωμένη λόγω του ότι καλύπτει μόνο τους δύο πυλώνες της «βιώσιμης ανάπτυξης», δηλαδή την οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική ευημερία, αποφάσισε την προσθήκη μίας τρίτης, περιβαλλοντικής, διάστασης στη Στρατηγική της Λισσαβόνας (Ευρωπαϊκό Συμβούλιο –Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2001).

Ως αποτέλεσμα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρουσίασε την ανησυχία της για την κοινωνική ευθύνη σε τρεις βασικές συμβάσεις μία εκ των οποίων ήταν και η Πράσινη Βίβλος (2001), με τίτλο «Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», που έθεσε τα θεμέλια για την έναρξη του διαλόγου γύρω από την προώθηση και την σκοπιμότητα εφαρμογής της ΕΚΕ σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Η Πράσινη Βίβλος ορίζει την ΕΚΕ ως την έννοια, σύμφωνα με την οποία, οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις περιβαλλοντικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Ως ενδιαφερόμενα μέρη των επιχειρήσεων αναφέρονται οι υπάλληλοι, οι μέτοχοι, οι επενδυτές, οι καταναλωτές, οι δημόσιες αρχές και οι μη κυβερνητικές οργανώσεις (ΜΚΟ), (Βαξεβανίδου, 2011). Η Πράσινη Βίβλος, ως έννοια ολοένα και πιο διαδεδομένη ανάμεσα στις μικρομεσαίες (ΜΜΕ) αλλά και στις μεγάλες επιχειρήσεις, απηχεί την επείγουσα ανάγκη που υπάρχει για να εφαρμοστεί η κοινωνική ευθύνη και από τις μικρές επιχειρήσεις (Κυπριακό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, 2020).

Μία από τις σημαντικότερες εξελίξεις που έχουν συντελεστεί σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, είναι και η δημιουργία ενός Ευρωπαϊκού Πολυμερούς Φόρουμ το οποίο έχει ως στόχο να οδηγήσει εκπροσώπους των επιχειρήσεων, των συνδικαλιστικών οργανώσεων και της κοινωνίας των πολιτών, σε ένα σχήμα στο οποίο η Ευρώπη θα έχει ένα διαμεσολαβητικό ρόλο, να θέσουν, μέσω του διαλόγου, ορισμένες προτάσεις και να συζητήσουν τα θέματα σχετικά με την κοινωνική ευθύνη (European Commission, 2020).

Τον Οκτώβριο του 2010 η «ανανεωμένη στρατηγική της ΕΕ 2011-14 για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», ξεκίνησε με μια καινούρια, ευρύτερη θεώρηση της

ΕΚΕ, αποκλειστικά εστιασμένη στις δεσμεύσεις των εταιρειών, προωθώντας έναν νέο ορισμό της ΕΚΕ ως «ευθύνη των επιχειρήσεων για τον αντίκτυπό τους στην κοινωνία». Παράλληλα, συμπεριέλαβε και νέα πρότυπα ΕΚΕ όπως το πρότυπο καθοδήγησης για την κοινωνική ευθύνη ISO 26000 και την Πρωτοβουλία του Οικουμενικού Συμφώνου (European Commission, 2020).

Τον Νοέμβριο του 2012, στις Βρυξέλλες, στην 1^η Διάσκεψη Κορυφής Επιχειρήσεων της ΕΚΕ Ευρώπης (CSR Europe's Enterprise 2020 Summit), τονίστηκε μεταξύ άλλων η ανάγκη για ευρείες εταιρικές σχέσεις, με τη συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων μερών στην υποστήριξη των επιχειρήσεων ώστε αυτές να διαδραματίσουν ένα θετικό ρόλο στην κοινωνία. Στο πλαίσιο αυτό, η πρωτοβουλία Enterprise 2020, η οποία είχε εγκαινιαστεί το 2010, προσφέρει στην Ευρώπη μια πλατφόρμα με παραπάνω από 5.000 επιχειρήσεις, οι οποίες κατέχουν ηγετικό ρόλο στην απόκτηση νέων ευκαιριών στην αγορά, μέσω ενισχυμένων διαδικασιών διαχείρισης, συνεργασίας και ανάπτυξης νέων προϊόντων και υπηρεσιών τα οποία ανταποκρίνονται στις προκλήσεις των Ευρωπαϊκών κοινωνιών. Όπως ανέφερε ο Εκτελεστικός Διευθυντής της ΕΚΕ Ευρώπης, Stefan Crets, «η ανάπτυξη, η ανταγωνιστικότητα και η ανάγκη για αύξηση εποικοδομητικών λύσεων όσον αφορά στις προκλήσεις για την βιωσιμότητα, απαιτούν ισχυρότερες συνεργατικές πλατφόρμες» (The European Business Network for Corporate Sustainability and Responsibility, 2020).

Οι επιχειρήσεις, επομένως, για να ανταποκριθούν πλήρως στην εταιρική τους κοινωνική ευθύνη, οφείλουν να ακολουθήσουν μια διαδικασία σύμφωνα με την οποία θα ενσωματώσουν μέσα στα πλαίσια των δραστηριοτήτων τους ζητήματα κοινωνικά, περιβαλλοντικά και ηθικά όπως και ζητήματα τα οποία έχουν σχέση με τα ανθρώπινα δικαιώματα και τους καταναλωτές. Επίσης, στόχος τους πρέπει να είναι η προετοιμασία κύριας στρατηγικής τους σε συνεργασία στενή με τα ενδιαφερόμενα μέρη (Κυπριακό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, 2020).

Στο πλευρό των επιχειρήσεων, σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, δραστηριοποιούνται φορείς οι οποίοι μέσα από αναγνωρισμένες αρχές και κατευθυντήριες γραμμές παρέχουν την απαραίτητη καθοδήγηση αυτών. Στους πλέον σημαντικούς συγκαταλέγονται ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α), του οποίου οι Οδηγίες ή Κατευθυντήριες Γραμμές του, λειτουργούν ως συστάσεις των χωρών που τις έχουν υιοθετήσει προς τις πολυεθνικές

επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται από ή στο έδαφος τους (Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων, 2020).

Οι δέκα Αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου των Ηνωμένων Εθνών , όπως έγινε αναφορά στην προηγούμενη ενότητα, καθώς και οι δεκαεπτά Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης , οι οποίοι αναγράφονται στην Ατζέντα 2030 των Ηνωμένων Εθνών, και αποτελούν συγκερασμό των τριών διαστάσεων της βιώσιμης ανάπτυξης: της οικονομικής, της κοινωνικής και της περιβαλλοντικής διάστασης, με κύριο μήνυμα την υπεύθυνη συνεργασία κράτους-επιχειρήσεων-κοινωνίας πολιτών (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020).

Επίσης, το Πρότυπο Οδηγιών του ISO 2000-Κοινωνική Υπευθυνότητα (International Organization for Standardization, 2020), το οποίο παρέχει οδηγίες όσων αναγνωρίζουν ότι ο σεβασμός προς την κοινωνία και το περιβάλλον είναι σημαντικοί παράγοντες επιτυχίας.

Σημαντικοί είναι και οι φορείς CSR Europe, Business for Social Responsibility (BSR), Euro Commerce κ.α. (The European Business Network for Corporate Sustainability and Responsibility, Business for Social Responsibility, EuroCommerce, 2020).

Το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ , με τον διακριτό τίτλο “CSR Hellas”, ιδρύθηκε το 2014 και έχει ως όραμα τη βελτίωση της μακροπρόθεσμης ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων και της ελληνικής οικονομίας συνολικά, μέσω της ενσωμάτωσης της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας στη στρατηγική και τους βασικούς άξονες της λειτουργίας των επιχειρήσεων και ως αποστολή την αξιοποίηση των αρχών και των πρακτικών εφαρμογών της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας, για την ενίσχυση της βιωσιμότητας , της καινοτομίας και της κοινωνικής συνοχής σε εθνικό και τοπικό επίπεδο (Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, 2020).

1.3. Κύριες προϋποθέσεις για την οργάνωση της επιχείρησης βάσει της ΕΚΕ

Βασικές προϋποθέσεις για την οργάνωση μιας επιχείρησης βάσει της ΕΚΕ είναι η ευαισθητοποίηση των ανθρώπινων πόρων, ο διάλογος με τα ενδιαφερόμενα μέρη και η δέσμευση των ενδιαφερόμενων μερών καθώς και ο ρόλος της ηγεσίας.

- Ευαισθητοποίηση ανθρώπινων πόρων

Η πρώτη προϋπόθεση είναι η ευαισθητοποίηση των ανθρώπινων πόρων , καθότι είναι αδύνατον να λειτουργήσει και να δομηθεί η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εάν οι εργαζόμενοι της επιχείρησης δεν διακρίνουν τον σκοπό και δεν ενστερνιστούν το όραμα της για να συμμετέχουν στην κοινή προσπάθεια για βιώσιμη ανάπτυξη, προστασία του περιβάλλοντος, κοινωνικό έργο κ.ά.

Η επιχείρηση θα πρέπει να απευθυνθεί στο συναίσθημα και στο επίπεδο αντίληψης της κάθε ομάδας εργαζομένων, να λάβει υπόψη τις αξίες, τις αρχές, τους σκοπούς και τα συναισθήματα τα οποία είναι αποδεκτά και επικρατούν στο εργασιακό περιβάλλον, δηλαδή να λάβει υπόψη της την οργανωσιακή κουλτούρα του εσωτερικού της περιβάλλοντος, για να διαχειριστεί επαρκώς όποιες αλλαγές πραγματοποιούνται με την εφαρμογή της ΕΚΕ.

Μια άλλη πολύ σημαντική παράμετρος, επίσης, όσον αφορά στην εφαρμογή της ΕΚΕ, είναι η εκπαίδευση των εργαζομένων η οποία θα πρέπει να αναφέρεται στην αποσαφήνιση των ηθικών αξιών και στην αύξηση της γνώσης των υπαλλήλων σε θέματα ηθικής , με σκοπό να δύνανται να αντιλαμβάνονται τα θέματα ΕΚΕ, ιδίως τα μη εμφανή (Βαξεβανίδου, 2011).

- Ο διάλογος με τα ενδιαφερόμενα μέρη και η δέσμευση αυτών

Η δεύτερη προϋπόθεση αναφέρεται στην ανάπτυξη του διαλόγου ανάμεσα στα ενδιαφερόμενα μέρη (Διοικητικά Συμβούλια, μέτοχοι, προμηθευτές, εργαζόμενοι και άλλοι) και στην δέσμευση της επιχείρησης προς αυτά για τις πρακτικές τις οποίες σχεδιάζει και επιθυμεί να εφαρμόζει. Οι ομάδες των συμμετόχων μπορούν να αναδείξουν νέες προκλήσεις και καινούρια πεδία δραστηριοποίησης των εταιρειών , αλλά και να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο στην πορεία της εταιρείας να τα κατακτήσει (Γαλάνης, 2007).

- Ο ρόλος της ηγεσίας

Η τρίτη προϋπόθεση αναφέρεται στην ηγεσία, καθότι η συμβολή της ανώτατης διοίκησης στην διαμόρφωση της στρατηγικής και στην γενικότερη επίδοση της επιχείρησης θεωρείται καθοριστική. Χρειάζεται ηγεσία , η οποία θα τολμήσει να κάνει τομές, να δώσει έμφαση σε προγραμματισμό με ευρύτερες κοινωνικές και περιβαλλοντικές διατάσεις , που θα χαράξει πολιτικές με προσανατολισμό τη συλλογικότητα και γενικώς, θα ‘μεταλαμπαδεύσει’ την αποστολή της επιχείρησης σε όλους τους αποδέκτες (Βαξεβανίδου, 2011). Σύμφωνα με πρότυπο μοντέλο του

Ευρωπαϊκού ιδρύματος για την διαχείριση της ποιότητας (EFQM) για την ΕΚΕ, οι άριστοι ηγέτες θα πρέπει να διασφαλίσουν ότι η αποστολή, το όραμα, οι αξίες και η ηθική του οργανισμού αντικατοπτρίζουν μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρική κουλτούρα, την οποία προβάλλουν οι ίδιοι και ταυτόχρονα την ενισχύουν σε όλους τους ανθρώπους του οργανισμού. Οι άριστοι επίσης ηγέτες, οι οποίοι ενεργούν ως υπόδειγμα, θα πρέπει να διασφαλίσουν ότι τα συστήματα διαχείρισης απευθύνονται σε τωρινά και μελλοντικά κοινωνικά, περιβαλλοντικά και οικονομικά ζητήματα, καθώς και σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (Βαξεβανίδου, Jankal & Jankalova, 2015).

1.4. Πλεονεκτήματα ΕΚΕ - Ωφέλη

Η εφαρμογή πρακτικών-προγραμμάτων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τις επιχειρήσεις αποφέρει οφέλη τόσο στις ίδιες τις επιχειρήσεις όσο και στους εργαζόμενους τους, όπως επίσης και στο περιβάλλον και στην ευρύτερη κοινωνία ενώ συμβάλλει στη βιώσιμη επιχειρηματικότητα και κοινωνική συνοχή. Τα προγράμματα αυτά είναι γεγονός ότι είναι πολύ δαπανηρά, αλλά όταν γίνεται μια ανάλυση κόστους-οφέλους, τα βραχυπρόθεσμα και τα μακροπρόθεσμα οφέλη τα οποία έχουν σχέση με την εφαρμογή των κατάλληλων προγραμμάτων ΕΚΕ αντισταθμίζουν τις δαπάνες (Hejase et. al., 2012).

Πολλές έρευνες που έχουν γίνει δείχνουν τα οφέλη από την συμμετοχή στην κοινωνική ευθύνη και αναδεικνύουν τα ακόλουθα σημεία: αύξηση πωλήσεων και μεριδίου αγοράς, ενδυνάμωση του εμπορικού σήματος, ενίσχυση της εικόνας της επιχείρησης και της δύναμης της αύξησης της ικανότητας προσέλκυσης υπαλλήλων, μείωση του λειτουργικού κόστους και αύξηση της ελκυστικότητας των επενδυτών (Kotler and Lee, 2005).

Σύμφωνα με την πρόεδρο του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ Μαρία Αλεξίου (2012), τα σημαντικότερα οφέλη για μια επιχείρηση είναι *«η συνολική βελτίωση της ανταγωνιστικότητά της ως επακόλουθο της ικανότητας που αναπτύσσει να ανταποκρίνεται αποτελεσματικότερα και προβλεπτικά στις ανάγκες, ανησυχίες και προσδοκίες καταναλωτών και άλλων ενδιαφερόμενων μερών»* (Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, 2020).

Ένα δομημένο πρόγραμμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης δίνει την δυνατότητα σε μια επιχείρηση να διαφοροποιηθεί και να προσαρμοστεί σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο

περιβάλλον με άξονα την καινοτομία και την εφαρμογή νέων μεθόδων , συστημάτων και δεξιοτήτων. Επίσης, σημαντικό όφελος θεωρείτε η αύξηση της παραγωγικότητας των εργαζομένων και της συμμετοχής τους στην επίτευξη των επιχειρησιακών στόχων που προκύπτει από την ικανοποίηση και αυξημένη δέσμευση των εργαζομένων σε επιχειρήσεις οι οποίες λειτουργούν με κοινωνική συνείδηση. Επιπλέον, η διασφάλιση αξιόπιστων σχέσεων με τους πελάτες, τους μετόχους, τους προμηθευτές και τις τοπικές κοινότητες είναι απαραίτητες προϋποθέσεις για την εύρυθμη και απρόσκοπτη λειτουργία των επιχειρήσεων και ενδυνάμωση της θέσης τους ειδικότερα σε περιόδους παρατεταμένης κρίσης . Ταυτοχρόνως, μπορεί να δημιουργήσει συνθήκες για διαρκή χρηματοδότηση και προσέλκυση κεφαλαίων, να βελτιώσει τα συστήματα διαχείρισης και καθημερινής λειτουργίας και εν γένει να στηρίξει την βιωσιμότητα μιας επιχείρησης (Βαξεβανίδου, 2011). Συνοψίζοντας, τα επιχειρηματικά οφέλη από την ΕΚΕ είναι πολλαπλά, καθώς οι επιχειρήσεις δύνανται να διαχειρίζονται και να θωρακίζουν τη φήμη τους, να διασφαλίζουν την κοινωνική άδεια για τη λειτουργία τους και να βελτιώνουν διαρκώς τη σχέση τους με τα ενδιαφερόμενα μέρη.

1.5. Εθνικά Σχέδια ΕΚΕ σε χώρες της Ευρώπης

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) έχει, τα τελευταία χρόνια , γίνει παράγοντας κλειδί για τη βιώσιμη ανάπτυξη του πλανήτη και είναι το αντικείμενο μιας ποικιλίας ενεργών πολιτικών που εισάγονται από σημαντικούς διεθνείς οργανισμούς. Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει αναπτύξει στρατηγικές και οδηγίες που έχουν ενσωματωθεί από τα διάφορα κράτη-μέλη της καθώς στην προκειμένη χρονική περίοδο υπάρχει έντονη κινητικότητα για την κατάρτιση και βελτίωση Σχεδίων Εθνικών Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Περιφέρεια Κρήτης, Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης, 2020). Η κινητικότητα αυτή είναι εντονότερη στον Ευρωπαϊκό χώρο σε σύγκριση με το παγκόσμιο επίπεδο, καθώς υιοθετείται παράλληλα και η σχετική οδηγία περί «δημοσιοποίησης μη χρηματοοικονομικών πληροφοριών». Ιδιαίτερη προσοχή αξίζουν τα εθνικά σχέδια για την ΕΚΕ των χωρών, όπως της Δανίας, της Ιταλίας, της Φινλανδίας, της Ιρλανδίας και της Γερμανίας, οι οποίες παρουσιάζουν τα θετικότερα σημεία προσέγγισης των κοινωνιών των χωρών αυτών σε θέματα ΕΚΕ.

Κοινός στόχος όλων αυτών αποτελεί η εδραίωση της πρωτοπορίας των επιχειρήσεων για την υπεύθυνη (βιώσιμη) ανάπτυξη με την παράλληλα ενεργή ανάμειξη της Πολιτείας. Οι πιο σημαντικοί άξονες των Σχεδίων είναι η ενίσχυση της διαφάνειας, η υιοθέτηση της ΕΚΕ από δημοσίους οργανισμούς και η προβολή της μέσω των δραστηριοτήτων τους, η αύξηση της κοινωνικής ευαισθητοποίησης των επιχειρήσεων, των πολιτών και των τοπικών κοινωνιών, και η υποστήριξη των επιχειρήσεων στην ανάπτυξη και εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ. Εκτός των προαναφερθέντων θεμάτων εξετάζονται επίσης η προστασία του περιβάλλοντος (ιδιαίτερος οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής), η ενίσχυση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων στις επιχειρήσεις, η σύνδεσή της με την ανταγωνιστικότητα, την ευημερία και τη δικαιοσύνη (Υπουργείο Εσωτερικών, 2020).

Σημείο ορόσημο στη διαδρομή της ΕΚΕ στην Ευρώπη αποτελεί η στρατηγική ανάπτυξης της ΕΕ, “Ευρώπη 2020”, με στόχο τρεις προτεραιότητες:

- Έξυπνη ανάπτυξη - ανάπτυξη οικονομίας βασισμένη στη γνώση και στην καινοτομία.
- Βιώσιμη ανάπτυξη - ανάπτυξη η οποία θα προωθεί μια αποδοτικότερη χρήση πόρων, μια περισσότερο πράσινη και ανταγωνιστική οικονομία.
- Χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη - ανάπτυξη προώθησης οικονομίας υψηλής απασχόλησης η οποία θα προσφέρει οικονομική, κοινωνική και εδαφική συνοχή.

Οι παραπάνω προτεραιότητες οι οποίες θα είναι η καρδιά της Ευρώπης, αλληλοενισχύονται και θα προσφέρουν ένα όραμα της κοινωνικής οικονομικής αγοράς της Ευρώπης του 21^{ου} αιώνα. Κάθε κράτος-μέλος της ΕΕ έχει εγκρίνει τους στόχους του για κάθε μια θεματική ενότητα ενώ συγκεκριμένες δράσεις της ΕΕ στηρίζουν αυτήν την στρατηγική (EUR-Lex, Πρόσβαση στο δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2020).



ΣΧΗΜΑ 1.2 Enterprise 2020

1.6. Η ΕΚΕ στην Ελλάδα

Η Ελλάδα, ως μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, παρακολουθεί τις εξελίξεις και προσπαθεί να εναρμονιστεί με αυτές, τόσο σε Ευρωπαϊκό όσο και σε διεθνές επίπεδο όσον αφορά στην υιοθέτηση στρατηγικής προσέγγισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η ελληνική οικονομία, ως γνωστόν, στηρίζεται σε πολύ μικρές (ΠΜΕ), μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ), οι οποίες αποτελούν την μεγάλη πλειοψηφία των επιχειρήσεων της χώρας. Οι επιχειρήσεις αυτές βιώνουν περισσότερο έντονα τις συνέπειες των μεταβολών της παγκόσμιας οικονομίας και δείχνουν δυσκολίες προσαρμογής στις νέες διεθνείς τάσεις και αλλαγές με αποτέλεσμα να παρατηρούνται επιπτώσεις στην ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητά τους. Η πλειοψηφία των ΜμΕ δεν διαθέτει την γνώση και τις δυνατότητες για να ανταποκριθεί στο σύνθετο οικονομικό περιβάλλον. Ταυτόχρονα, η έλλειψη πληροφόρησης σχετικά με τα οφέλη της ΕΚΕ, τόσο στις ίδιες ΜμΕ όσο και στους συλλογικούς επιχειρηματικούς φορείς εκπροσώπησής τους, δεν υποστηρίζει την υιοθέτηση ενός μοντέλου σύγχρονης υπεύθυνης επιχειρηματικότητας (Υπουργείο Εσωτερικών, 2020). Αντιθέτως, οι μεγάλοι μεγέθους επιχειρήσεις φαίνεται να την υιοθετούν και να την κατατάσσουν αρκετά υψηλά στις επιχειρηματικές τους δράσεις.

Όπως αναφέρει ο Νικήτας Κωνσταντέλλος (2019), Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος του ομίλου εταιριών ICAP, «*Τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερες επιχειρήσεις κατανοούν ότι η στρατηγική προσέγγιση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ), είναι σημαντική για την ανάπτυξη και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητά τους. Ιδιαίτερα, οι μεγάλοι μεγέθους επιχειρήσεις φαίνεται να την κατατάσσουν αρκετά υψηλά στις επιχειρηματικές τους δράσεις. Είναι χαρακτηριστικό*

ότι η ΕΚΕ θεωρείται «πολύ» ή «πάρα πολύ» σημαντική στο 86% των επιχειρήσεων (της δειγματοληπτικής έρευνας του 2018), ενώ ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι 1 στις 2 επιχειρήσεις αύξησαν την δαπάνη για ενέργειες ΕΚΕ το 2028 σε σχέση με το προηγούμενο έτος... (ICAP, 2020).

Στην προσπάθεια για την διαμόρφωση υπεύθυνου επιχειρηματικού περιβάλλοντος σύμφωνα με τις σύγχρονες επιχειρηματικές τάσεις και το σχετικό Ευρωπαϊκό θεσμικό πλαίσιο για την ΕΚΕ, συμμετέχει σημαντικός αριθμός φορέων, στα εξής επίπεδα: α) διαβούλευσης και σύμπραξης για το σχεδιασμό και την υλοποίηση της εθνικής στρατηγικής και β) ανάπτυξης και προώθησης σχετικών υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις. Θα αναφερθούμε ενδεικτικά σε φορείς οι οποίοι έχουν στόχο τα προαναφερθέντα, με πρώτο την Ελληνική Οικονομική Κοινωνική Επιτροπή (ΟΚΕ), η οποία αποτελεί και συνταγματικά αναγνωρισμένο θεσμό του ελληνικού κράτους. Μέσα στα πλαίσια της δυνατότητάς της να εκφράζει γνώμη για θέματα κοινωνικοοικονομικής πολιτικής, διατύπωσε τον Σεπτέμβριο του 2003 την υπ' αριθμό 95 Γνώμη της, που αναφέρεται στην οριοθέτηση της έννοιας, καθώς και σε προτάσεις ενίσχυσης της ΕΚΕ στη χώρα (ΣΕΒ, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών, 2003).

Το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ, το οποίο δημιουργήθηκε τον Ιούνιο του 2000 και αποτελεί τον εθνικό εκπρόσωπο στο Πανευρωπαϊκό Δίκτυο CSR Europe που έθεσε ως πρωταρχικό του στόχο να ενημερώσει την Ελληνική Επιχειρηματική κοινότητα σχετικά με την σημασία της ΕΚΕ στην στρατηγική εξέλιξη και λειτουργία της σύγχρονης επιχείρησης στο νέο διεθνοποιημένο περιβάλλον της αγοράς (Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, 2020).

Παράλληλα, από τον Μάιο του 2005 λειτουργεί στην Ελλάδα το Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής, μέλος του European Business Ethics Network (EBEN), το οποίο στοχεύει στην προώθηση των αρχών της επιχειρηματικής ηθικής, της ΕΚΕ και της εταιρικής διακυβέρνησης στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα, την ακαδημαϊκή κοινότητα και σε εθελοντικούς οργανισμούς (EBEN, 2020).

Επίσης, το 2008 ιδρύθηκε το Ελληνικό Δίκτυο για το Οικουμενικό Σύμφωνο (Global Compact Network Hellas) για την ΕΚΕ. Το Οικουμενικό Σύμφωνο είναι μία εθελοντική, διεθνής πρωτοβουλία του Ο.Η.Ε, στα πλαίσια της οποίας οι επιχειρήσεις

που συμμετέχουν θα πρέπει να λειτουργούν έχοντας ως στόχο την βιώσιμη ανάπτυξη μέσα από δραστηριότητες και εκδηλώσεις που αφορούν όλους τους συμμετέχοντες. Αποτελείται από δέκα αρχές που αφορούν στα ανθρώπινα δικαιώματα, στις συνθήκες εργασίας, το περιβάλλον και την καταπολέμηση της διαφθοράς. Σε όλες τις χώρες της Ευρώπης έχουν δημιουργηθεί εθνικά Δίκτυα για την ευρύτερη διάδοση αρχών του Global Compact και στην χώρα μας, ο φορέας ο οποίος συντονίζει τις δραστηριότητες του Ελληνικού Δικτύου Global Compact, είναι το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ (Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική κοινωνική Ευθύνη, 2020).

Επιπλέον, το Ινστιτούτο Επικοινωνίας, το οποίο ιδρύθηκε το 2002, στο πλαίσιο προσπάθειας για συνένωση του επαγγελματικού με τον ακαδημαϊκό χώρο της επικοινωνίας, πραγματοποιεί έρευνες κοινωνικού χαρακτήρα, με κύριο στόχο τη διεύρυνση και την κατανόηση της σύγχρονης ελληνικής κοινωνίας μέσα από την ανάλυση αξιών, των αναγκών και του τρόπου ζωής των σημαντικότερων κοινωνικών ομάδων. Η ετήσια έρευνα που πραγματοποιεί από το 2003, σχετικά με την ΕΚΕ, εξετάζει α) την ΕΚΕ σε σχέση με την υπεύθυνη κατανάλωση και β) την ΕΚΕ των μέσων μαζικής ενημέρωσης (Ινστιτούτο Επικοινωνίας, 2020). Τα συμπεράσματα της έρευνας του Ινστιτούτου Επικοινωνίας (2019), σχετικά με την «Υπεύθυνη Κατανάλωση και την ΕΚΕ 2017/18», ανέδειξαν την συνειδητή ενεργή πράξη επιβράβευσης (56%) ή τιμωρίας (63%) (ηθικός/υπεύθυνος καταναλωτισμός) του Έλληνα καταναλωτή καθώς και την σημαντικότητα του κοινωνικού εργοδότη/προσωπικού να επανέρχεται στην 1^η θέση έναντι της εικόνας της εταιρείας και του κοινωνικού ρόλου της (Ινστιτούτο Επικοινωνίας, 2020).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στον Τουρισμό-Βιώσιμη Ανάπτυξη και Περιβαλλοντική Συνείδηση των επιχειρήσεων τουρισμού

2.1. Τουρισμός και ΕΚΕ

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους πλέον σημαντικούς και αναπτυσσόμενους τομείς τόσο της παγκόσμιας οικονομίας όσο και της οικονομίας της ΕΕ. Έχει την δυνατότητα να συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην επίτευξη των στόχων της διατήρησης υψηλών και σταθερών επιπέδων οικονομικής ανάπτυξης και απασχόλησης, κοινωνικής προόδου που να αναγνωρίζει τις ανάγκες όλων, και αποτελεσματικής προστασίας του περιβάλλοντος και συνετής χρήσης των φυσικών πόρων (EUR-Lex, Πρόσβαση στο δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2020).

Η Ελλάδα, ως χώρα της ΕΕ, έχει επιδείξει θεαματική άνοδο στον τουριστικό τομέα τις τελευταίες δεκαετίες όσον αφορά στον αριθμό των επισκεπτών οι οποίοι εισρέουν από όλη την υφήλιο, καταλαμβάνοντας την 15^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη χωρών το 2015, με βάση τον αριθμό αφίξεων τουριστών, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (Υπουργείο Τουρισμού, 2020). Είναι γεγονός ότι διάφορα γεγονότα διεθνούς απήχησης τα οποία επηρέασαν παγκόσμια την τουριστική δραστηριότητα όπως η διεθνής χρηματοοικονομική κρίση, η οποία ξεκίνησε από το 2008 στις ΗΠΑ και επεκτάθηκε στις διεθνείς οικονομίες πλήττοντας και την χώρα μας, τα γεγονότα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου 2001, καταστροφές εξαιτίας καιρικών φαινομένων, εσωτερικά πολιτικοοικονομικά ζητήματα κ.ά., δεν έχουν αφήσει ανεπηρέαστη και την χώρα μας. Διαχρονικά έχει όμως αποδείξει και επιτύχει να ανταπεξέλθει στον διεθνή ανταγωνισμό παρουσιάζοντας αυξητικές τάσεις στον τουρισμό της (Χατζηδάκης, 2015).

Αξίζει να σημειωθεί, ότι προσφάτως η εμφάνιση και εξάπλωση του COVID-19 προκάλεσε μια πρωτόγνωρη κρίση δημόσιας υγείας διεθνώς, ενώ η παγκόσμια οικονομία τείνει να εισέλθει σε πρωτοφανή ύφεση. Ο τουρισμός είναι από τους πρώτους τομείς που επλήγησαν με μεγάλη ταχύτητα και ένταση και θα εξακολουθήσουν να δοκιμάζονται σκληρά.

Σύμφωνα με την Tourism Economics, όπως αναφέρεται σε μελέτη του INSETE, αναμένεται πτώση του παγκόσμιου ΑΕΠ μεγαλύτερη από αυτήν της κρίσης του 2008 – 2009, το μεγαλύτερο μέρος από την οποία θα προέλθει από την Κίνα και τις ανεπτυγμένες οικονομίες (INSETE, 2020). Επισημαίνεται, επίσης, ότι σε παγκόσμιες κρίσεις του τουρισμού τις τελευταίες δύο δεκαετίες, η ανάκαμψη ξεκίνησε την αμέσως επόμενη χρονιά, και ιστορικά, οι κρίσεις δημιουργούν νέες ευκαιρίες και ενισχύουν ορισμένες δραστηριότητες που απευθύνονται στην αναψυχή, ανοίγουν νέους κλάδους και δρόμους για την οικονομική δραστηριότητα, με νέα προϊόντα που χαράζουν τις νέες διαδρομές της τουριστικής οικονομίας (Χατζηδάκης, Bouneau, 2015).

Ο τουρισμός, ως δραστηριότητα, η οποία εμπλέκεται με όλους τους τομείς που απαρτίζουν μία χώρα προκαλώντας θετικές επιπτώσεις σε οικονομικό, περιβαλλοντικό και κοινωνικό επίπεδο, εγείρει ορισμένα ερωτήματα σχετικά με τις αρνητικές επιπτώσεις του στο περιβάλλον και την τοπική κοινωνία καθώς βασίζεται αρκετά σε φυσικούς πόρους και πολιτισμικούς χώρους. Επομένως, όπως γίνεται αντιληπτό, ο τουριστικός κλάδος βρίσκεται σε μια συνεχή ανάδραση με το φυσικό περιβάλλον, κάτι που αυξάνει σημαντικά τις πιθανότητες για αρνητικές επιδράσεις.

Ιδιαίτερος, παρατηρείται έντονα, σε χώρες όπου ο κρατικός έλεγχος και η ελλιπής απαραίτητη νομοθεσία δεν υπήρχαν εξαρχής, να εμφανίζονται φαινόμενα άναρχης δόμησης, χωρίς σεβασμό της προστασίας του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος της περιοχής, αλόγιστη κατανάλωση ενέργειας και φυσικών πόρων, έλλειψη σεβασμού για τα ήθη και έθιμα του τόπου, εκμετάλλευση των απασχολουμένων στις τουριστικές επιχειρήσεις, αισχροκέρδεια σε βάρος των τουριστών κ.ά. (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Φαινόμενα τέτοιου είδους, δημιούργησαν την ανάγκη αφενός προστασίας των τουριστών και όλων των συμμετεχόντων στην τουριστική διαδικασία, αφετέρου δε της προστασίας του ίδιου του περιβάλλοντος με τη βοήθεια ρητών και απαράβατων κανόνων. Για την θέσπιση νόμων οι οποίοι τυγχάνουν σεβασμό από όλους, αρμόδιος δεν μπορεί να είναι άλλος από το ίδιο το κράτος. Συνεπώς τα κράτη τα οποία ασχολούνται σοβαρά με τον τουρισμό έχουν θεσμοθετήσει πλέον το κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο, με σκοπό την εξασφάλιση ισορροπημένης και βιώσιμης ανάπτυξης του τουριστικού τομέα με το λιγότερο δυνατόν κοινωνικών και

περιβαλλοντικών επιπτώσεων, καθορίζοντας τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των άμεσα και έμμεσα εμπλεκόμενων με αυτόν (Βιτζηλαίου, 2018, Υπουργείο Τουρισμού, 2020).

Εκτός από το κράτος και τους αρμόδιους φορείς οι οποίοι έχουν στόχο την αειφορία στον τουρισμό, η αναγκαιότητα λήψης μέτρων διαπιστώθηκε μεταξύ άλλων και από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), ο οποίος στην Γενική Συνέλευσή του το 1999 υιοθέτησε τον «Παγκόσμιο Κώδικα Ηθικών Αρχών για τον Τουρισμό» (The Global Code of Ethics for Tourism) όπου εμπεριέχονται δέκα αρχές οι οποίες καλύπτουν επαρκώς τα οικονομικά, κοινωνικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά στοιχεία του ταξιδιού και του τουρισμού. Συγκεκριμένα, στο άρθρο 6 του Κώδικα γίνεται λεπτομερής αναφορά στις υποχρεώσεις των επαγγελματιών τουριστικού τομέα σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη (World Tourism Organization, 2020).

Εν συνεχεία το 2011, ο UNWTO διατύπωσε την «Δέσμευση του Ιδιωτικού Τομέα» (Private Sector Commitment) στον αναφερόμενο Κώδικα και προέτρεψε τις ιδιωτικές επιχειρήσεις ανά τον κόσμο να την υπογράψουν. Με την δέσμευση αυτή, οι εταιρείες υποχρεώνονται να υποστηρίξουν, να προωθήσουν και να εφαρμόσουν τις αξίες της υπεύθυνης και βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης οι οποίες υποστηρίζονται από τον Κώδικα. Αναλαμβάνουν επίσης την δέσμευση να υποβάλλουν στην «Παγκόσμια Επιτροπή για την Δεοντολογία του Τουρισμού» (WCTE) έκθεση σχετικά με την εφαρμογή των αρχών του Κώδικα στην εταιρική τους διακυβέρνηση. Ένας από τους κύριους στόχους της δέσμευσης είναι η εστίαση σε κοινωνικά, πολιτιστικά και οικονομικά ζητήματα, με ιδιαίτερη έμφαση σε θέματα όπως τα ανθρώπινα δικαιώματα, η κοινωνική ένταξη, η ισότητα των φύλων, η προσβασιμότητα και η προστασία των ευάλωτων ομάδων και των κοινοτήτων υποδοχής. Η υπογραφή της δέσμευσης είναι εθελοντική και έως σήμερα 560 εταιρείες και ενώσεις από όλον τον κόσμο την έχουν υπογράψει (World Tourism Organization, 2020).

Η ΕΚΕ, επομένως, δύναται να συμβάλει με αποτελεσματικό και σημαντικό τρόπο στις επιχειρήσεις που την εφαρμόζουν και εντάσσουν στις δραστηριότητές τους καθότι τα μέτρα ΕΚΕ των τουριστικών επιχειρήσεων περιέχουν την ελαχιστοποίηση της εκπομπής αερίων και αποβλήτων, τη διατήρηση της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς, τη δίκαιη και υπεύθυνη μεταχείριση των εργαζομένων και γενικά όλων των ενδιαφερόμενων μερών, καθώς και τη δημιουργία και τη διατήρηση καλής

συνεργασίας με τους τοπικούς φορείς και τους ίδιους τους ντόπιους κατοίκους. Συνεπάγεται, δηλαδή, ότι η μακροχρόνια επιτυχία των τουριστικών επιχειρήσεων εξαρτάται από την ικανότητα αντιμετώπισης των αναγκών όλων των ενδιαφερομένων μερών, όχι μόνο των πελατών-τουριστών, αλλά και των τοπικών κατοίκων, των εργαζομένων, των κυβερνήσεων, κ.ά. (Golja and Nizic, 2010).

2.2. Εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στον τουρισμό.

Μολονότι η ΕΚΕ δεν έχει αντιμετωπιστεί λεπτομερώς όσον αφορά στον τουρισμό μέχρι πολύ προσφάτως, ένας αριθμός εργαλείων με στόχο την στήριξη αειφόρου ανάπτυξης έχουν δημιουργηθεί, με την μορφή προγραμμάτων εθελοντικής πιστοποίησης επιδόσεων, κυρίως στην δεκαετία του '80 και του '90, τα περισσότερα εκ των οποίων να σχετίζονται με θέματα περιβαλλοντικής διαχείρισης. Πρωτοβουλίες και δράσεις οι οποίες είναι σχετικές με θέματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων, διακυβέρνησης και εργασίας, και τα οποία αποτελούν μεγάλο μέρος της φιλοσοφίας της ΕΚΕ, δεν έχουν ληφθεί εντός του θεωρητικού πλαισίου της κατά την στιγμή της έναρξής της. Αυτή θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική έλλειψη καθότι μερικοί χαρακτηρίζουν τον τουρισμό ως μια βιομηχανία η οποία «βρίθει από άθλιες συνθήκες εργασίας, παιδική εργασία και έλλειψη προτύπων επαγγελματικής υγείας και ασφάλειας» (Tepelus, 2010, KATE et al, 2004).

Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιού και Τουρισμού (WTTC, 2002) δημοσίευσε από τις πρώτες εκθέσεις για τον ρόλο της ΕΚΕ στον τομέα του τουρισμού το 2020, θέτοντας ως στόχο την αρχή διαλόγου αναφορικά με τους κοινωνικούς κανόνες στον τομέα του τουρισμού. Η έκθεση αυτή περιέχει παραδείγματα εταιρικής κοινωνικής ηγεσίας κορυφαίων εταιριών και παρουσιάζει την επιχειρησιακή φιλοσοφία της κοινωνικής ευθύνης αποτελούμενη από τα εξής: την απόκτησης εύνοιας από τις κυβερνήσεις και τις κοινότητες όσον αφορά στην προτεραιότητα της αειφορίας, την δημιουργία αξίας και φήμης από το μερίδιο αγοράς των κοινωνικά συνειδητών ταξιδιωτών, την προσέλκυση κοινωνικά υπεύθυνων επενδυτών και την ενίσχυση της ικανότητας πρόσληψης εργατικού δυναμικού υψηλής ειδίκευσης. Αναφέρει επίσης ότι ο εθελοντισμός είναι ζωτικής σημασίας για την εταιρική κοινωνική ευθύνη των τουριστικών επιχειρήσεων και θα πρέπει αυτές να είναι ελεύθερες να επιλέγουν τον τρόπο με τον οποίον θα ανταποκριθούν στις ανάγκες της κοινωνίας τους, όπως

υπαγορεύει η ανταγωνιστική αγορά. Η προσπάθεια ρύθμισης της κοινωνικής ευθύνης είναι μη πρακτική και δεδομένου των ποικίλων αναγκών διαφορετικών κοινωνιών, θα υπονόμει την προσωπική δέσμευση και δημιουργικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων σε θέματα κοινωνικής ευθύνης (WTTC, 2002).

Σύμφωνα με έρευνα, η οποία διεξήχθη το 2006 από την Pricewaterhouse Coopers, όπως αναφέρεται στον Terelus (2010), ανάμεσα σε 14 Ευρωπαϊκές ομάδες ξενοδοχείων, διαπιστώθηκε ότι μολονότι την πρόσφατη πρόοδο, ιδιαιτέρως όσον αφορά στην εφαρμογή περιβαλλοντικών πολιτικών, ο τομέας του τουρισμού υστερεί συγκριτικά με άλλες ευρωπαϊκές βιομηχανίες σε θέματα ΕΚΕ και *«αντιμετωπίζει μια προκλητική ατζέντα για να καλύψει και να ανταποκριθεί αποτελεσματικά σε θέματα των ενδιαφερομένων μερών»* (Pricewaterhouse Coopers, 2006).

Παρόμοια συμπεράσματα παρουσιάστηκαν επίσης από την έρευνα του Palau (2006), κατόπιν μελέτης 24 ξενοδοχειακών αλυσίδων τα οποία αντιπροσωπεύουν το 60% όλων των αλυσίδων φιλοξενίας στην περιφέρεια της Καταλονίας της Ισπανίας. Ο Paul διαπίστωσε ότι οι περισσότερες από τις συγκεκριμένες αυτές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις δεν αναπτύσσουν στρατηγικές ΕΚΕ, εξαιτίας ελλιπούς γνώσης θεμάτων που άπτονται στα υπάρχοντα διεθνή πρότυπα όπως το GRI, το SA8000 κ.ά. Επίσης, μολονότι η έρευνα διεξήχθη σε μια περιφέρεια και χώρα της Ευρώπης με εξαιρετική επισκεψιμότητα, βρέθηκε ότι υπάρχει χαμηλό επίπεδο σχέσεων και διαλόγου μεταξύ των επιχειρήσεων και των ενδιαφερομένων μερών.

Αν εξαιρέσουμε τις λίγες δραστηριότητες οι οποίες προωθούνται από ακτιβιστές μη κυβερνητικών οργανώσεων και τους διεθνείς οργανισμούς ανάπτυξης τουρισμού, η ακαδημαϊκή έρευνα με αναφορά στον τουρισμό και την εταιρική κοινωνική ευθύνη χαρακτηρίζεται ως σπάνια και υποανάπτυκτη σύμφωνα με τους Papaleo και Beeton (2006) και Henderson (2006), όπως αναφέρεται στον Terelus (2010). Χαρακτηριστικά, ο Azilah (2006), συνδέει την έλλειψη ανάπτυξης της ΕΚΕ με την έλλειψη γενικής παραδοχής της έννοιας και του ορισμού του βιώσιμου τουρισμού.

Οι κύριες πτυχές της ΕΚΕ στον τουρισμό είναι δύο σύμφωνα με τον Terelus (2010):

- Περιβαλλοντική Κοινωνική Ευθύνη
 - Η ΕΚΕ στον τουρισμό είναι μόνο ένα μέρος της βιώσιμης ανάπτυξης.
 - Η περισσότερη προσοχή των δραστηριοτήτων ΕΚΕ στον τουρισμό είναι εστιασμένη στην ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων

- Κοινωνική και Ηθική Εταιρική Ευθύνη
 - Ο τουρισμός διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην εξάλειψη της φτώχειας, μέσω της δημιουργίας ευκαιριών απασχόλησης και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων κυρίως σε χώρες της Ασίας και της Αφρικής.
 - Στον τουρισμό συναντάται συχνά το φαινόμενο διάκρισης του φύλου, εργασιακής εκμετάλλευσης , της διακίνησης εργαζομένων και μετανάστευσης αυτών , του σεξουαλικού παιδικού τουρισμού κ.ά.

Επομένως, παρατηρούνται τρία ουσιαστικά προβλήματα κατά την εφαρμογή της ΕΚΕ στον τουρισμό (Hamid, 2010):

- Η εστίαση δίνεται απλά στην περιβαλλοντική διαχείριση παρά στα ανθρώπινα δικαιώματα, το ενδιαφέρον για τους εργαζόμενους και την χρηστή διακυβέρνηση
- Έλλειψη έντονου ενδιαφέροντος των παγκοσμίων οργανισμών προς αυτή την κατεύθυνση
- Έλλειψη ολοκληρωμένης προσέγγισης της κοινωνικής ευθύνης στον τουρισμό.

2.3. Περιβαλλοντική βιωσιμότητα

*«Οι άνθρωποι υποφέρουν. Οι άνθρωποι πεθαίνουν. Ολόκληρα οικοσυστήματα καταρρέουν. Είμαστε στην αρχή μιας μαζικής εξαφάνισης και το μόνο που μπορείτε να μιλάτε είναι το χρήμα και παραμύθια αέναης οικονομικής ανάπτυξης. Πώς τολμάτε;»
(Greta Thunberg)¹*

Η ανησυχία για την προστασία του περιβάλλοντος δεν είναι φαινόμενο των τελευταίων δεκαετιών, αλλά αιώνων. Σύμφωνα με προηγούμενες έρευνες των (Janssen, Kiers & Nijkamp, 1995, Ανδριώτης, 2005), ο Έλληνας φιλόσοφος Πλάτωνας, για παράδειγμα, εξέφρασε παράπονα για βλαπτικές αλλαγές στο Αττικό τοπίο. Παρά το γεγονός ότι με το πέρασμα των αιώνων το ενδιαφέρον για την προστασία του περιβάλλοντος αυξήθηκε, μόνο στις αρχές της δεκαετίας του '80, άρχισαν να διατυπώνονται δυναμικές περιβαλλοντικές ανησυχίες σε διεθνές επίπεδο. Μέχρι πρότινος, οι περισσότεροι επιχειρηματικοί οργανισμοί δεν είχαν ακούσει για την κλιματική αλλαγή ή για την βιωσιμότητα, πόσο μάλλον να τα αντιληφθούν ως θέματα τα οποία αφορούν την επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, καθώς η συζήτηση για επείγοντα θέματα σχετικά με τον πλανήτη άρχισε να γίνεται πιο έντονη και καθώς άρχισαν να προσφέρονται εργαλεία και λύσεις προκειμένου οι επιχειρήσεις να καταστούν περισσότερο βιώσιμες, η προσέγγιση αυτή άλλαξε. Πολλές επιχειρήσεις άρχισαν να εξετάζουν την συμβολή τους στην καταστροφή που έχει συντελεστεί και πως μπορούν να αποφύγουν επιπλέον επιδείνωσή της. Ορισμένες επιχειρήσεις έχουν μετακινηθεί πέρα από την προσέγγιση «να κάνουμε το ελάχιστο δυνατό κακό» προκειμένου να συμβάλλουν ουσιαστικά στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα (Haski-Leventhal D., 2018).

Μολονότι δεν συμμετέχουν σε αυτό ακόμη όλες οι επιχειρήσεις και οι επιχειρηματικοί ηγέτες, είναι σαφές ότι αυτό το ζήτημα είναι επείγον. Σύμφωνα με την έκθεση Living Planet Report (WWF, 2004), σήμερα χρησιμοποιούμε το 150% της δυναμικότητας της Γης για να καλύψουμε τις παγκόσμιες ανάγκες μας και υπολογίζεται ότι το ποσοστό αυτό θα αυξηθεί στο 200% μέσα σε λίγες δεκαετίες

¹ Greta Thunberg (16-year-old environmental activist to world leaders at the United Nations climate summit). "People are suffering. People are dying. Entire ecosystems are collapsing. We are at the beginning of a mass extinction and all you can talk about is money and fairy tales of eternal economic growth. How dare you!" See also: <https://www.theguardian.com/environment/2019/sep/26/greta-thunberg-teenager-on-a-global-mission-to-make-a-difference>.

(WWF, 2020). Είναι πασιφανές ότι αυτό δεν μπορεί να είναι μακροπρόθεσμα βιώσιμο ότι, αν συνεχίσουμε με τους ίδιους ρυθμούς, θέτουμε σε κίνδυνο τον Πλανήτη Γή και δεν υπάρχει Πλανήτης Β.² Εάν οι επιχειρήσεις συνεχίσουν την παραγωγή ανεξάρτητα από την ρύπανση του αέρα και των υδάτων, η κλιματική αλλαγή θα συνεχίσει να μας επηρεάζει και η θερμοκρασία της Γης θα φθάσει σε εξαιρετικά επικίνδυνα επίπεδα. Πολλοί ειδικοί για το περιβάλλον προειδοποιούν ότι αυτή είναι η τελευταία μας ευκαιρία να κάνουμε κάτι για το σοβαρό ζήτημα της βιωσιμότητας του. Όπως επίσης αναφέρετε στο Πρόγραμμα του Οργανισμού των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον, η πανδημία Covid-19 η οποία έχει εξαπλωθεί στον πλανήτη μας, κρούει τον κώδωνα του κινδύνου, καθότι η καταστροφή της φύσης μας είναι επιζήμια για την ίδια μας την επιβίωση και συγκεκριμένα δηλώνει σε ανακοίνωσή του ότι «κατά μέσον όρο, μια μολυσματική ασθένεια εμφανίζεται στους ανθρώπους κάθε τέσσερις μήνες» (Environment Programme, 2020).

Πρέπει να σημειωθεί ότι, όταν γίνεται αναφορά για βιωσιμότητα στο πλαίσιο της Ε.Κ.Ε, ορισμένοι αναφέρονται στην τριπλή προσέγγιση ή στις τρεις πτυχές της βιωσιμότητας: οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική. Μάλιστα αναφέρουν αυτή την τρισδιάστατη υπόσταση και ως μείγμα των 3P (Profit, People, Planet) της βιώσιμης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ο Jauhari (2014) αποδεχόμενος το μείγμα των 3P, τονίζει ότι εφόσον ληφθούν υπόψη από την επιχείρηση ή τον οργανισμό σε επίπεδο στρατηγικού σχεδιασμού, δύνανται να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο επίδρασης και διαμόρφωσης βιώσιμων αγοραστικών και καταναλωτικών προτύπων.

Η παρούσα μελέτη αναφέρεται στην βιωσιμότητα του φυσικού περιβάλλοντος, καθώς αυτός είναι ο όρος ο οποίος χρησιμοποιείται συχνά.

² Η έκφραση «δεν υπάρχει Πλανήτης Β» έχει ληφθεί από την ρήση του Γ.Γ. του Οργανισμού των Ηνωμένων Εθνών, Ban Ki-moon, ο οποίος στις 21 Σεπτεμβρίου του 2014, στο πλαίσιο της Πορείας για το Κλίμα στη Νέα Υόρκη, δήλωσε ότι «δεν υπάρχει Σχέδιο Β, διότι δεν έχουμε Πλανήτη Β».

2.4. Ορισμός της βιωσιμότητας

Η έννοια της βιωσιμότητας έχει παρουσιαστεί και έχει ερμηνευτεί με ποικίλους τρόπους από πολλούς ερευνητές και διεθνείς οργανισμούς. Από την πλευρά της ΕΚΕ, η εταιρική βιωσιμότητα μπορεί να θεωρηθεί ως το σύνολο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που μπορούν να συνεχιστούν μακροπρόθεσμα χωρίς να υποβαθμίζουν το οικολογικό περιβάλλον (Werther και Chandler, 2011). Σύμφωνα με τον ορισμό αυτό, το φυσικό περιβάλλον γίνεται ενδιαφερόμενο μέρος για τις επιχειρήσεις και καμία επιχειρηματική απόφαση δεν λαμβάνεται χωρίς να λαμβάνεται υπόψη ο περιβαλλοντικός της αντίκτυπος.

Ο περισσότερο αποδεκτός ορισμός είναι αυτός της Παγκόσμιας Επιτροπής για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη (World Commission on Environment & Development-WCED) που διατυπώθηκε στην έκθεση Brundtland «Το κοινό μας Μέλλον» (Our Common Future), το 1987. Αυτός ο ορισμός της βιωσιμότητας, ο οποίος υιοθετήθηκε αργότερα από το Παγκόσμιο Επιχειρηματικό Συμβούλιο για την Βιώσιμη Ανάπτυξη (World Business Council for Sustainable Development), αναφέρει:

«Βιώσιμη είναι η ανάπτυξη, η οποία καλύπτει τις παρούσες ανάγκες χωρίς να γίνονται συμβιβασμοί αναφορικά με την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις ανάγκες τους... (Είναι) μια διαδικασία αλλαγής κατά την οποία η αξιοποίηση των πλουτοπαραγωγικών πόρων, η κατεύθυνση των επενδύσεων, ο προσανατολισμός της τεχνολογικής ανάπτυξης και οι θεσμικές αλλαγές βρίσκονται σε αρμονία και ανυψώνουν τις τρέχουσες και μελλοντικές δυνατότητες να ικανοποιηθούν οι ανθρώπινες ανάγκες και φιλοδοξίες» (WCED 1987, σελ. 43, Ανδριώτης, σελ. 58, 2005).

Αξίζει να σημειωθεί ότι το πρώτο μέρος του ορισμού αυτού αφορά την κάλυψη των αναγκών του παρόντος. Δεν αφορά μόνο τις καταναλωτικές ανάγκες των σημερινών γενεών ούτε τις ανάγκες μόνο του ανεπτυγμένου κόσμου. Για την κάλυψη των σημερινών αναγκών, πρέπει να εξασφαλίσουμε ισότητα μεταξύ των ανθρώπων, ανεξαρτήτως υποβάθρου και χώρα καταγωγής. Η ισότητα πρέπει να αφορά την ικανοποίηση βασικών αναγκών (ασφαλές νερό, υγιεινά τρόφιμα, καθαρός αέρας,

στέγη και ασφάλεια, κ.ά.) καθώς και αναπτυξιακών αναγκών, όπως η αυτό-εκπλήρωση (Haski-Leventhal D., 2018).

Το δεύτερο μέρος του ορισμού αυτού αφορά την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες. Εάν συνεχίσουμε να χρησιμοποιούμε το 150% της δυναμικότητας της Γης ετησίως, αυτό συνεπάγεται ότι λίαν συντόμως θα τελειώσουν οι φυσικοί και άλλοι πόροι της Γης και οι μελλοντικές γενιές θα αδυνατούν να ικανοποιούν τις βασικές τους ανάγκες. Η αντίληψη η οποία επικρατεί ότι ο πλανήτης μας έχει μια πεπερασμένη δυναμικότητα να απορροφά ή να επεξεργάζεται τα αποτελέσματα των ανθρώπινων και βιομηχανικών δραστηριοτήτων έχει κεντρική θέση στον ορισμό της βιώσιμης ανάπτυξης, όπως σημειώνεται από το WCDE (1987: 8):

«Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης συνεπάγεται όρια- όχι απόλυτα όρια, αλλά περιορισμούς που επιβάλλονται από την παρούσα στάση της τεχνολογίας και της κοινωνικής οργάνωσης προς τους περιβαλλοντικούς πόρους και από την ικανότητα της βιόσφαιρας να απορροφήσει τις επιπτώσεις των ανθρώπινων δραστηριοτήτων».

Οι Owen, Witt & Gammon (1993), όπως αναφέρεται στον Ανδριώτη (2005, σελ.59), δηλώνουν ότι η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης δεν πρέπει να βρίσκεται σε αντίθεση με την έννοια της οικονομικής ανάπτυξης, δεδομένου ότι η «οικονομική αναζωογόνηση είναι ουσιαστική για την καταπολέμηση της φτώχειας, της ποιότητας της ζωής, αλλά και της διαδικασίας της προστασίας του περιβάλλοντος». Η αρχή της βιωσιμότητας επιβάλλει τα οφέλη από τον τουρισμό να μοιράζονται σε πιο πολλές κοινωνίες, οι οποίες να μην συγκεντρώνονται σε μια στενή παράκτια λουρίδα ή μια γραφική κοιλάδα (Lane, 1991). Η διασπορά της ανάπτυξης αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση της βιωσιμότητας, με στόχο να υπάρχει μια ισομερής διάδοση των ωφελειών σε ολόκληρο τον πληθυσμό.

Εν συντομία, η εφαρμογή της βιώσιμης ανάπτυξης προϋποθέτει τρεις βασικές αρχές (Mowforth & Munt, 1998):

- Οικονομική βιωσιμότητα, σύμφωνα με την οποία πρέπει να εξασφαλισθεί ότι η ανάπτυξη είναι οικονομικά αποδοτική, συνεισφέρει στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου της τοπικής κοινότητας και στη διαχείριση των

πλουτοπαραγωγικών πόρων, εξασφαλίζοντας ταυτόχρονα τη μακροβιότητα και τη διατήρησή τους για τις μελλοντικές γενεές.

- Οικολογική βιωσιμότητα, κατά την οποία η αναπτυξιακή διαδικασία οφείλει να βρίσκεται σε αρμονία με τους φυσικούς πόρους της κάθε περιοχής και τη συντήρηση της οικολογίας της.
- Κοινωνικό-πολιτιστική βιωσιμότητα, σύμφωνα με την οποία η ανάπτυξη οφείλει να οδηγεί στην αύξηση του ελέγχου των διαθέσιμων πλουτοπαραγωγικών πόρων από την τοπική κοινωνία, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στη διατήρηση του πολιτισμού και στην ενδυνάμωση της ταυτότητας της κοινωνίας.

Εν κατακλείδι, συνάγεται το συμπέρασμα ότι η βιώσιμη ανάπτυξη χρειάζεται την οικονομική, την οικολογική και την κοινωνικό-πολιτιστική αναζωογόνηση ώστε να επιτευχθεί η καλύτερευση της ανθρώπινης ζωής και η διαφύλαξη των γήινων πόρων, τα οποία όλα μαζί προϋποθέτουν την ανάπτυξη.

2.5. Βιώσιμη ανάπτυξη και παγκόσμιοι στόχοι

Η βιώσιμη ανάπτυξη ή αλλιώς “Sustainable Development” αποτελεί τη λέξη κλειδί του 21^{ου} αιώνα και προτεραιότητα για όλη την ανθρωπότητα καθώς τα σοβαρά περιβαλλοντικά, κοινωνικά, και οικονομικά προβλήματα που αντιμετωπίζει σήμερα ο πλανήτης, έχουν ανάγκη άμεσης επίλυσης. Συναφείς όροι, οι οποίοι χρησιμοποιούνται με παρόμοια έννοια, είναι η πράσινη ανάπτυξη, αειφόρος,³ διατηρήσιμη ή διαρκής, υποστηρίξιμη. Ο στόχος της βιώσιμης ανάπτυξης είναι η επίτευξη της ισορροπίας ανάμεσα στους τρεις βασικούς πυλώνες της: το περιβάλλον, την οικονομία, την κοινωνία.

³ Σύμφωνα με το Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας (Μπαμπινιώτης 2002, σελ. 75), η ετυμολογία της λέξης αειφόρος προέρχεται από τις λέξεις «αείω» που σημαίνει πάντοτε και «φόρος» που σημαίνει φέρω.



ΣΧΗΜΑ 1.3 Οι πυλώνες της Βιώσιμης/Αειφόρου Ανάπτυξης

Οι περισσότερες χώρες και επιχειρήσεις επικεντρώνονται στον πυλώνα της οικονομικής ανάπτυξης με αποτέλεσμα η περιβαλλοντική και κοινωνική ανάπτυξη να έχουν υποστεί βλάβες. Στην πράξη ο συνδυασμός των τριών αυτών πτυχών μπορούν να δημιουργήσουν “γερά θεμέλια” μέσα από τα οποία μπορούν να επωφεληθούν όλοι, «οι φυσικοί πόροι διατηρούνται, το περιβάλλον προστατεύεται, η οικονομία δεν πλήττεται και η ποιότητα της ζωής των πολιτών βελτιώνεται ή συντηρείται» (Drexhage & Murphy, 2010).

Κατόπιν της έκθεσης της Επιτροπής Brutland (Brutland, 1987), ο ΟΗΕ και επιχειρήσεις έδωσαν μεγάλη έμφαση στην βιωσιμότητα και στην βιώσιμη ανάπτυξη και ζητήθηκε από την Επιτροπή Brutland, να πραγματοποιηθεί μια διεθνή συνάντηση για τη χάραξη πιο συγκεκριμένων πρωτοβουλιών και στόχων (Haski-Leventhal D., 2018).

Στη συνέχεια, το 1992, 189 κράτη ένωσαν τις δυνάμεις τους για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής σε μια διεθνή σύνοδο κορυφής στο Ρίο ντε Τζανέιρο της Βραζιλίας που οργάνωσε ο ΟΗΕ, γνωστή ως Σύνοδο Κορυφής για τη Γη (Earth Summit). Ήταν η πρώτη σύνοδος των ηγετών του κόσμου που εξέτασε σε βάθος τα

αλληλένδετα παγκόσμια προβλήματα της περιβαλλοντικής καταστροφής και της κοινωνικό-οικονομικής υπανάπτυξης. Οι συμμετέχοντες στη Σύνοδο Κορυφής υιοθέτησαν τη Διακήρυξη του Ρίου και την Ατζέντα 21, ένα ολοκληρωμένο σχέδιο δράσης που στοχεύει μεταξύ άλλων, στην άμεση ενημέρωση σχετικά με την κρισιμότητα της κατάστασης και τη ανάγκη για βιώσιμη ανάπτυξη στον κόσμο, τον 21^ο αιώνα (Υπουργείο Εξωτερικών, 2016).

Το ολοκληρωμένο αυτό σχέδιο δράσης, αποκαλούμενο Σύμβαση Πλαίσιο του ΟΗΕ για την Κλιματική Αλλαγή (UN Framework Convention on Climate Change, UNFCCC), διαδέχθηκε το Πρωτόκολλο του Κιότου (Kyoto Protocol), 1995. Το Πρωτόκολλο αυτό περιλαμβάνει τις δεσμεύσεις που έχουν αναλάβει οι εκβιομηχανισμένες χώρες για τον περιορισμό των οικείων εκπομπών ορισμένων αερίων που συμβάλλουν στο φαινόμενο του θερμοκηπίου, υπεύθυνων για τη θέρμανση του πλανήτη. Οι συνολικές εκπομπές των ανεπτυγμένων χωρών έπρεπε να μειωθούν τουλάχιστον κατά 5% την περίοδο 2008-2012 σε σύγκριση με τα επίπεδα του 1990. Η πρώτη περίοδος δέσμευσης του Πρωτοκόλλου άρχισε το 2008 και έληξε το 2012. Η δεύτερη περίοδος δέσμευσης άρχισε το 2013 και θα λήξει το 2020 (EUR-Lex, Πρόσβαση στο δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2020).

Το 2015, μια ιστορική χρονιά, κατά την οποία 196 Μέρη ενώθηκαν στο πλαίσιο της Συμφωνίας του Παρισιού για να αλλάξουν τις αναπτυξιακές τους τροχιές έτσι ώστε να θέσουν τον κόσμο σε μια πορεία προς την αειφόρο ανάπτυξη, με στόχο τον περιορισμό της θέρμανσης στους 1,5 έως 2 βαθμούς C πάνω από τα προβιομηχανικά επίπεδα. Η Συμφωνία στοχεύει επίσης στην ενίσχυση της ικανότητας των χωρών, συμπεριλαμβανομένων των αναπτυσσόμενων, να αντιμετωπίσουν τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής. Επιπλέον συμφώνησαν να εργαστούν για να καταστήσουν τις ροές χρηματοδότησης συνεπείς σε μια πορεία προς χαμηλές εκπομπές αερίων θερμοκηπίου και ανθεκτική στο κλίμα ανάπτυξη (United Nations, 2020).

Επίσης, τον Σεπτέμβριο του 2015, και τα 193 μέλη των Ηνωμένων Εθνών υιοθέτησαν ένα σχέδιο για την επίτευξη ενός καλύτερου μέλλοντος για όλους, σχεδιάζοντας μια διαδρομή για τα επόμενα 15 χρόνια προς την εξάλειψη της φτώχειας, την καταπολέμηση της ανισότητας και της αδικίας και την προστασία του Πλανήτη μας. Στο επίκεντρο της «Ατζέντας 2030» είναι οι 17 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης

(Sustainable Development Goals-SDGs) και 169 ειδικότεροι (targets) που σχετίζονται με αυτούς και αναφέρονται στις σημαντικότερες προκλήσεις της εποχής μας οικονομικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές και διακυβέρνησης. Οι ΣΒΑ (SDGs) προσδιορίζουν με καθαρότητα τον κόσμο που θέλουμε και ισχύουν για όλα τα έθνη, μην αφήνοντας κανέναν πίσω (United Nations, 2020).

Το κλειδί για την επίτευξη των ΣΒΑ είναι η ανάγκη συνεργασίας μεταξύ των κυβερνήσεων, του επιχειρηματικού τομέα, της κοινωνίας των πολιτών και μεμονωμένων ατόμων. Οι ΣΒΑ δεν παρουσιάζουν μόνο καθήκοντα αλλά και μεγάλες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις και είναι σημαντικό για τις επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο να γνωρίζουν τους 17 ΣΒΑ και να αποφασίσουν σε ποιους να επικεντρωθούν , στα πλαίσια της δικής τους στρατηγικής ΕΚΕ (Haski-Leventhal D., 2018).Όσον αφορά στον τουρισμό, έχει τη δυνατότητα να συμβάλλει άμεσα ή έμμεσα, σε όλους τους στόχους.⁴

Συγκεκριμένα , έχει συμπεριληφθεί ως στόχος στους Στόχους 8, 12 και 14 σχετικά με την χωρίς αποκλεισμούς και βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη, τη βιώσιμη κατανάλωση και παραγωγή, και τη βιώσιμη χρήση των ωκεανών και των θαλάσσιων πόρων αντίστοιχα. Ο αειφόρος τουρισμός τοποθετείται σταθερά στην Ατζέντα 2030. Η επίτευξη αυτής της ατζέντας, ωστόσο, απαιτεί ένα σαφές πλαίσιο εφαρμογής, επαρκή χρηματοδότηση και επενδύσεις σε τεχνολογία, υποδομές και ανθρώπινους πόρους (World Tourism Organization, 2020).

⁴ 1.Μηδενική Φτώχεια 2.Μηδενική Πείνα 3.Καλή Υγεία & Ευημερία 4.Ποιοτική Εκπαίδευση 5.Ισότητα των Φύλων 6.Καθαρό Νερό & Αποχέτευση 7.Φτηνή & Καθαρή Ενέργεια 8.Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη 9.Βιομηχανία, Καινοτομία & Υποδομές 10.Λιγότερες Ανισότητες 11.Βιώσιμες Πόλεις & Κοινότητες 12.Υπεύθυνη Κατανάλωση & Παραγωγή 13.Δράση για το Κλίμα 14.Ζωή στο Νερό 15.Ζωή στη Στεριά 16.Ειρήνη, Δικαιοσύνη & Ισχυροί Θεσμοί 17.Συνεργασία για Στόχους



ΣΧΗΜΑ 1.4: Οι 17 στόχοι της βιώσιμης ανάπτυξης (ΟΗΕ, 2015)

2.6. Περιβαλλοντική Συνείδηση των επιχειρήσεων τουρισμού

Ο συμβατικός τουρισμός συνδέεται συχνά με τη διαθεσιμότητα ενός καθαρού φυσικού περιβάλλοντος, ενώ όλοι οι τομείς αυτής της παγκόσμιας βιομηχανίας δημιουργούν πίεση προς το περιβάλλον. Η ξενοδοχειακή βιομηχανία, εξαιτίας της πολύ ειδικής λειτουργίας της, των χαρακτηριστικών λειτουργίας της και των παρεχόμενων υπηρεσιών, καταναλώνει σημαντικές ποσότητες ενέργειας, νερού, και προϊόντων μικρής βιωσιμότητας. Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις των ξενοδοχειακών

εγκαταστάσεων είναι επομένως χαρακτηριστικά μεγαλύτερες από εκείνες οι οποίες προκαλούνται από άλλα είδη κτιρίων παρόμοιου μεγέθους (Rada, 1996).

Αναγνωρίζοντας την περιβαλλοντική υποβάθμιση, οι κυβερνήσεις, μαζί με το πράσινο κίνημα εντός της ξενοδοχειακής και τουριστικής βιομηχανίας, και οι ταξιδιώτες, έχουν συνειδητοποιήσει όλο και περισσότερο την ανάγκη για πιο αποτελεσματικά μέτρα όσον αφορά στην προστασία του περιβάλλοντος. Προκειμένου να επιτευχθεί αξιοσημείωτη βελτίωση, οι διευθυντές και οι διαχειριστές ξενοδοχείων πρέπει να είναι πρόθυμοι να ενεργήσουν με περιβαλλοντικά υπεύθυνο τρόπο. Πρέπει, επίσης, να διαθέτουν επαρκείς γνώσεις των περιβαλλοντικών ζητημάτων που σχετίζονται με τις δραστηριότητές τους καθώς και επαρκή κεφάλαια για την εφαρμογή προηγμένων περιβαλλοντικά ορθών πρακτικών (Bohdanowicz, 2005).

Η ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής διαχείρισης στις επιχειρήσεις και η υιοθέτηση μέτρων υπέρ του περιβάλλοντος ήταν μια κοινή ανησυχία για ήδη ένα σημαντικό χρονικά διάστημα στη βιομηχανία της φιλοξενίας στον Δυτικό κόσμο –τουλάχιστον σε αξιόπιστα ξενοδοχεία. Στις χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, η υιοθέτηση μέτρων και διαδικασιών φιλικών προς το περιβάλλον έγινε προσφάτως, καθώς υπάρχει συχνά πίεση μέσω περιβαλλοντικής νομοθεσίας με νέους νόμους και πολιτικές οι οποίες απαιτούν από τα ξενοδοχεία και άλλους παρόμοιους οργανισμούς να εισάγουν περιβαλλοντικά μέτρα. Η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση αυξάνεται και εξαπλώνεται από Δύση ως Ανατολή με ποικιλία υιοθέτησης περιβαλλοντικών πρακτικών (Novacka et al, 2018), όπως μέτρα για την ελάττωση της ενεργειακής κατανάλωσης, μέτρα προώθησης των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, ενθαρρύνοντας την διαχείριση και διατήρηση του νερού, την ανακύκλωση και επαναχρησιμοποίηση, μέτρα για την προτίμηση τοπικών πηγών, επιλέγοντας τοπικούς προμηθευτές τροφίμων, προμηθευτές με προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον, φιλικές προς το περιβάλλον υπηρεσίες ή φιλικές προς το περιβάλλον συνιστώσες υπηρεσιών και εξυπηρέτησης των τουριστικών απαιτήσεων.

2.7 Πρότυπα συστήματα και σήματα βιώσιμης ανάπτυξης

2.7.1. Συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης

Η σχέση του τουρισμού με το περιβάλλον είναι άμεση καθότι το περιβάλλον αποτελεί κατεξοχήν πόρο-προσέλκυση τουριστικής δραστηριότητας το οποίο εμπλουτίζει την ελκυστικότητα του προορισμού. Ο τουρισμός δύναται να δημιουργήσει θετικές, αρνητικές ή μη υπολογίσιμες επιπτώσεις στο περιβάλλον αναλόγως με το πώς έχει σχεδιαστεί η ανάπτυξη του και εφαρμοστεί γενικότερα.

Ως γνωστόν ο τουρισμός συμβάλλει στην ρύπανση της ατμόσφαιρας, των ωκεανών και του γλυκού νερού. Όπως αναφέρεται από τον Ralf Buckley (2012), ο τουρισμός το 2001 είχε καταναλώσει το 0.34% της χερσαίας έκτασης παγκόσμια, είχε χρησιμοποιήσει ενέργεια περίπου 3.2% και είχε συμβάλει στο 5% περίπου της ανθρωπογενούς κλιματικής αλλαγής. Οι σχέσεις της κλιματικής αλλαγής με τον τουρισμό εξετάζονται εκτενώς τα τελευταία χρόνια και η βιομηχανία του τουρισμού προβάλλει μη ρεαλιστικούς ισχυρισμούς σχετικά με την μείωση των εκπομπών, την αντιστάθμιση άνθρακα και την ουδετερότητα αυτού.

Η σημασία της υψηλής περιβαλλοντικής ποιότητας για την ανάπτυξη του τουρισμού αναγνωρίστηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού κατά την δεκαετία του 90' με την σύσταση Επιτροπής Περιβάλλοντος. Μετά την Σύνοδο Κορυφής του Ρίο για τη Γη το 1992, η οποία χαρακτήρισε τον τουρισμό ως έναν από τους τομείς προτεραιότητας για την αειφόρο ανάπτυξη, το πράσινο κίνημα της ξενοδοχειακής βιομηχανίας κέρδισε δυναμική και αναγνώριση. Οι όλο και πιο αυστηροί κανονισμοί που σχετίζονται με το περιβάλλον υιοθετούνται και εφαρμόζονται σε πολλά μέρη του κόσμου, συμπεριλαμβανομένης και της ΕΕ (Bohdanowicz, 2006). Οι ξενοδοχειακοί και τουριστικοί οργανισμοί, ακόμα και οι ξενοδοχειακές εταιρείες αναπτύσσουν περιβαλλοντικές οδηγίες, εκπαιδευτικά προγράμματα, δημοσιεύουν μελέτες περιπτώσεων βέλτιστης πρακτικής και υιοθετούν πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον.

Σήμερα η πλειονότητα των επιχειρήσεων αποδέχονται σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό βιώσιμες πρακτικές ανάπτυξης και εφαρμόζουν Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης για την πιο αποτελεσματική προστασία του περιβάλλοντος.

Η εφαρμογή των Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, εφεξής ΣΠΔ, αποτελεί ένα από τα βασικότερα εργαλεία βιώσιμης ανάπτυξης που έχει στη διάθεσή της μια επιχείρηση. Σύμφωνα με τους Mariani, Czakon, Buhalis, & Vitouladiti (2016) τα ΣΠΔ εφαρμόζουν ένα προκαθορισμένο πλαίσιο οδηγιών, διαδικασιών και πρακτικών βιωσιμότητας, τόσο σε οργανωτικό και διοικητικό επίπεδο όσο και σε τεχνικό. Η εφαρμογή τους αποτελεί ουσιαστικά δέσμευση της επιχείρησης για συνεχή και συστηματική βελτίωση των περιβαλλοντικών της επιδόσεων.

Τα ΣΠΔ αναπτύχθηκαν για πρώτη φορά από το BSI (British Standards Institute) το 1992 και κωδικοποιήθηκαν ως BS 7750. Το πρότυπο αυτό αποτέλεσε τη βάση για την ανάπτυξη άλλων και περισσότερο διαδεδομένων προτύπων, όπως το ISO 140001 και EMAS (Environmental Management Audit Scheme), (Βαξεβανίδου, 2001).

Οι πιο σημαντικοί αντικειμενικοί σκοποί ενός ΣΠΔ, σύμφωνα με τους Legrand et al. (2017) είναι:

- Να εντοπίσει και να θέσει υπό έλεγχο τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο τον οποίο προκαλεί η επιχειρηματική δραστηριότητα και η παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών .
- Να εφαρμόσει το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο για την προστασία του περιβάλλοντος και την κοινωνική ευημερία.
- Να εφαρμόσει μια συστηματική προσέγγιση στον καθορισμό περιβαλλοντικών στόχων και αντικειμενικών σκοπών.
- Να εξασφαλίσει διαφάνεια στην επικοινωνία της επιχείρησης με τους υπαλλήλους , με τους καταναλωτές και με την τοπική κοινωνία.
- Να βελτιώνει διαρκώς την περιβαλλοντική απόδοση της επιχείρησης.

Η εφαρμογή ενός ΣΠΔ έχει εκούσιο χαρακτήρα και πολλαπλά οφέλη, με κυριότερο, την διαβεβαίωση όλων των ενδιαφερόμενων μερών ότι η επιχείρηση συμμορφώνεται με τις ισχύουσες περιβαλλοντικές διατάξεις. Με την γνωστοποίηση αυτή, η επιχείρηση δύναται να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τους κύριους ανταγωνιστές της. Επιπλέον, η επιχείρηση, εφαρμόζοντας τις ισχύουσες περιβαλλοντικές διατάξεις, οδηγείται σταδιακά σε βελτίωση της συνολικής παραγωγικότητάς της. Αυτό επιτυγχάνεται χάρη στην καινοτομία και τις επενδύσεις σε τεχνολογικό εξοπλισμό. Επίσης, η επιχείρηση μπορεί να πετύχει αύξηση

περιθωρίου κέρδους με α) καλύτερη διαχείριση πρώτων υλών, β) μικρότερο κόστος διάθεσης αποβλήτων, γ) χαμηλότερο κόστος μεταφοράς και αποθήκευσης και δ) χαμηλότερες δαπάνες ασφάλισης, λόγω χαμηλότερου περιβαλλοντικού κινδύνου (Βαξεβανίδου, 2001).

Παράλληλα, θεωρείται επιπρόσθετο κέρδος η αναβάθμιση των εργαζομένων, η οποία επιτυγχάνεται μέσα από την παροχή εκπαίδευσης και σε συνδυασμό με την δημιουργία κινήτρων από την επιχείρηση με σκοπό την αύξηση της παραγωγικότητάς τους, της αύξησης του ποσοστού συμμετοχής τους και της υπευθυνότητάς τους (Γεωργακόπουλος, Μανδαράκα, 2006). Συνοψίζοντας, δεχόμαστε ότι σκοπός από την εφαρμογή ΣΠΔ είναι η περιβαλλοντική βελτίωση μιας επιχείρησης και η συμμόρφωσή της με την ισχύουσα περιβαλλοντική νομοθεσία.

2.7.2 ISO 14001:2015

Ο ISO (International Standards Organization –Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης), έχει αναπτύξει πρότυπα τα οποία βοηθούν οργανισμούς (συμπεριλαμβανομένων επιχειρήσεων, κυβερνήσεων και μη κερδοσκοπικών οργανισμών) να υιοθετήσουν μια προδραστική προσέγγιση στην διαχείριση περιβαλλοντικών ζητημάτων.

Η οικογένεια προτύπων περιβαλλοντικής διαχείρισης ISO 14000 έχει ως στόχο να συμβάλλει στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής, καθορίζοντας πρότυπα για την λογιστική παρακολούθηση των αερίων του θερμοκηπίου την επαλήθευση και την εμπορία εκπομπών και για την μέτρηση του αποτυπώματος άνθρακα των προϊόντων.

Για την παρακολούθηση διαφόρων πτυχών της κλιματικής αλλαγής, όπως η ποιότητα του αέρα, του νερού και του εδάφους, ο ISO έχει αναπτύξει σχεδόν 600 πρότυπα (ISO, 2020).

Το Πρότυπο ISO 14001, είναι το πλέον διαδεδομένο παγκοσμίως για την εφαρμογή Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (EMS Environmental Management System), το οποίο θέτει τις απαιτήσεις για την ανάπτυξη και εφαρμογή ενός αποτελεσματικού συστήματος για το περιβάλλον. Δύναται να εφαρμοστεί από οποιονδήποτε οργανισμό ενδιαφέρεται να βελτιώσει την περιβαλλοντική του επίδοση, ανεξάρτητα από το μέγεθος, τον τομέα, ή την γεωγραφική περιοχή στην οποία

δραστηριοποιείται. Με βάση τον κύκλο του Deming “Plan-Do-Check-Act cycle”, «Σχεδιάσε-Πράξε-Έλεγξε-Ενέργησε», μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο, καθώς και να δώσει έμφαση στον εντοπισμό, τον έλεγχο και την παρακολούθηση των περιβαλλοντικών πτυχών ενός οργανισμού καθώς επίσης και να διαχειριστεί και να βελτιώσει το όλο σύστημα (Liberoassurance, 2020).

Το ISO 14001 αποτελεί τη βάση για την εφαρμογή και άλλων συστημάτων πιστοποίησης περιβαλλοντικού χαρακτήρα, όπως είναι το Κοινοτικό Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Οικολογικού Ελέγχου (EMAS), του οποίου οι απαιτήσεις δομής και υλικού είναι περισσότερο, όμως, απαιτητικές, κυρίως όσον αφορά τη βελτίωση της απόδοσης, τη νομική συμμόρφωση και τα καθήκοντα αναφοράς. Το ISO 14000 είναι παρόμοιο με τη διαχείριση ποιότητας του ISO 9000, καθώς και τα δύο αφορούν τη διαδικασία ενός προϊόντος και όχι το ίδιο το προϊόν (European Commission, 2020).

Με την υιοθέτηση των Προτύπων ISO τα μέλη που συμμετέχουν, βοηθάνε στην επίτευξη των στόχων αειφόρου ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών (SDGs) καθώς οι οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές διαστάσεις αντιμετωπίζονται άμεσα από απο τα πρότυπα ISO (International Organization for Standardization, 2020).⁵

2.7.3 EMAS

Το EMAS, όπως προαναφέρθηκε, είναι Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου της ΕΕ στο οποίο δύναται να συμμετέχουν εθελοντικά επιχειρήσεις και οργανισμοί. Αποτελεί ένα κορυφαίο εργαλείο διαχείρισης με παγκόσμια αναγνώριση και μπορεί να εφαρμοστεί από οποιαδήποτε επιχείρηση επιθυμεί να μειώσει το περιβαλλοντικό της αποτύπωμα και να συμβάλλει ενεργά στην προστασία του περιβάλλοντος (European Commission, 2020).

Το EMAS μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις:

- Μειώνοντας τις δαπάνες που συνδέονται με τη διαχείριση των πόρων και των αποβλήτων

⁵ ISO standards sustainable development goals (<https://www.iso.org/sdgs.html>, 2020).

- Ελαχιστοποιώντας τους περιβαλλοντικούς κινδύνους και τον κίνδυνο επιβολής προστίμων βάσει της περιβαλλοντικής νομοθεσίας
- Τηρώντας τις κανονιστικές ρυθμίσεις
- Απαλλάσσοντας από ορισμένες υποχρεώσεις που προβλέπουν οι περιβαλλοντικές ρυθμίσεις (π.χ. υποχρέωση υποβολής εκθέσεων και επιθεωρήσεις)
- Βελτιώνοντας τις σχέσεις αυτών με το προσωπικό και τους εξωτερικούς συνεργάτες
- Βελτιώνοντας συνεχώς τις περιβαλλοντικές επιδόσεις
- Επιτυγχάνοντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με ενίσχυση της αξιοπιστίας, διαφάνειας και φήμης έναντι των πελατών

Η διαδικασία καταχώρισης στο EMAS είναι διαφανής, το δε σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης ελέγχεται από ανεξάρτητο τρίτο φορέα, γεγονός που εξασφαλίζει την αξιοπιστία του συστήματος. Μόνο οι καταχωρημένες επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιούν τον λογότυπο του EMAS (Ευρωπαϊκή Ένωση, 2020).

2.7.4. Διαδικασία εφαρμογής και πιστοποίησης

Τα βήματα εφαρμογής που χρειάζεται να ακολουθήσει ένας οργανισμός για την συμμετοχή του στο EMAS ή στο ISO14001 είναι παρόμοια. Σύμφωνα με τους Mariani et al (2016), ένα ΣΠΔ περιέχει πέντε βασικά στάδια τα οποία έχουν σχέση με την προετοιμασία, τον σχεδιασμό, την εφαρμογή, τον έλεγχο και την αξιολόγηση του προγράμματος και είναι τα κάτωθι:

- 1) *Περιβαλλοντική πολιτική*: προετοιμάζονται και συντάσσονται εγχειρίδια διαδικασιών, καταγράφονται οι αρμοδιότητες και καθορίζεται η γραπτή διακήρυξη των γενικών αντικειμενικών σκοπών και αρχών δράσης της επιχείρησης σε περιβαλλοντικά θέματα.
- 2) *Σχεδιασμός*: εντοπίζονται τα περιβαλλοντικά προβλήματα τα οποία δημιουργούνται από την λειτουργία της επιχείρησης και καταρτίζεται ένα σχέδιο αντιμετώπισης αυτών.

3) *Εφαρμογή*: στρατολογούνται όλοι οι πόροι της επιχείρησης, είτε πρόκειται για ανθρώπινους, είτε για οικονομικούς και φυσικούς, για να αντιμετωπιστούν τα περιβαλλοντικά ζητήματα που προκαλεί η επιχείρηση.

4) *Έλεγχος και διορθωτικά μέτρα*: συγκεντρώνονται πληροφορίες όσον αφορά στην περιβαλλοντική απόδοση της επιχείρησης μέχρι την δεδομένη περίοδο, αξιολογείται η απόκλιση από τον αρχικό σχεδιασμό και λαμβάνονται πλέον διορθωτικά μέτρα.

5) *Αξιολόγηση*: ορίζεται ο βαθμός στον οποίο εφαρμόστηκε το αρχικό στάδιο δράσης και αναλόγως των αποτελεσμάτων, ενδεχομένως δίνεται η δυνατότητα στην επιχείρηση πιστοποίησης από έναν οργανισμό τυποποίησης.

2.7.5. Περιβαλλοντικά σήματα και πιστοποιητικά βιώσιμης ανάπτυξης και εταιρικής ευθύνης

Για την προστασία του περιβάλλοντος από τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων και οργανισμών, εκτός από τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης έχουν δημιουργηθεί και τα περιβαλλοντικά σήματα, τα οποία έχουν στόχο την ενημέρωση των καταναλωτών μέσω ενός παγκόσμιου δικτύου πληροφόρησης και επικοινωνίας, σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες φιλικά κείμενες προς το περιβάλλον. Η σήμανση των οικολογικών προϊόντων εξελίσσεται στην Ευρώπη αλλά και στην χώρα μας σε εθελοντικό πλαίσιο. Δεν υπάρχει νομοθεσία η οποία να επιβάλλει την οικολογική σήμανση. Αντιθέτως, η λογική του θεσμού στοχεύει στην αλλαγή νοοτροπίας στο αγοραστικό κοινό με σκοπό την έμμεση πίεση προς τους παραγωγούς για την υιοθέτηση μεθόδων καθαρής παραγωγής (Πανεπιστήμιο Αιγαίου, 2020).

Τα οικολογικά σήματα πρέπει να εναρμονίζονται με συγκεκριμένα πρότυπα τυποποίησης προκειμένου να θεωρούνται αξιόπιστα και να κερδίζουν το ενδιαφέρον της αγοράς. Ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης (ISO) έχει κατηγοριοποιήσει τα οικολογικά σήματα σε τρεις βασικούς τύπους:

- Τα οικολογικά σήματα **Τύπου I** τα οποία βασίζονται στα κριτήρια ελέγχου τρίτων οργανισμών με βάση την ανάλυση κύκλου ζωής ενός προϊόντος. Τα οίκο-σήματα Τύπου I απονέμονται από ανεξάρτητους οργανισμούς σε παραγωγούς και κατασκευαστές που αποδεδειγμένα χρησιμοποιούν πρακτικές

και πρώτες ύλες «φιλικές προς το περιβάλλον» με σκοπό τα προϊόντα τους να διαφοροποιηθούν σημαντικά έναντι άλλων ανταγωνιστικών προϊόντων στον ίδιο κλάδο.

- Τα οικολογικά σήματα **Τύπου II** τα οποία αναδεικνύουν τους ισχυρισμούς των κατασκευαστών τους. Για παράδειγμα «κατασκευασμένο κατά 40% από ανακυκλωμένα υλικά».
- Τα οικολογικά σήματα **Τύπου III** τα οποία παρουσιάζουν εύκολα συγκρίσιμες πληροφορίες βάσει του κύκλου ζωής ενός προϊόντος αλλά δεν προβαίνουν σε ισχυρισμούς έναντι άλλων ανταγωνιστικών προϊόντων (Πανεπιστήμιο Αιγαίου, 2020).



ΣΧΗΜΑ 1.5: Οικολογικά σήματα & πιστοποιητικά

Ο ξενοδοχειακός τομέας σε σχέση με άλλους επιχειρηματικούς κλάδους, καθυστέρησε να ανταποκριθεί στην πρόκληση της βιώσιμης ανάπτυξης, ίσως διότι η φύση των υπηρεσιών αυτών δεν καθιστά άμεσα αντιληπτό τον αρνητικό τους αντίκτυπο, ενώ ταυτόχρονα κυριαρχούσε η άποψη ότι η άνεση των πελατών δεν δύναται να συμβαδίσει με περιοριστικά μέτρα στις παρεχόμενες υπηρεσίες (Jauhari, 2014).

Τα σημαντικότερα οφέλη τα οποία προκύπτουν από την υιοθέτηση ενός οικολογικού σήματος σύμφωνα με τους Legrand et al (2017) αφορούν κυρίως :

- Την προώθηση της βιώσιμης φιλοσοφίας της επιχείρησης
- Την ενημέρωση των καταναλωτών για τις επιλογές τους
- Την προβολή της οικονομικής αποδοτικότητας
- Την τόνωση της βιώσιμης ανάπτυξης της αγοράς
- Την συνεχή βελτίωση των βιώσιμων πρακτικών
- Την καταγραφή και αποτύπωση συγκριτικών στοιχείων

Τα πλέον γνωστά οικολογικά σήματα είναι το **Ευρωπαϊκό λουλούδι**, ο **Κύκνος της Νορβηγίας** και ο **Μπλε Άγγελος**:

- **Το Ευρωπαϊκό λουλούδι- ECOLABEL**



ΣΧΗΜΑ 1.6: Λογότυπο Το Ευρωπαϊκό λουλούδι – Eco label

Το ευρωπαϊκό σήμα Eco-label αποτελεί μια εθελοντική σήμανση η οποία καθιερώθηκε το 1992 με σκοπό την παρότρυνση των επιχειρήσεων για φιλικότερα προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες. Η ολομέλεια του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου ενέκρινε την πρόταση κανονισμού για το κοινοτικό οικολογικό σήμα Eco-label, το οποίο αποδίδεται με ένα άνθος. Είναι προαιρετικό και απονέμεται στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που έχουν την καλύτερη επίδοση βάσει περιβαλλοντικών κριτηρίων σε όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους βοηθώντας έτσι τους Ευρωπαίους καταναλωτές να διακρίνουν προϊόντα και υπηρεσίες (εξαιρούνται τρόφιμα και ποτά) που είναι φιλικά προς το περιβάλλον. Στον τομέα των υπηρεσιών η

μόνη κατηγορία που καλύπτεται, από τον Φεβρουάριο του 2005, είναι τα τουριστικά καταλύματα. Για την απονομή του Σήματος στα τουριστικά καταλύματα, έχουν θεσπιστεί ειδικά κριτήρια εκ των οποίων πρέπει να πληρούνται τα 37 υποχρεωτικά κριτήρια, αλλά και κάποια προαιρετικά. Τα κριτήρια έχουν ως σκοπό τον περιορισμό των κυριότερων επιπτώσεων στο περιβάλλον κατά την διάρκεια των τριών φάσεων του κύκλου ζωής της υπηρεσίας (αγορά, παροχή υπηρεσίας, απόβλητα) (European Commission, 2020).

- **Ο Κύκνος της Νορβηγίας- The Nordic Swan Ecolabel**

Θεμελιώθηκε το 1989 από την Νορβηγική Κυβέρνηση. Αναγνωρίζεται επίσης στην Σουηδία, τη Φινλανδία, τη Δανία και την Ισλανδία. Στην περίπτωση που απονεμηθεί σε μια από αυτές τις χώρες, τότε αυτομάτως ισχύει και στις υπόλοιπες με την προϋπόθεση οι παραγωγοί να πληρώσουν τα δικαιώματα του σήματος στις υπόλοιπες χώρες. Η χρονική ισχύ είναι τρία χρόνια και στη συνέχεια ακολουθεί ανανέωση του σήματος. Στην περίπτωση που τα κριτήρια έχουν γίνει αυστηρά ή το προϊόν δεν τα πληροί, τότε χάνει το δικαίωμα της ανανέωσης και το σήμα χάνεται (Πανεπιστήμιο Αιγαίου, 2020).



ΣΧΗΜΑ 1.7: Λογότυπο Ο Κύκνος της Νορβηγίας- The Nordic Swan Eco label

- **Ο Μπλε Άγγελος – (The Blue Angel)**

Εδραιώθηκε το 1978 στην Γερμανία και αποτελεί το πρώτο σήμα το οποίο εμφανίστηκε στην αγορά. Αποτελεί ιδιοκτησία του Γερμανικού Υπουργείου

Περιβάλλοντος, ενώ παράλληλα η διαχείριση πραγματοποιείται από την Γερμανική Υπηρεσία Περιβάλλοντος και τον εθνικό οργανισμό πιστοποίησης (Πανεπιστήμιο Αιγαίου, 2020).



ΣΧΗΜΑ 1.8: Λογότυπο Ο Μπλε Άγγελος- The Blue Angel

2.7.6 Βραβεία, σήματα και πιστοποιητικά βιώσιμης ανάπτυξης στον ξενοδοχειακό κλάδο

Η ύπαρξη βραβείου ή σήματος ή πιστοποιητικού βιώσιμης ανάπτυξης στον ξενοδοχειακό κλάδο επιβραβεύει τις επιχειρήσεις που σέβονται και μεριμνούν για το περιβάλλον και παράλληλα παρέχει μια μοναδική ευκαιρία για την ικανοποίηση των προσδοκιών των τουριστών με περιβαλλοντικά ενδιαφέροντα και συνάπτει στην προσθήκη ποιοτικής αξίας για την επιχείρηση. Αξίζει, επομένως, να σημειωθούν ορισμένα εξ αυτών τα οποία έχουν συνταχθεί ειδικά για τον τομέα του τουρισμού:

- Το «**Green Key**», ένα διεθνές αναγνωρίσιμο οικολογικό σήμα με βάση ένα Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης. Αποτελεί κορυφαίο πρότυπο αριστείας στον τομέα της περιβαλλοντικής ευθύνης και της βιώσιμης ανάπτυξης στον ξενοδοχειακό κλάδο και η δέσμευση των επιχειρήσεων ότι τηρούν τα αυστηρά κριτήρια που ορίζει το Ίδρυμα για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση (FEE). Καθώς η προοπτική του τουρισμού αποτελεί σημαντικό συστατικό μιας βιώσιμης ανάπτυξης, τα κριτήρια του Πράσινου Κλειδιού συμβάλλουν στις προσπάθειες όπως ορίζονται στους 17 ΣΒΑ για την επίτευξη βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης, βιώσιμης κατανάλωσης και παραγωγής και

αιφόρου χρήσης των πόρων. Έμμεσα το Πράσινο Κλειδί εκστρατεύει, εκτός των άλλων, κατά της περιβαλλοντικής υποβάθμισης (Green Key, 2020).



ΣΧΗΜΑ 1.9: Λογότυπο The Green Key

- Το σήμα «**BIO-HOTELS**»

Το συγκεκριμένο σήμα «BIO-Hotels» καθιερώθηκε αρχικά από μια γερμανική ένωση ανεξάρτητων ιδιοκτητών βιολογικών ξενοδοχείων οι οποίοι αποφάσισαν να προσφέρουν οργανικές και φιλικές προς το περιβάλλον διακοπές. Σήμερα το συγκεκριμένο οικολογικό σήμα φέρουν σχεδόν 90 ξενοδοχειακές μονάδες σε 7 ευρωπαϊκές χώρες, συμπεριλαμβανομένου και της Ελλάδας. Κάθε ξενοδοχείο είναι μοναδικό –αλλά όλα έχουν ένα κοινό στόχο: την συνεπή τήρηση των οδηγιών του BIO-Hotels. Η βιώσιμη οικονομία, η τοπική αγορά και οι φιλικοί προς το περιβάλλον κύκλοι ενέργειας και αποβλήτων είναι υποχρεωτικοί για όλους τους οργανικούς ξενοδόχους. Αποτελεί τον πρώτο ξενοδοχειακό όμιλο που πιστοποιήθηκε από οικολογικά ξενοδοχεία πιστοποιημένα. Επομένως, η συνεχής βελτίωση του αποτυπώματος άνθρακα είναι ο δηλωμένος κοινός στόχος (Bio Hotels, 2020).



ΣΧΗΜΑ 1.10: Λογότυπο Bio-Hotels

- Το σήμα «**Green Globe**»

Το Διεθνές Πρότυπο Green Globe για τον Αειφόρο Τουρισμό έχει αναπτυχθεί τις τελευταίες δύο δεκαετίες σε συνεργασία με την τουριστική και ταξιδιωτική

βιομηχανία, με τις κοινότητες σε τουριστικούς προορισμούς και άλλα ενδιαφερόμενα μέλη. Το συγκεκριμένο πρότυπο αναγνωρίζεται από το Παγκόσμιο Συμβούλιο Βιώσιμου Τουρισμού και η Green Globe είναι μέλος του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO). Τα μέλη του Green Globe έχουν δεσμευτεί στην συγκριτική αξιολόγηση και διαχείριση της χρήσης ενέργειας και νερού με στόχο την μείωση της χρήσης αυτών των πόρων καθώς και την προώθηση της επαναχρησιμοποίησης και της ανακύκλωσης υλικών. Επενδύουν επίσης στην προστασία του πολιτισμού και της κληρονομιάς του προορισμού υποδοχής τους (Green Globe, 2020).



ΣΧΗΜΑ 1.11: Λογότυπο Green Globe

- Το σήμα «**Travel life**»

Το σήμα «Travel life», είναι ένα διεθνώς αναγνωρισμένο πρόγραμμα αειφορίας διαμονής με 1.500 περίπου μέλη σε περισσότερες από 50 χώρες. Το σύστημα πιστοποίησης Travelife σχεδιάστηκε από τον ταξιδιωτικό κλάδο έτσι ώστε να είναι αξιοκρατικό και οικονομικά προσιτό σε όλα τα ξενοδοχεία και καταλύματα παρέχοντας παράλληλα πρακτικά εργαλεία και υλικό όσον αφορά στην βελτίωση των περιβαλλοντικών, οικονομικών και κοινωνικών επιπτώσεων των επιχειρήσεών τους. Επίσης, βοηθάει τα μέλη να προχωρήσουν προς τον έλεγχο τρίτων μερών, συμπεριλαμβανομένης μιας διαδικτυακής λίστας αειφορίας, βάσει ευρωπαϊκών και διεθνών προτύπων (Travelife, 2020).



ΣΧΗΜΑ 1.12: Λογότυπο Travelife

- Το σήμα ποιότητας «**Q nest**»

Το σήμα ποιότητας «Qnest» (Quality Network on Sustainable Tourism), στοχεύει στην αξιοποίηση των κοινών και ποιοτικών χαρακτηριστικών της πολιτιστικής, παραδοσιακής και περιβαλλοντικής κληρονομιάς της περιοχής Αδριατικής-Ιονίου. Το σήμα ποιότητας αφορά την παραδοσιακή, υλική και άυλη πολιτιστική κληρονομιά σε συνδυασμό με την Μεσογειακή διατροφή και απονέμεται στις επιχειρήσεις κατόπιν αξιολόγησης των ποιοτικών χαρακτηριστικών και πλήρωσης των προϋποθέσεων που έχουν οριστεί για την απόκτηση του σήματος ποιότητας. Το συγκεκριμένο σήμα υλοποιείται στα πλαίσια του Διακρατικού Προγράμματος Αδριατικής-Ιονίου INTERREG 2014-2020, με την συμμετοχή 5 χωρών , ήτοι την Ελλάδα, Ιταλία, Σλοβενία, Κροατία και Μαυροβούνιο (Quality Network on Sustainable Tourism, 2020).



ΣΧΗΜΑ 1.13: Λογότυπο Qnest

- «**Ελληνικό πρωινό**»

Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος ανέπτυξε μια καινοτόμο πρωτοβουλία πιστοποίησης, η οποία μέσα από την ανάδειξη των ελληνικών αγροδιατροφικών προϊόντων και εδεσμάτων, την καθιέρωση της ελληνικής κουζίνας και γαστρονομίας στα ξενοδοχεία, και την διάδοση της τοπικής ή γενικής ελληνικής πολιτιστικής

κληρονομιάς, ενισχύει την τοπική οικονομία και κοινωνία και θέτει τις βάσεις για μια σταθερή και βιώσιμη ανάπτυξη των ελληνικών τουριστικών προορισμών. Αποτελεί ένα δομημένο πρόγραμμα, το οποίο απαιτεί αυστηρή τήρηση συγκεκριμένων παραμέτρων από τα ξενοδοχεία-μέλη, ώστε να εξασφαλιστεί η ποιότητα και η αυθεντικότητα των προσφερομένων προϊόντων και συνταγών (Ελληνικό

Πρωινό, Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2020).



ελληνικό πρωινό



greek breakfast

ΣΧΗΜΑ 1.14: Λογότυπο Ελληνικό Πρωινό

Κεφάλαιο 3: Μεθοδολογία έρευνας

3.1. Σκοπός και στόχοι έρευνας

Σύμφωνα με τον ορισμό που δίνεται από τον Ηγουμενάκη (1999) για την διεξαγωγή μιας επιστημονικής έρευνας απαιτείται πρωτίστως η συλλογή των πληροφοριών, ακολουθεί η διαδικασία της επεξεργασίας, κατόπιν η ανάλυση και στο τέλος η παρουσίαση των δεδομένων πληροφοριών σχετικών με το εξεταζόμενο θέμα.

Η οργανωμένη συλλογή πληροφοριών, η αξιολόγησή τους και στη συνέχεια η αποκάλυψη νέων πραγμάτων, ορίζει την έννοια της έρευνας. Σκοπός της είναι η ανακάλυψη της γνώσης και η απάντηση στα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν με την βοήθεια επιστημονικών μεθόδων. Οι μορφές της έρευνας ξεχωρίζουν σε, πειράματα πεδίου, εργαστηριακά πειράματα, αναλύσεις περιεχομένου, δημοσκοπήσεις και case study (Τζανή, 2005).

Η σχεδίαση της έρευνας έχει ως σκοπό τον προσδιορισμό των πηγών για την απόκτηση των επιθυμητών στοιχείων. Υπάρχουν δύο κύριες πηγές άντλησης πληροφοριών, οι πρωτογενείς και οι δευτερογενείς. Στην πρωτογενή έρευνα γίνεται συλλογή πρωτογενών στοιχείων και πληροφοριών που κρίνονται απαραίτητα για την λήψη πιο σωστών αποφάσεων. Απαιτεί την συλλογή δεδομένων που δε διαθέτει καμία άλλη πηγή (δευτερογενή). Η συλλογή τους γίνεται με δύο κυρίως τρόπους, είτε με τη μέθοδο της επισκόπησης είτε με το ερωτηματολόγιο (Βαλαβάνης, 2015).

Ο προσεκτικός σχεδιασμός και η παράλληλη χρησιμοποίηση εξειδικευμένων ερωτηματολογίων, ως εργαλείο διεξαγωγής πρωτογενούς έρευνας, τονίζει η Βιτουλατίδη (2000), δύναται να αντλήσει αντικειμενικά και αξιόπιστα αποτελέσματα σε σχέση με τα εξεταζόμενα ζητήματα. Αναφέρει επίσης ότι ο σαφής προσδιορισμός των ερευνητικών στόχων είναι η βάση για τον επιτυχή σχεδιασμό ενός ερωτηματολογίου. Αυτό συνεπάγεται ότι οι ερωτήσεις οι οποίες θα συμπεριληφθούν θα πρέπει να αντιστοιχούν με τους στόχους της έρευνας και να εξάγουν τα απαραίτητα στοιχεία για την ανάλυση και αποσαφήνιση του εξεταζόμενου προβλήματος.

Ο γενικότερος στόχος της έρευνας για την περιβαλλοντική συνείδηση των επιχειρήσεων τουρισμού στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) είναι

ο προσδιορισμός του βαθμού ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης των τουριστικών επιχειρήσεων φιλοξενίας σε θέματα βιωσιμότητας και κατά πόσο αυτές εφαρμόζουν ή προτίθενται να εφαρμόσουν πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης μέσα στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Ο γενικότερος αυτός στόχος αποτελείται από επιμέρους εξειδικευμένους στόχους οι οποίοι αφορούν:

1. στον προσδιορισμό των χαρακτηριστικών των ξενοδοχείων και καταλυμάτων συμμετέχουν στην έρευνα, όπως η κατηγορία, η δυναμικότητα, η εποχικότητα, και οι παρεχόμενες υπηρεσίες.
2. στην άντληση συμπερασμάτων σχετικά με την στάση των επιχειρήσεων φιλοξενίας απέναντι στις αρχές της ΕΚΕ.
3. στον προσδιορισμό του βαθμού εφαρμογής πρακτικών μέτρων εξοικονόμησης ενέργειας , περιορισμού της σπατάλης του νερού, ορθολογικής χρήσης των απορριμμάτων κ.ά.
4. στον προσδιορισμό των τάσεων που επικρατούν στον κλάδο της φιλοξενίας σχετικά με την εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, την απόκτηση οικολογικών σημάτων και πιστοποιητικών και γενικότερα την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των επιχειρήσεων σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης.

Οι παράγοντες που εξετάστηκαν είναι η φιλοσοφία της διεύθυνσης σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος, η αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού (συμμετοχή, εκπαίδευση, ευαισθητοποίηση), η αξιοποίηση νέων τεχνολογιών, η ενημέρωση από αντίστοιχους οργανισμούς και φορείς καθώς επίσης και η παρακίνηση για συνεχείς βελτιώσεις και απόκτηση πράσινης πιστοποίησης.

3.2. Σχεδιασμός ερωτηματολογίου

Στην παρούσα εργασία το ερωτηματολόγιο βασίστηκε τόσο στην επισκόπηση της βιβλιογραφίας για την ΕΚΕ και πράσινη επιχειρηματικότητα, όσο και στα πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης που υπάρχουν καθώς και σε αρκετές πηγές στο διαδίκτυο.

Το ερωτηματολόγιο βάση του οποίου διεξήχθη η έρευνα αποτελείται από 34 ερωτήσεις και είναι δομημένο. Απαρτίζεται δηλαδή από εισαγωγικές ερωτήσεις με γενικότερο χαρακτήρα, έχουν σχέση με το αντικείμενο της έρευνας και το προφίλ της επιχείρησης φιλοξενίας. Οι ερωτήσεις είναι ομαδοποιημένες, για να υπάρξει ομοιογένεια στις απαντήσεις και παράλληλα ευκολία στην ανάλυση των στοιχείων δίνοντας με αυτόν τον τρόπο την εντύπωση στον αποδέκτη ότι είναι εύκολο να συμπληρωθεί (Παρασκευόπουλος, 1993).

Οι ερωτήσεις είναι κλειστού τύπου και σύμφωνα με τους Cohen et al. (2000), οι κλειστού τύπου ερωτήσεις είναι περιοριστικές καθώς παραθέτουν μια σειρά δεδομένων απαντήσεων από τις οποίες πρέπει να επιλέξει ο συμμετέχων. Σε γενικές γραμμές, οι κλειστού τύπου ερωτήσεις (διχοτομικές ερωτήσεις, ερωτήσεις με απαντήσεις πολλαπλής επιλογής και κλίμακες ιεράρχησης) είναι εύκολες στην συμπλήρωση και κωδικοποίηση. Από την άλλη πλευρά, δεν δίνουν την δυνατότητα στους απαντούντες να προσθέσουν σχόλια, αξιολογήσεις και αιτιολογίες για τις δοθείσες ερωτήσεις, με αποτέλεσμα να υπάρχει κίνδυνος οι κατηγορίες να μην καλύπτουν απόλυτα το θέμα και να εμπεριέχουν προκαταλήψεις.

Αντιθέτως, οι ανοικτές ερωτήσεις δίνουν την δυνατότητα στους συμμετέχοντες να απαντήσουν ελεύθερα διατυπώνοντας την γνώμη ή την άποψή τους, να αιτιολογήσουν, να «χρωματίσουν» τις απαντήσεις τους και να αποφύγουν τους περιορισμούς των προκαθορισμένων απαντήσεων που χαρακτηρίζει τις ερωτήσεις κλειστού τύπου. Ωστόσο, οι απαντήσεις των ανοικτού τύπου ερωτήσεων είναι δύσκολο να κωδικοποιηθούν και να κατηγοριοποιηθούν.

Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκαν τύποι κλειστών ερωτήσεων:

- Διπλής επιλογής –Διχοτομικές (Dichotomous)
- Πολλαπλής επιλογής (Multiple Choice)
- Ερωτήσεις της κλίμακας Likert με διαβάθμιση από το 1-5

Οι ερωτήσεις που συμπεριλήφθησαν στο ερωτηματολόγιο το οποίο παρουσιάζεται στο Παράρτημα Α, έχουν σχέση άμεσα με τον ερευνητικό στόχο, καθώς επίσης και η σειρά διατύπωσής τους ακολουθεί την ειδικότερη στοχοθεσία της έρευνας η οποία διατυπώθηκε στην Ενότητα 3.1 του παρόντος Κεφαλαίου.

3.3 Πληθυσμός – στόχος και ερευνητική μέθοδος

Ο πληθυσμός - στόχος της έρευνας αφορά τις επιχειρήσεις φιλοξενίας της Περιφέρειας Ηπείρου και της νήσου Λευκάδας, λόγω γειννίας και ενδιαφέροντος προς μελέτη περιοχής. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε την περίοδο μεταξύ Μαΐου και Ιουνίου 2020 (10/05/20 – 30/06/20) και βασίστηκε στην εθελοντική συμμετοχή των επιχειρήσεων και η συμμετοχή τους υπήρξε ανώνυμη. Από την αρχική καταγραφή του πληθυσμού και από τις πληροφορίες που συνελέγησαν κατά την διάρκεια της έρευνας , εντοπίστηκαν συνολικά 66 ξενοδοχεία και καταλύματα. Στόχευση της έρευνας κατά την διεξαγωγή της ήταν η όσο το δυνατόν μεγαλύτερη διασπορά στην αντιπροσώπηση των καταλυμάτων και ξενοδοχείων , κάτι το οποίο δείχνει να επιτυγχάνεται. Η άντληση των στοιχείων έγινε, αρχικά, κατόπιν αποστολής των ερωτηματολογίων με ηλεκτρονική αλληλογραφία στα Επιμελητήρια της Άρτας, Θεσπρωτίας και Λευκάδας και στις Ενώσεις και Ομοσπονδίες, ήτοι (Ένωση Ξενοδόχων Ιωαννίνων, Ένωση Τουριστικών Επιχειρήσεων Ζαγορίου, Ομοσπονδία Τουριστικών Επιχειρήσεων Ηπείρου, Ένωση Ξενοδόχων Πρέβεζας, Νέα Ένωση Ξενοδόχων Πρέβεζας, Ομοσπονδία Ενοικιαζομένων Δωματίων Πρέβεζας «Ιόνιον», Σύλλογος Ξενώνων & Καταλυμάτων «Ο Άραχθος», Ένωση Ξενοδόχων Λευκάδας και Ομοσπονδία Συλλόγων Επιχειρηματιών Ενοικιαζομένων Δωματίων - Διαμερισμάτων Ν. Λευκάδας).

Στην συνέχεια, καθότι ο αριθμός των απαντήσεων δεν ήταν ικανοποιητικός, χρησιμοποιήθηκε και η τηλεφωνική επικοινωνία για επιβεβαίωση και υπενθύμιση, καθώς και η αποστολή ξανά με ηλεκτρονική αλληλογραφία ξεχωριστά στην κάθε επιχείρηση και όχι μέσω συλλόγων ή ενώσεων πλέον. Η εύρεση των ηλεκτρονικών διευθύνσεων έγινε ως επί το πλείστον από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος και από τις ιστοσελίδες των ενώσεων, καθότι δεν κατέστη δυνατόν να συλλεχθούν από τις ενώσεις και ομοσπονδίες, λόγω των προσωπικών δεδομένων. Η προσπάθεια συγκέντρωσης των άνωθεν πληροφοριών ήταν εξαιρετικά χρονοβόρα και δύσκολη.

3.4 Περιορισμοί και δυσκολίες της έρευνας

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφερθούν και ορισμένα σημαντικά προβλήματα που παρουσιάστηκαν κατά την διεξαγωγή της έρευνας. Η μεγαλύτερη δυσκολία στην

έρευνα ήταν πρωτίστως η ανατροπή του αρχικού προγραμματισμού της, καθότι το χρονοδιάγραμμα που είχε τεθεί εκ μέρους της ερευνήτριας προς τις αρχές του Μαρτίου 2020, συνέπεσε με την αρχή της πανδημίας του Covid-19, οπότε δεδομένων των συνθηκών, η έρευνα καθυστέρησε να διεξαχθεί.

Ένα επιπλέον σημαντικό πρόβλημα σχετίζεται με την μαζική αποστολή των ερωτηματολογίων μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, καθότι θεωρήθηκε ως «ύποπτο», γνωστό και ως «spam», με αποτέλεσμα να τοποθετείται αυτόματα στο φάκελο ανεπιθύμητης αλληλογραφίας.

Η ανταπόκριση των επιχειρήσεων ήταν απρόβλεπτα μειωμένη διότι οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν λειτούργησαν λόγω της πανδημίας το Καλοκαίρι και επίσης δεν είχαν την προθυμία να ασχοληθούν με την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

Τέλος, η συμπεριφορά αρκετών εξ αυτών είτε ιδιοκτητών είτε υπαλλήλων στους οποίους επικοινωνήσε η ερευνήτρια τηλεφωνικώς, ήταν αρκετά αρνητική, διότι ισχυρίστηκαν ότι είχαν δουλειά ή ήταν διστακτικοί ως προς την δημοσιοποίηση της έρευνας (αν και γινόταν σαφές ότι ήταν ανώνυμη η απάντηση), καθώς δεν πίστευαν ότι η έρευνα γινόταν στα πλαίσια της διπλωματικής εργασίας.

3.5 Εργαλεία συλλογής και ανάλυσης δεδομένων

Η έρευνα διεξήχθη κυρίως ηλεκτρονικά μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας Google Forms, με την οποία δημιουργήθηκε το ερωτηματολόγιο το οποίο στάλθηκε στο σύνολο του πληθυσμού –στόχου που προαναφέρθηκε στην ενότητα 3.3 του παρόντος κεφαλαίου. Η πλειοψηφία επομένως του πληθυσμού –στόχου ενημερώθηκε με ηλεκτρονική αλληλογραφία για τον σκοπό της έρευνας και ζητήθηκε να συμπληρώσει την φόρμα του ερωτηματολογίου μέσω του συνημμένου συνδέσμου. Παράλληλα, χρησιμοποιήθηκε και η μέθοδος της τηλεφωνικής επικοινωνίας για επιβεβαίωση παράδοσης αυτής.

Η πλατφόρμα Google Forms συλλέγει τις απαντήσεις και προβάλλει σε πραγματικό χρόνο τις πληροφορίες και τα αποτελέσματα σε μορφή γραφημάτων. Μετά την ολοκλήρωση της έρευνας τα αποτελέσματα εξήχθησαν σε υπολογιστικό φύλλο Excel και στην συνέχεια για την εξαγωγή στατιστικών αποτελεσμάτων και συμπερασμάτων,

έγινε χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS, μέσω των δυνατοτήτων που παρέχει σχετικά με ανάλυση συχνοτήτων και γραφημάτων.

Κεφάλαιο 4 : Αποτελέσματα της έρευνας

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η στατιστική ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας που διενεργήθηκε στα πλαίσια της παρούσας εργασίας. Τα αποτελέσματα της διενεργηθείσης έρευνας προκύπτουν από τις απαντήσεις που δόθηκαν από εξήντα έξι (66) ερωτηθέντες πάνω σε τριάντα τέσσερα (34) ερωτήματα και υπό ερωτήματα που περιλαμβάνει το ερωτηματολόγιο.

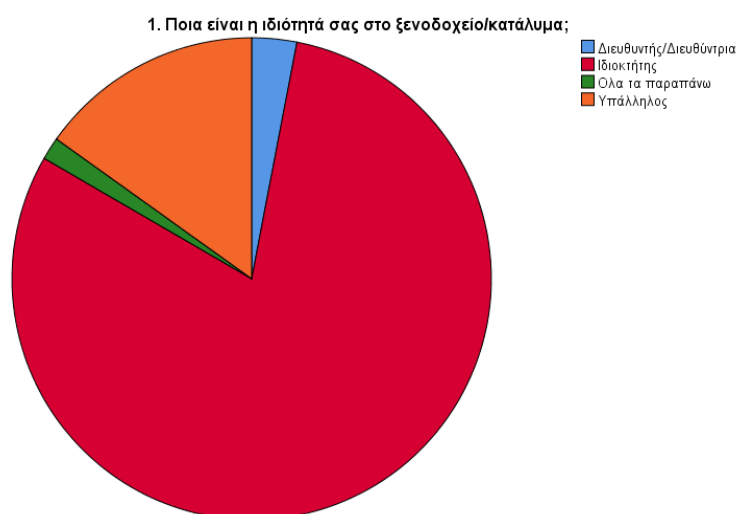
Για την εξαγωγή στατιστικών αποτελεσμάτων και συμπερασμάτων γίνεται χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS, μέσω των δυνατοτήτων που παρέχει σχετικά με ανάλυση συχνοτήτων και γραφημάτων.

Πιο συγκεκριμένα, η στατιστική ανάλυση των απαντήσεων ανά ερώτημα παρουσιάζεται μέσω πινάκων συχνοτήτων και σχετικών γραφημάτων, ώστε να υπάρχει μία τόσο αναλυτική όσο και γραφική απεικόνιση των αποτελεσμάτων. Η παρουσίαση της στατιστικής ανάλυσης ξεκινά με ερωτήσεις σχετικές με τα δημογραφικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά του δείγματος, ώστε να αποσαφηνίσουμε τα χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων και να ερμηνεύσουμε κατάλληλα τις υπόλοιπες απαντήσεις που δόθηκαν στο ερωτηματολόγιο.

1. Ποια είναι η ιδιότητά σας στο ξενοδοχείο/κατάλυμα;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Διευθυντής/Διευθύντρια	2	3,0	3,0	3,0
Ιδιοκτήτης	53	80,3	80,3	83,3
Όλα τα παραπάνω	1	1,5	1,5	84,8
Υπάλληλος	10	15,2	15,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 1: Ιδιότητα



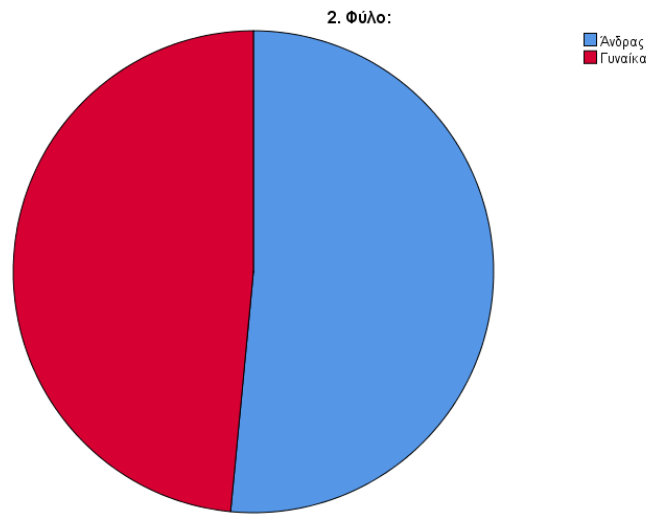
Γράφημα 1: Ιδιότητα

Τα στατικά στοιχεία και το γράφημα που σχετίζονται με την πρώτη ερώτηση του ερωτηματολογίου αφορούν την ιδιότητα που έχει ο κάθε ερωτηθείς στο ξενοδοχείο/κατάλυμα. Η μεγάλη πλειοψηφία (80.3%) αποτελούν ιδιοκτήτες με τους υπόλοιπους να είναι είτε υπάλληλοι είτε διευθυντές είτε επαγγελματίες με πολλαπλούς ρόλους.

2. Φύλο:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Άνδρας	34	51,5	51,5	51,5
Γυναίκα	32	48,5	48,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 2: Φύλο



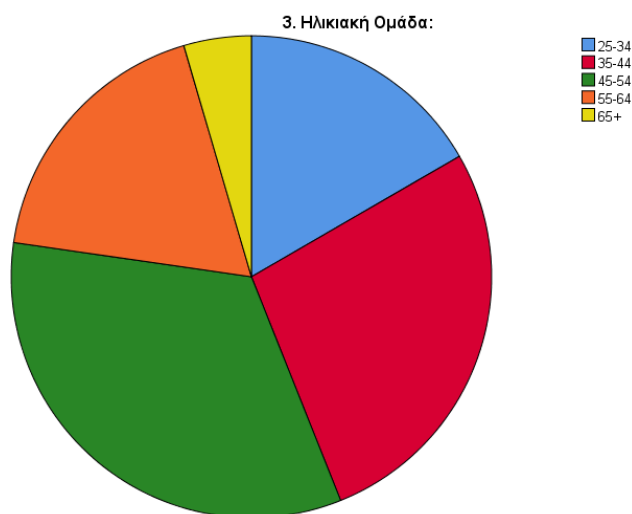
Γράφημα 2: Φύλο

Διαχωρίζοντας το δείγμα ως προς το φύλο, το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε τόσο από άνδρες (51.5%) όσο και από γυναίκες (48.5%), με σχεδόν μοιρασμένα ποσοστά.

3. Ηλικιακή Ομάδα:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
25-34	11	16,7	16,7	16,7
35-44	18	27,3	27,3	43,9
45-54	22	33,3	33,3	77,3
55-64	12	18,2	18,2	95,5
65+	3	4,5	4,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 3: Ηλικιακή ομάδα



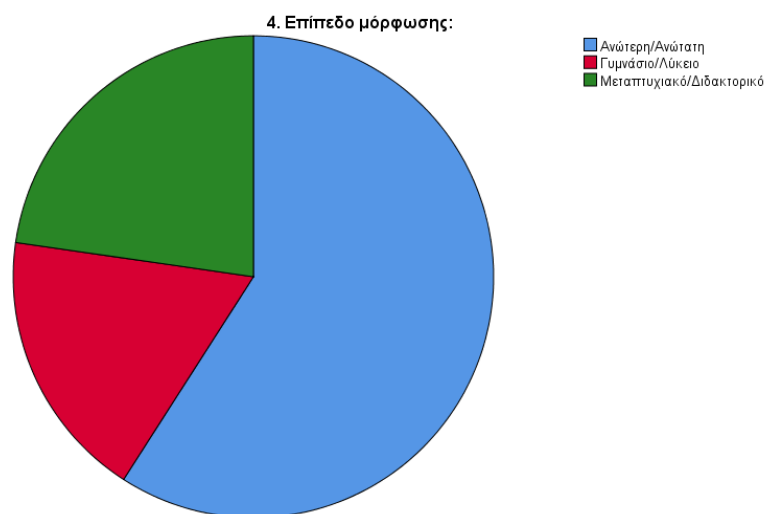
Γράφημα 3: Ηλικιακή ομάδα

Η ερώτηση 3 αφορά την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκουν οι ερωτηθέντες. Οι απαντήσεις στην ερώτηση δείχνουν πως οι περισσότεροι συμμετέχοντες στην έρευνα βρίσκονται μεταξύ 45 και 54 (33.3%). Δεύτεροι σε απαντήσεις είναι οι συμμετέχοντες ηλικίας 35 έως 44 (27.3%) και οι λοιποί κυμαίνονται στο φάσμα 25-34 ή 55-64 (34.9%). Μικρό ποσοστό συμμετεχόντων βρίσκεται σε ηλικία μεγαλύτερη των 65 ετών (4.5%).

4. Επίπεδο μόρφωσης:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ανώτερη/Ανώτατη	39	59,1	59,1	59,1
Γυμνάσιο/Λύκειο	12	18,2	18,2	77,3
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	15	22,7	22,7	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 4: Επίπεδο μόρφωσης



Γράφημα 4: Επίπεδο μόρφωσης

Η ερώτηση 4 αφορά το επίπεδο μόρφωσης των ερωτηθέντων. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες έχουν τουλάχιστον ανώτερη/ ανώτατη μόρφωση (71.8%) με το 22.7% να δηλώνει επίσης κάτοχος μεταπτυχιακού ή διδακτορικού τίτλου. Το υπόλοιπο 18.2% δηλώνουν απόφοιτοι λυκείου ή γυμνασίου.

5. Σε ποια κατηγορία ανήκει η επιχείρησή σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Κατάλυμα 1 ΚΛΕΙΔΙ	2	3,0	3,0	3,0
Κατάλυμα 2 ΚΛΕΙΔΙΑ	11	16,7	16,7	19,7
Κατάλυμα 3 ΚΛΕΙΔΙΑ	13	19,7	19,7	39,4
Κατάλυμα 4 ΚΛΕΙΔΙΑ	4	6,1	6,1	45,5
Ξενοδοχείο 2 STAR	5	7,6	7,6	53,0

Ξενοδοχείο 3 STAR	18	27,3	27,3	80,3
Ξενοδοχείο 4 STAR	9	13,6	13,6	93,9
Ξενοδοχείο 5 STAR	4	6,1	6,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 5: Κατηγορία επιχείρησης



Γράφημα 5: Κατηγορία επιχείρησης

Η ερώτηση 5 εξετάζει την κατηγορία της επιχείρησης που απασχολούνται οι ερωτηθέντες. Το 45.5% των ερωτηθέντων εργάζεται σε καταλύματα, με την πλειοψηφία αυτών (19.7%) σε κατάλυμα 3 κλειδιών, ενώ το 54.5% εργάζεται σε ξενοδοχεία με τους περισσότερους (27.3%) να είναι σε ξενοδοχεία τριών αστέρων.

6. Ποια η δυναμικότητα της επιχείρησης;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
>100	3	4,5	4,5	4,5
1-5	6	9,1	9,1	13,6
11-15	12	18,2	18,2	31,8
16-20	9	13,6	13,6	45,5
21-40	11	16,7	16,7	62,1
41-60	3	4,5	4,5	66,7
6-10	20	30,3	30,3	97,0
61-80	1	1,5	1,5	98,5
81-100	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 6: Δυναμικότητα επιχείρησης



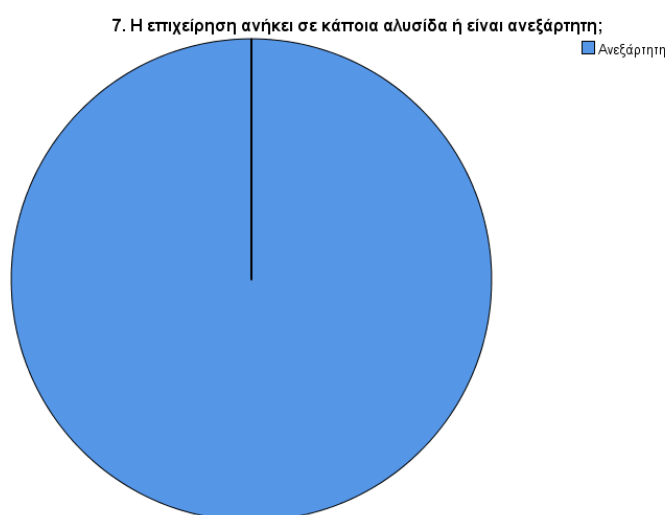
Γράφημα 7: Δυναμικότητα επιχείρησης

Όσον αφορά τη δυναμικότητα της επιχείρησης (Ερώτηση 6), η πλειονότητα των επιχειρήσεων διαθέτει 6-10 δωμάτια (30.3%). Αρκετές επιχειρήσεις διαθέτουν 11-40 (48.5%), με τις υπόλοιπες να έχουν είτε 1-5 (9.1%) είτε 40+ (12%).

7. Η επιχείρηση ανήκει σε κάποια αλυσίδα ή είναι ανεξάρτητη;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ανεξάρτητη	66	100,0	100,0	100,0

Πίνακας 8: Τύπος επιχείρησης



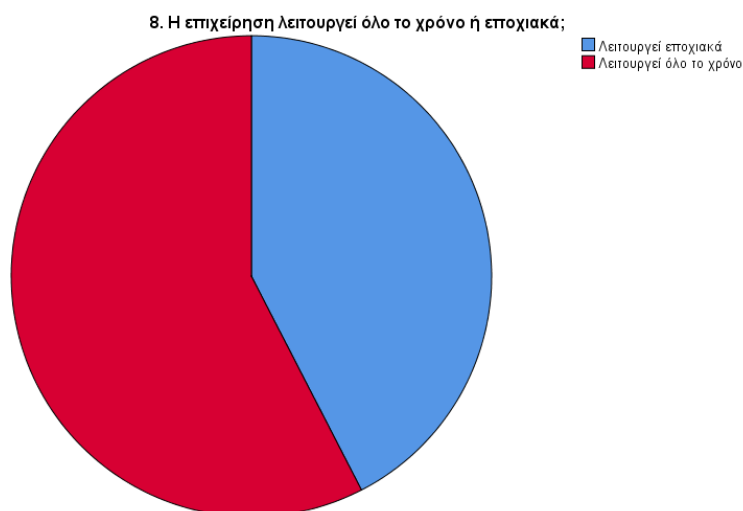
Γράφημα 7: Τύπος επιχείρησης

Η ερώτηση 7 εξετάζει τον τύπο των επιχειρήσεων και το κατά πόσο οι επιχειρήσεις είναι ανεξάρτητες ή μέρος κάποιας ξενοδοχειακής αλυσίδας. Το σύνολο των επιχειρήσεων είναι αυτόνομες (100%).

8. Η επιχείρηση λειτουργεί όλο το χρόνο ή εποχιακά;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Λειτουργεί εποχιακά	28	42,4	42,4	42,4
Λειτουργεί όλο το χρόνο	38	57,6	57,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 9: Λειτουργία επιχείρησης



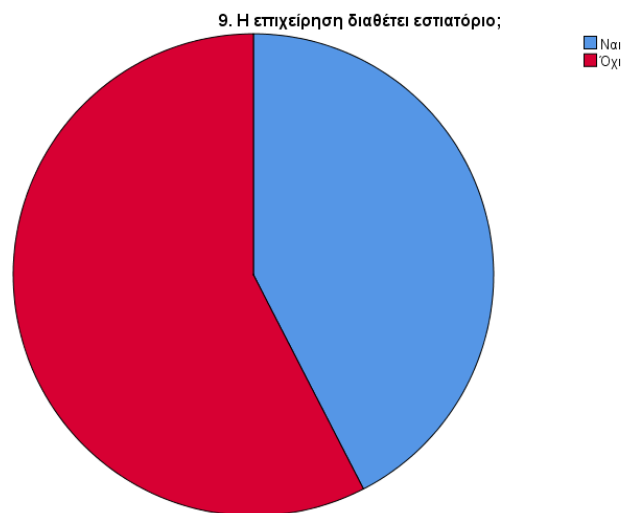
Γράφημα 8: Λειτουργία επιχείρησης

Σχετικά με την λειτουργία των επιχειρήσεων, οι απαντήσεις στην ερώτηση 8 δείχνουν πως οι περισσότερες επιχειρήσεις (57.6%) λειτουργούν όλο το χρόνο και λιγότερες εποχιακά (42.4%).

9. Η επιχείρηση διαθέτει εστιατόριο;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ναι	28	42,4	42,4	42,4
Όχι	38	57,6	57,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 10: Ύπαρξη εστιατορίου



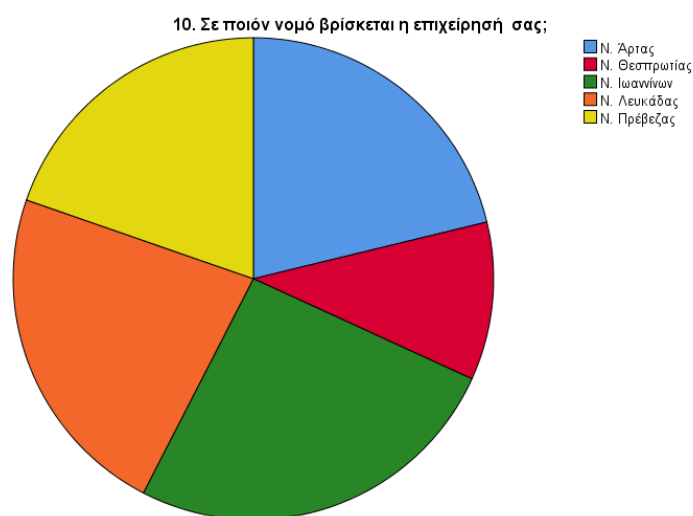
Γράφημα 9: Ύπαρξη εστιατορίου

Από τα στοιχεία της απάντησης 9, τα περισσότερα καταλύματα/ ξενοδοχεία δεν διαθέτουν εστιατόριο (57.6%), σε αντίθεση με 42.4% που δήλωσε ότι διαθέτει εστιατόριο στις εγκαταστάσεις του.

10. Σε ποιόν νομό βρίσκεται η επιχείρησή σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N. Άρτας	14	21,2	21,2	21,2
N. Θεσπρωτίας	7	10,6	10,6	31,8
N. Ιωαννίνων	17	25,8	25,8	57,6
N. Λευκάδας	15	22,7	22,7	80,3
N. Πρέβεζας	13	19,7	19,7	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 11: Τοποθεσία



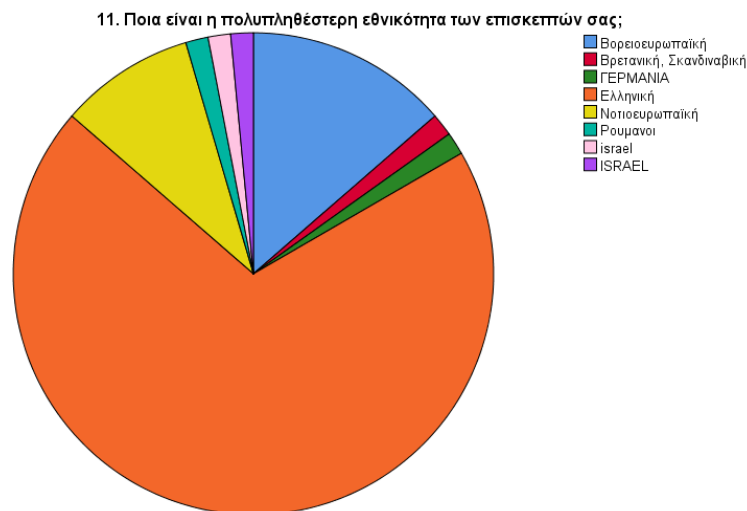
Γράφημα 10: Τοποθεσία

Η απάντηση 10 αφορά την τοποθεσία που βρίσκονται τα καταλύματα ή οι ξενοδοχειακές μονάδες. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων βρίσκεται στην Περιφέρεια Ηπείρου (77.3%), με το υπόλοιπο να βρίσκεται στο Νομό Λευκάδας (22.7%). Η πλειοψηφία των απαντήσεων προέρχεται από το Νομό Ιωαννίνων (25.8%), με δεύτερες σε απαντήσεις, επιχειρήσεις του Νομού Άρτας (21.2%). Ο Νομός Πρεβέζης και ο Νομός Θεσπρωτίας είχαν 19,7% και 10.6% απαντήσεις αντιστοίχως.

11. Ποια είναι η πολυπληθέστερη εθνικότητα των επισκεπτών σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Βορειοευρωπαϊκή	9	13,6	13,6	13,6
Βρετανική, Σκανδιναβική	1	1,5	1,5	15,2
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	1	1,5	1,5	16,7
Ελληνική	46	69,7	69,7	86,4
Νοτιοευρωπαϊκή	6	9,1	9,1	95,5
Ρουμάνοι	1	1,5	1,5	97,0
ISRAEL	2	3	3	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 12: Εθνικότητα επισκεπτών



Γράφημα 11: Εθνικότητα επισκεπτών

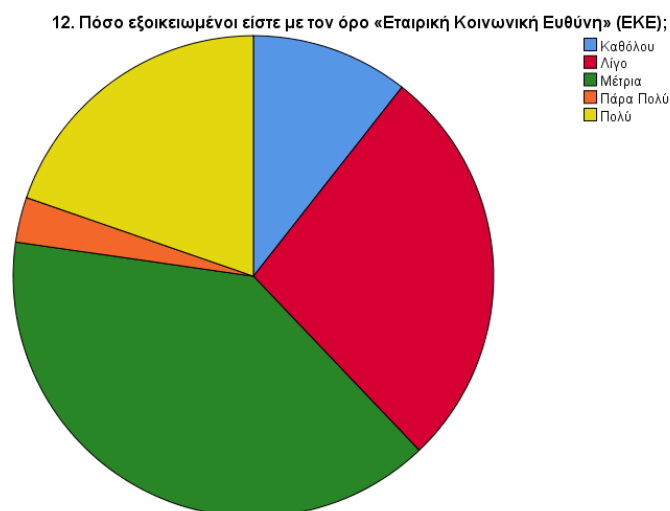
Όσον αφορά τους επισκέπτες των επιχειρήσεων, υπάρχει πληθώρα εθνικοτήτων. Οι επιχειρήσεις εξυπηρετούν κατά βάση εγχώριο τουρισμό, με τους Έλληνες να είναι η βασική πελατεία στο 69.7% των ερωτηθέντων. 13.6% δήλωσε ότι η βασική πελατεία

τους προέρχεται από Βορειοευρωπαίους, ενώ το 9.1% δήλωσε ως πληθέστερους πελάτες Νοτιοευρωπαίους. 3% στηρίζεται κατά βάση σε επισκέπτες από το Ισραήλ και τέλος, 4.5% φιλοξενεί κυρίως Βρετανούς, Σκανδιναβούς, Ρουμάνους και Γερμανούς επισκέπτες.

12. Πόσο εξοικειωμένοι είστε με τον όρο «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» (ΕΚΕ);

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Καθόλου	7	10,6	10,6	10,6
Λίγο	18	27,3	27,3	37,9
Μέτρια	26	39,4	39,4	77,3
Πάρα Πολύ	2	3,0	3,0	80,3
Πολύ	13	19,7	19,7	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 13: Βαθμός εξοικείωσης με εταιρική κοινωνική ευθύνη



Γράφημα 12: Βαθμός εξοικείωσης με εταιρική κοινωνική ευθύνη

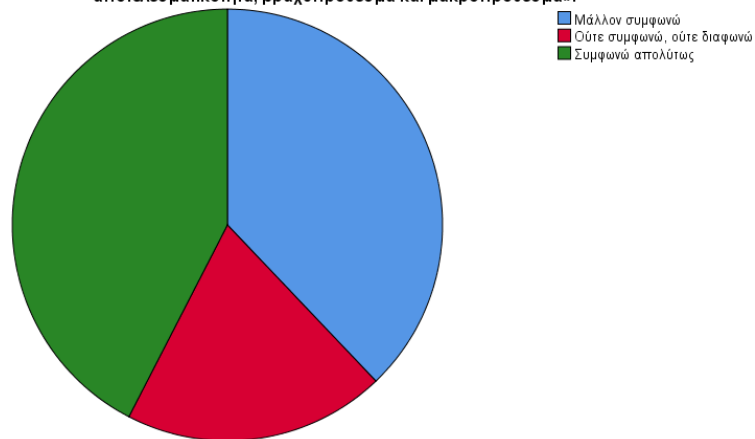
Η ερώτηση 12 διερευνά την εξοικείωση των ερωτηθέντων σχετικά με την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η αποτίμηση των απαντήσεων στην ερώτηση περί εξοικείωσής με τον όρο εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι πως δεν υπάρχει πλήρης εξοικείωση με τον όρο και επικρατεί κάποια σύγχυση. Αυτό πηγάζει από το γεγονός πως οι απαντήσεις φαίνονται μοιρασμένες σε όλο το εύρος (Καθόλου εξοικείωση – Πολύ). Αναλυτικότερα, 77.3% των ερωτηθέντων απαντά πως δεν γνωρίζει καθόλου, λίγο ή μέτρια τον όρο, ενώ μόλις το 12.7% των ερωτηθέντων δηλώνουν εξοικειωμένοι με τον όρο.

**13. Παρακαλώ σημειώστε το βαθμό συμφωνίας σας στην παρακάτω πρόταση:
«Η «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» (ΕΚΕ), ενδιαφέρει τόσο τις μεγάλες όσο
και τις μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες μέσω της υπεύθυνης
επιχειρηματικότητας επιθυμούν να βελτιώσουν την οικονομική,
περιβαλλοντική και κοινωνική τους αποτελεσματικότητα, βραχυπρόθεσμα και
μακροπρόθεσμα».**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Μάλλον συμφωνώ	25	37,9	37,9	37,9
Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	13	19,7	19,7	57,6
Συμφωνώ απολύτως	28	42,4	42,4	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 14: Ενδιαφέρον για εταιρική κοινωνική ευθύνη

13. Παρακαλώ σημειώστε το βαθμό συμφωνίας σας στην παρακάτω πρόταση: «Η «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» (ΕΚΕ), ενδιαφέρει τόσο τις μεγάλες όσο και τις μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες μέσω της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας επιθυμούν να βελτιώσουν την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική τους αποτελεσματικότητα, βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα».



Γράφημα 13: Ενδιαφέρον για εταιρική κοινωνική ευθύνη

Σε συνέχεια της προηγούμενης ερώτησης, η ερώτηση 13 εστιάζει στο βαθμό ταύτισης με την πρόταση πως η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορά το σύνολο των επιχειρήσεων (ανεξαρτήτου δυναμικού ή μεγέθους), ώστε να επωφεληθούν από την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική τους αποτελεσματικότητα σε βραχυχρόνιο και μη ορίζοντα. Οι περισσότεροι ερωτηθέντες δηλώνουν είτε αναποφάσιστοι (19.7%) είτε συμφωνία σε μικρό βαθμό (37.9%). Η έλλειψη σαφής απάντησης ίσως συσχετίζεται με τον μικρό βαθμό εξοικείωσης με τον όρο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Μόλις το 42.4% συμφωνεί απόλυτα με την πρόταση.

14. Ποιόν από τους παρακάτω λόγους θεωρείτε πιο σημαντικό για την εφαρμογή στρατηγικών «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ).

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων	1	1,5	1,5	1,5

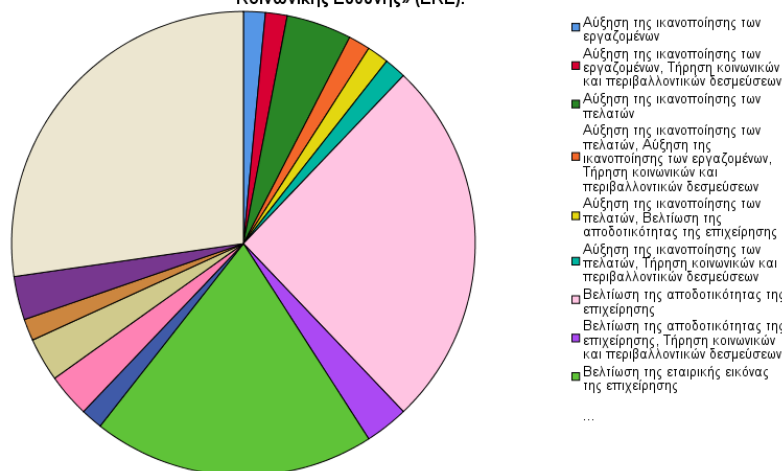
Αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων, Τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων	1	1,5	1,5	3,0
Αύξηση της ικανοποίησης των πελατών	3	4,5	4,5	7,6
Αύξηση της ικανοποίησης των πελατών, Αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων, Τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων	1	1,5	1,5	9,1
Αύξηση της ικανοποίησης των πελατών, Βελτίωση της αποδοτικότητας της επιχείρησης	1	1,5	1,5	10,6
Αύξηση της ικανοποίησης των πελατών, Τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων	1	1,5	1,5	12,1
Βελτίωση της αποδοτικότητας της επιχείρησης	17	25,8	25,8	37,9
Βελτίωση της αποδοτικότητας της επιχείρησης, Τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων	2	3,0	3,0	40,9

Βελτίωση της εταιρικής εικόνας της επιχείρησης	13	19,7	19,7	60,6
Βελτίωση της εταιρικής εικόνας της επιχείρησης, Αύξηση της ικανοποίησης των πελατών	1	1,5	1,5	62,1
Βελτίωση της εταιρικής εικόνας της επιχείρησης, Αύξηση της ικανοποίησης των πελατών, Αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων, Βελτίωση της αποδοτικότητας της επιχείρησης, Τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων	2	3,0	3,0	65,2
Βελτίωση της εταιρικής εικόνας της επιχείρησης, Αύξηση της ικανοποίησης των πελατών, Βελτίωση της αποδοτικότητας της επιχείρησης	2	3,0	3,0	68,2
Βελτίωση της εταιρικής εικόνας της επιχείρησης, Αύξηση της ικανοποίησης των πελατών, Τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων	1	1,5	1,5	69,7

Βελτίωση της εταιρικής εικόνας της επιχείρησης, Τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων	2	3,0	3,0	72,7
Τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων	18	27,3	27,3	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 15: Κίνητρα για εταιρική κοινωνική ευθύνη

14. Ποιόν από τους παρακάτω λόγους θεωρείτε πιο σημαντικό για την εφαρμογή στρατηγικών «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ).



Γράφημα 14: Κίνητρα για εταιρική κοινωνική ευθύνη

Η ερώτηση 14 απευθύνεται στους ερωτηθέντες με σκοπό να διερευνήσει τα κίνητρα τα οποία θεωρούν σημαντικά για την υιοθέτηση και εφαρμογή στρατηγικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. 42.3% των ερωτηθέντων συμπεριλαμβάνουν στις απαντήσεις τους την τήρηση των περιβαλλοντικών και κοινωνικών δεσμεύσεων, καθιστώντας την πτυχή αυτή ως την πλέον σημαντική. Παράλληλα, 36.3% των ερωτηθέντων συμπεριλαμβάνει στις απαντήσεις του τη βελτίωση της αποδοτικότητας της επιχείρησης, ενώ 18% προσβλέπουν στην αύξηση της ικανοποίησης των πελατών.

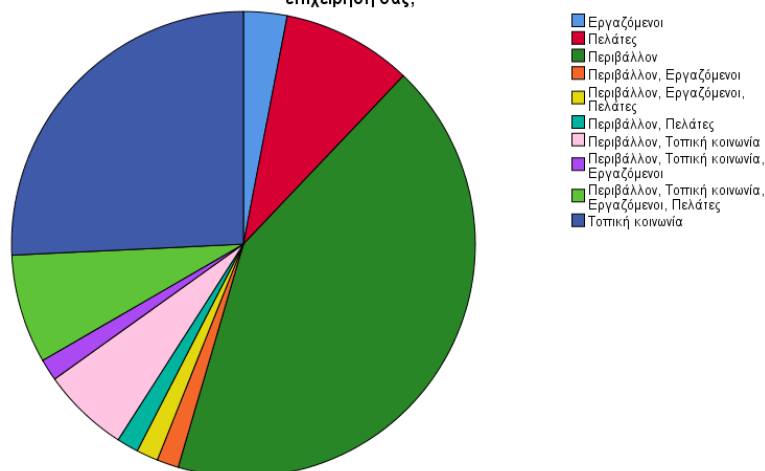
Μόλις 7.5% απάντησε πως επιθυμεί την αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων μέσω της ΕΚΕ. Συνολικά, τα βασικά κίνητρα για υιοθέτηση στρατηγικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αφορούν την εξωτερική εταιρική εικόνα, την αποδοτικότητα της επιχείρησης και την ικανοποίηση των πελατών.

15. Σε ποιόν πυλώνα της «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ) δίνει ή θα ήθελε να δίνει έμφαση η επιχείρησή σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Εργαζόμενοι	2	3,0	3,0	3,0
Πελάτες	6	9,1	9,1	12,1
Περιβάλλον	28	42,4	42,4	54,5
Περιβάλλον, Εργαζόμενοι	1	1,5	1,5	56,1
Περιβάλλον, Εργαζόμενοι, Πελάτες	1	1,5	1,5	57,6
Περιβάλλον, Πελάτες	1	1,5	1,5	59,1
Περιβάλλον, Τοπική κοινωνία	4	6,1	6,1	65,2
Περιβάλλον, Τοπική κοινωνία, Εργαζόμενοι	1	1,5	1,5	66,7
Περιβάλλον, Τοπική κοινωνία, Εργαζόμενοι, Πελάτες	5	7,6	7,6	74,2
Τοπική κοινωνία	17	25,8	25,8	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 16: Εταιρική κοινωνική ευθύνη και η επιχείρηση του καθενός

15. Σε ποιόν πυλώνα της «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ) δίνει ή θα ήθελε να δώσει έμφαση η επιχείρησή σας;



Γράφημα 15: Εταιρική κοινωνική ευθύνη και η επιχείρηση του καθενός

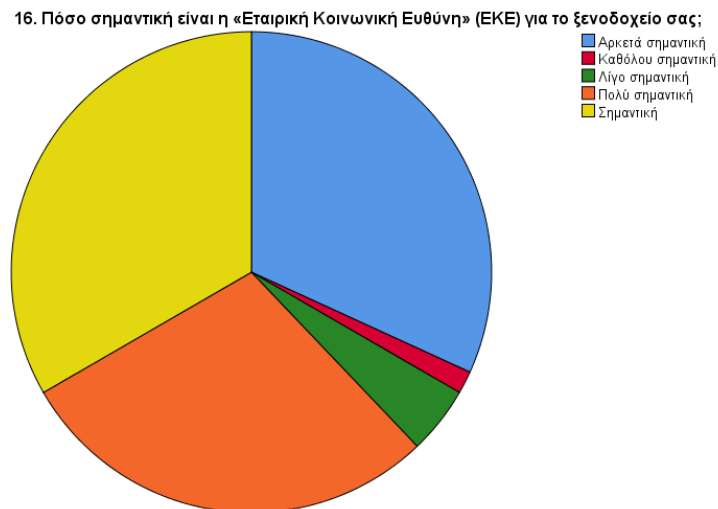
Η ερώτηση 15 αφορά τους πυλώνες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που οι επιχειρήσεις στις οποίες ανήκουν οι ερωτηθέντες δίνουν ή θα ήθελαν να δώσουν έμφαση. Η πλειοψηφία δήλωσε την περιβαλλοντική πτυχή (61,6%), ενώ αρκετοί (41%) απάντησαν πως η τοπική κοινωνία είναι ένας πυλώνας που δίνεται ή θα ήθελαν να δίνεται έμφαση. Άλλες απαντήσεις αφορούν περιλαμβάνουν τους πελάτες (20,7%) και τους εργαζομένους (12,1%).

16. Πόσο σημαντική είναι η «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» (ΕΚΕ) για το ξενοδοχείο σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά σημαντική	21	31,8	31,8	31,8
Καθόλου σημαντική	1	1,5	1,5	33,3
Λίγο σημαντική	3	4,5	4,5	37,9
Πολύ σημαντική	19	28,8	28,8	66,7
Σημαντική	22	33,3	33,3	100,0

Total	66	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Πίνακας 17: Σημασία εταιρικής κοινωνικής ευθύνης



Γράφημα 16: Σημασία εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Η ερώτηση 16 εξετάζει τη σημασία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για το ξενοδοχείο του κάθε ερωτηθέντα. Το 60,6% των ερωτηθέντων θεωρεί αρκετά ή πολύ σημαντική την εταιρική κοινωνική ευθύνη για το ξενοδοχείο τους, ενώ το 37,9% απαντά πως η εταιρική κοινωνική θεωρεί πως είναι απλώς ή λιγότερο σημαντική. Μόλις 1,5% δηλώνει πως θεωρεί την εταιρική κοινωνική ευθύνη πλήρως ασήμαντη.

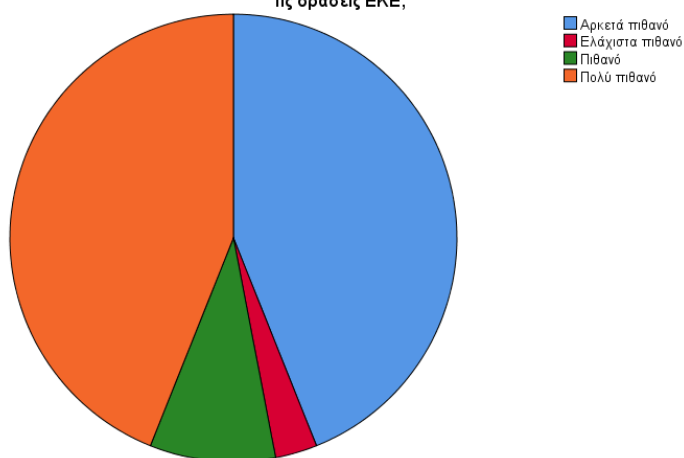
17. Εάν η πολιτεία προωθήσει την «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» (ΕΚΕ) π.χ. μέσω μείωσης φόρων, επιδοτήσεις κεφαλαίου και επιχορηγήσεις λειτουργίας, πόσο πιθανό πιστεύεται να αυξήσει η επιχείρησή σας τις δράσεις ΕΚΕ;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά πιθανό	29	43,9	43,9	43,9
Ελάχιστο πιθανό	2	3,0	3,0	47,0

Πιθανό	6	9,1	9,1	56,1
Πολύ πιθανό	29	43,9	43,9	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 17: Επίδραση πολιτειακών κινήτρων για την εταιρική κοινωνική ευθύνη

17. Εάν η πολιτεία προωθήσει την «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» (ΕΚΕ) π.χ. μέσω μείωσης φόρων, επιδοτήσεις κεφαλαίου και επιχορηγήσεις λειτουργίας, πόσο πιθανό πιστεύεται να αυξησει η επιχείρησή σας τις δράσεις ΕΚΕ;



Γράφημα 17: Επίδραση πολιτειακών κινήτρων για την εταιρική κοινωνική ευθύνη

Σε κάθε επιχειρηματική πρόκληση, όπως είναι η υιοθέτηση πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, σημαίνοντα ρόλο παίζει η κρατική πολιτική. Η ερώτηση 17 προσπαθεί να προσδιορίσει το αποτύπωμα που μπορεί να έχουν πολιτειακές αποφάσεις φορολογικού χαρακτήρα (μειώσεις φόρων κλπ.) στην κατεύθυνση της υιοθέτησης στρατηγικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Φορολογικά κίνητρα όπως επιδοτήσεις κεφαλαίου, επιχορηγήσεις λειτουργίας και μειώσεις φόρων θα επιδρούσαν σε αύξηση των δράσεων ΕΚΕ για το 87.8% των ερωτηθέντων (το θεωρούν αρκετά πιθανό ή πολύ πιθανό). 12.2% το θεωρούν απλώς πιθανό ή ελάχιστο πιθανό να αυξηθούν οι δράσεις μέσω κρατικών παρεμβάσεων.

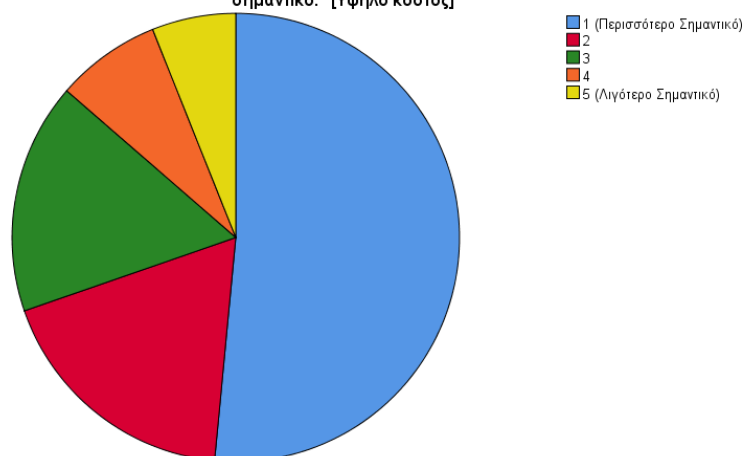
18. Αν δεν εφαρμόζετε στρατηγικές «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ), αναφέρετε τους λόγους της επιλογή σας. Παρακαλώ ταξινομήστε τους ακόλουθους λόγους, όπου 1=περισσότερο σημαντικό, 5=λιγότερο σημαντικό.

[Υψηλό κόστος]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Περισσότερο Σημαντικό)	34	51,5	51,5	51,5
2	12	18,2	18,2	69,7
3	11	16,7	16,7	86,4
4	5	7,6	7,6	93,9
5 (Λιγότερο Σημαντικό)	4	6,1	6,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 18α: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω υψηλού κόστους

18. Αν δεν εφαρμόζετε στρατηγικές «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ), αναφέρετε τους λόγους της επιλογή σας. Παρακαλώ ταξινομήστε τους ακόλουθους λόγους, όπου 1=περισσότερο σημαντικό, 5=λιγότερο σημαντικό. [Υψηλό κόστος]



Γράφημα 18α: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω υψηλού κόστους

Η ερώτηση 18 και τα υπό-ερωτήματά της εξετάζουν τους λόγους μη εφαρμογής στρατηγικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Το ερώτημα 18α αφορά την μη

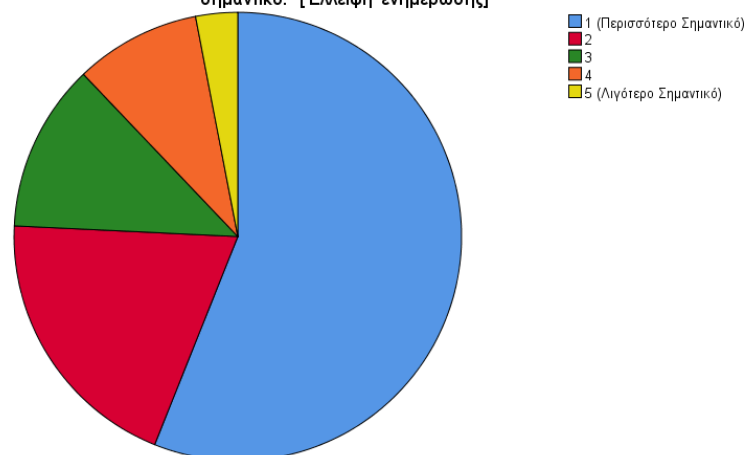
υιοθέτηση λόγω υψηλού κόστους. Χρησιμοποιώντας τη βαθμίδα 1-5, όπου το 1 σηματοδοτεί το περισσότερο σημαντικό και 5 το λιγότερο, το 69.7% των ερωτηθέντων απάντησε πως το θεωρεί σημαντικό με απαντήσεις 1-2. 31.3% αξιολογούν με 3-5 τη σημασία του υψηλού κόστους στη μη υιοθέτηση στρατηγικών ΕΚΕ.

18. Αν δεν εφαρμόζετε στρατηγικές «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ), αναφέρετε τους λόγους της επιλογή σας. Παρακαλώ ταξινομήστε τους ακόλουθους λόγους, όπου 1=περισσότερο σημαντικό, 5=λιγότερο σημαντικό. [Έλλειψη ενημέρωσης]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Περισσότερο Σημαντικό)	37	56,1	56,1	56,1
2	13	19,7	19,7	75,8
3	8	12,1	12,1	87,9
4	6	9,1	9,1	97,0
5 (Λιγότερο Σημαντικό)	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 18β: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω έλλειψης ενημέρωσης

18. Αν δεν εφαρμόζετε στρατηγικές «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ), αναφέρετε τους λόγους της επιλογή σας. Παρακαλώ ταξινομήστε τους ακόλουθους λόγους, όπου 1=περισσότερο σημαντικό, 5=λιγότερο σημαντικό. [Έλλειψη ενημέρωσης]



Γράφημα 18β: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω έλλειψης ενημέρωσης

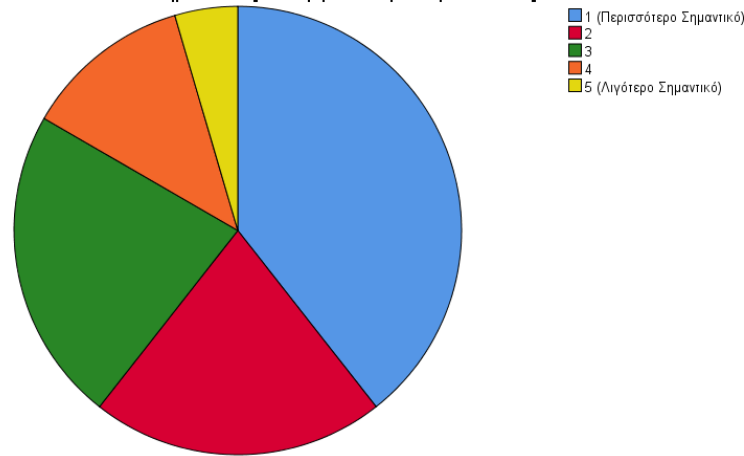
Στη συνέχεια, εξετάζεται ο παράγοντας της έλλειψης ενημέρωσης για τη μη υιοθέτηση στρατηγικών ΕΚΕ. Περίπου 3 στους 4 ερωτηθέντες (75.8%) θεωρούν περισσότερη σημαντική (απαντήσεις 1-2) αυτόν τον παράγοντα, με 24.2% να αξιολογεί την έλλειψη ενημέρωση με μειωμένη σημασία ως παράγοντα (απαντήσεις 3-5).

**18. Αν δεν εφαρμόζετε στρατηγικές «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ), αναφέρετε τους λόγους της επιλογή σας. Παρακαλώ ταξινομήστε τους ακόλουθους λόγους, όπου 1=περισσότερο σημαντικό, 5=λιγότερο σημαντικό.
[Έλλειψη κατάλληλου προσωπικού]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Περισσότερο Σημαντικό)	26	39,4	39,4	39,4
2	14	21,2	21,2	60,6
3	15	22,7	22,7	83,3
4	8	12,1	12,1	95,5
5 (Λιγότερο Σημαντικό)	3	4,5	4,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 18γ: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω έλλειψης κατάλληλου προσωπικού

18. Αν δεν εφαρμόζετε στρατηγικές «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ), αναφέρετε τους λόγους της επιλογής σας. Παρακαλώ ταξινομήστε τους ακόλουθους λόγους, όπου 1=περισσότερο σημαντικό, 5=λιγότερο σημαντικό. [Έλλειψη κατάλληλου προσωπικού]



Γράφημα 18γ: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω έλλειψης κατάλληλου προσωπικού

Ο τρίτος παράγοντας που διερευνάται είναι η έλλειψη κατάλληλου προσωπικού. 60.6% κατατάσσουν αυτόν τον παράγοντα ως σημαντικό (απαντήσεις 1-2), ενώ 39.4% ως λιγότερο σημαντικό (απαντήσεις 3-5). Από τους μέχρι τώρα ελεγχθέντες παράγοντες, μεγαλύτερη σημασία δείχνει να έχει η έλλειψη ενημέρωσης συγκριτικά με το κόστος και την καταλληλότητα του προσωπικού.

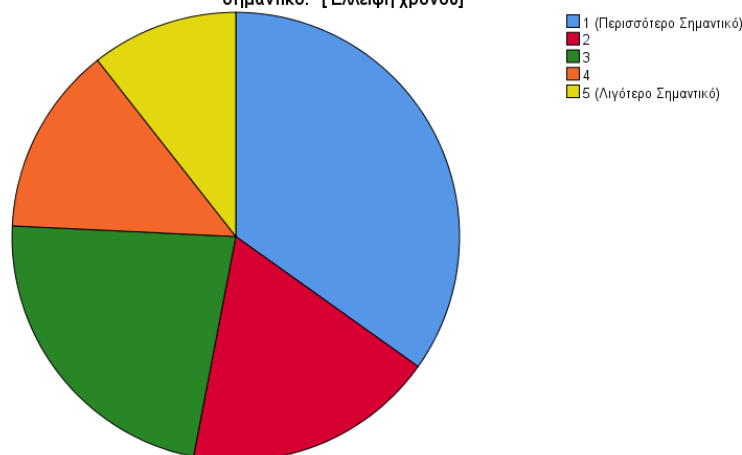
18. Αν δεν εφαρμόζετε στρατηγικές «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ), αναφέρετε τους λόγους της επιλογής σας. Παρακαλώ ταξινομήστε τους ακόλουθους λόγους, όπου 1=περισσότερο σημαντικό, 5=λιγότερο σημαντικό. [Έλλειψη χρόνου]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Περισσότερο Σημαντικό)	23	34,8	34,8	34,8
2	12	18,2	18,2	53,0
3	15	22,7	22,7	75,8
4	9	13,6	13,6	89,4

5 (Λιγότερο Σημαντικό)	7	10,6	10,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 18δ: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω έλλειψης χρόνου

18. Αν δεν εφαρμόζετε στρατηγικές «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ), αναφέρετε τους λόγους της επιλογής σας. Παρακαλώ ταξινομήστε τους ακόλουθους λόγους, όπου 1=περισσότερο σημαντικό, 5=λιγότερο σημαντικό. [Έλλειψη χρόνου]



Γράφημα 18δ: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω έλλειψης χρόνου

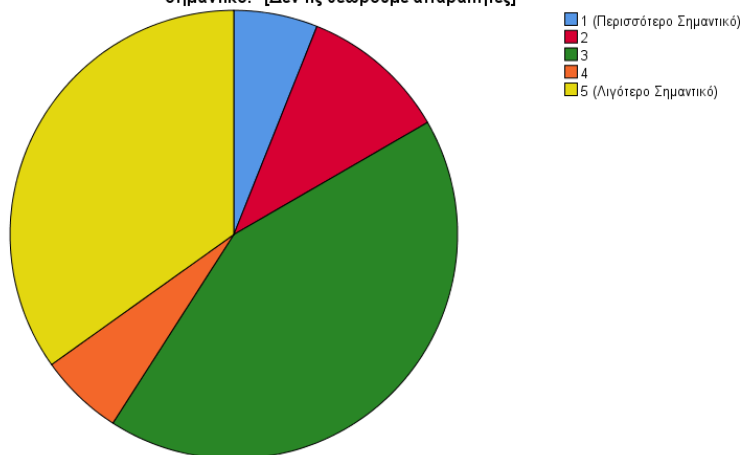
Ο τέταρτος λόγος που διερευνάται σχετικά με την μη υιοθέτησης στρατηγικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι η έλλειψη χρόνου. Σε αντίθεση με τις απαντήσεις στους προηγούμενους λόγους, μόλις 53% δίνουν αυξημένη σημασία στον συγκεκριμένο παράγοντα (απαντήσεις 1-2), ενώ 47% τον θεωρούν ως λιγότερο σημαντικό (απαντήσεις 3-5).

**18. Αν δεν εφαρμόζετε στρατηγικές «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ), αναφέρετε τους λόγους της επιλογή σας. Παρακαλώ ταξινομήστε τους ακόλουθους λόγους, όπου 1=περισσότερο σημαντικό, 5=λιγότερο σημαντικό.
[Δεν τις θεωρούμε απαραίτητες]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Περισσότερο Σημαντικό)	4	6,1	6,1	6,1
2	7	10,6	10,6	16,7
3	28	42,4	42,4	59,1
4	4	6,1	6,1	65,2
5 (Λιγότερο Σημαντικό)	23	34,8	34,8	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 18ε: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω θεώρησης τους ως μη απαραίτητες

18. Αν δεν εφαρμόζετε στρατηγικές «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ), αναφέρετε τους λόγους της επιλογή σας. Παρακαλώ ταξινομήστε τους ακόλουθους λόγους, όπου 1=περισσότερο σημαντικό, 5=λιγότερο σημαντικό. [Δεν τις θεωρούμε απαραίτητες]



Γράφημα 18ε: Μη εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ λόγω θεώρησης τους ως μη απαραίτητες

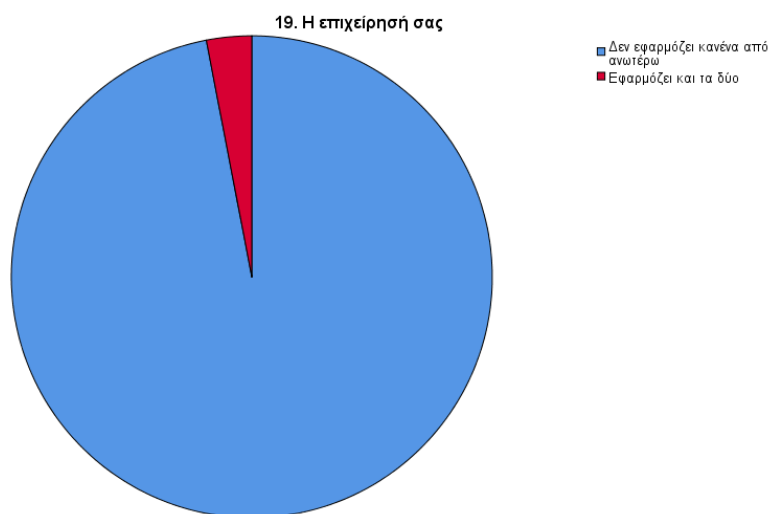
Ο πέμπτος και τελευταίος παράγοντας που εξετάζεται ως προς την σημασία του στην μη υιοθέτηση στρατηγικών ΕΚΕ είναι η θεώρηση τους ως μη απαραίτητες. Μόλις 6.1% θεωρεί τον λόγο αυτό περισσότερο σημαντικό (απάντηση 1) και συνολικά 16.7% πιστεύει ότι είναι αυξημένης σημασίας (απαντήσεις 1 και 2).

Εν κατακλείδι, διαφαίνεται πως η μη εφαρμογή στρατηγικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης συνδέεται περισσότερο με την έλλειψη ενημέρωσης και το επιπλέον (υψηλό) κόστος, παρά με την καταλληλότητα του προσωπικού, την έλλειψη χρόνου ή την θεώρηση τους ως μη απαραίτητες.

19. Η επιχείρησή σας

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Είναι μέλος του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ;	0	0,0	0,0	0,0
Έχει υπογράψει και αποδεχθεί τις 10 Αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου των Ηνωμένων Εθνών;	0	0,0	0,0	0,0
Δεν εφαρμόζει κανένα από τα ανωτέρω	64	97,0	97,0	97,0
Εφαρμόζει και τα δύο	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 19: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην επιχείρησή σας



Γράφημα 19: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην επιχείρησή σας

Η ερώτηση 19 εξετάζει το status quo της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε κάθε επιχείρηση που απασχολούνται οι ερωτηθέντες, είτε μέσα από τη συμμετοχή των επιχειρήσεων στο Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ είτε μέσα από την υπογραφή (και κατά συνέπεια αποδοχή) των 10 αρχών του Οικουμενικού Συμφώνου των Ηνωμένων Εθνών. Μόλις 2 ερωτηθέντες (3%) απάντησαν πως οι επιχειρήσεις που τους απασχολούν είναι ταυτόχρονα μέλη του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ και ταυτόχρονα έχουν υπογράψει τις 10 αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου των Ηνωμένων Εθνών. Η συντριπτική πλειοψηφία (97%) δήλωσε πως οι επιχειρήσεις δεν εφαρμόζουν κανένα από τα ανώτερα.

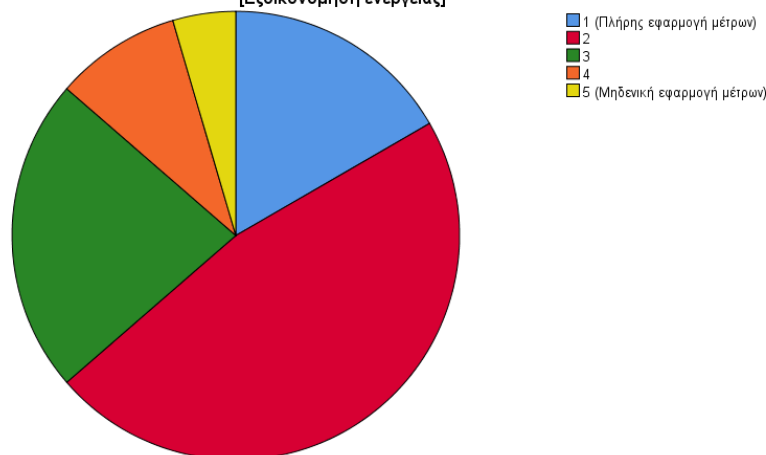
20. Σημειώστε τον βαθμό στον οποίο η επιχείρησή σας εφαρμόζει τα ακόλουθα μέτρα σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, όπου 1= Πλήρης εφαρμογή μέτρων, 5 = Μηδενική εφαρμογή μέτρων. [Εξοικονόμηση ενέργειας]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Πλήρης εφαρμογή μέτρων)	11	16,7	16,7	16,7
2	31	47,0	47,0	63,6

3	15	22,7	22,7	86,4
4	6	9,1	9,1	95,5
5 (Μηδενική εφαρμογή μέτρων)	3	4,5	4,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 20α: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος
(Εξοικονόμηση ενέργειας)

20. Σημειώστε τον βαθμό στον οποίο η επιχείρησή σας εφαρμόζει τα ακόλουθα μέτρα σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, όπου 1= Πλήρης εφαρμογή μέτρων, 5 = Μηδενική εφαρμογή μέτρων.
[Εξοικονόμηση ενέργειας]



Γράφημα 20α: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος
(Εξοικονόμηση ενέργειας)

Η ερώτηση 20 και τα υπό-ερωτήματά της στοχεύουν στον προσδιορισμό των μέτρων που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν οι ερωτηθέντες σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος. Συγκεκριμένα, μελετούνται οι ακόλουθοι παράγοντες:

1. Εξοικονόμηση ενέργειας,
2. Εξοικονόμηση νερού,
3. Ανακύκλωση,
4. Υπεύθυνη διαχείριση αποβλήτων,
5. Χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας

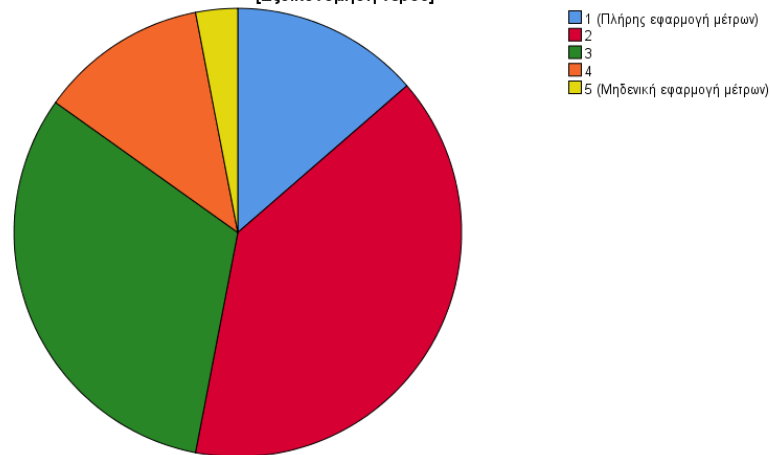
Στο πρώτο υπό-ερώτημα, εξετάζεται η εξοικονόμηση ενέργειας. 16.7% εφαρμόζει πιστά τα μέτρα για την εξοικονόμηση ενέργειας και 47% τα εφαρμόζει σχεδόν πλήρως. Το υπόλοιπο 36.4% έχει μικρότερη εφαρμογή με μόλις 4.5% να μην εφαρμόζει καθόλου μέτρα.

20. Σημειώστε τον βαθμό στον οποίο η επιχείρησή σας εφαρμόζει τα ακόλουθα μέτρα σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, όπου 1= Πλήρης εφαρμογή μέτρων, 5 = Μηδενική εφαρμογή μέτρων. [Εξοικονόμηση νερού]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Πλήρης εφαρμογή μέτρων)	9	13,6	13,6	13,6
2	26	39,4	39,4	53,0
3	21	31,8	31,8	84,8
4	8	12,1	12,1	97,0
5 (Μηδενική εφαρμογή μέτρων)	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 20β: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος
(Εξοικονόμηση νερού)

20. Σημειώστε τον βαθμό στον οποίο η επιχείρησή σας εφαρμόζει τα ακόλουθα μέτρα σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, όπου 1= Πλήρης εφαρμογή μέτρων, 5 = Μηδενική εφαρμογή μέτρων. [Εξοικονόμηση νερού]



Γράφημα 20β: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος
(Εξοικονόμηση νερού)

Όσον αφορά την εξοικονόμηση νερού, περίπου οι μισοί ερωτηθέντες (53%) εφαρμόζουν πλήρως ή σχεδόν πλήρως μέτρα προς αυτή την κατεύθυνση. 31.8% εφαρμόζει κάποια μέτρα (απάντηση 3), με το υπόλοιπο 15.1% να εφαρμόζει ελάχιστα ή καθόλου.

20. Σημειώστε τον βαθμό στον οποίο η επιχείρησή σας εφαρμόζει τα ακόλουθα μέτρα σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, όπου 1= Πλήρης εφαρμογή μέτρων, 5 = Μηδενική εφαρμογή μέτρων. [Ανακύκλωση]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Πλήρης εφαρμογή μέτρων)	14	21,2	21,2	21,2
2	22	33,3	33,3	54,5
3	15	22,7	22,7	77,3
4	11	16,7	16,7	93,9
5 (Μηδενική εφαρμογή μέτρων)	4	6,1	6,1	100,0

Total	66	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Πίνακας 20γ: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος
(Ανακύκλωση)



Γράφημα 20γ: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος
(Ανακύκλωση)

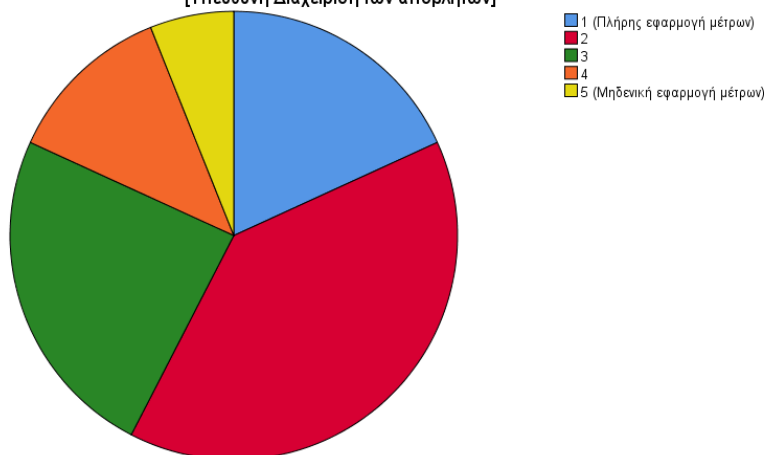
Το τρίτο υπό-ερώτημα της ερώτησης 20 μελετά τον βαθμό στον οποίο οι επιχειρήσεις ανακυκλώνουν. Οι επιχειρήσεις δείχνουν πιο εξοικειωμένες με την ανακύκλωση, με περίπου 1/5 ερωτηθέντες (21.2%) να εφαρμόζουν πλήρως όποια μέτρα απαιτούνται προς αυτή την κατεύθυνση. Από την άλλη πλευρά, υπάρχει μία αύξηση στην μηδενική εφαρμογή των μέτρων συγκριτικά με τους προαναφερθέντες παράγοντες (6.1%). 72.9% των ερωτηθέντων δήλωσε πως οι επιχειρήσεις που απασχολούνται εφαρμόζουν λίγα ή περισσότερα μέτρα προς την κατεύθυνση της ανακύκλωσης.

20. Σημειώστε τον βαθμό στον οποίο η επιχείρησή σας εφαρμόζει τα ακόλουθα μέτρα σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, όπου 1= Πλήρης εφαρμογή μέτρων, 5 = Μηδενική εφαρμογή μέτρων. [Υπεύθυνη Διαχείριση των αποβλήτων]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Πλήρης εφαρμογή μέτρων)	12	18,2	18,2	18,2
2	26	39,4	39,4	57,6
3	16	24,2	24,2	81,8
4	8	12,1	12,1	93,9
5 (Μηδενική εφαρμογή μέτρων)	4	6,1	6,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 20δ: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος (Υπεύθυνη διαχείριση αποβλήτων)

20. Σημειώστε τον βαθμό στον οποίο η επιχείρησή σας εφαρμόζει τα ακόλουθα μέτρα σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, όπου 1= Πλήρης εφαρμογή μέτρων, 5 = Μηδενική εφαρμογή μέτρων. [Υπεύθυνη Διαχείριση των αποβλήτων]



Γράφημα 20δ: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος (Υπεύθυνη διαχείριση αποβλήτων)

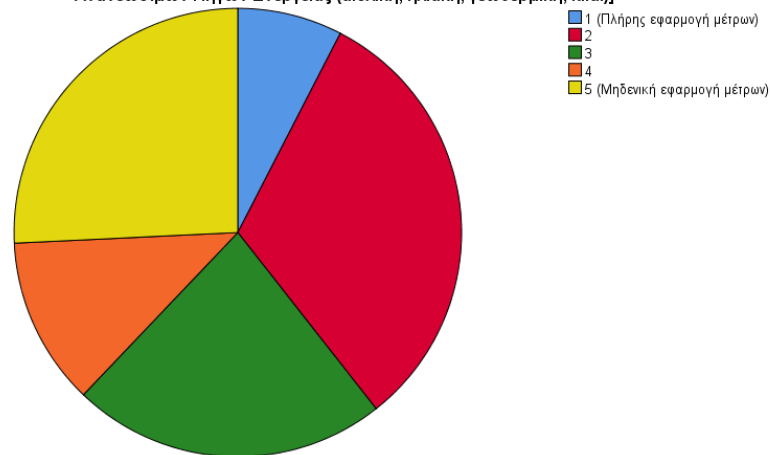
Το τέταρτο σκέλος της ερώτησης 20 αφορά την υπεύθυνη διαχείριση αποβλήτων. 18.2% δηλώνει πως εφαρμόζει πλήρως τα μέτρα για υπεύθυνη διαχείριση των αποβλήτων η επιχείρηση που συμμετέχει (απάντηση 1) και 39.4% πως εφαρμόζει αρκετά (απάντηση 2). 36.3% απάντησαν πως εφαρμόζουν κάποια λιγότερα μέτρα (απαντήσεις 3-4) και 6.1% παρατηρεί μηδενική εφαρμογή μέτρων.

20. Σημειώστε τον βαθμό στον οποίο η επιχείρησή σας εφαρμόζει τα ακόλουθα μέτρα σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, όπου 1= Πλήρης εφαρμογή μέτρων, 5 = Μηδενική εφαρμογή μέτρων. [Χρήση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (αιολική, ηλιακή, γεωθερμική, κ..α.)]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Πλήρης εφαρμογή μέτρων)	5	7,6	7,6	7,6
2	21	31,8	31,8	39,4
3	15	22,7	22,7	62,1
4	8	12,1	12,1	74,2
5 (Μηδενική εφαρμογή μέτρων)	17	25,8	25,8	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 20ε: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος
(Χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας)

20. Σημειώστε τον βαθμό στον οποίο η επιχείρησή σας εφαρμόζει τα ακόλουθα μέτρα σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, όπου 1= Πλήρης εφαρμογή μέτρων, 5 = Μηδενική εφαρμογή μέτρων. [Χρήση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (αιολική, ηλιακή, γεωθερμική, κ..α.)]



Γράφημα 20ε: Εφαρμογή μέτρων σχετικών με την προστασία του περιβάλλοντος
(Χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας)

Το τελευταίο υπό-ερώτημα εξετάζει την χρήση ΑΠΕ (ανανεώσιμες πηγές ενέργειας) για την κάλυψη των αναγκών των επιχειρήσεων. 7.6% απάντησε πως οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν εφαρμόζει πλήρως μέτρα για ΑΠΕ και 31.8% πως εφαρμόζει αρκετά τέτοια μέτρα. 34.8% απάντησε πως οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν λιγότερο μέτρα προς αυτή την κατεύθυνση, ενώ 25.8% δήλωσε πως υπάρχει μηδενική εφαρμογή τέτοια μέτρων.

Από τις απαντήσεις της ερώτησης 20, φαίνεται πως οι επιχειρήσεις δεν δίνουν τόση βαρύτητα στην χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας για την προστασία του περιβάλλοντος, ενώ αντίθετα υπάρχουν αρκετές που δίνουν βαρύτητα στην διαδικασία της ανακύκλωσης.

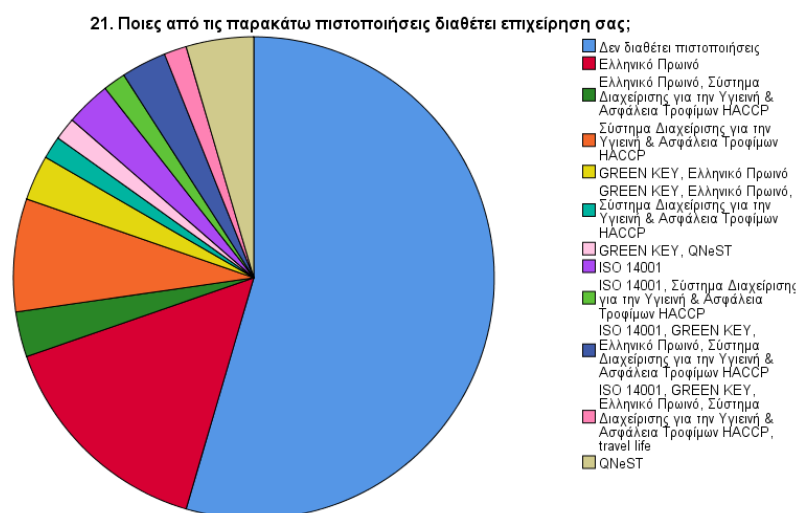
21. Ποιες από τις παρακάτω πιστοποιήσεις διαθέτει επιχείρησή σας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Δεν διαθέτει πιστοποιήσεις	36	54,5	54,5	54,5

Ελληνικό Πρωινό	10	15,2	15,2	69,7
Ελληνικό Πρωινό, Σύστημα Διαχείρισης για την Υγιεινή & Ασφάλεια Τροφίμων HACCP	2	3,0	3,0	72,7
Σύστημα Διαχείρισης για την Υγιεινή & Ασφάλεια Τροφίμων HACCP	5	7,6	7,6	80,3
GREEN KEY, Ελληνικό Πρωινό	2	3,0	3,0	83,3
GREEN KEY, Ελληνικό Πρωινό, Σύστημα Διαχείρισης για την Υγιεινή & Ασφάλεια Τροφίμων HACCP	1	1,5	1,5	84,8
GREEN KEY, QNeST	1	1,5	1,5	86,4
ISO 14001	2	3,0	3,0	89,4
ISO 14001, Σύστημα Διαχείρισης για την Υγιεινή & Ασφάλεια Τροφίμων HACCP	1	1,5	1,5	90,9
ISO 14001, GREEN KEY, Ελληνικό Πρωινό, Σύστημα Διαχείρισης για την Υγιεινή & Ασφάλεια Τροφίμων HACCP	2	3,0	3,0	93,9

ISO 14001, GREEN KEY, Ελληνικό Πρωινό, Σύστημα Διαχείρισης για την Υγιεινή & Ασφάλεια Τροφίμων HACCP, travelife	1	1,5	1,5	95,5
QNeST	3	4,5	4,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 21: Πιστοποιήσεις επιχείρησης



Γράφημα 21: Πιστοποιήσεις επιχείρησης

Υπάρχουν διάφορα πρότυπα που πιστοποιούν την ποιότητα μίας τουριστικής μονάδας και τις διαδικασίες της. Από τα πιο γνωστά που χρησιμοποιήθηκαν στην ερευνά είναι το HACCP, QNeST, Ελληνικό Πρωινό, ISO 14001 και το GREEN KEY.

Η ερώτηση 21 διερευνά το κατά πόσο έχουν πιστοποιήσεις οι επιχειρήσεις και εάν ναι, ποιές είναι αυτές. Περισσότερες από τις μισές (53.5%) δεν διαθέτουν κάποια πιστοποίηση. Παράλληλα, από το 47,50% των επιχειρήσεων (30) που έχουν κάποια πιστοποίηση, οι περισσότερες επιλέγουν την πιστοποίηση του 'ελληνικού πρωινού' (27.2%), ενώ οι λιγότερες την QNeST (6%).

22. Ποια από τα παρακάτω χρησιμοποιεί η επιχείρηση;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ενεργειακά αποδοτικό εξοπλισμό	12	18,2	18,2	18,2
Ενεργειακά αποδοτικό φωτισμό	31	47,0	47,0	65,2
Ενεργειακά αποδοτικό φωτισμό, Ενεργειακά αποδοτικό εξοπλισμό	5	7,6	7,6	72,7
Ενεργειακά αποδοτικό φωτισμό, Ενεργειακά αποδοτικό εξοπλισμό, Ενημερωτικά φυλλάδια τα οποία ενθαρρύνουν τους πελάτες για να εξοικονομούν ενέργεια	4	6,1	6,1	78,8
Ενεργειακά αποδοτικό φωτισμό, Ενημερωτικά φυλλάδια τα οποία ενθαρρύνουν τους πελάτες για να εξοικονομούν ενέργεια	4	6,1	6,1	84,8
Ενημερωτικά φυλλάδια τα οποία ενθαρρύνουν τους πελάτες για να εξοικονομούν ενέργεια	10	15,2	15,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 22: Τί χρησιμοποιεί η επιχείρηση?



Γράφημα 22: Τί χρησιμοποιεί η επιχείρησή;

Η ερώτηση 22 εξετάζει το κατά οι επιχειρήσεις εξοικονομούν ενέργεια είτε επιλέγοντας ενεργειακά αποδοτικό φωτισμό ή ενεργειακά αποδοτικό εξοπλισμό. Παράλληλα, οι ερωτηθέντες απαντούν εάν οι επιχειρήσεις παρέχουν στους πελάτες ενημερωτικά φυλλάδια με τα οποία ενθαρρύνουν την εξοικονόμηση ενέργειας. Περίπου 2 στους 3 ερωτηθέντες (66.8%) δήλωσαν πως οι επιχειρήσεις που βρίσκονται διαθέτουν τουλάχιστον ενεργειακά αποδοτικό φωτισμό, ενώ 31.9% δήλωσε πως έχουν τουλάχιστον ενεργειακά αποδοτικό εξοπλισμό. 27.4% δήλωσε πως οι επιχειρήσεις τους παρέχουν ενημερωτικά φυλλάδια ενθάρρυνσης των πελατών στην κατεύθυνση της εξοικονόμησης ενέργειας. Μόλις 6.1% απάντησε πως εφαρμόζουν και τις τρεις δράσεις.

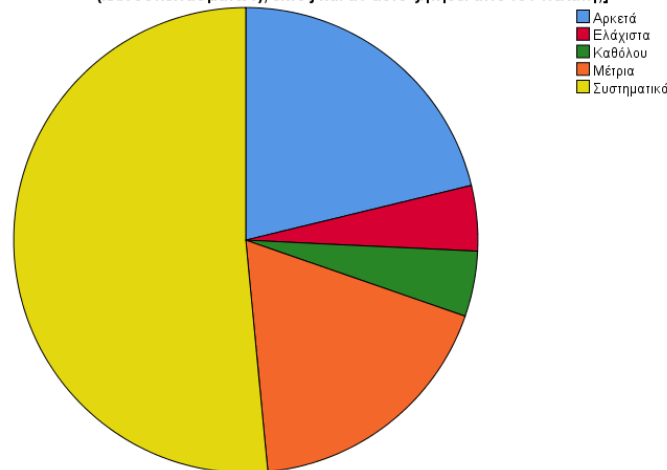
23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...εφαρμόζει την μη καθημερινή αλλαγή των λευκών ειδών (κλινοσκεπασμάτων), εκτός και αν αυτό ζητηθεί από τον πελάτη;]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά	14	21,2	21,2	21,2
Ελάχιστα	3	4,5	4,5	25,8

Καθόλου	3	4,5	4,5	30,3
Μέτρια	12	18,2	18,2	48,5
Συστηματικά	34	51,5	51,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 23α: Εφαρμόζει η επιχείρηση μη καθημερινή αλλαγή λευκών ειδών εκτός και εάν αυτό ζητηθεί από τον πελάτη?

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...εφαρμόζει την μη καθημερινή αλλαγή των λευκών ειδών (κλιννοσκεπασμάτων), εκτός και αν αυτό ζητηθεί από τον πελάτη;]



Γράφημα 23α: Εφαρμόζει η επιχείρηση μη καθημερινή αλλαγή λευκών ειδών εκτός και εάν αυτό ζητηθεί από τον πελάτη?

Η ερώτηση 23 εξετάζει το μέτρο στο οποίο οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν δράσεις προς την κατεύθυνση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Οι δράσεις αυτές είναι:

- η αποφυγή καθημερινής αλλαγής των λευκών ειδών, εκτός και εάν ζητηθεί από τον πελάτη,
- ο έλεγχος εγκαταστάσεων βάσει προγράμματος,
- η άμεση επιδιόρθωση διαρροών,
- η χρήση μπαταριών ψεκασμού,
- η χρήση μπαταριών με αισθητήρες κίνησης,

- η εφαρμογή πολιτικής συλλογής και αξιοποίησης του βρόχινου νερού,
- η εφαρμογή του ισχύοντος νομοθετικού πλαισίου σχετικά με τον διαχωρισμό και την ανακύκλωση των υλικών,
- η εφαρμογή πολιτικής αγοράς και χρήσης ασυσκευάστων προϊόντων και απορρυπαντικών στην ίδια συσκευασία αντί των εναλλακτικών μεθόδων μιας χρήσεως,
- η δωρεά παλαιών επίπλων και εξοπλισμού σε φιλανθρωπικές οργανώσεις και συναφείς οργανισμούς,
- η χρήση κατά προτεραιότητα πιστοποιημένων βιολογικών και οικολογικών προϊόντων,
- η χρήση κατά προτεραιότητα προϊόντων και υπηρεσιών της τοπικής αγοράς,
- η χρήση αισθητήρων φωτισμού προκειμένου να επιτευχθεί μείωση του κόστους,
- η λήψη μέτρων για τη μείωση του ενεργειακού αποτυπώματος (μόνωση, φωτοβολταϊκά κ.ά.)

Το πρώτο υπό-ερώτημα μελετά την αποφυγή καθημερινής αλλαγής των λευκών ειδών, εκτός και εάν ζητηθεί από τον πελάτη. Περίπου οι μισοί ερωτηθέντες (51.5%) απαντούν πως εφαρμόζουν το μέτρο συστηματικά και 21.2% αρκετά. 18.2% δηλώνει πως εφαρμόζει το μέτρο αρκετά ενώ μόλις 9% αλλάζει σχεδόν καθημερινά τα λευκά είδη (απάντηση: ελάχιστα ή καθόλου).

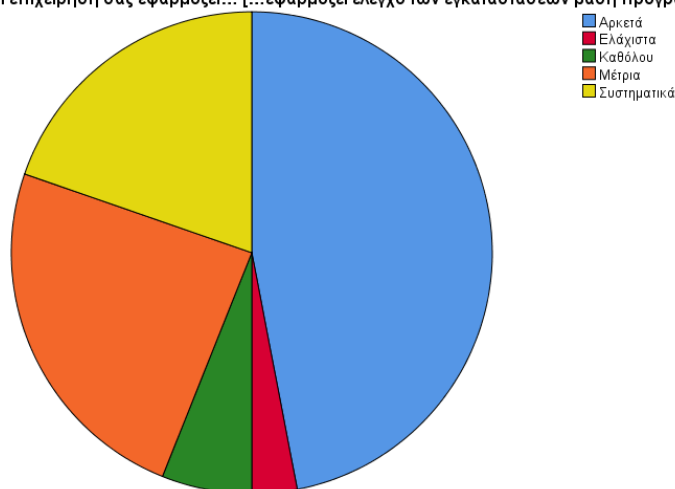
23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...εφαρμόζει έλεγχο των εγκαταστάσεων βάση προγράμματος;]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά	31	47,0	47,0	47,0
Ελάχιστα	2	3,0	3,0	50,0
Καθόλου	4	6,1	6,1	56,1

Μέτρια	16	24,2	24,2	80,3
Συστηματικ ά	13	19,7	19,7	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 23β: Εφαρμόζει η επιχείρηση έλεγχο εγκαταστάσεων βάσει προγράμματος?

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...εφαρμόζει έλεγχο των εγκαταστάσεων βάσει προγράμματος:]



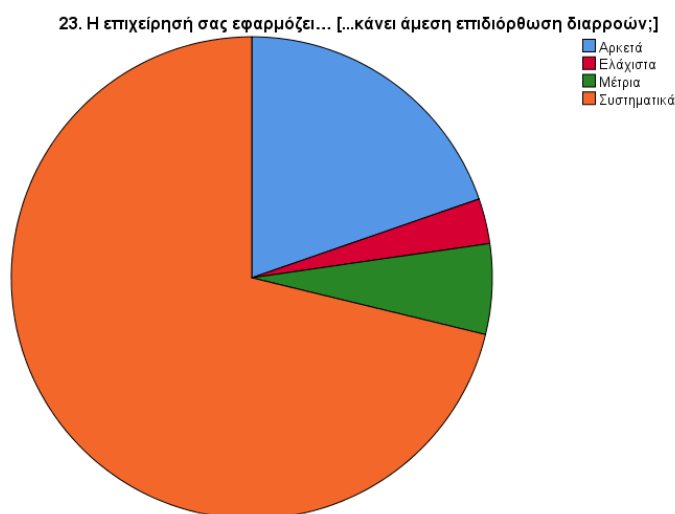
Γράφημα 23β: Εφαρμόζει η επιχείρηση έλεγχο εγκαταστάσεων βάσει προγράμματος?

Το δεύτερο υπό-ερώτημα μελετά το κατά πόσο εφαρμόζονται περιοδικοί έλεγχοι των εγκαταστάσεων. Περίπου 2 στους 3 ερωτηθέντες (66.7%) απαντούν πως εφαρμόζουν το μέτρο συστηματικά ή αρκετά, ενώ 24.2% αρκετά. 9.1% εφαρμόζει ελάχιστα ή καθόλου ελέγχους βάσει προγράμματος.

**23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...κάνει άμεση επιδιόρθωση
διαρροών;]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά	13	19,7	19,7	19,7
Ελάχιστα	2	3,0	3,0	22,7
Μέτρια	4	6,1	6,1	28,8
Συστηματικ ά	47	71,2	71,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 23γ: Κάνει η επιχείρηση άμεση επιδιόρθωση διαρροών?



Γράφημα 23γ: Κάνει η επιχείρηση άμεση επιδιόρθωση διαρροών?

Το τρίτο υπό-ερώτημα ερευνά την άμεση αποκατάσταση και επιδιόρθωση διαρροών στις επιχειρήσεις. Η συντριπτική πλειοψηφία (90.9%) κάνει άμεσα ή σχεδόν άμεσα επιδιόρθωση και 9.1% των ερωτηθέντων καθυστερούν την επισκευή. Κανείς ερωτηθέντας δεν θα άφηνε την διαρροή ως έχει.

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [... χρησιμοποιεί μπαταρίες ψεκασμού;]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά	4	6,1	6,1	6,1
Ελάχιστα	10	15,2	15,2	21,2
Καθόλου	36	54,5	54,5	75,8
Μέτρια	11	16,7	16,7	92,4
Συστηματικά	5	7,6	7,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 23δ: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση μπαταρίες ψεκασμού?



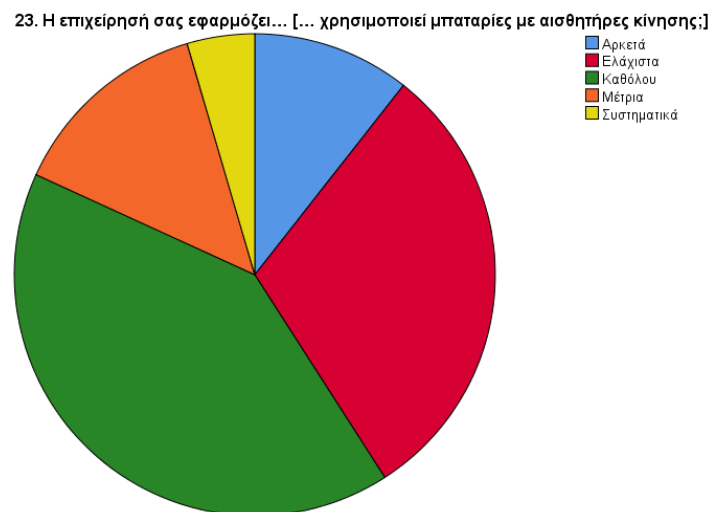
Γράφημα 23δ: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση μπαταρίες ψεκασμού?

Το τέταρτο υπό-ερώτημα εξετάζει τη χρήση μπαταριών ψεκασμού. Πολύ λίγες επιχειρήσεις δείχνουν να χρησιμοποιούν αυτό το είδος της μπαταρίας (45.5%), με τις περισσότερες εξ' αυτών να τις χρησιμοποιούν ελάχιστα ή μέτρια (31.9%). Μόλις το 13.7% κάνει χρήση συστηματικά ή αρκετά τέτοιων μπαταριών αποσκοπώντας σε εξοικονόμηση ενέργειας.

**23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [... χρησιμοποιεί μπαταρίες με
αισθητήρες κίνησης;]**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά	7	10,6	10,6	10,6
Ελάχιστα	20	30,3	30,3	40,9
Καθόλου	27	40,9	40,9	81,8
Μέτρια	9	13,6	13,6	95,5
Συστηματικ ά	3	4,5	4,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 23ε: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση μπαταρίες με αισθητήρες κίνησης?



Γράφημα 23ε: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση μπαταρίες με αισθητήρες κίνησης?

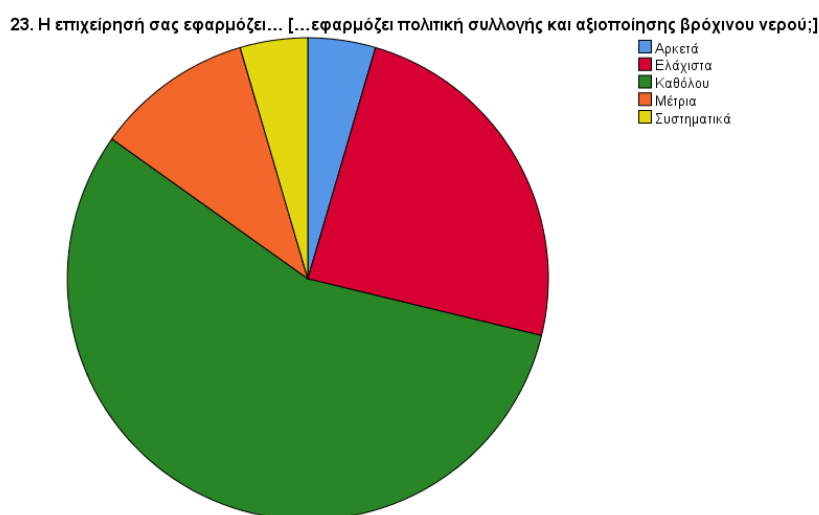
Το πέμπτο υπό-ερώτημα εξετάζει τη χρήση μπαταριών με αισθητήρες κίνησης. Οι απαντήσεις δείχνουν μία μεγαλύτερη υιοθέτηση συγκριτικά με τις μπαταρίες ψεκασμού, αφού 59.1% χρησιμοποιεί μπαταρίες με αισθητήρες κίνησης (45.5% τις μπαταρίες ψεκασμού). Οι περισσότερες απαντήσεις συγκεντρώνονται στην ελάχιστη

ή μέτρια χρήση (43.9%), ενώ 15.1% των ερωτηθέντων απαντούν πως υπάρχει συστηματική ή αρκετή χρήση.

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...εφαρμόζει πολιτική συλλογής και αξιοποίησης βρόχινου νερού;]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά	3	4,5	4,5	4,5
Ελάχιστα	16	24,2	24,2	28,8
Καθόλου	37	56,1	56,1	84,8
Μέτρια	7	10,6	10,6	95,5
Συστηματικά	3	4,5	4,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 23ζ: Εφαρμόζει η επιχείρηση πολιτική συλλογής και αξιοποίησης βρόχινου νερού?



Γράφημα 23ζ: Εφαρμόζει η επιχείρηση πολιτική συλλογής και αξιοποίησης βρόχινου νερού?

Το έκτο υπό-ερώτημα μελετά την συλλογή και αξιοποίηση του βρόχινου νερού από τις επιχειρήσεις. Πολύ μικρό μέρος των απαντήσεων δείχνει ικανοποιητική αξιοποίηση αφού μόλις το 9% δηλώνει αρκετή ή συστηματική χρήση. 56.1% δηλώνει πως δεν υπάρχει καθόλου συλλογή και αξιοποίηση βρόχινου νερού και 34.8% απάντησε πως υπάρχει ελάχιστη ή μέτρια εφαρμογή του μέτρου.

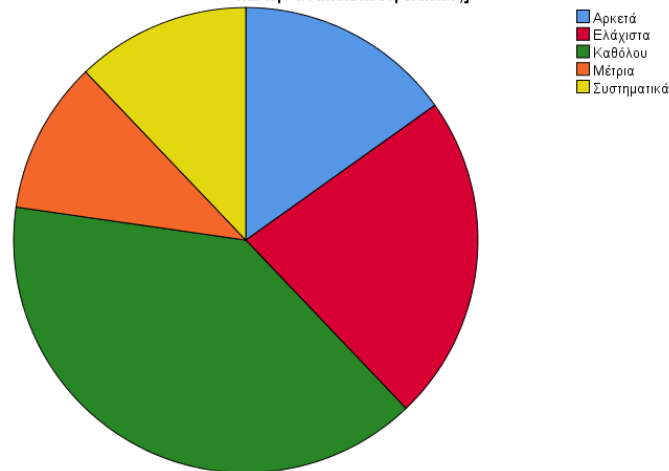
Οι απαντήσεις στην συγκεκριμένη ερώτηση αντιτάχθηκαν στις προσδοκίες μας, αφού οι ερωτηθέντες προέρχονται από την Περιφέρεια Ηπείρου, μία περιοχή πλούσια σε βροχοπτώσεις και πρόσφορη για την υιοθέτηση πολιτικής συλλογής και αξιοποίησης βρόχινου νερού.

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [... εφαρμόζει το ισχύον νομοθετικό καθεστώς σχετικά με το διαχωρισμό και την ανακύκλωση υλικών;]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά	10	15,2	15,2	15,2
Ελάχιστα	15	22,7	22,7	37,9
Καθόλου	26	39,4	39,4	77,3
Μέτρια	7	10,6	10,6	87,9
Συστηματικά	8	12,1	12,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 23η: Εφαρμόζει η επιχείρηση το ισχύον νομοθετικό καθεστώς σχετικά με το διαχωρισμό και την ανακύκλωση υλικών?

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [... εφαρμόζει το ισχύον νομοθετικό καθεστώς σχετικά με το διαχωρισμό και την ανακύκλωση υλικών;]



Γράφημα 23η: Εφαρμόζει η επιχείρηση το ισχύον νομοθετικό καθεστώς σχετικά με το διαχωρισμό και την ανακύκλωση υλικών?

Το έβδομο υπό-ερώτημα διερευνά την εναρμόνιση των επιχειρήσεων με το ισχύον νομοθετικό καθεστώς που αφορά το διαχωρισμό και την ανακύκλωση των υλικών. Οι απαντήσεις στο συγκεκριμένο υπό-ερώτημα δείχνουν πως οι επιχειρήσεις δεν εφαρμόζουν κατά κόρον το υπάρχον νομοθετικό πλαίσιο αφού περίπου 4 στις 10 επιχειρήσεις (39.4%) δεν εφαρμόζουν καθόλου και περίπου 2 στις 10 (22.7) το εφαρμόζουν ελάχιστα. Μόλις 27.2% εφαρμόζει συστηματικά ή αρκετά τους υπάρχοντες νόμους για τον διαχωρισμό και την ανακύκλωση.

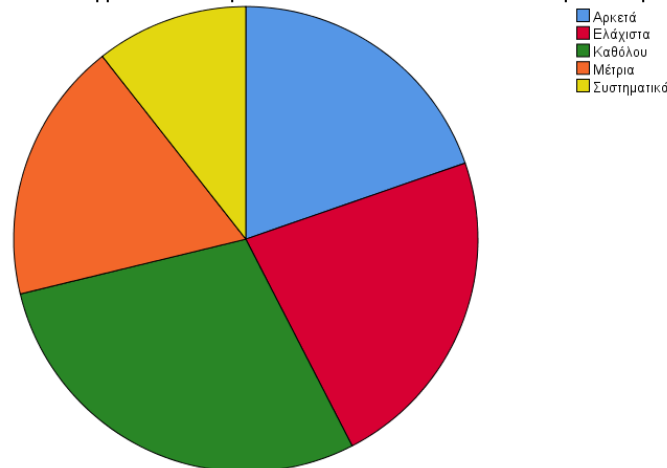
23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [... εφαρμόζει την πολιτική της αγοράς και χρήσης ασυσκευάστων προϊόντων και απορρυπαντικών στην ίδια συσκευασία αντί των εναλλακτικών μεθόδων μιας χρήσεως;]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά	13	19,7	19,7	19,7
Ελάχιστα	15	22,7	22,7	42,4
Καθόλου	19	28,8	28,8	71,2

Μέτρια	12	18,2	18,2	89,4
Συστηματικά	7	10,6	10,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 23θ: Εφαρμόζει η επιχείρηση την πολιτική της αγοράς και χρήσης
ασυσκευάστων προϊόντων και απορρυπαντικών στην ίδια συσκευασία αντί των
εναλλακτικών μεθόδων μιας χρήσεως?

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [... εφαρμόζει την πολιτική της αγοράς και χρήσης ασυσκευάστων
προϊόντων και απορρυπαντικών στην ίδια συσκευασία αντί των εναλλακτικών μεθόδων μιας χρήσεως:]



Γράφημα 23θ: Εφαρμόζει η επιχείρηση την πολιτική της αγοράς και χρήσης
ασυσκευάστων προϊόντων και απορρυπαντικών στην ίδια συσκευασία αντί των
εναλλακτικών μεθόδων μιας χρήσεως?

Το όγδοο υπό-ερώτημα διερευνά την εφαρμογή από την πλευρά των επιχειρήσεων πολιτικών αγοράς και χρήσης ασυσκευάστων προϊόντων και απορρυπαντικών στην ίδια συσκευασία αντί των εναλλακτικών μεθόδων μίας χρήσης. Οι απαντήσεις στο συγκεκριμένο υπό-ερώτημα δείχνουν μοιρασμένες, αφού υπάρχει μεγάλη διασπορά των απαντήσεων σε όλο το εύρος των επιλογών. Σε κάθε περίπτωση, μόλις το 10.6% έχει προχωρήσει σε συστηματική υιοθέτηση του μέτρου αυτού, ενώ 61.6% απαντούν για υιοθέτηση από ελάχιστα έως αρκετά. 28.8% δήλωσε πως δεν αγοράζει ποτέ

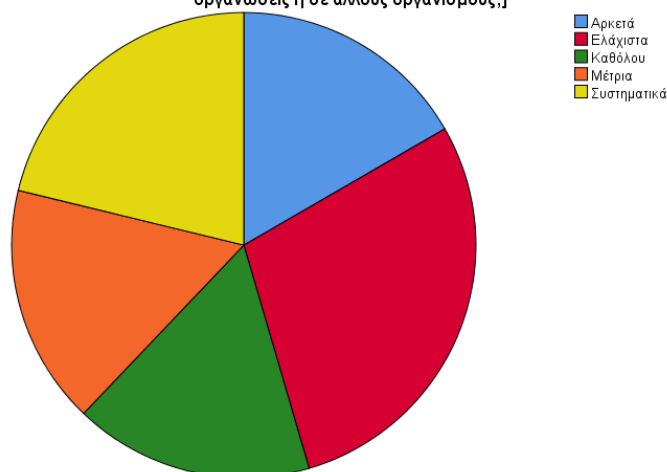
ασυσκευάστα προϊόντα και απορρυπαντικά στην ίδια συσκευασία αντί για προϊόντα μίας χρήσης.

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...δωρίζει τα παλιά έπιπλα και τον εξοπλισμό σε τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις ή σε άλλους οργανισμούς;]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά	11	16,7	16,7	16,7
Ελάχιστα	19	28,8	28,8	45,5
Καθόλου	11	16,7	16,7	62,1
Μέτρια	11	16,7	16,7	78,8
Συστηματικ ά	14	21,2	21,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 23ι: Δωρίζει η επιχείρηση τα παλιά έπιπλα και τον εξοπλισμό σε τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις ή σε άλλους οργανισμούς?

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...δωρίζει τα παλιά έπιπλα και τον εξοπλισμό σε τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις ή σε άλλους οργανισμούς;]



Γράφημα 23ι: Δωρίζει η επιχείρηση τα παλιά έπιπλα και τον εξοπλισμό σε τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις ή σε άλλους οργανισμούς?

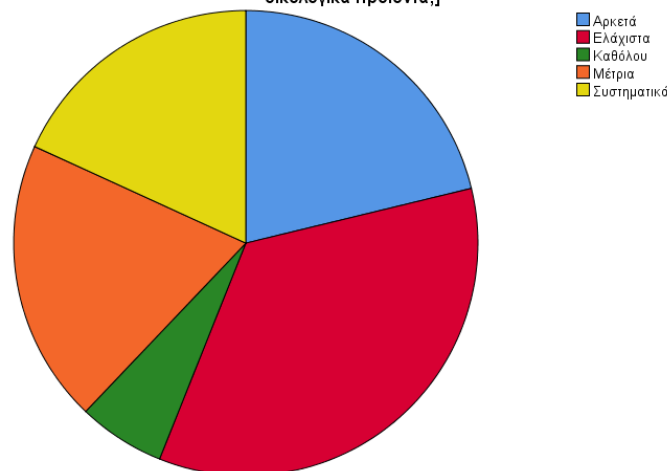
Το ένατο υπό-ερώτημα εξετάζει εάν η επιχείρηση δωρίζει σε φιλανθρωπικά ιδρύματα ή οργανισμούς παλαιό εξοπλισμό ή παλαιά έπιπλα. 38.9% δωρίζει συστηματικά ή αρκετά συχνά εξοπλισμό σε φιλανθρωπικά ιδρύματα ή οργανώσεις. 16.7% απαντά πως δωρίζει με ένα μέτριο ρυθμό ενώ 45.5% απαντά πως δεν δωρίζει ή δωρίζει ελάχιστα.

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [... χρησιμοποιεί κατά προτεραιότητα πιστοποιημένα βιολογικά και οικολογικά προϊόντα;]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά	14	21,2	21,2	21,2
Ελάχιστα	23	34,8	34,8	56,1
Καθόλου	4	6,1	6,1	62,1
Μέτρια	13	19,7	19,7	81,8
Συστηματικά	12	18,2	18,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 23κ: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση κατά προτεραιότητα πιστοποιημένα βιολογικά και οικολογικά προϊόντα?

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [... χρησιμοποιεί κατά προτεραιότητα πιστοποιημένα βιολογικά και οικολογικά προϊόντα;]



Γράφημα 23κ: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση κατά προτεραιότητα πιστοποιημένα βιολογικά και οικολογικά προϊόντα?

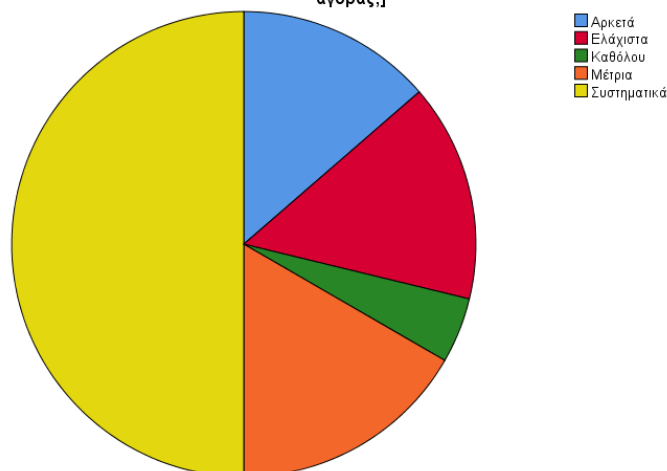
Το δέκατο υπό-ερώτημα προσπαθεί να αποτυπώσει το βαθμό υιοθέτησης και χρήσης βιολογικών και οικολογικών προϊόντων από τις επιχειρήσεις. 39.4% δηλώνει πως υπάρχει συστηματική ή αρκετή χρήση τέτοιων προϊόντων και το 21.2% απαντά πως χρησιμοποιεί αρκετά. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός πως μόλις το 6.1% των επιχειρήσεων δεν χρησιμοποιεί βιολογικά και οικολογικά προϊόντα, γεγονός που δείχνει πως υπάρχει μεγάλος βαθμός διείσδυσης των συγκεκριμένων προϊόντων στον κλάδο.

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...χρησιμοποιεί κατά προτεραιότητα προϊόντα και υπηρεσίες της τοπικής αγοράς;]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά	9	13,6	13,6	13,6
Ελάχιστα	10	15,2	15,2	28,8
Καθόλου	3	4,5	4,5	33,3
Μέτρια	11	16,7	16,7	50,0
Συστηματικά	33	50,0	50,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 23λ: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση κατά προτεραιότητα προϊόντα και υπηρεσίες της τοπικής αγοράς?

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...χρησιμοποιεί κατά προτεραιότητα προϊόντα και υπηρεσίες της τοπικής αγοράς;]



Γράφημα 23λ: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση κατά προτεραιότητα προϊόντα και υπηρεσίες της τοπικής αγοράς?

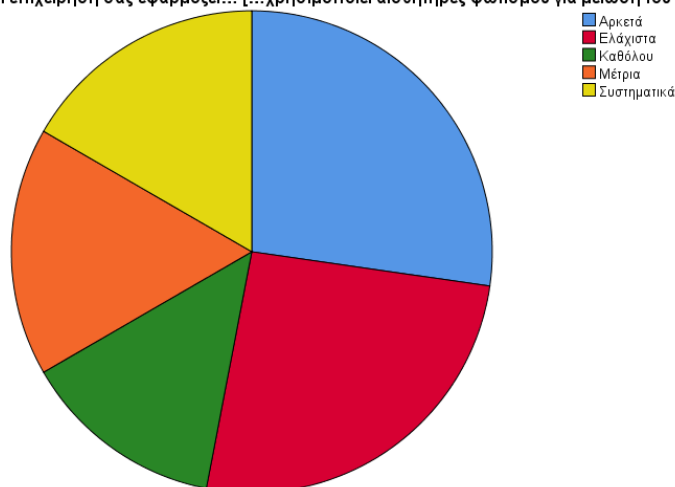
Το ενδέκατο υπό-ερώτημα μελετά τις σχέσεις της επιχείρησης με την τοπική οικονομία. Οι μισοί ερωτηθέντες (50%) δηλώνουν πως προτιμάται συστηματικά στην επιχείρησή τους κατά προτεραιότητα η αγορά προϊόντων και υπηρεσιών της τοπικής αγοράς, ενώ μόλις 4.5% απαντούν πως δεν προτιμούνται ποτέ τέτοια προϊόντα.

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...χρησιμοποιεί αισθητήρες φωτισμού για μείωση του κόστους;]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά	18	27,3	27,3	27,3
Ελάχιστα	17	25,8	25,8	53,0
Καθόλου	9	13,6	13,6	66,7
Μέτρια	11	16,7	16,7	83,3
Συστηματικ ά	11	16,7	16,7	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 23μ: Χρησιμοποιεί η επιχείρηση αισθητήρες φωτισμού για μείωση του κόστους?

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...χρησιμοποιεί αισθητήρες φωτισμού για μείωση του κόστους;]



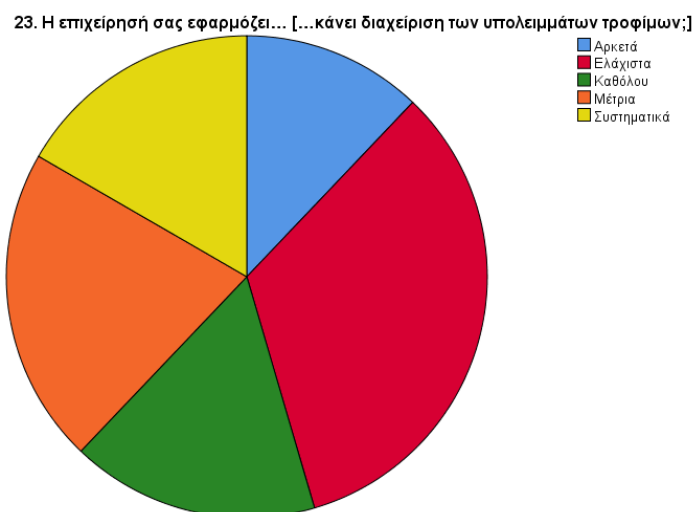
Γράφημα 23μ: : Χρησιμοποιεί η επιχείρηση αισθητήρες φωτισμού για μείωση του κόστους?

Το δωδέκατο υπό-ερώτημα αφορά την χρήση αισθητήρων φωτισμού για μείωση του κόστους στις επιχειρήσεις. Οι απαντήσεις των ερωτηθέντων είναι μοιρασμένες, όπως δείχνει και το γράφημα 23μ, με συμπέρασμα πως αρκετές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν έστω και ελάχιστα αισθητήρες φωτισμού (86.4%) αλλά όχι τόσο συστηματικά (16.7%).

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...κάνει διαχείριση των υπολειμμάτων τροφίμων;]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά	8	12,1	12,1	12,1
Ελάχιστα	22	33,3	33,3	45,5
Καθόλου	11	16,7	16,7	62,1
Μέτρια	14	21,2	21,2	83,3
Συστηματικά	11	16,7	16,7	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 23ν: Κάνει η επιχείρηση διαχείριση των υπολειμμάτων τροφίμων?



Γράφημα 23ν: Κάνει η επιχείρηση διαχείριση των υπολειμμάτων τροφίμων?

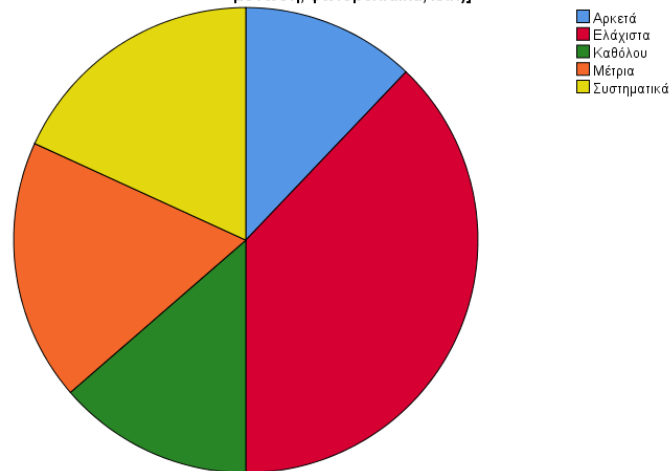
Ερωτώμενοι σχετικά με τη διαχείριση των υπολειμμάτων τροφίμων στο δέκατο τρίτο υπό-ερώτημα, οι μισοί συμμετέχοντες απάντησαν πως οι επιχειρήσεις τους δεν κάνουν ή κάνουν ελάχιστα τέτοια διαχείριση, ενώ μόλις 28.8% δηλώνουν πως γίνεται συστηματική ή τουλάχιστον εφαρμόζεται αρκετά μία τέτοια διαχείριση.

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...έχει λάβει μέτρα για τη μείωση του ενεργειακού αποτυπώματος (μόνωση, φωτοβολταϊκά, κλπ)]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αρκετά	8	12,1	12,1	12,1
Ελάχιστα	25	37,9	37,9	50,0
Καθόλου	9	13,6	13,6	63,6
Μέτρια	12	18,2	18,2	81,8
Συστηματικά	12	18,2	18,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 23ξ: Έχει λάβει η επιχείρηση μέτρα για τη μείωση του ενεργειακού αποτυπώματος (μόνωση, φωτοβολταϊκά, κλπ)?

23. Η επιχείρησή σας εφαρμόζει... [...έχει λάβει μέτρα για τη μείωση του ενεργειακού αποτυπώματος (μόνωση, φωτοβολταϊκά, κλπ)]



Γράφημα 23ξ: Έχει λάβει η επιχείρηση μέτρα για τη μείωση του ενεργειακού αποτυπώματος (μόνωση, φωτοβολταϊκά, κλπ)?

Το τελευταίο υπό-ερώτημα καταπιάνεται με την σχέση των επιχειρήσεων με μέτρα για τη μείωση του ενεργειακού τους αποτυπώματος. Οι απαντήσεις φαίνονται μοιρασμένες καθώς οι μισές επιχειρήσεις (50%) υιοθετούν σε ελάχιστο βαθμό ή καθόλου τέτοια μέτρα.

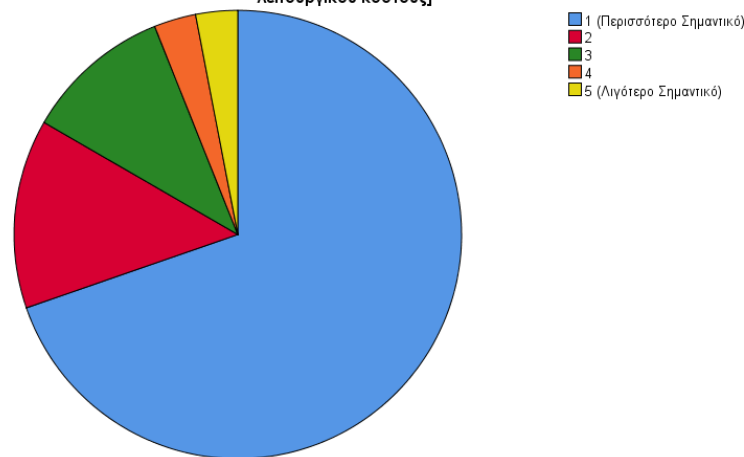
24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον ; Κατατάξτε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό. [Μείωση λειτουργικού κόστους]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Περισσότερο Σημαντικό)	46	69,7	69,7	69,7
2	9	13,6	13,6	83,3
3	7	10,6	10,6	93,9
4	2	3,0	3,0	97,0
5 (Λιγότερο Σημαντικό)	2	3,0	3,0	100,0

Total	66	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Πίνακας 24α: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Μείωση λειτουργικού κόστους)

24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον ; Κατατάξατε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό. [Μείωση λειτουργικού κόστους]



Γράφημα 24α: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Μείωση λειτουργικού κόστους)

Η ερώτηση 24 εξετάζει τα κίνητρα που θα ήταν σημαντικά για να ληφθούν από τις επιχειρήσεις και τους συμμετέχοντες πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον. Τα κίνητρα που μελετώνται είναι:

- η μείωση λειτουργικού κόστους ,
- η ελάττωση των περιβαλλοντικών επιδράσεων της επιχείρησης,
- τα περιουσιακά στοιχεία εμπορικής φύσης (εμπορική επωνυμία, εμπορικό σήμα),
- η διαθεσιμότητα επαγγελματικών γνωμοδοτήσεων,
- η ικανοποίηση των αναγκών των πελατών,
- η βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης,
- η σύσταση της Διεύθυνσης

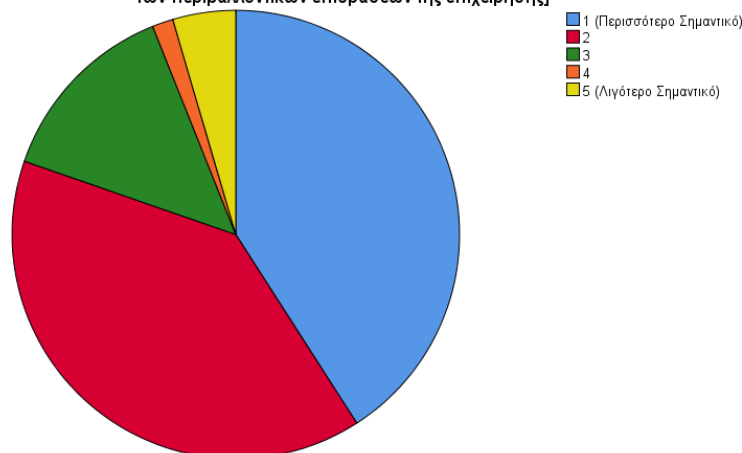
Το πρώτο υπό-ερώτημα εξετάζει τη σημασία της μείωσης του λειτουργικού κόστους στην κατεύθυνση της υιοθέτησης πρωτοβουλιών φιλικών προς το περιβάλλον. Η συντριπτική πλειοψηφία (69.7%) το θεωρεί περισσότερο σημαντικό, με τους υπόλοιπους ερωτηθέντες να δίνουν σημασία σε αυτό (απαντήσεις 1-3 καλύπτουν το 93.9%). Ελάχιστοι το θεωρούν ήσσονος σημασίας ως κίνητρο (6%).

24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον; Κατατάξατε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό. [Ελάττωση των περιβαλλοντικών επιδράσεων της επιχείρησης]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Περισσότερο Σημαντικό)	27	40,9	40,9	40,9
2	26	39,4	39,4	80,3
3	9	13,6	13,6	93,9
4	1	1,5	1,5	95,5
5 (Λιγότερο Σημαντικό)	3	4,5	4,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 24β: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Ελάττωση των περιβαλλοντικών επιδράσεων της επιχείρησης)

24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον ; Κατατάξτε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό. [Ελάττωση των περιβαλλοντικών επιδράσεων της επιχείρησης]



Γράφημα 24β: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Ελάττωση των περιβαλλοντικών επιδράσεων της επιχείρησης)

Το δεύτερο υπό-ερώτημα μελετά το κατά πόσο αποτελεί σημαντικό κίνητρο η ελάττωση των περιβαλλοντικών επιδράσεων της επιχείρησης. Φαίνεται πως θεωρείται σημαντικός παράγοντας εξίσου αφού το 40.9% το θεωρεί περισσότερο σημαντικό, με το 93.9% θεωρεί ότι έχει αρκετή σημασία (απαντήσεις 1-3). Ξανά, λίγοι απάντησαν πως είναι λιγότερο σημαντικό σαν κίνητρο (απαντήσεις 4-5 καταλαμβάνουν το 6% των απαντήσεων).

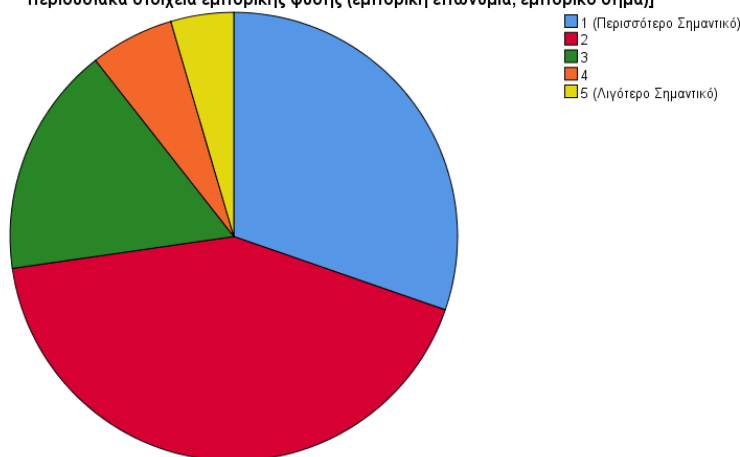
24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον ; Κατατάξτε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό. [Τα περιουσιακά στοιχεία εμπορικής φύσης (εμπορική επωνυμία, εμπορικό σήμα)]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Περισσότερο Σημαντικό)	20	30,3	30,3	30,3
2	28	42,4	42,4	72,7
3	11	16,7	16,7	89,4

4	4	6,1	6,1	95,5
5 (Λιγότερο Σημαντικό)	3	4,5	4,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 24γ: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Τα περιουσιακά στοιχεία εμπορικής φύσης - εμπορική επωνυμία, εμπορικό σήμα)

24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον ; Κατατάξτε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό. [Τα περιουσιακά στοιχεία εμπορικής φύσης (εμπορική επωνυμία, εμπορικό σήμα)]



Γράφημα 24γ: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Τα περιουσιακά στοιχεία εμπορικής φύσης - εμπορική επωνυμία, εμπορικό σήμα)

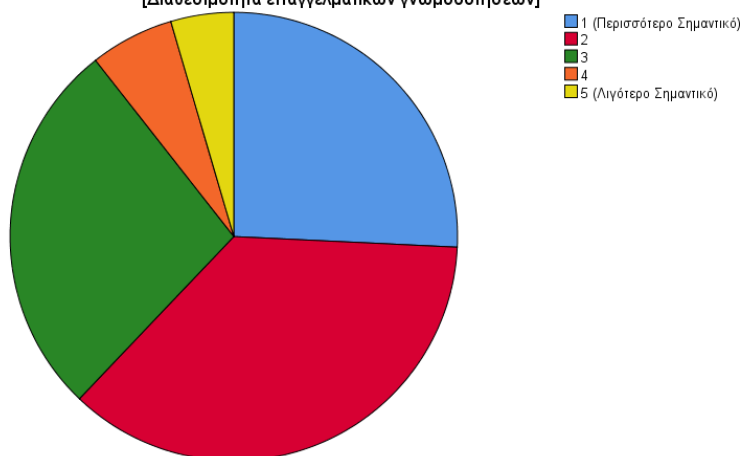
Το τρίτο υπό-ερώτημα προσδιορίζει σαν πιθανό κίνητρο τα περιουσιακά στοιχεία εμπορικής χρήσης, όπως την εμπορική επωνυμία και το εμπορικό σήμα. Οι απαντήσεις σε αυτό το υπό-ερώτημα δείχνουν πως ως κίνητρο θεωρείται κάπως πιο ασήμαντο συγκριτικά με τα προηγούμενα (λιγότερες απαντήσεις το κατατάσσουν ως περισσότερο σημαντικό - 30.3%), αλλά πάντως παραμένει σημαντικό, αφού οι απαντήσεις 1-3 καλύπτουν το 89.4%)

24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον ; Κατατάξατε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό. [Διαθεσιμότητα επαγγελματικών γνωμοδοτήσεων]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Περισσότερο Σημαντικό)	17	25,8	25,8	25,8
2	24	36,4	36,4	62,1
3	18	27,3	27,3	89,4
4	4	6,1	6,1	95,5
5 (Λιγότερο Σημαντικό)	3	4,5	4,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 24δ: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον
(Διαθεσιμότητα επαγγελματικών γνωμοδοτήσεων)

24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον ; Κατατάξατε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό. [Διαθεσιμότητα επαγγελματικών γνωμοδοτήσεων]



Γράφημα 24δ: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον
(Διαθεσιμότητα επαγγελματικών γνωμοδοτήσεων)

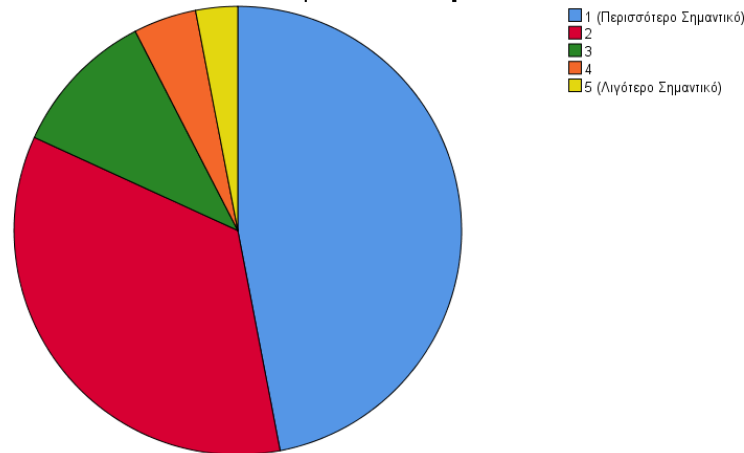
Το τέταρτο υπό-ερώτημα αναφέρει την ύπαρξη επαγγελματικών γνωμοδοτήσεων ως πιθανό κίνητρο. Τα αποτελέσματα δείχνουν παρόμοια με τα αντίστοιχα των περιουσιακών στοιχείων εμπορικής χρήσης, γεγονός κάπως αναμενόμενο αφού τόσο οι επαγγελματικές γνωμοδοτήσεις όσο και η εμπορική επωνυμία και το σήμα συνιστούν χαρακτηριστικά της γενικότερης εμπορικής εικόνας των επιχειρήσεων. Συνεπώς, είναι λογικό τα αποτελέσματα να είναι σχετικά κοντά. Η διαφορά έγκειται στο γεγονός πως φαίνεται η εμπορική επωνυμία και το εμπορικό σήμα να είναι πιο σημαντικά ως κίνητρα από τις επαγγελματικές γνωμοδοτήσεις, αφού για τα πρώτα το 72.7% απαντά πως είναι αρκετά σημαντικά (απαντήσεις 1-2) ενώ για τις επαγγελματικές γνωμοδοτήσεις το αντίστοιχο νούμερο είναι 62.1%.

24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον ; Κατατάξτε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό. [Ικανοποίηση των αναγκών των πελατών]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Περισσότερο Σημαντικό)	31	47,0	47,0	47,0
2	23	34,8	34,8	81,8
3	7	10,6	10,6	92,4
4	3	4,5	4,5	97,0
5 (Λιγότερο Σημαντικό)	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 24ε: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Ικανοποίηση των αναγκών των πελατών)

24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον ; Κατατάξτε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό. [ικανοποίηση των αναγκών των πελατών]



Γράφημα 24ε: : Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Ικανοποίηση των αναγκών των πελατών)

Το πέμπτο υπό-ερώτημα μελετά αν η ικανοποίηση των πελατών αποτελεί σημαντικό κίνητρο στις πρωτοβουλίες που είναι φιλικές προς το περιβάλλον. 47% απαντά πως είναι περισσότερο σημαντικός αυτός ο παράγοντας, ενώ 34.8% δίνει την απάντηση 2. Φαίνεται πως η πλειοψηφία θεωρεί σημαντική την ικανοποίηση, αφού μόλις το 7.5% απάντησε 4-5 στη σημασία της ικανοποίησης ως κίνητρο.

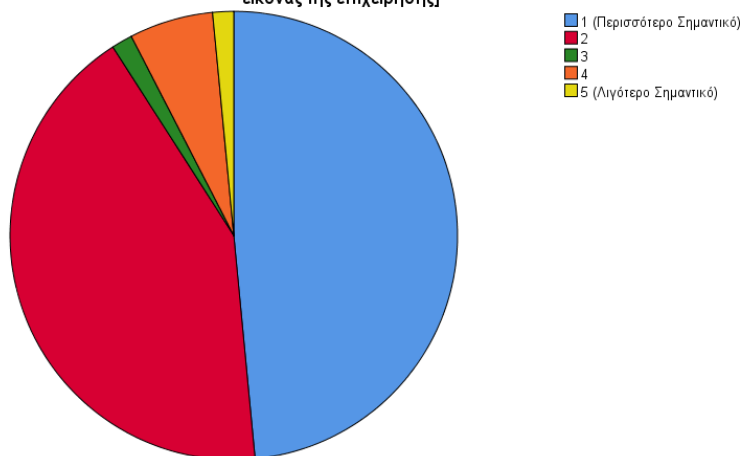
24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον ; Κατατάξτε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό. [Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Περισσότερο Σημαντικό)	32	48,5	48,5	48,5
2	28	42,4	42,4	90,9
3	1	1,5	1,5	92,4
4	4	6,1	6,1	98,5

5 (Λιγότερο Σημαντικό)	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 24ζ: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης)

24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον ; Κατατάξατε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό. [Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης]



Γράφημα 24ζ: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης)

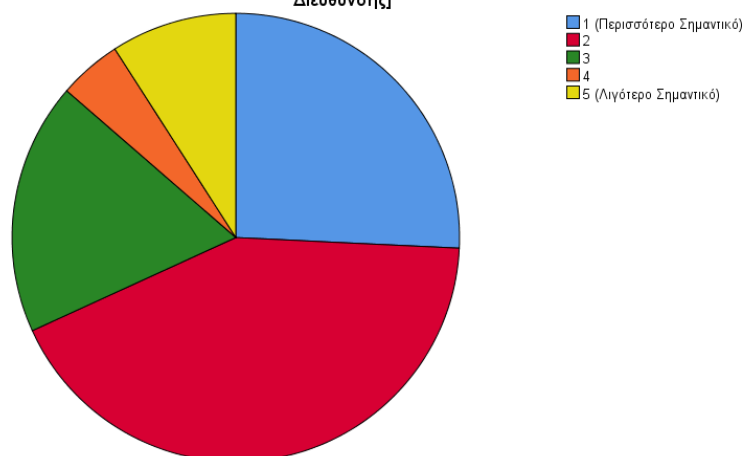
Το έκτο υπό-ερώτημα εξετάζει τη σημασία της βελτίωσης της εικόνας της επιχείρησης ως κίνητρο στην υιοθέτηση πρωτοβουλιών που είναι φιλικές προς το περιβάλλον. Η εικόνα είναι αντίστοιχη με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τις απαντήσεις του προηγούμενου υπό-ερωτήματος, γεγονός αναμενόμενο αού η ικανοποίηση των αναγκών των πελατών συμβάλει στην βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης.

24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον ; Κατατάξατε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό. [Σύσταση της Διεύθυνσης]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 (Περισσότερο Σημαντικό)	17	25,8	25,8	25,8
2	28	42,4	42,4	68,2
3	12	18,2	18,2	86,4
4	3	4,5	4,5	90,9
5 (Λιγότερο Σημαντικό)	6	9,1	9,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 24η: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Σύσταση της Διεύθυνσης)

24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον ; Κατατάξατε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό. [Σύσταση της Διεύθυνσης]



Γράφημα 24η: Κίνητρα για πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον (Σύσταση της Διεύθυνσης)

Το έβδομο υπό-ερώτημα μελετά την επίδραση του διευθυντικού παράγοντα στην υιοθέτηση των πρωτοβουλιών που είναι φιλικές προς το περιβάλλον. Η σύσταση της

διεύθυνσης δείχνει να έχει την λιγότερη βαρύτητα ως κίνητρο συγκριτικά με τα προηγούμενα, αφού μόλις το 25.8% τη θεωρεί ως περισσότερο σημαντική.

25. Είναι σημαντικό για τις επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο να γνωρίζουν τους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ) της επίσημης Ατζέντας 2030 του ΟΗΕ. Σε ποιους από τους παρακάτω στόχους που σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό, θα αποφάσιζε να επικεντρωθεί η επιχείρησή σας; Παρακαλώ επιλέξτε τους τρεις σημαντικότερους.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή	3	4,5	4,5	4,5
Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα, Στόχος 14...Ζωή στο Νερό	1	1,5	1,5	6,1
Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα, Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους	2	3,0	3,0	9,1
Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή, Στόχος 14...Ζωή στο Νερό, Στόχος 15...Ζωή στη Στεριά	1	1,5	1,5	10,6
Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα	1	1,5	1,5	12,1

Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα, Στόχος 14...Ζωή στο Νερό	1	1,5	1,5	13,6
Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα, Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους	1	1,5	1,5	15,2
Στόχος 15...Ζωή στη Στεριά	1	1,5	1,5	16,7
Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση	1	1,5	1,5	18,2
Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα	1	1,5	1,5	19,7
Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή, Στόχος 15...Ζωή στη Στεριά	1	1,5	1,5	21,2
Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή, Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους	1	1,5	1,5	22,7

Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα, Στόχος 14...Ζωή στο Νερό, Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους	1	1,5	1,5	24,2
Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 14...Ζωή στο Νερό, Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους	1	1,5	1,5	25,8
Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 15...Ζωή στη Στεριά, Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους	1	1,5	1,5	27,3
Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή	3	4,5	4,5	31,8

<p>Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα, Στόχος 14...Ζωή στο Νερό</p>	2	3,0	3,0	34,8
<p>Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα, Στόχος 14...Ζωή στο Νερό, Στόχος 15...Ζωή στη Στεριά</p>	1	1,5	1,5	36,4

Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα, Στόχος 14...Ζωή στο Νερό, Στόχος 15...Ζωή στη Στεριά, Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους	2	3,0	3,0	39,4
Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα, Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους	1	1,5	1,5	40,9
Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα	14	21,2	21,2	62,1

Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα, Στόχος 14...Ζωή στο Νερό	1	1,5	1,5	63,6
Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα, Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους	1	1,5	1,5	65,2
Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 14...Ζωή στο Νερό	2	3,0	3,0	68,2
Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση, Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους	3	4,5	4,5	72,7
Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη	4	6,1	6,1	78,8

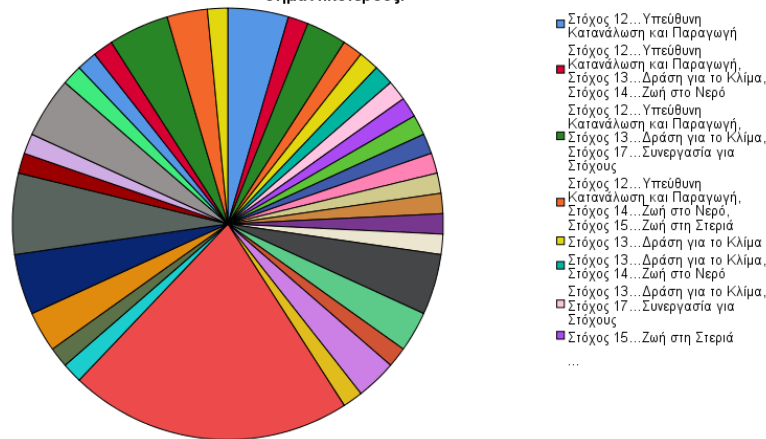
Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα	1	1,5	1,5	80,3
Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή, Στόχος 15...Ζωή στη Στεριά	1	1,5	1,5	81,8
Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή, Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους	3	4,5	4,5	86,4
Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα	1	1,5	1,5	87,9

Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα, Στόχος 14...Ζωή στο Νερό, Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους	1	1,5	1,5	89,4
Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα, Στόχος 15...Ζωή στη Στεριά	1	1,5	1,5	90,9
Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα, Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους	3	4,5	4,5	95,5
Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 14...Ζωή στο Νερό, Στόχος 15...Ζωή στη Στεριά	2	3,0	3,0	98,5
Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη, Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους	1	1,5	1,5	100,0

Total	66	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Πίνακας 25: Τρεις σημαντικότεροι στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης (ΣΒΑ) της επίσημης Ατζέντας 2030 του ΟΗΕ

25. Είναι σημαντικό για τις επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο να γνωρίζουν τους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ) της επίσημης Ατζέντας 2030 του ΟΗΕ. Σε ποιους από τους παρακάτω στόχους που σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό, θα αποφάσιζε να επικεντρωθεί η επιχείρησή σας; Παρακαλώ επιλέξτε τους τρεις σημαντικότερους.



Γράφημα 25: Τρεις σημαντικότεροι στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης (ΣΒΑ) της επίσημης Ατζέντας 2030 του ΟΗΕ

Η ερώτηση 25 θίγει τη σημασία που έχουν οι 17 στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης (ΣΒΑ) της επίσημης ατζέντας 2030 του ΟΗΕ. Οι ερωτηθέντες καλούνται να προσδιορίσουν τους τρεις (3) σημαντικότερους στόχους που σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό, που θα έπρεπε η επιχείρησή τους να επικεντρωθεί.

Οι στόχοι αυτοί είναι:

- Το καθαρό νερό και η αποχέτευση (στόχος 6),
- Η αξιοπρεπής εργασία και η οικονομική ανάπτυξη (στόχος 8),
- Η υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή (στόχος 12),
- Η δράση για το κλίμα (στόχος 13),
- Η ζωή στο νερό (στόχος 14),
- Η ζωή στη στεριά (στόχος 15),
- Η συνεργασία για στόχους (στόχος 17).

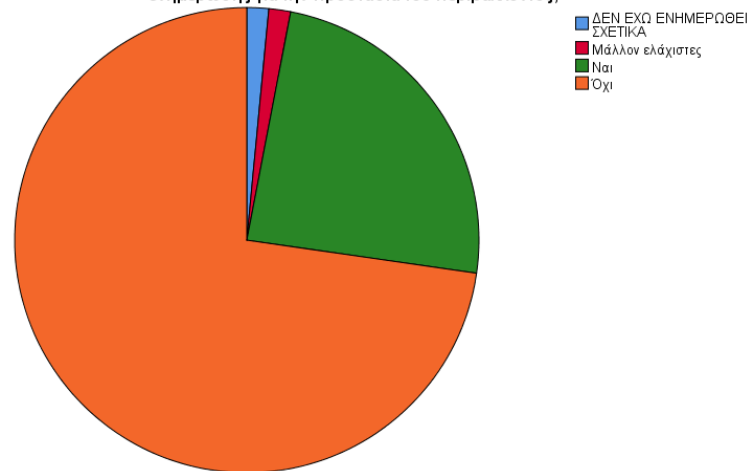
Από τους 66 συμμετέχοντες στην έρευνα, οι 48 (72.8%) περιέλαβαν στην απάντησή τους το στόχο 8, δηλαδή την αξιοπρεπή εργασία και την οικονομική ανάπτυξη. Βάσει των απαντήσεων, τόσο το καθαρό νερό και η αποχέτευση (στόχος 6) όσο και η δράση για το κλίμα (στόχος 13) αποτελούν σημαντικό στόχο ΣΒΑ, καθώς 56.1% των ερωτηθέντων τα συμπεριέλαβε στις απαντήσεις του. 36.4% θέτει την υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή μεταξύ των σημαντικότερων στόχων (στόχος 12), ενώ 1 στους 3 ερωτηθέντες (33.3%) θεωρεί σημαντική τη συνεργασία για στόχους (στόχος 17). Λιγότερο σημαντικοί, τουλάχιστον στο παρόν δείγμα, φαίνονται να είναι οι στόχοι για τη ζωή στο νερό και τη ζωή στη στεριά (στόχοι 14-15), καθώς επιλέχθηκαν από το 24.2% και 16.67% των ερωτηθέντων αντίστοιχα.

26. Στην Ένωση/Σύλλογο/Ομοσπονδία στην οποία είναι μέλος η επιχείρησή σας, έχουν αναληφθεί δράσεις ενημέρωσης για την προστασία του περιβάλλοντος;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΔΕΝ ΕΧΩ ΕΝΗΜΕΡΩΘΕΙ ΣΧΕΤΙΚΑ	1	1,5	1,5	1,5
Μάλλον ελάχιστες	1	1,5	1,5	3,0
Ναι	16	24,2	24,2	27,3
Όχι	48	72,7	72,7	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 26: Δράσεις ενημέρωσης για προστασία του περιβάλλοντος από Ενώσεις/Συλλόγους/ Ομοσπονδίες

26. Στην Ένωση/Σύλλογο/Ομοσπονδία στην οποία είναι μέλος η επιχείρησή σας, έχουν αναληφθεί δράσεις ενημέρωσης για την προστασία του περιβάλλοντος;



Γράφημα 26: Δράσεις ενημέρωσης για προστασία του περιβάλλοντος από Ενώσεις/Συλλόγους/ Ομοσπονδίες

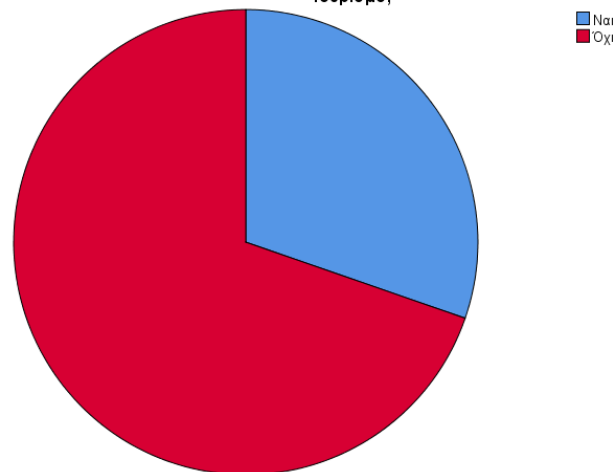
Η ερώτηση 26 διερευνά το ρόλο των ενώσεων, συλλόγων και ομοσπονδιών που ανήκουν οι επιχειρήσεις, όσον αφορά την προστασία του περιβάλλοντος. Πιο συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες στην έρευνα ερωτώνται εάν είναι γνώστες δράσεων ενημέρωσης για την προστασία του περιβάλλοντος, οι οποίες αναληφθήκαν από τους αντίστοιχους συλλόγους/ ενώσεις/ ομοσπονδίες που είναι μέλη οι επιχειρήσεις. Περίπου 1 στους 4 δήλωσε πως έχουν υπάρξει δράσεις (25.7%), με 1 συμμετέχοντα να δηλώνει πως αυτές ήταν μάλλον ελάχιστες (1.5%). 72.7% δήλωσε πως δεν έχουν υπάρξει δράσεις από πλευράς των ενώσεων, των συλλόγων ή της Ομοσπονδίας και 1 υποψήφιος (1.5%) δήλωσε άγνοια, καθώς δεν έχει ενημερωθεί σχετικά.

**27. Έχετε παρακολουθήσει σεμινάρια για εφαρμογή
πρακτικών βιώσιμης ανάπτυξης στον ελληνικό τουρισμό;**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ναι	20	30,3	30,3	30,3
Όχι	46	69,7	69,7	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 27: Παρακολούθηση σεμιναρίων για εφαρμογή πρακτικών βιώσιμης
ανάπτυξης στον ελληνικό τουρισμό

27. Έχετε παρακολουθήσει σεμινάρια για εφαρμογή πρακτικών βιώσιμης ανάπτυξης στον ελληνικό
τουρισμό;



Γράφημα 27: Παρακολούθηση σεμιναρίων για εφαρμογή πρακτικών βιώσιμης
ανάπτυξης στον ελληνικό τουρισμό

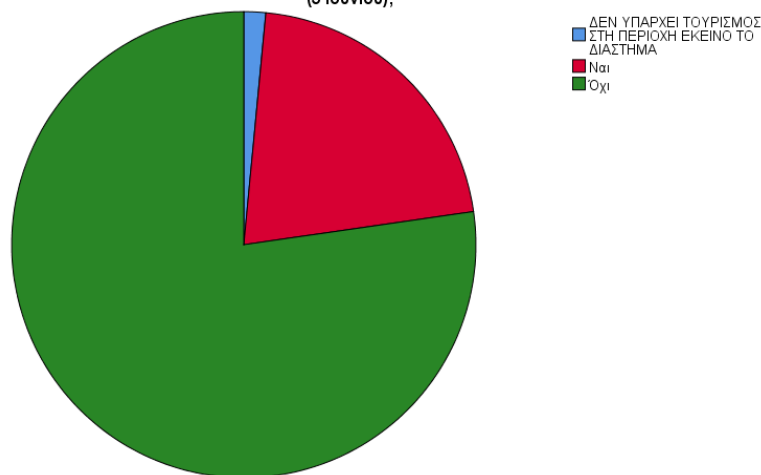
Η ερώτηση 27 μελετά τη συμμετοχή των ερωτηθέντων σε σεμινάρια που αφορούν την εφαρμογή πρακτικών βιώσιμης ανάπτυξης στον ελληνικό τουρισμό. Περίπου 7 στους 10 ερωτηθέντες δηλώνει πως δεν έχει παρακολουθήσει τέτοια σεμινάρια (69.7%), ενώ οι υπόλοιποι (30.3%) επιβεβαίωσαν πως έχουν παρακολουθήσει τέτοια σεμινάρια στο παρελθόν.

**28. Η επιχείρησή σας συμμετέχει με τους πελάτες σας σε δράσεις για την
Παγκόσμια Ημέρα του Περιβάλλοντος (5 Ιουνίου);**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΠΕΡΙΟΧΗ ΕΚΕΙΝΟ ΤΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ	1	1,5	1,5	1,5
Ναι	14	21,2	21,2	22,7
Όχι	51	77,3	77,3	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 28: Συμμετοχή επιχείρησης με τους πελάτες της σε δράσεις για την
Παγκόσμια Ημέρα του Περιβάλλοντος

28. Η επιχείρησή σας συμμετέχει με τους πελάτες σας σε δράσεις για την Παγκόσμια Ημέρα του Περιβάλλοντος
(5 Ιουνίου);



Γράφημα 28: Συμμετοχή επιχείρησης με τους πελάτες της σε δράσεις για την
Παγκόσμια Ημέρα του Περιβάλλοντος

Η ερώτηση 28 ερευνά τη συμμετοχή των επιχειρήσεων φιλοξενίας και των πελατών τους σε δράσεις που λαμβάνουν χώρα στα πλαίσια της Παγκόσμιας Ημέρας του Περιβάλλοντος (5 Ιουνίου). Οι περισσότεροι συμμετέχοντες στην έρευνα απαντούν

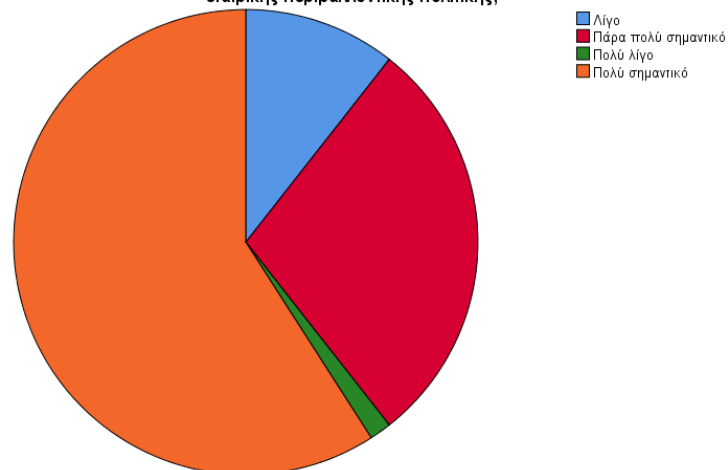
πως δεν υπάρχει συμμετοχή (78.8%), με έναν συμμετέχοντα (1.5%) να διευκρινίζει πως δεν υπάρχει τουρισμός στην περιοχή τη συγκεκριμένη περίοδο. 21.2% αναφέρει πως συμμετέχει σε τέτοιες δράσεις η επιχείρηση που τους απασχολεί μαζί με τους πελάτες της.

29. Πόσο σημαντικό κρίνετε τον ρόλο των εργαζομένων στις επιχειρήσεις φιλοξενίας στην επίτευξη της εταιρικής περιβαλλοντικής πολιτικής;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Λίγο	7	10,6	10,6	10,6
Πάρα πολύ σημαντικό	19	28,8	28,8	39,4
Πολύ λίγο	1	1,5	1,5	40,9
Πολύ σημαντικό	39	59,1	59,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 29: Σημασία ρόλου των εργαζομένων στις επιχειρήσεις φιλοξενίας για επίτευξη εταιρικής περιβαλλοντικής πολιτικής

29. Πόσο σημαντικό κρίνετε τον ρόλο των εργαζομένων στις επιχειρήσεις φιλοξενίας στην επίτευξη της εταιρικής περιβαλλοντικής πολιτικής;



Γράφημα 29: Σημασία ρόλου των εργαζομένων στις επιχειρήσεις φιλοξενίας για επίτευξη εταιρικής περιβαλλοντικής πολιτικής

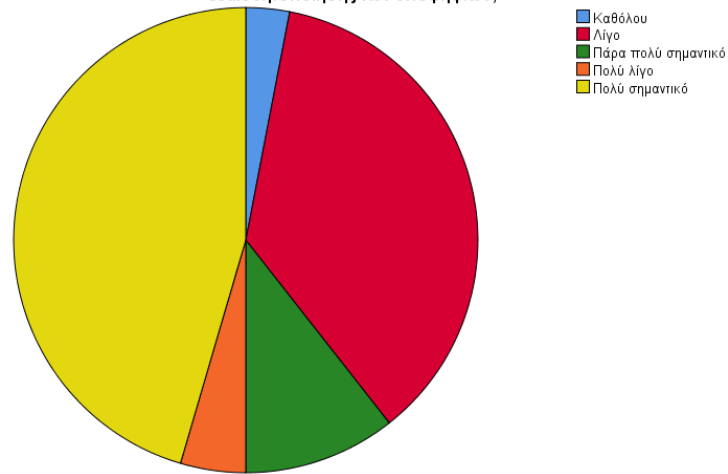
Η ερώτηση 29 αποσκοπεί στο να αξιολογηθεί ο ρόλος τον οποίο παίζουν οι εργαζόμενοι στις επιχειρήσεις φιλοξενίας προκειμένου να επιτευχθεί η εκάστοτε εταιρική περιβαλλοντική πολιτική. Το 87.9% των ερωτηθέντων θεωρεί πως οι εργαζόμενοι έχουν πάρα πολύ σημαντικό ή πολύ σημαντικό ρόλο σε αυτή την κατεύθυνση, ενώ το υπόλοιπο 12.1% πιστεύει πως ο ρόλος είναι λίγο ή πολύ λίγο σημαντικός. Όλοι οι ερωτηθέντες θεωρούν πως οι εργαζόμενοι παίζουν κάποιο ρόλο, αφού κανείς δεν έδωσε την απάντηση 'Καθόλου'.

30. Κατά την επιλογή προσωπικού πόσο σημαντικό κριτήριο για εσάς αποτελεί το επίπεδο περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης των υποψηφίων;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Καθόλου	2	3,0	3,0	3,0
Λίγο	24	36,4	36,4	39,4
Πάρα πολύ σημαντικό	7	10,6	10,6	50,0
Πολύ λίγο	3	4,5	4,5	54,5
Πολύ σημαντικό	30	45,5	45,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 30: Σημασία επιπέδου περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης υποψηφίων κατά τη διαδικασία πρόσληψης

30. Κατά την επιλογή προσωπικού πόσο σημαντικό κριτήριο για εσάς αποτελεί το επίπεδο περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης των υποψηφίων;



Γράφημα 30: Σημασία επιπέδου περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης υποψηφίων κατά τη διαδικασία πρόσληψης

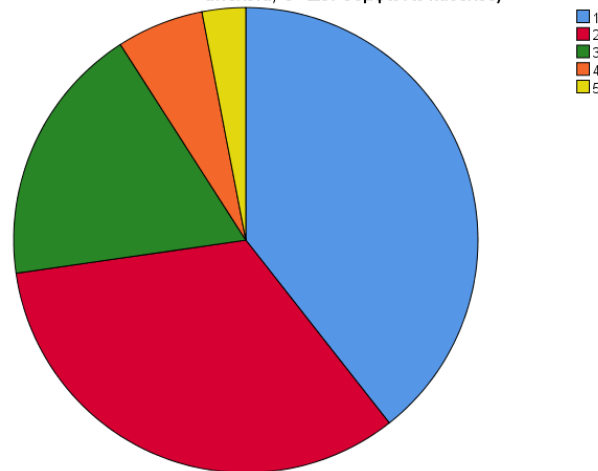
Η ερώτηση 30 διερευνά τον ρόλο που διαδραματίζει η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση υποψηφίων κατά τη διαδικασία πρόσληψης. Το 56.1% το θεωρεί πολύ ή πάρα πολύ σημαντικό ενώ το 43.9% δίνει λίγη έως καθόλου σημασία.

31. Θεωρείται ότι η ζήτηση για «πράσινη φιλοξενία» θα αυξηθεί πολύ στο άμεσο μέλλον ; (1= Συμφωνώ απόλυτα, 5= Δεν συμφωνώ καθόλου)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	26	39,4	39,4	39,4
2	22	33,3	33,3	72,7
3	12	18,2	18,2	90,9
4	4	6,1	6,1	97,0
5	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 31: Εκτιμήσεις για ζήτηση πράσινης φιλοξενίας στο άμεσο μέλλον

31. Θεωρείται ότι η ζήτηση για «πράσινη φιλοξενία» θα αυξηθεί πολύ στο άμεσο μέλλον ; (1= Συμφωνώ απόλυτα, 5= Δεν συμφωνώ καθόλου)



Γράφημα 31: Εκτιμήσεις για ζήτηση πράσινης φιλοξενίας στο άμεσο μέλλον

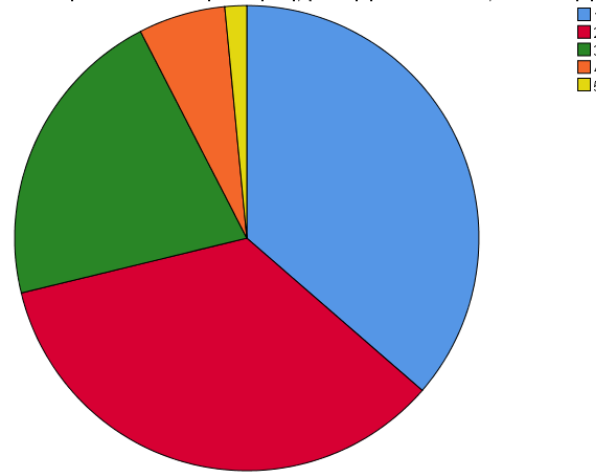
Η ερώτηση 31 συγκεντρώνει τις εκτιμήσεις των συμμετεχόντων της έρευνας σχετικά με την τάση της ζήτησης για πράσινη φιλοξενία στο εγγύς μέλλον. 39.4% είναι σίγουρο πως θα υπάρξει μεγάλη αύξηση στο άμεσο μέλλον, ενώ 33.3% το θεωρεί πολύ πιθανό. Μόλις 9.1% πιστεύει πως δεν θα αυξηθεί καθόλου ή ελάχιστα.

32. Οι επιχειρήσεις που θα αναλάβουν πρωτοβουλίες για την προστασία του περιβάλλοντος πόσο πιθανό είναι να αποκομίσουν ικανοποιητικά οφέλη; (1= Συμφωνώ απόλυτα, 5= Δεν συμφωνώ καθόλου)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	24	36,4	36,4	36,4
2	23	34,8	34,8	71,2
3	14	21,2	21,2	92,4
4	4	6,1	6,1	98,5
5	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 32: Οι πρωτοβουλίες για την προστασία του περιβάλλοντος θα δημιουργήσουν ικανοποιητικά οφέλη για τις επιχειρήσεις?

32. Οι επιχειρήσεις που θα αναλάβουν πρωτοβουλίες για την προστασία του περιβάλλοντος πόσο πιθανό είναι να αποκομίσουν ικανοποιητικά οφέλη; (1= Συμφωνώ απόλυτα, 5= Δεν συμφωνώ καθόλου)



Γράφημα 32: Οι πρωτοβουλίες για την προστασία του περιβάλλοντος θα δημιουργήσουν ικανοποιητικά οφέλη για τις επιχειρήσεις?

Η ερώτηση 32 αφορά τη σχέση των πρωτοβουλιών για την προστασία του περιβάλλοντος και τα πιθανά οφέλη για τις επιχειρήσεις. Οι ερωτηθέντες απαντούν το κατά πόσο πιστεύουν ότι θα υπάρξουν οφέλη μέσω τέτοιων πρωτοβουλιών ή όχι. Το 71.2% απαντά πως συμφωνεί απόλυτα ή σχεδόν απόλυτα σχετικά με την ύπαρξη ικανοποιητικών οφελών μέσα από περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες και μόλις 1.5% διαφωνεί απόλυτα.

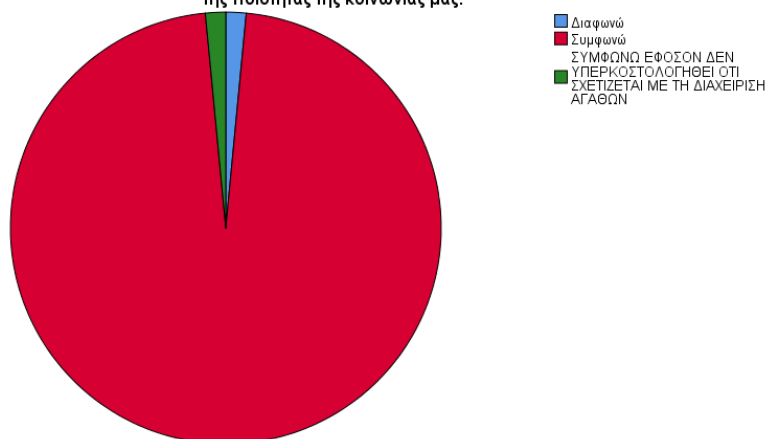
33. Κατά την διάρκεια της πανδημίας πολλοί πιστεύουν είναι ότι ο COVID-19, αποτελεί μια ένδειξη προβληματικής υγείας του πλανήτη μας. Η προστασία και βιώσιμη διαχείριση των παγκόσμιων κοινών αγαθών (αέρας, αποθέματα υδάτων, βιοποικιλότητα κ.λπ.), θα πρέπει να αποτελέσουν βασική προτεραιότητα της ποιότητας της κοινωνίας μας.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Διαφωνώ	0	0,0	0,0	0,0
Συμφωνώ	65	98,5	98,5	98,5

ΣΥΜΦΩΝΩ ΕΦΟΣΟΝ ΔΕΝ ΥΠΕΡΚΟΣΤΟΛΟΓΗΘ ΕΙ ΟΤΙ ΣΧΕΤΙΖΕΤΑΙ ΜΕ ΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΓΑΘΩΝ	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 33: Η προστασία και βιώσιμη διαχείριση των παγκόσμιων κοινών αγαθών (αέρας, αποθέματα υδάτων, βιοποικιλότητα κ.λπ.), θα πρέπει να αποτελέσουν βασική προτεραιότητα της ποιότητας της κοινωνίας μας?

33. Κατά την διάρκεια της πανδημίας πολλοί πιστεύουν είναι ότι ο COVID-19, αποτελεί μια ένδειξη προβληματικής υγείας του πλανήτη μας. Η προστασία και βιώσιμη διαχείριση των παγκόσμιων κοινών αγαθών (αέρας, αποθέματα υδάτων, βιοποικιλότητα κ.λπ.), θα πρέπει να αποτελέσουν βασική προτεραιότητα της ποιότητας της κοινωνίας μας.



Γράφημα 33: Η προστασία και βιώσιμη διαχείριση των παγκόσμιων κοινών αγαθών (αέρας, αποθέματα υδάτων, βιοποικιλότητα κ.λπ.), θα πρέπει να αποτελέσουν βασική προτεραιότητα της ποιότητας της κοινωνίας μας?

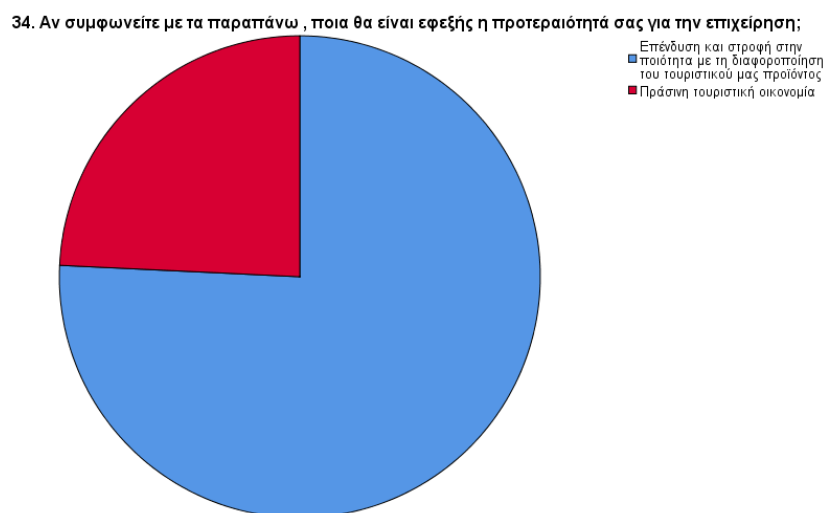
Η ερώτηση 33 εξετάζει το κατά πόσο οι ερωτηθέντες συμφωνούν με τη δήλωση πως κορωνοϊός COVID-19 και η έξαρση της πανδημίας αποτελούν ένδειξη ενός συνολικού προβλήματος που αφορά την υγεία του πλανήτη. Το σύνολο των ερωτηθέντων (100%) απαντά πως τόσο η προστασία όσο και η βιώσιμη διαχείριση των παγκόσμιων κοινών αγαθών όπως ο αέρας, τα αποθέματα νερού και η βιοποικιλότητα πρέπει να αποτελέσουν βασική προτεραιότητα της ποιότητας της

κοινωνίας μας. Αξίζει να αναφερθεί πως 1 συμμετέχων (1.5%) προσδιόρισε πως συμφωνεί εφόσον δεν υπερκοστολογηθεί οτιδήποτε σχετίζεται με την διαχείριση των αγαθών.

34. Αν συμφωνείτε με τα παραπάνω, ποια θα είναι εφεξής η προτεραιότητά σας για την επιχείρησή;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Επένδυση και στροφή στην ποιότητα με τη διαφοροποίηση του τουριστικού μας προϊόντος	50	75,8	75,8	75,8
Πράσινη τουριστική οικονομία	16	24,2	24,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Πίνακας 34: Εφόσον υπάρχει συμφωνία στην ερώτηση 33, ποιά θα είναι η προτεραιότητα σας για την επιχείρησή;



Γράφημα 34: Εφόσον υπάρχει συμφωνία στην ερώτηση 33, ποιά θα είναι η προτεραιότητα σας για την επιχείρησή;

Η ερώτηση 34 απαντήθηκε από τους ερωτηθέντες που θεωρούν πως η προστασία και βιώσιμη διαχείριση των παγκόσμιων κοινών αγαθών όπως ο αέρας και τα αποθέματα υδάτων πρέπει να αποτελέσουν βασική προτεραιότητα της ποιότητας της κοινωνίας μας. Σκοπός της ερώτησης είναι να προσδιοριστεί ποιά θα είναι η βασική προτεραιότητα των επιχειρήσεων σε παροντικό και μελλοντικό ορίζοντα. Το 75.8% απάντησε πως θα επενδύσει και θα στραφεί στην ποιότητα μέσω διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος, ενώ το 24.2% απάντησε πως θα επικεντρωθεί στην πράσινη τουριστική οικονομία.

Κεφάλαιο 5: Συμπεράσματα και Προτάσεις

5.1. Συμπεράσματα

Με την ολοκλήρωση της βιβλιογραφικής ανασκόπησης και την διεξαγωγή πρωτογενούς έρευνας όπως απεικονίστηκε και σχολιάστηκε αναλυτικά στο 4^ο κεφάλαιο της εργασίας σχετικά με το θέμα της περιβαλλοντικής συνείδησης των επιχειρήσεων τουρισμού στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, προκύπτουν ορισμένα χρήσιμα συμπεράσματα σχετικά με:

- Το προφίλ των επιχειρήσεων και την παρουσίαση βασικών δημογραφικών στοιχείων των συμμετεχόντων
- Μια ενδεικτική εικόνα για το πώς αντιλαμβάνονται την ΕΚΕ και την εξοικειώσή τους με αυτή
- Τον βαθμό στον οποίο εφαρμόζουν ή δείχνουν διάθεση να υιοθετήσουν πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης
- Τον βαθμό ευαισθητοποίησης και ενημέρωσης των επιχειρήσεων φιλοξενίας σε θέματα βιωσιμότητας

Εξετάζοντας τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων, παρατηρούμε ότι η μεγάλη πλειοψηφία (80.3%) αποτελούν ιδιοκτήτες, είτε άνδρες (51.5%) είτε γυναίκες (48.5%), οι περισσότεροι εκ των οποίων ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα μεταξύ 45 και 54 (33.3%). Όσον αφορά το επίπεδο μόρφωσης των ερωτηθέντων η πλειοψηφία αυτών κατέχει ανώτερη / ανώτατη εκπαίδευση με ποσοστό (71.8%). Αποδεικνύεται λοιπόν, ότι η ηλικιακή ομάδα μεταξύ 45-54 είναι περίοδος της εντονότερης επαγγελματικής δραστηριότητας τόσο για τους άντρες όσο και για τις γυναίκες και ότι το μορφωτικό επίπεδο είναι υψηλό.

Στην συνέχεια θα εξετάσουμε ορισμένα από τα επιμέρους χαρακτηριστικά των ξενοδοχείων και καταλυμάτων προκειμένου να διαμορφωθεί μια ειδικότερη εικόνα των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος. Έτσι λοιπόν παρατηρούμε ότι το (54.%) εργάζεται σε ξενοδοχεία με τους περισσότερους (27%) να είναι σε ξενοδοχεία τριών αστέρων και το (45.5%) σε καταλύματα, η πλειονότητα εκ των οποίων διαθέτει 6-10 δωμάτια. Το σύνολο των επιχειρήσεων είναι αυτόνομες (100%), με το (57.6%) αυτών να λειτουργούν όλο το χρόνο, εκ των οποίων το (42.4%) να διαθέτει εστιατόριο στις

εγκαταστάσεις του. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων βρίσκεται στον Νομό Ιωαννίνων (25.8%) και η μειοψηφία αυτών στον Νομό Θεσπρωτίας (10.6%). Στόχευση της έρευνας κατά την διεξαγωγή της ήταν η όσο το δυνατόν μεγαλύτερη διασπορά στην αντιπροσώπευση των καταλυμάτων και ξενοδοχείων, κάτι το οποίο επιτυγχάνεται. Η συνδυαστική ανάλυση της έρευνας θα μας βοηθήσει, επίσης, να καταλήξουμε σε ειδικότερα συμπεράσματα για τα μέτρα ενεργειακής και υδατικής εξοικονόμησης που λαμβάνουν τα ξενοδοχεία στα πλαίσια των αρχών της βιώσιμης ανάπτυξης στη συνέχεια.

Αποθαρρυντικά είναι τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με την εξοικείωση και την στάση των επιχειρήσεων απέναντι στην πρακτική της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, η οποία έχει αναδειχθεί ως ένας νέος τρόπος επιχειρηματικής δραστηριότητας που κερδίζει συνεχώς έδαφος τα τελευταία χρόνια. Αναλυτικότερα το 77.3% των ερωτηθέντων απαντά ότι δεν γνωρίζει καθόλου, λίγο ή μέτρια τον όρο, ενώ μόλις το 12.7% δηλώνουν εξοικειωμένη με τον όρο. Συνάμα το 60.6% θεωρεί αρκετά ή πολύ σημαντική την ΕΚΕ στην επιχείρηση και το 87.8% θα στρεφόταν στην κατεύθυνση της υιοθέτησης στρατηγικών ΕΚΕ αν βοηθούσε η πολιτεία (φορολογικά κίνητρα κλπ.) καθότι το κόστος εφαρμογής είναι υψηλό και εάν είχαν επαρκή ενημέρωση. Εν κατακλείδι, διαφαίνεται πως η εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ συνδέεται περισσότερο με την έλλειψη ενημέρωσης και το επιπλέον (υψηλό) κόστος, παρά με την καταλληλότητα του προσωπικού, την έλλειψη χρόνου ή την θεώρηση τους ως μη απαραίτητες.

Όσον αφορά το status quo της ΕΚΕ σε κάθε επιχείρηση που απασχολούνται οι ερωτηθέντες, η συντριπτική πλειοψηφία (97%) δήλωσε ότι δεν είναι μέλη του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ, ούτε έχουν υπογράψει και αποδεχθεί τη μεγαλύτερη παγκόσμια πρωτοβουλία Εταιρικής Βιωσιμότητας των Ηνωμένων Εθνών, που καλεί τις επιχειρήσεις να ευθυγραμμίσουν τις στρατηγικές και την λειτουργία τους με τις 10 Αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου που αφορούν τα ανθρώπινα δικαιώματα, τις συνθήκες εργασίας, το περιβάλλον και την καταπολέμηση της διαφθοράς και να αναλάβουν πρωτοβουλίες που προάγουν τους ΣΒΑ.

Η έρευνα υποδεικνύει και ορισμένα ζητήματα τα οποία χρήζουν περαιτέρω διερεύνησης σχετικά με την εφαρμογή μέτρων για την προστασία του περιβάλλοντος

(εξοικονόμηση ενέργειας, νερού, ανακύκλωση, υπεύθυνη διαχείριση αποβλήτων, χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας). Γενικώς διαφαίνεται ότι οι επιχειρήσεις δεν δίνουν τόση βαρύτητα στην χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, ενώ αντιθέτως υπάρχουν αρκετές που δίνουν βαρύτητα στην διαδικασία της ανακύκλωσης σε ποσοστό (21.2%) να εφαρμόζουν πλήρως όποια μέτρα απαιτούνται προς την κατεύθυνση.

Υπάρχουν διάφορα πρότυπα που πιστοποιούν την ποιότητα της τουριστικής μονάδας και τις διαδικασίες της. Από τα πιο γνωστά που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα είναι το HACCP, QNeST, Ελληνικό Πρωινό, ISO 14001 και το GREEN KEY. Οι περισσότερες από τις μισές (53.5%) δεν διαθέτουν κάποια πιστοποίηση.

Η εφαρμογή δράσεων προς την κατεύθυνση της ΕΚΕ παρατηρείται στην πλειονότητα των επιχειρήσεων σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό. Συνοπτικά αναφέρονται κάποιες από τις δράσεις αυτές:

Πρόκειται:

1. για την πολιτική της μη καθημερινής αλλαγής λινών με ποσοστό πλήρους εφαρμογής (51.5%)
2. για την άμεση επιδιόρθωση διαρροών με ποσοστό πλήρους εφαρμογής (90.9%)
3. για τον έλεγχο εγκαταστάσεων βάσει προγράμματος με ποσοστό πλήρους εφαρμογής (66.7%)
4. για την χρησιμοποίηση κατά προτεραιότητα προϊόντων και υπηρεσιών της τοπικής αγοράς με ποσοστό πλήρους εφαρμογής (50%)
5. για την χρησιμοποίηση κατά προτεραιότητα πιστοποιημένων βιολογικών προϊόντων με ποσοστό πλήρους εφαρμογής (39.4%)
6. για την πολιτική συλλογής και αξιοποίησης βρόχινου νερού με ποσοστό πλήρους εφαρμογής (9%)
7. για την πολιτική μείωσης του ενεργειακού αποτυπώματος (μόνωση, φωτοβολταικά, κλπ) με ποσοστό πλήρους εφαρμογής (18.2%)

Οι συμμετέχοντες σε αυτήν την έρευνα, επίσης, απάντησαν σε ερωτήσεις που έχουν σχέση με τα κίνητρα που θα ενθάρρυναν τις επιχειρήσεις να αναλάβουν

πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον με κυριότερο την μείωση του λειτουργικού κόστους, την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών και την εικόνα της επιχείρησης.

Όσον αφορά στους τρεις πιο σημαντικούς στόχους βιώσιμης ανάπτυξης (ΣΒΑ) της επίσημης ατζέντας 2030 του ΟΗΕ που θα έπρεπε να επικεντρωθούν οι επιχειρήσεις το (72.8%), περιέλαβε στην απάντηση τους τον (στόχο 8), δηλαδή την αξιοπρεπή εργασία και την οικονομική ανάπτυξη με επόμενο τόσο το καθαρό νερό (στόχο 6) όσο και τη δράση για το κλίμα (στόχο 13).

Η διερεύνηση του ρόλου των συλλόγων, των ενώσεων και ομοσπονδιών όπου ανήκουν οι επιχειρήσεις, όσον αφορά στην προστασία του περιβάλλοντος, αναδεικνύει ότι δεν γίνονται δράσεις ενημέρωσης για την προστασία του περιβάλλοντος, καθώς δηλώνεται από το 72.7% των συμμετεχόντων ούτε συμμετέχουν σε δράσεις με τους πελάτες στην Παγκόσμια Ημέρα Περιβάλλοντος (78.8%). Ελάχιστη είναι και η παρακολούθηση σεμιναρίων από τους ερωτηθέντες (69.7%).

Σχετικά με την υιοθέτηση πράσινων πρακτικών στον τομέα της διαχείρισης των ανθρωπίνων πόρων και ρόλο του ανθρώπινου δυναμικού στην υλοποίηση της περιβαλλοντικής πολιτικής, η έρευνα έδειξε ότι για τις περισσότερες επιχειρήσεις το επίπεδο περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης των υποψηφίων για πρόσληψη αποτελεί πολύ σημαντικό κριτήριο και το 87.9% των ερωτηθέντων θεωρεί πως οι εργαζόμενοι έχουν πάρα πολύ σημαντικό ή πολύ σημαντικό ρόλο στην επίτευξη εταιρικής περιβαλλοντικής πολιτικής.

Στις πρωτοβουλίες για την προστασία του περιβάλλοντος και τα πιθανά οφέλη για τις επιχειρήσεις το 71.2% συμφωνεί απόλυτα ή σχεδόν απόλυτα ότι θα υπάρξουν οφέλη. Κατά την διάρκεια της πανδημίας πολλοί πιστεύουν ότι ο Covid-19 αποτελεί μια ένδειξη προβληματικής υγείας του πλανήτη μας και με αυτό φαίνεται να συμφωνεί το 100% των ερωτηθέντων που θεωρούν πως η προστασία και βιώσιμη διαχείριση των παγκόσμιων κοινών αγαθών όπως ο αέρας, τα αποθέματα υδάτων, η βιοποικιλότητα κλπ. πρέπει να αποτελέσουν βασική προτεραιότητα της ποιότητας της κοινωνίας μας. Ποια, όμως, θα είναι η βασική προτεραιότητα των επιχειρήσεων σε παροντικό και μελλοντικό ορίζοντα; Το (75.8%) απάντησε πως θα επενδύσει και θα στραφεί στην

ποιότητα μέσω διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος, ενώ το 24.2% απάντησε πως θα επικεντρωθεί στην πράσινη τουριστική οικονομία.

Συνοψίζοντας, η δημιουργία ενός περιβαλλοντικά βιώσιμου «πράσινου» ξενοδοχείου, είναι μία από τις προκλήσεις του σήμερα και οι επιχειρήσεις οι οποίες θα πρωτοπορήσουν αναλαμβάνοντας δράσεις και προσπάθειες περιβαλλοντικές θα αποκομίσουν τα περισσότερα από τα πρώτα οφέλη.

5.2. Προτάσεις

Κατόπιν της ανάλυσης της συναφούς βιβλιογραφίας και των παραπάνω συμπερασμάτων της έρευνάς μας, που καταλήγουν στην θετική - υπό προϋποθέσεις – επίδραση της ΕΚΕ στις επιχειρήσεις φιλοξενίας της Περιφέρειας Ηπείρου και της Λευκάδας, διατυπώνουμε ορισμένες προτάσεις οι οποίες θεωρούμε ότι θα είναι προς όφελος όσων ενδιαφέρει το υπό μελέτη θέμα και κυρίως του τουρισμού των παραπάνω περιοχών.

Με δεδομένη την περιορισμένη γνώση για την ΕΚΕ των συμμετεχόντων επιχειρήσεων, όπως διαπιστώθηκε στην έρευνα, οι υπεύθυνοι αρμόδιοι για τον τουρισμό φορείς, σύλλογοι, ομοσπονδίες, οφείλουν να είναι περισσότερο δραστήριοι και ενημερωμένοι σε θέματα ΕΚΕ, και να διαχέουν αυτή την πληροφόρηση έμπρακτα στα μέλη τους. Η Πολιτεία, θα πρέπει να παράσχει άμεση πληροφόρηση και να συνεργαστεί, με τα Επιμελητήρια πρωτίστως των Νομών, καθότι τα περισσότερα ξενοδοχεία και καταλύματα ανήκουν σε αυτά, και να ενημερώσει τις επιχειρήσεις για τα πολλαπλά οφέλη και πλεονεκτήματα της ΕΚΕ.

Καθώς η πλειονότητα των επιχειρήσεων τουρισμού, ανήκουν στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που είναι η «ραχοκοκαλιά» της ελληνικής οικονομίας, και επειδή η ΕΚΕ έχει εφαρμογή και ενδιαφέρει μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις, θα πρέπει το Δίκτυο CSR Hellas, το οποίο λειτουργεί από το 2000 για την διάδοση και εφαρμογή της ΕΚΕ στην στρατηγική και στην λειτουργία των επιχειρήσεων και των οργανισμών, ανεξάρτητα μεγέθους και κλάδου δραστηριότητας, να συνεργαστεί και να έρθει πιο κοντά στις μικρές επιχειρήσεις μειώνοντας ταυτοχρόνως και την τιμή της συνδρομής μέλους διότι είναι απαγορευτική για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις.

Η Πολιτεία, επίσης, οφείλει να δώσει τα απαραίτητα κίνητρα με την παράλληλη προσφορά εξειδικευμένων προγραμμάτων ΕΚΕ και βιώσιμης ανάπτυξης καθότι η πλειοψηφία των εμπλεκόμενων στον τουρισμό είναι πρόθυμοι να κάνουν αλλαγές οι οποίες θα είναι φιλικές προς το περιβάλλον.

Οι εκπρόσωποι της ακαδημαϊκής κοινότητας, οι τομεακές ενώσεις και οι ξενοδόχοι πρέπει να συνεργαστούν για την ανάπτυξη νέων και λιγότερων δαπανηρών τεχνολογιών, διαδίδοντας πληροφορίες σχετικά με τις βέλτιστες πρακτικές και ευρήματα ανάλυσης – οφέλους.

Απαιτείται μια ευρεία οικολογική εκπαιδευτική εκστρατεία για να ξεκινήσει μια αλλαγή στις κοινωνικές συμπεριφορές. Οι εμπλεκόμενοι στον τουρισμό δύναται να συμμετέχουν και να διαφημίζουν, για παράδειγμα, την περιβαλλοντική δέσμευση στις εγκαταστάσεις τους, να προσκαλούν τους επισκέπτες να συμμετέχουν σε δραστηριότητες φιλο-οικολογικές και να προσκαλούν και την τοπική κοινωνία, τους μαθητές των σχολείων της περιοχής τους με σκοπό να εμπλέκονται όλοι και να γίνονται κοινωνοί της διαδικασίας αυτής.

Καθώς η ΕΚΕ έχει, τα τελευταία χρόνια, γίνει παράγοντας κλειδί για την βιώσιμη ανάπτυξη του πλανήτη και είναι το αντικείμενο μιας ποικιλίας ενεργών πολιτικών που εισάγονται από σημαντικούς διεθνείς οργανισμούς θα πρέπει οι τουριστικές επιχειρήσεις να στραφούν στην ποιότητα μέσω διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος, να γνωρίσουν τους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ) και να εντοπίσουν εκείνους τους οποίους είναι πιο ικανοί να αντιμετωπίσουν. Για να επιτευχθεί αυτό, υπάρχει ανάγκη για αλλαγή νοοτροπίας των επιχειρήσεων. Το φυσικό περιβάλλον δεν πρέπει να θεωρείται ως κάτι που πρέπει να χρησιμοποιείται όσον το δυνατό περισσότερο, προκειμένου να μεγιστοποιηθεί το κέδρος. Αντιθέτως, θα πρέπει να θεωρηθεί ως σημαντικό ενδιαφερόμενο μέρος. Χωρίς τον πλανήτη μας δεν υπάρχουν επιχειρήσεις και δεν υπάρχει πλανήτης Β.

Επειδή η περιοχή της Ηπείρου και της Λευκάδας χαρακτηρίζεται για την ανέγγιχτη ομορφιά, για τον πλούσιο φυσικό και πολιτισμικό πλούτο, με το Ζαγόρι να είναι υποψήφιο για την φυσική πολιτιστική κληρονομιά της UNESCO, και καθότι σήμερα είναι ευρέως αποδεκτό πως οι περιβαλλοντικοί και πολιτιστικοί πόροι μιας περιοχής δύναται να αποτελέσουν τον κινητήριο μοχλό για την ανάπτυξή της μέσα από

κατάλληλο σχεδιασμό που θα στηρίζεται στην προώθηση καινοτόμων και ευέλικτων μέτρων, καλούνται οι επιχειρήσεις τουρισμού να επιλέξουν ένα μοντέλο βιώσιμης ανάπτυξης που θα ενισχύσει την εικόνα και την φήμη τους ως περιβαλλοντικά υπεύθυνα ξενοδοχεία τα οποία ειδικά σήμερα είναι παράγοντας επιλογής για τους πελάτες.

Είναι βέβαιο ότι η οικονομική βιωσιμότητα του ελληνικού γενικά τουρισμού, και ως εκ τούτου της ελληνικής οικονομίας στο σύνολό της θα εξαρτάται από την περιβαλλοντική και πολιτιστική της βιωσιμότητα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΕΣ

Ανδριώτης, Κ., (2005). *Τουριστική Ανάπτυξη και Σχεδιασμός*. Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.

Αρβελέρ-Γλύκατση, Ελ., (2014). *Σας μιλώ για το Βυζάντιο*. Αθήνα: Ερμής.

Ασπρίδης, Γ., (2015). *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη – Η όψη του ανθρώπινου παράγοντα στην επιχείρηση*, Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα, Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα www.kallipos.gr, [πρόσβαση 20/01/20].

Βαλαβάνης, Κ., (2015), «Πράσινη Επιχειρηματικότητα και οικολογική καινοτομία. Μελέτη περίπτωσης: Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της νήσου Κρήτης». Διπλωματική εργασία ΕΑΠ.

Βαξεβανίδου, Μ., (2011). *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.

Βιτζηλαίου, Μ., (2018). «*Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Η εφαρμογή της στις τουριστικές επιχειρήσεις και η επίδρασή της στον δυνητικό τουρίστα*». Διπλωματική εργασία ΕΑΠ.

Βιτουλατίδη, Ο., (2000). *Εγχειρίδιο Μελέτης του Βιβλίου Marketing in Travel and Tourism*, Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

Γαλάνης, Γ., (2007). *Η εικόνα των Επιχειρήσεων και η σχέση της με την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*, Επιστημονικό Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ, Ιούνιος 2007.

Γεωργακόπουλος, Κ.Α., & Μανδαράκα, Μ., (2006). «*Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης σε Ελληνικές Επιχειρήσεις: Ωθούσες Δυνάμεις και Σημαντικότερα Οφέλη*». Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http://library.tee.gr/digital/m2135/m2135_mandaraka.pdf [τελευταία πρόσβαση 20/05/20].

Cohen, L., Manion, L., Morrison, K., (2000). *Μεθοδολογία εκπαιδευτικής έρευνας*. (Νέα συμπληρωμένη και αναθεωρημένη έκδοση). Εκδόσεις Μεταίχμιο, Ελλάδα.

EBEN, European Business Ethics Network, (2020). *Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής* (2020). Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://www.eben.gr> [τελευταία πρόσβαση 21/05/20].

Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, (2020). *Όραμα και αποστολή*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://www.csrhellas.net/about-us/csrh-mission/> [πρόσβαση 23/03/2020].

Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, (2020). *Οικουμενικό Σύμφωνο (Global Compact)* Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://www.csrhellas.net/network/global-compact/gc-mia-pagosmia-protounoulia/>[πρόσβαση 23/03/2020].

Ελληνικό Πρωινό, Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, (2020). *Ελληνικό Πρωινό*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://www.greekbreakfast.gr/>, [τελευταία πρόσβαση 25/05/20].

EUR-Lex, Πρόσβαση στο δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, (2020). *Βασικές κατευθύνσεις για την αειφορία του ευρωπαϊκού τουρισμού*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52003DC0716&from=EL> [τελευταία πρόσβαση 25/05/20].

EUR-Lex, Πρόσβαση στο δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, (2020). *Βασικές κατευθύνσεις για την αειφορία του ευρωπαϊκού τουρισμού*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52003DC0716&from=EL> [τελευταία πρόσβαση 25/05/20].

EUR-Lex, Πρόσβαση στο δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, (2020). *Μία ανανεωμένη στρατηγική ΕΕ 2011-14 για την εταιρική κοινωνική ευθύνη*. Διαθέσιμο την ιστοσελίδα <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0681&from=EN> [πρόσβαση 05/02/20].

EUR-Lex, Πρόσβαση στο δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, (2020). *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην ΕΕ*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52006DC0136&from=EL>[πρόσβαση 18/01/20].

EUR-Lex, Πρόσβαση στο δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, (2020). *Πρωτόκολλο του Κυότο για τις κλιματικές μεταβολές* (2011) Διαθέσιμο στο <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:l28060&from=EL> [πρόσβαση 24/03/2020].

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2020). *Η προσέγγιση της ΕΕ για τη βιώσιμη ανάπτυξη*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα https://ec.europa.eu/info/strategy/international-strategies/sustainable-development-goals/eu-approach-sustainable-development_el [πρόσβαση 28/01/2020].

Ευρωπαϊκή Ένωση, (2020). *Καταχώριση στο EMAS*, Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα https://europa.eu/youreurope/business/running-business/developing-business/emas-registration/index_el.htm, [πρόσβαση 25 Μαΐου, 2020].

Ευρωπαϊκό Συμβούλιο- Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, (2020). *Συμπεράσματα της Προεδρίας, Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του Γκέτεμποργκ, 15 και 16 Ιουνίου 2001*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://www.consilium.europa.eu/media/20976/00200-r1gr1.pdf> [πρόσβαση 24/03/2020].

Ευρωπαϊκός Οργανισμός Περιβάλλοντος, (2020). *Ο Δρόμος προς τη βιωσιμότητα*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://www.eea.europa.eu/el/simata-eop-2010/semata-2012/arhra/o-dromos-pros-ten-pagkosmia-biosimoteta> [πρόσβαση 22/03/20].

Haski-Leventhal, D., (2018). *Στρατηγική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.

Ηγουμενάκης, Ν., (1999). *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, Αθήνα: Interbooks.

ICAP, (2020). *ICAP-Επιτείνεται η στρατηγική επένδυση των εταιρειών στην Κοινωνική τους Ευθύνη* (2019). Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://www.icap.gr/Default.aspx?id=11248&nt=146&lang=1> [τελευταία πρόσβαση 10/04/20].

INSETE, (2020). *Η πανδημία του COVID-19 και ο ελληνικός τουρισμός*, (2020), INSETE, Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα https://insete.gr/meletes/2004_COVID-19_Greek_Tourism.pdf [τελευταία πρόσβαση 20/05/20].

Ινστιτούτο Επικοινωνίας, (2020). *Έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Υπεύθυνη Κατανάλωση- CSR 2016/17* (2020). Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.instofcom.gr/wp-content/uploads/2018/05/CSR-2017-Commentary-FIN-1.pdf> [τελευταία πρόσβαση 25/05/20].

Ινστιτούτο Επικοινωνίας, (2020). *Ινστιτούτο Επικοινωνίας* (2020). Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.instofcom.gr> [τελευταία πρόσβαση 25/05/20].

Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας Π., (2001). *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*, Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική.

Κορρές, Γ. & Γλύτση Ε., (2002). *Οικονομία του Πολιτισμού, τόμος Β' (Πόροι)*, Πάτρα: Ε.Α.Π.

Kotler, P., Lee. N., (2016). *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία σας και στο σκοπό της επιλογής σας*. Εκδόσεις Κέρκυρα Α.Ε - Economia Publishing.

Κυπριακό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, (2020). *Η Ιστορική Αναδρομή της Έννοιας*, Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.csrecyprus.org.cy/el/page/istoriki-anadromi> [τελευταία πρόσβαση 26/01/2020].

Liberoassurance, (2020). *ISO 14001-Συστήματα Διαχείρισης Περιβάλλοντος*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα https://liberoassurance.org/el/ISO-14001-systhma-diaxeirishs-perivallontos14001/?gclid=EA1aIQobChMIxqD5r5OY7AIVB-ztCh1hlQwLEAAYAiAAEgLFWvD_BwE [τελευταία πρόσβαση 25/05/20].

Mosse, Claude, (2000). *Οι θεσμοί στην κλασσική Ελλάδα*, Εκδόσεις Μεταίχμιο, Ελλάδα.

Organization for Economic Co-operation and Development, (2020). *Οι Κατευθυντήριες Γραμμές του ΟΟΣΑ (Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης) - OECD Guidelines for Multinational Enterprises*, Διαθέσιμο στο <http://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf> [πρόσβαση 05/02/2020].

Πανεπιστήμιο Αιγαίου, (2020). *Οικολογικά Σήματα*, Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www2.env.aegean.gr/eda/Envirohelp/greece/bestpractices/BestPracticeEcolabels.html>, [τελευταία πρόσβαση 22/05/20].

Παρασκευόπουλος, Ι., (1993). «Μεθοδολογία Επιστημονικής Έρευνας» τόμος 2, Αυτοέκδοση, Αθήνα.

Περιφέρεια Κρήτης, Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης, (2020). *Ενοποιημένη Θεματική Έκθεση-Περιφέρεια Κρήτης* (2020). Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http://ris3.crete.gov.gr/wp-content/uploads/2019/05/Joint-thematic-CSR-study_gr.pdf [τελευταία πρόσβαση 26/03/2020].

ΣΕΒ, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών, (2020). *Γνώμη της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής (ΟΚΕ) για την ΕΚΕ*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.sev.org.gr/uploads/Pdf/45990/GnomiOikonomikisEpitropis.pdf> [τελευταία πρόσβαση 20/05/2020].

Τζανή, Μ., (2005). «Μεθοδολογία έρευνας κοινωνικών επιστημών», Εθνικό & Καποδιστριακό Παν/μιο Αθηνών, Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://benl.primedu.uoa.gr/database1/method.pdf>, [πρόσβαση 05/06/20].

Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων, (2020). *Εθνικό σημείο επαφής ΟΟΣΑ για τις κατευθυντήριες οδηγίες για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις* (2020). Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.mindev.gov.gr>, [πρόσβαση 18/01/2020].

Υπουργείο Εξωτερικών, (2020). *Οικονομική και Κοινωνική Ανάπτυξη: βιώσιμη Ανάπτυξη*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://www.mfa.gr/missionsabroad/un/greece-in-organization/oikonomike-kai-koinonike-anaptuxe.html?page=1> [πρόσβαση 22/03/2020].

Υπουργείο Εσωτερικών, (2020). *Κείμενο εργασίας για το Σχέδιο της Εθνικής Στρατηγικής της Ελλάδας για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη* (2020). Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.opengov.gr/ypoiian/wp-content/uploads/downloads/2014/07/eke.pdf> [τελευταία πρόσβαση 30/03/20].

Υπουργείο Τουρισμού, (2020). *Νομοθεσία*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <http://www.mintour.gov.gr/legislation>, [τελευταία πρόσβαση 30/05/2020].

Χατζηδάκης, Α., (2015). *Τάσεις της Τουριστικής Κίνησης 2008-2015*, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Εθνικό Τυπογραφείο, Αθήνα 2015). Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/Xatzidakis_2015.pdf [τελευταία πρόσβαση 25/05/2020].

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΕΣ

Azilah, K. (2006). 'The need for business environmental and social responsibility in the tourism industry', *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 7 (1): 1-22.

Bio Hotels, (2020). *BIO HOTELS*. Retrieved May 26, 2020 from <https://www.biohotels.info/en/the-bio-hotels-association/>.

Bohdanowicz, P., (2005). 'Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries-survey results', *Hospitality Management* 25 (2006) 662-682.

Buckley, R., (2012). "Sustainable Tourism: Research and Reality", *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 2, pp. 528-546.

Business for Social Responsibility, (2020). *BSR (Business for Social Responsibility)*, Our Mission. Retrieved March, 24, 2020 from <https://www.bsr.org/en/about>.

Carroll, A., (1979). *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*, *The Academy of Management Review*, Vol. 4, No. 4 (Oct., 1979), pp. 497-505.

Carroll, A., (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, *Business Horizons*, July-August 1991, pp. 39-48.

Carroll, A., (1999). *Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct*, *Business & Society*, Vol. 38, No. 3, pp. 268-295.

Drexhage, J. and Murphy, D., (2010). *Sustainable Development: From Brundtland to Rio 2012*. In: United Nations Headquarters, 1st Meeting by the High Level Panel on Global Sustainability, United Nations, New York.

Environment Programme, (2020). *Coronavirus-A message from nature* (2020). Retrieved May 20, 2020 from <https://www.unenvironment.org/news-and-stories/video/message-nature-coronavirus>.

Eurocommerce, (2020). *A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*. Retrieved March 4, 2020 from https://www.eurocommerce.eu/media/7237/position-csr-renewed_csr_strategy_2011-14-07.03.2012.pdf.

European Commission, (2020). *ISO 14000*, Retrieved May 25, 2020, from https://ec.europa.eu/eip/ageing/standards/general/general-documents/iso-14000_en.

European Commission, (2020). Communication from the Commission Europe 2020, A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. Retrieved May 20, 2020 from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC2020&from=en>.

European Commission, (2020). *What is EMAS?* (2020) Retrieved May 25, 2020, from https://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm.

European Commission, (χ.χ). EU Ecolabel, Retrieved May 25, 2020 from https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm.

Freeman, R.E., (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*, Boston: Pitman Publishing.

Golja, T. and Nizlic, M. K., (2010). Corporate social responsibility in tourism, the most popular tourism destinations in Croatia, comparative analysis, *Management*, Vol. 15, pp. 107-121.

Green Globe, (2020). *Green Globe*, Retrieved May 26, 2020 from <https://greenglobe.com/about/>.

Green Key, (2020). *Green Key*, Retrieved May 26, 2020, from <https://www.greenkey.global/our-programme>.

Hamid, A., (2010). *CSR in Tourism Industry*. Retrieved May 20, 2020, from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1684185.

Hejase, H., Farha, C., Haddad, Z., and Hamdar, B., (2012). *Exploring the Multiple Benefits of CSR on Organizational Performance: Case of Lebanon*, *Journal of Social Sciences*, Coes & R-JSS, pp. 1-23.

International Organization for Standardization, (2020). *ISO 26000, Social Responsibility*. Retrieved March 24, 2020 from <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>.

International Organization for Standardization, (2020). *ISO 14000:2015, Environmental management systems- Requirements with guidance for use*, Retrieved May 25, 2020, from <https://www.iso.org/standard/60857.html>.

International Organization for Standardization, (2020). *ISO Standards Sustainable Development Goals*, Retrieved May 25, 2020, from <https://www.iso.org/sdgs.html>.

Jankal, R., & Jankalova M., (2015). *The application of The EFQM Excellence Model by the evaluation of Corporate Social Responsibility activities of companies*. Retrieved April 20, 2020, from www.sciencedirect.com.

Janssen, H., Kiers, M. & Nijkamp, P., (1995). *Private and public development strategies for sustainable tourism development of island economies*.

Jauhari, V., (2014). *Managing Sustainability in the Hospitality and Tourism Industry: Paradigms and Directions for the Future*. Oakville, Canada: Apple Academic Press.

KATE, Tourism Watch and ACSUD, (2004). 'Corporate Social Responsibility. Dialogue with the Tourism Industry'. Retrieved May 25, 2020, from <http://turismovision.kate-stuttgart.org/aktuelles/download/1838/projectflyer.pdf>.

Kotler, P., & Lee, N., (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. New Jersey: John Wilson & Sons, Inc.

Lane, B., (1991). Sustainable tourism: A new concept for the interpreter. *Interpretation Journal*. 49:1-4.

Legrand W., Sloan P., Chen J., (2017). *Sustainability in the hospitality industry: principles of sustainable operations*. Abingdon, UK: Routledge.

Mariani, M., Czakon, W., Buhalis, D. & Vitouladiti, O., (2016). *Tourism management, marketing, and development: performance, strategies and sustainability*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.

Novacka, L., Picka & Narvatil, Topaloglu, C. & Svec, R., (2018). *Adopting environmentally friendly mechanisms in the hotel industry*. Retrieved May 15, 2020, from International Journal of Contemporary Hospitality Management Vol.31 No.6, 2019.

Owen, R.E., Witt, S. & Gammon, S. (1993). Sustainable tourism development in Wales: From theory to practice. *Tourism Management*. 14(3): 463-474.

Palau, R., (2006). ‘Corporate Social Responsibility in the Catalan hospitality chains’, *Best-EN Think Tank VI “Corporate Social Responsibility for Sustainable Tourism”*.

Pricewaterhouse Coopers, (2006). ‘Corporate responsibility in the hospitality sector: pain or gain?’, *Hospitality Directions Europe Edition*, 13.

Quality Network on Sustainable Tourism, (2020). “*Qnest-Quality Network on Sustainable Tourism*” Retrieved May 27, 2020, from <https://qnest.adrioninterreg.eu/>.

Rada, J., (1996). Designing and building eco-efficient hotels. *Green Hotelier* 4, 10-11.

Tepelus, C., (2010). “Corporate Social Responsibility of Tourism”, *Understanding the Sustainable Development of Tourism*, Good Fellow Publishers, pp. 1-21.

The European Business Network for Corporate Sustainability and Responsibility, (2020). *Enterprise 2020 Summit- Strengthening Europe through collaboration on sustainability* Retrieved February 10, 2020 from <https://www.csreurope.org/enterprise-2020-summit-strengthening-europe-through-collaboration-sustainability#.Xmk39tR97s0>.

Travelife, (2020). *Travelife*. Retrieved May 26, 2020, from https://www.travelife.info/index_new.php?menu=about_travelife&lang=en.

United Nations, (2020). The 17 Goals- Sustainable Development Goals, Retrieved April 10, 2020, from <https://sdgs.un.org/goals>.

United Nations, (2020). *UN Global Compact*. Retrieved March 28, 2020, from <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc>.

United Nations, (2020). *United Nations Conference on the Human Environment (Stockholm Conference)*. Retrieved 26 January, 2020 from <https://sustainabledevelopment.un.org/milestones/humanenvironment>.

United Nations, (2020). *The Paris Agreement and NDCs*. Retrieved March 27, 2020, from <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/the-paris-agreement/nationally-determined-contributions-ndcs>.

United Nations, (2020). *Our Common Future: Report of the World Commission of Environment and Development*. Retrieved March 4, 2020 from <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>.

United Nations, (2020). *Paris Agreement*. Retrieved March 20, 2020 from https://unfccc.int/files/meetings/paris_nov_2015/application/pdf/paris_agreement_english.pdf.

Visser, W., (2010). *CSR 2.0: The Evolution and Revolution of Corporate Social Responsibility, Chapter 21 in: Responsible Business - How to Manage a CSR Strategy Successfully*, Wiley.

Werther, W. B. and Chandler, D., (2011). *Strategic Corporate Social Responsibility: Stakeholders in a Global Environment* (2nd edition.). Thousand Oaks, CA:Sage.

Werther, W. Jr. & Chandler, D., (2006). *Strategic Corporate Social Responsibility – Stakeholders in a Global Society*, California USA: Sage Publications, p. 11.

Witt, S.F., (1987). Economic impact of tourism on Wales. *Tourism Management*. 8:306-316.

World Business Council for Sustainable Development, (2020). *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*. Retrieved March 22, 2020 from <https://www.wbcsd.org/Overview/Our-history>.

World Business Council for Sustainable Development, (2020). *World Business Council for Sustainable Development*) Retrieved March 24, 2020 from <https://www.wbcsd.org/>.

World Tourism Organization, (2020). *Private Sector Commitment by UNWTO* (2011). Retrieved May 20, 2020 from <https://www.unwto.org/private-sector-signatories-of-the-commitment>.

World Tourism Organization, (2020). *The Global Code of Ethics for Tourism* (1999). Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism> [τελευταία πρόσβαση 18/05/20].

World Tourism Organization, (n.d). *How Tourism can contribute to the Sustainable Development Goals (SDGs)*. Retrieved June 18, 2020, from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417254>.

WTTC, (2002). *Corporate Social Leadership in Travel & Tourism*, London.

WWF, (2020). WWF (2004). *Living Planet Report 2004: The alarming state of the world*: Retrieved May 20, 2020, from https://wwf.panda.org/knowledge_hub/all_publications/living_planet_report_timeline/lpr_2004/.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

<http://greenhotels.com/index.php>

<https://docplayer.gr/110829471-Kefalaio-2-apo-tis-pyramides-tis-eke-sti-diamoirazomeni-axia-kai-akoma-parapera-ypodeigmata-kai-plaisia-tis-eke.html>

<https://www.csrhellas.net/>

<https://www.smartsheet.com/what-stakeholder-theory-and-how-does-it-impact-organization>

Παράρτημα Α: «Ερωτηματολόγιο έρευνας»

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Κυρίες/Κύριοι,

Η παρούσα έρευνα υλοποιείται στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου με τίτλο «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων», με σκοπό την εκπόνηση διπλωματικής εργασίας με θέμα *«Περιβαλλοντική συνείδηση των επιχειρήσεων τουρισμού στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης»*.

Η διεξαγωγή της έρευνας θα γίνει στις επιχειρήσεις φιλοξενίας που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό κλάδο της περιοχής της **Ηπείρου και της Λευκάδας**. Η έρευνα έχει επιστημονικό χαρακτήρα και τα στοιχεία τα οποία θα συγκεντρωθούν θα είναι απολύτως εμπιστευτικά.. Παρακαλούμε , καθότι η συμβολή σας κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική για την έρευνα, να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο που ακολουθεί με προσοχή και ειλικρίνεια, διαθέτοντας λίγα μόνο λεπτά από τον πολύτιμο χρόνο σας.

Σας ευχαριστώ προκαταβολικά.

Μεταπτυχιακή φοιτήτρια:

Παπαβασιλείου Μαρία

E-mail: mariapapsch@gmail.com

Ερωτηματολόγιο

ΜΕΡΟΣ Α: Γενικές ερωτήσεις

1. Ποια είναι η ιδιότητά σας στο ξενοδοχείο/κατάλυμα;

Ιδιοκτήτης

Διευθυντής/Διευθύντρια

Υπάλληλος

Άλλο

2. Φύλο:

Άνδρας

Γυναίκα

3. Ηλικιακή Ομάδα:

15-24

25-34

35-44

45-54

55-64

65+

4. Επίπεδο μόρφωσης:

Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό

Ανώτερη/Ανώτατη

Γυμνάσιο/Λύκειο

Δημοτικό

5. Σε ποια κατηγορία ανήκει η επιχείρησή σας;

Κατηγορία	
Ξενοδοχείο	Κατάλυμα
1	1
2	2
3	3
4	4
5	5

6. Ποια η δυναμικότητα της επιχείρησης;

Δυναμικότητα σε δωμάτια:	
1-5	
6-10	
11-15	
16-20	
21-40	
41-60	
61-80	
81-100	
>100	

7. Η επιχείρηση ανήκει σε κάποια αλυσίδα ή είναι ανεξάρτητη;

Μέλος αλυσίδας

Ανεξάρτητη

8. Η επιχείρηση λειτουργεί όλο το χρόνο ή εποχιακά;

Λειτουργεί όλο το χρόνο

Λειτουργεί εποχιακά

9. Η επιχείρηση διαθέτει εστιατόριο;

Ναι

Όχι

10. Σε ποιόν νομό βρίσκεται η επιχείρησή σας ;

Ν. Άρτας

Ν. Θεσπρωτίας

Ν. Ιωαννίνων

Ν. Πρέβεζας

Ν. Λευκάδας

11. Ποια είναι η πολυπληθέστερη εθνικότητα των επισκεπτών σας;

1	Ελληνική
2	Αμερικάνικη
3	Ρώσικη
4	Βορειοευρωπαϊκή
5	Νοτιοευρωπαϊκή
6	Άλλη

ΜΕΡΟΣ Β: ΕΙΚΟΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, στην Πράσινο Βίβλο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής το έτος 2001, ορίστηκε ως: *“η έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη”*

12. Πόσο εξοικειωμένοι είστε με τον όρο «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» (ΕΚΕ);

Καθόλου Λίγο Μέτρια Πολύ Πάρα Πολύ

**13. Παρακαλώ σημειώστε το βαθμό συμφωνίας σας στην παρακάτω πρόταση:
«Η «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» (ΕΚΕ), ενδιαφέρει τόσο τις μεγάλες όσο και
τις μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες μέσω της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας
επιθυμούν να βελτιώσουν την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική τους
αποτελεσματικότητα, βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα».**

Διαφωνώ απολύτως

Μάλλον διαφωνώ

Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ

Μάλλον συμφωνώ

Συμφωνώ απολύτως

**14. Ποιόν από τους παρακάτω λόγους θεωρείτε πιο σημαντικό για την εφαρμογή
στρατηγικών «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ).**

Βελτίωση της εταιρικής εικόνας της επιχείρησης

Αύξηση της ικανοποίησης των πελατών

Αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων

Βελτίωση της αποδοτικότητας της επιχείρησης

Τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων

15. Σε ποιόν πυλώνα της «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ) δίνει ή θα ήθελε να δίνει έμφαση η επιχείρησή σας;

Περιβάλλον

Τοπική κοινωνία

Εργαζόμενοι

Πελάτες

16. Πόσο σημαντική είναι η «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» (ΕΚΕ) για το ξενοδοχείο σας;

Πολύ σημαντική

Αρκετά σημαντική

Σημαντική

Λίγο σημαντική

Καθόλου σημαντική

17. Εάν η πολιτεία προωθήσει την «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» (ΕΚΕ) π.χ. μέσω μείωσης φόρων, επιδοτήσεις κεφαλαίου και επιχορηγήσεις λειτουργίας, πόσο πιθανό πιστεύεται να αυξήσει η επιχείρησή σας τις δράσεις ΕΚΕ;

Πολύ πιθανό

Αρκετά πιθανό

Πιθανό

Ελάχιστα πιθανό

Καθόλου πιθανό

18. Αν δεν εφαρμόζετε στρατηγικές «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (ΕΚΕ), αναφέρετε τους λόγους της επιλογής σας. Παρακαλώ ταξινομήστε τους ακόλουθους λόγους, όπου 1=περισσότερο σημαντικό, 5=λιγότερο σημαντικό.

		Περισσότερο Σημαντικό				Λιγότερο Σημαντικό
A.	Υψηλό κόστος	1	2	3	4	5
B.	Έλλειψη ενημέρωσης	1	2	3	4	5
Γ.	Έλλειψη κατάλληλου προσωπικού	1	2	3	4	5
Δ.	Έλλειψη χρόνου	1	2	3	4	5
E.	Δεν τις θεωρούμε απαραίτητες	1	2	3	4	5

19. Η επιχείρησή σας

Είναι μέλος του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ;

Έχει υπογράψει και αποδεχθεί τις 10 Αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου των Ηνωμένων Εθνών;

Εφαρμόζει και τα δύο

Δεν εφαρμόζει κανένα από τα ανωτέρω

Μέρος Γ. Βιώσιμη Ανάπτυξη-Περιβαλλοντική Συνείδηση/Ευαισθητοποίηση Και Πρωτοβουλίες

«Βιώσιμη είναι η ανάπτυξη στο πλαίσιο της οποίας καλύπτονται οι ανάγκες της παρούσας γενιάς χωρίς να διακυβεύεται (ρισοκινδυνεύει) η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιούν τις δικές τους ανάγκες» (έκθεση της Επιτροπής Brundtland).

20. Σημειώστε τον βαθμό στον οποίο η επιχείρησή σας εφαρμόζει τα ακόλουθα μέτρα σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, όπου 1= Πλήρης εφαρμογή μέτρων, 5 = Μηδενική εφαρμογή μέτρων.

		Πλήρης εφαρμογή μέτρων				Μηδενική εφαρμογή μέτρων
A.	Εξοικονόμηση ενέργειας	1	2	3	4	5
B.	Εξοικονόμηση νερού	1	2	3	4	5
Γ.	Ανακύκλωση	1	2	3	4	5
Δ.	Υπεύθυνη Διαχείριση των αποβλήτων	1	2	3	4	5
Ε.	Χρήση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (αιολική, ηλιακή, γεωθερμική, κ..α.)	1	2	3	4	5

21. Ποιες από τις παρακάτω πιστοποιήσεις διαθέτει η επιχείρησή σας;

ISO 14001

EMAS

ECOLABEL

GREEN KEY

Ελληνικό Πρωινό

Σύστημα Διαχείρισης για την Υγιεινή & Ασφάλεια Τροφίμων HACCP

QNeST

Άλλη πιστοποίηση

Δεν διαθέτει πιστοποιήσεις

22. Ποια από τα παρακάτω χρησιμοποιεί η επιχείρηση;

Ενεργειακά αποδοτικό φωτισμό

Ενεργειακά αποδοτικό εξοπλισμό

Ενημερωτικά φυλλάδια τα οποία ενθαρρύνουν τους πελάτες για να εξοικονομούν ενέργεια

23. Η επιχείρηση σας...

	Καθόλου	Ελάχιστα	Μέτρια	Αρκετά	Συστηματικά
A. ...εφαρμόζει την μη καθημερινή αλλαγή των λευκών ειδών (κλινοσκεπασμάτων), εκτός και αν αυτό ζητηθεί από τον πελάτη;					
B. ...εφαρμόζει έλεγχο των εγκαταστάσεων βάση προγράμματος;					
Γ. ...κάνει άμεση επιδιόρθωση διαρροών ;					
Δ. ... χρησιμοποιεί μπαταρίες ψεκασμού;					
Ε. ... χρησιμοποιεί μπαταρίες με αισθητήρες κίνησης;					
Z. ...εφαρμόζει πολιτική συλλογής και αξιοποίησης βρόχινου νερού;					
H. ... εφαρμόζει το ισχύον νομοθετικό καθεστώς σχετικά με το διαχωρισμό και την ανακύκλωση υλικών;					
Θ. ... εφαρμόζει την πολιτική της αγοράς και χρήσης ασυσκευάστων προϊόντων και απορρυπαντικών					

στην ίδια συσκευασία αντί των εναλλακτικών μεθόδων μιας χρήσεως;					
I. ...δωρίζει τα παλιά έπιπλα και τον εξοπλισμό σε τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις ή σε άλλους οργανισμούς;					
K. ... χρησιμοποιεί κατά προτεραιότητα πιστοποιημένα βιολογικά και οικολογικά προϊόντα;					
Λ. ... χρησιμοποιεί κατά προτεραιότητα προϊόντα και υπηρεσίες της τοπικής αγοράς;					
M. ... χρησιμοποιεί αισθητήρες φωτισμού για μείωση του κόστους;					
N. ... κάνει διαχείριση των υπολειμμάτων τροφίμων;					
Ξ. ... έχει λάβει μέτρα για τη μείωση του ενεργειακού αποτυπώματος (μόνωση, φωτοβολταϊκά, κλπ)					

24. Ποια είναι τα κίνητρα τα οποία θα σας ενθάρρυναν να χρησιμοποιήσετε πρωτοβουλίες φιλικές προς το περιβάλλον ; Κατατάξτε τα κίνητρα, όπου 1 = Περισσότερο σημαντικό, 5 = Λιγότερο σημαντικό.

		Περισσό τερο Σημαντι κό				Λιγότερ ο Σημαντι κό
A.	Μείωση λειτουργικού κόστους	1	2	3	4	5

Β.	Ελάττωση των περιβαλλοντικών επιδράσεων της επιχείρησης	1	2	3	4	5
Γ.	Τα περιουσιακά στοιχεία εμπορικής φύσης (εμπορική επωνυμία, εμπορικό σήμα)	1	2	3	4	5
Δ.	Διαθεσιμότητα επαγγελματικών γνωμοδοτήσεων	1	2	3	4	5
Ε.	Ικανοποίηση των αναγκών των πελατών	1	2	3	4	5
Ζ.	Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης	1	2	3	4	5
Η.	Σύσταση της Διεύθυνσης	1	2	3	4	5

25. Είναι σημαντικό για τις επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο να γνωρίζουν τους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ) της επίσημης Ατζέντας 2030 του ΟΗΕ. Σε ποιους από τους παρακάτω στόχους που σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό, θα αποφάσιζε να επικεντρωθεί η επιχείρησή σας; Παρακαλώ επιλέξτε τους τρεις σημαντικότερους.

Στόχος 6...Καθαρό Νερό & Αποχέτευση

Στόχος 8.....Αξιοπρεπής Εργασία & Οικονομική Ανάπτυξη

Στόχος 12...Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή

Στόχος 13...Δράση για το Κλίμα

Στόχος 14...Ζωή στο Νερό

Στόχος 15...Ζωή στη Στεριά

Στόχος 17...Συνεργασία για Στόχους

26. Στην Ένωση/Σύλλογο/Ομοσπονδία στην οποία είναι μέλος η επιχείρησή σας, έχουν αναληφθεί δράσεις ενημέρωσης για την προστασία του περιβάλλοντος;

Ναι

Όχι

Άλλο

27. Έχετε παρακολουθήσει σεμινάρια για εφαρμογή πρακτικών βιώσιμης ανάπτυξης στον ελληνικό τουρισμό;

Όχι

Ναι

Άλλο

28. Η επιχείρησή σας συμμετέχει με τους πελάτες σας σε δράσεις για την Παγκόσμια Ημέρα του Περιβάλλοντος (5 Ιουνίου);

Ναι

Όχι

Άλλο

29. Πόσο σημαντικό κρίνετε τον ρόλο των εργαζομένων στις επιχειρήσεις φιλοξενίας στην επίτευξη της εταιρικής περιβαλλοντικής πολιτικής;

Καθόλου

Πολύ λίγο

Λίγο

Πολύ σημαντικό

Πάρα πολύ σημαντικό

30. Κατά την επιλογή προσωπικού πόσο σημαντικό κριτήριο για εσάς αποτελεί το επίπεδο περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης των υποψηφίων;

Καθόλου

Πολύ λίγο

Λίγο

Πολύ σημαντικό

Πάρα πολύ σημαντικό

31. Θεωρείται ότι η ζήτηση για «πράσινη φιλοξενία» θα αυξηθεί πολύ στο άμεσο μέλλον ; (1= Συμφωνώ απόλυτα, 5= Δεν συμφωνώ καθόλου)

Συμφωνώ απόλυτα				Δεν συμφωνώ καθόλου
1	2	3	4	5

32. Οι επιχειρήσεις που θα αναλάβουν πρωτοβουλίες για την προστασία του περιβάλλοντος πόσο πιθανό είναι να αποκομίσουν ικανοποιητικά οφέλη; (1= Συμφωνώ απόλυτα, 5= Δεν συμφωνώ καθόλου)

Συμφωνώ απόλυτα				Δεν συμφωνώ καθόλου
1	2	3	4	5

33. Κατά την διάρκεια της πανδημίας πολλοί πιστεύουν είναι ότι ο COVID-19, αποτελεί μια ένδειξη προβληματικής υγείας του πλανήτη μας. Η προστασία και βιώσιμη διαχείριση των παγκόσμιων κοινών αγαθών (αέρας, αποθέματα υδάτων, βιοποικιλότητα κ.λπ.), θα πρέπει να αποτελέσουν βασική προτεραιότητα της ποιότητας της κοινωνίας μας.

Συμφωνώ

Διαφωνώ

Άλλο

34. Αν συμφωνείτε με τα παραπάνω , ποια θα είναι εφεξής η προτεραιότητά σας για την επιχείρηση;

Πράσινη τουριστική οικονομία

Επένδυση και στροφή στην ποιότητα με τη διαφοροποίηση του τουριστικού μας προϊόντος

Άλλο

Θα επιθυμούσατε να λάβετε μια συνοπτική αναφορά των αποτελεσμάτων της έρευνας;

- Ναι
- Όχι

Ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας και την πολύτιμη συνεισφορά σας.

Παπαβασιλείου Μαρία