



**ΔΠΜΣ «Νέες Τεχνολογίες για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση και τη Βιώσιμη
Ανάπτυξη»**

Διπλωματική Εργασία

**ΘΕΜΑ: «Απόψεις διαχειριστών καταλυμάτων με σήμα βιωσιμότητας
για την σημασία της ευαισθητοποίησης των επισκεπτών και το ρόλο της στις
Αειφορικές πρακτικές του καταλύματος»**

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Δρ. Χαρίκλεια Μινώτου

Χρήστος Κυρτσούδης

Μεταπτυχιακός Φοιτητής

EMNT202012

Ιανουάριος 2023

Περιεχόμενα

Περιεχόμενα	2
Περίληψη	5
Εισαγωγή	6
1 Τουρισμός	8
1.1. Ορισμός	8
1.2. Τα μεγέθη του τουρισμού	8
1.3. Ο αντίκτυπος των ταξιδιών	9
2 Η Αειφόρος ή Βιώσιμη Ανάπτυξη	11
2.1. Ορισμός	11
2.2. Οι στόχοι της Βιώσιμης Ανάπτυξης	11
2.3. Ιστορικό της έννοιας	12
2.4. Οι τρεις διαστάσεις	13
3 Αειφορικός ή Βιώσιμος τουρισμός	14
3.1. Γενικά	14
3.2. Ορισμός του Βιώσιμου Τουρισμού	15
3.3. Αναγκαιότητα	15
3.4. Οι στόχοι του βιώσιμου τουρισμού	16
3.5. Τα χαρακτηριστικά του βιώσιμου τουρισμού	16
3.6. Ο βιώσιμος τουρισμός μέσα από τις παγκόσμιες διακηρύξεις	17
3.6.1 Οι 17 Στόχοι για την Βιώσιμη Ανάπτυξη και τουρισμός	17
3.6.2 Η Διακήρυξη της Γλασκώβης: Μια δέσμευση για μια δεκαετία δράσης για το κλίμα στον τουρισμό	23
3.6.3 Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία	24
3.7. Μορφές που έχει ο βιώσιμος τουρισμός	25
3.7.1 Οικοτουρισμός	25
3.7.2 Αναγεννητικός τουρισμός	26
3.7.3 Μετασχηματιστικός Τουρισμός	26
4 Πιστοποίηση	27
4.1. Ορισμός	27

4.2.	Η ανάγκη της πιστοποίησης	27
4.3.	Ο Ρόλος της Πιστοποίησης	28
4.4.	Οφέλη Πιστοποίησης	28
4.5.	Πως γίνεται	29
4.5.1	GSTC	29
4.5.2	Green key	31
4.5.3	Travelife	32
4.5.4	EU-Ecolabel	33
4.5.5	Booking	33
4.6.	Δυσκολίες	34
4.6.1	Greenwashing	34
4.6.2	Υπερφόρτωση πληροφοριών	35
5	Εκπαίδευση	36
5.1.	Περιβαλλοντική εκπαίδευση	36
5.1.1	Ιστορικό	37
5.2.	Εκπαίδευση για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη	37
5.2.1	Χαρακτηριστικά και στόχοι	38
5.2.2	Παγκόσμιος πολίτης	39
5.2.3	Κατανόηση της Περιβαλλοντικά Υπεύθυνης Συμπεριφοράς	39
5.3.	Τουρισμός και εκπαίδευση	40
5.3.1	Εκπαιδευτικός τουρισμός	40
5.3.2	Παροχή ευκαιριών μάθησης στους επισκέπτες,, τους εργαζόμενους και την τοπική κοινωνία	41
6	Ποιοτική έρευνα	42
6.1.	Αναγκαιότητα της έρευνας	42
6.2.	Επιλογή ερευνητικής μεθόδου	43
6.3.	Μέσα συλλογής δεδομένων	43
6.3.1	Ημιδομημένη συνέντευξη	45
6.4.	Δείγμα	46
6.5.	Πιλοτική εφαρμογή	50
6.6.	Ερωτηματολόγιο	50
6.7.	Διεξαγωγή της έρευνας	50
6.8.	Αξιοπιστία-εγκυρότητα	52
6.9.	Αποτελέσματα	54

6.9.1	Πρώτος Άξονας	56
6.9.2	Δεύτερος Άξονας	60
6.9.3	Τρίτος Άξονας	64
6.9.4	Τέταρτος Άξονας	67
6.10.	Περιορισμοί της έρευνας	72
6.11.	Συμπεράσματα	72
6.12.	Προτάσεις	74
Βιβλιογραφία		76
Ξενόγλωσση		76
ABCDEF		76
GHIJKL		77
MNOPQR		79
STUVWXYZ		80
Ελληνική		82
Ιστοσελίδες		83
Παράρτημα Ι		85
Παράρτημα ΙΙ		92

Περίληψη

Στα πλαίσια που ορίζει η Βιώσιμη Ανάπτυξη για την οικονομία, το περιβάλλον και την κοινωνία ο αειφόρος τουρισμός και η πιστοποίηση του αποκτούν ολοένα και μεγαλύτερη σημασία στην τουριστική βιομηχανία. Οι βιώσιμες πρακτικές πρέπει να γίνουν ευρέως κατανοητές και αποδεκτές για να εδραιωθεί ο αειφόρος τουρισμός. Η εκπαίδευση και η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση είναι απαραίτητες για την επιτυχία της πιστοποίησης του αειφόρου τουρισμού. Η ευαισθητοποίηση των επισκεπτών σημαίνει για τα καταλύματα ότι έχουν μία ευκαιρία να τους εμπλέξουν στην επίτευξη των στόχων βιωσιμότητας του καταλύματος και στα κριτήρια τα οποία έχουν δεσμευτεί.

Στην έρευνα χρησιμοποιώντας το εργαλείο της ημιδομημένης συνέντευξης διερευνήθηκαν οι αντιλήψεις διαχειριστών μικρών τουριστικών καταλυμάτων σε δυο ορεινούς διατηρητέους οικισμούς την Πορταριά και την Μακρυνίτσα. Τα θέματα της διερεύνησης είναι ο ρόλος της ευαισθητοποίησης στην λειτουργία του καταλύματος με τα κριτήρια Αειφορίας, η αξία της πιστοποίησης, οι ανάγκες και τα οφέλη της και η στάση των διαχειριστών απέναντι στη Βιωσιμότητα.

Κατόπιν επεξεργασίας και αξιολόγησης των απαντήσεων του ερευνητικού δείγματος διαπιστώθηκε ότι φαίνεται να πιστεύουν ότι η ευαισθητοποίηση των επισκεπτών μπορεί να τους βοηθήσει στη συνεχή ανάγκη για περισσότερη Αειφορία.

Εισαγωγή

Ο τουρισμός και η βιώσιμη ανάπτυξη είναι δύο έννοιες που μπορούν να συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη και στην κοινωνική πρόοδο. Ο τουρισμός είναι μία δραστηριότητα με μεγάλη οικονομική συμβολή και ισχυρή ζήτηση που όμως έχει πολλές αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον και στις τοπικές κοινότητες. Από την άλλη πλευρά η βιώσιμη ανάπτυξη στοχεύει στην προστασία του περιβάλλοντος, στην οικονομική ανάπτυξη και στην κοινωνική δικαιοσύνη (Bramwell *et al*, 2017).

Όταν συνδυαστούν ο τουρισμός και η βιώσιμη ανάπτυξη μπορούν να συμβάλλουν στη δημιουργία αξιοπρεπών θέσεων εργασίας, στη βελτίωση της ποιότητας της ζωής για τους ντόπιους και τους επισκέπτες και στην προστασία του περιβάλλοντος. Ο βιώσιμος τουρισμός είναι ένας τρόπος διαχείρισης ο οποίος καλύπτει ταυτόχρονα τις τοπικές ανάγκες και την προστασία του περιβάλλοντος. Ο βιώσιμος τουρισμός μπορεί να περιλαμβάνει πρωτοβουλίες όπως η μείωση κατανάλωσης πόρων και υποστήριξη τοπικών επιχειρήσεων. Επίσης μπορεί να προωθήσει την πολιτιστική ανταλλαγή, την κατανόηση και εκτίμηση διαφορετικών ανθρώπων και κουλτούρας. Ταυτόχρονα όμως είναι σημαντικό να διασφαλιστεί ότι οι τουριστικές δραστηριότητες γίνονται με υπεύθυνο τρόπο (Weaver, 2007).

Η σήμανση βιώσιμου τουρισμού βοηθάει στη διασφάλιση ότι οι τουριστικές δραστηριότητες πραγματοποιούνται με τρόπο περιβαλλοντικά και κοινωνικά υπεύθυνο. Τα σήματα βιώσιμου τουρισμού έχουν αναπτυχθεί από διάφορους οργανισμούς με κυριότερο το Παγκόσμιο Συμβούλιο Αειφορικού Τουρισμού (GSTC). Αυτά τα προγράμματα συχνά απαιτούν από τις τουριστικές επιχειρήσεις να θέσουν ένα αριθμό κριτηρίων σχετικά με την ενεργειακή απόδοση, τη διαχείριση του νερού και των αποβλήτων, την υποστήριξη στις τοπικές κοινότητες και στην προστασία των φυσικών πόρων. Με τη λήψη σήματος βιωσιμότητας οι επιχειρήσεις μπορούν να προβάλλουν την αφοσίωση και δέσμευση τους στη βιωσιμότητα και να υιοθετήσουν υπεύθυνες πρακτικές. Αυτό ενδυναμώνει τους επισκέπτες να κάνουν βιώσιμες επιλογές όταν ταξιδεύουν και να τους εξασφαλίσει ότι συμβάλλουν σε ένα καλύτερο κόσμο (Bhuiyan *et al*, 2010).

Ο βιώσιμος τουρισμός θα πρέπει επίσης να διατηρεί υψηλό επίπεδο ικανοποίησης των τουριστών εξασφαλίζοντας μια ουσιαστική εμπειρία στους τουρίστες, ευαισθητοποιώντας τους σχετικά με ζητήματα αειφορίας και προωθώντας πρακτικές υπεύθυνης συμπεριφοράς. (UNWTO, 2005). Η πιστοποίηση επίσης μπορεί να χρησιμεύσει σαν ένα αποτελεσματικό εργαλείο εκπαίδευσης για τους επισκέπτες κατά την διάρκεια παραμονής τους. Στέλνει ένα δυνατό μήνυμα σχετικά με την δέσμευση και αφοσίωση της επιχείρησης στη βιωσιμότητα και ενθαρρύνει τους επισκέπτες να συμμετέχουν και αυτοί στην υιοθέτηση βιώσιμων πρακτικών. Η εκπαίδευση για το περιβάλλον και την Αειφορία και ο τουρισμός μπορούν να

συνδυαστούν ώστε να δημιουργηθεί μια πιο βιώσιμη και περιβαλλοντικά υπεύθυνη προσέγγιση στον τουρισμό (Lee & Moscardo, 2005)

Η τουριστική βιομηχανία αναγνωρίζει το ρόλο που μπορεί να παίζει η βιωσιμότητα στη λειτουργία τους και τη σημασία της συμμετοχής των επισκεπτών στους στόχους βιωσιμότητας. Με την ευαισθητοποίηση των επισκεπτών υπάρχει ευκαιρία να τους κινητοποιήσει και να τους ενθαρρύνει να συμμετέχουν στην επίτευξη αυτών των στόχων (Seidel, *et al*, 2021).

Στην έρευνα γίνεται λεπτομερή παρουσίαση των εννοιών της βιώσιμης ανάπτυξης του τουρισμού του βιώσιμου τουρισμού και της εκπαίδευσης για το περιβάλλον και την Αειφορία.

Στο ερευνητικό μέρος της εργασίας μέσω της ημιδομημένης συνέντευξης εξετάστηκαν οι απόψεις των διαχειριστών μικρομεσαίων καταλυμάτων με σήμα βιωσιμότητας για ζητήματα όπως η σημασία της ευαισθητοποίησης των επισκεπτών και ο ρόλος που μπορεί να έχει για το κατάλυμα, η αξία της πιστοποίησης, τα οφέλη και οι δυσκολίες που αντιμετωπίζουν στην υιοθέτηση πρακτικών Αειφορίας.

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να μελετηθούν οι απόψεις των διαχειριστών καταλυμάτων σχετικά με :

- Την σημασία της ευαισθητοποίησης των επισκεπτών και το ρόλο της στις Αειφορικές πρακτικές του καταλύματος
- Η διερεύνηση των δυσκολιών και τα οφέλη από την αξία της σήμανσης βιωσιμότητας για τους διαχειριστές καταλυμάτων
- Την αποσαφήνιση των γνώσεων, στάσεων και αντιλήψεων των διαχειριστών για το περιβάλλον και την Αειφορία

1 Τουρισμός

1.1. Ορισμός

Η επιθυμία των ανθρώπων να ανακαλύψουν τον κόσμο στον οποίο ζουν χρονολογείται από την αρχαιότητα, με τους ανθρώπους να προσπαθούν όχι μόνο να εξερευνήσουν άγνωστα μέρη και να δημιουργήσουν νέες επιχειρηματικές σχέσεις, αλλά και να ταξιδέψουν για αναψυχή. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες, για παράδειγμα, που ιδρύθηκαν το 776 π.Χ., προσέλκυαν χιλιάδες ανθρώπους από όλη την Ελλάδα και από αποικίες του εξωτερικού στην Ολυμπία για να παρακολουθήσουν αγώνες ή να εισέλθουν στο ιερό. Ένα σμήνος ανθρώπων που θα μπορούσαν ήδη να ονομαστούν ταξιδιώτες.

Ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο που συνεπάγεται τη μετακίνηση ανθρώπων σε χώρες ή μέρη εκτός του συνηθισμένου τους περιβάλλοντος για προσωπικούς ή επιχειρηματικούς/επαγγελματικούς σκοπούς. Αυτοί οι άνθρωποι ονομάζονται επισκέπτες και ο τουρισμός έχει να κάνει με τις δραστηριότητές τους (UNWTO, 2008). Τουρισμός, είναι η πράξη και η διαδικασία του να περνάς χρόνο μακριά από την κύρια κατοικία επιδιώκοντας αναψυχή, χαλάρωση και ευχαρίστηση, κάνοντας παράλληλα χρήση της εμπορικής παροχής υπηρεσιών (Lane, 1994).

Ο τουρισμός βασίζεται στην ανθρώπινη αλληλεπίδραση μεταξύ των επισκεπτών και των κοινοτήτων υποδοχής, δημιουργώντας έναν σύνδεσμο που μπορεί να προωθήσει τη διαπολιτισμική κατανόηση και ανεκτικότητα, να ενθαρρύνει τον αμοιβαίο σεβασμό μεταξύ των ανθρώπων και να συμβάλει έτσι σε μια κουλτούρα ειρήνης και ασφάλειας. Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην προώθηση των οικονομικών, εμπορικών και πολιτιστικών δεσμών μεταξύ ανεπτυγμένων και αναπτυσσόμενων χωρών και περιοχών, ενισχύοντας τη συνεργασία σε όλα τα επίπεδα, καλλιεργώντας τον αμοιβαίο σεβασμό, την ανεκτικότητα και την κατανόηση μεταξύ των εθνών και των πολιτισμών (Bramwell, et al 2017).

1.2. Τα μεγέθη του τουρισμού

Ο τουρισμός είναι μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα που ευθύνεται για το 9% του παγκόσμιου ΑΕΠ. Πριν από την πανδημία, τα ταξίδια και ο τουρισμός (συμπεριλαμβανομένων των άμεσων, έμμεσων θέσεων) αντιπροσώπευαν 1 στις 4 όλων των νέων θέσεων εργασίας που δημιουργήθηκαν σε όλο τον κόσμο, 10,3% όλων των θέσεων εργασίας (333 εκατομμύρια)(WTTC,2022) . Η επίδραση του COVID-19 τόνισε την τεράστια σημασία και τη θετική συμβολή των Ταξιδιών και του Τουρισμού. Το 2020, χάθηκαν 62 εκατομμύρια θέσεις εργασίας, αφήνοντας μόλις 271 εκατομμύρια απασχολούμενους σε ολόκληρο τον κλάδο. Αυτή η μείωση κατά 18,6% έγινε αισθητή παγκοσμίως(WTTC,2022). Μετά την σταδιακή χαλάρωση των υγειονομικών μέτρων το 2022 οι παγκόσμιες αφίξεις υπερδιπλασιάστηκαν (+130%) σε σύγκριση με τον Ιανουάριο του 2021,πρόκειται για την ίδια αύξηση με το σύνολο του 2021 σε σύγκριση με το 2020 (UNWTO , 2022)

Στην Ελλάδα η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ ήταν για το 2019 το 20,7% της συνολικής οικονομίας κάνοντας κύκλο εργασιών 42 δισεκατομμυρίων δολαρίων, το 2020 λόγω της πανδημίας υπήρξε μείωση 60% στα 17 δισεκατομμύρια δολάρια, το 2021 σημειώθηκε αύξηση 75% φτάνοντας στα 30 δισεκατομμύρια δολάρια. Οι συνολικές θέσεις εργασίας την ίδια χρονιά είναι 789 χιλιάδες αντιπροσωπεύοντας το 20% της απασχόλησης (WTTC,2022)Συμφωνά με τα τελευταία στοιχεία του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ,2022) για τον εισερχόμενο τουρισμό την περίοδο Ιανουαρίου - Ιουλίου 2022 καταγράφηκαν 11,5 εκατ. αεροπορικές αφίξεις έναντι 11,7 εκατ. της περιόδου Ιανουαρίου-Ιουλίου 2019, παρουσιάζοντας μικρή μείωση κατά -2,3%/-274 χιλ. αφίξεις. Την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2022 καταγράφηκαν 3,9 εκατ. διεθνείς οδικές αφίξεις, έναντι 6,2 εκατ. της περιόδου Ιανουαρίου-Ιουλίου 2019, παρουσιάζοντας μείωση κατά -36,6%/-2,3 εκατ. οδικές αφίξεις. Αυτή η μείωση σχετίζεται άμεσα με τον συνεχιζόμενο πόλεμο στην Ουκρανία .

1.3. Ο αντίκτυπος των ταξιδιών

Ο αντίκτυπος των ταξιδιών και του τουρισμού στο τοπικό περιβάλλον και στις κοινότητες υποδοχής μπορεί να είναι θετικός και αρνητικός, παρέχοντας ευκαιρίες αλλά και θέτοντας ευθύνες .

Οι αρνητικές επιπτώσεις και οι ανησυχίες που σχετίζονται με τα ταξίδια και τον τουρισμό περιλαμβάνουν (UNWTO, 2013):

- Την συμβολή του στην κλιματική αλλαγή, που είναι υπεύθυνη για περίπου το 5% των παγκόσμιων εκπομπών CO₂.
- Εξάντληση φυσικών και πολύτιμων πόρων, όπως η χρήση γης και νερού.
- Δημιουργία κάθε είδους ρύπανσης.
- Κοινωνικές αλλαγές και εξάρθρωση των παραδοσιακών κοινωνιών.
- Πίεση σε χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς και στα φυσικά περιβάλλοντα .
- Κακές συνθήκες εργασίας και εκμετάλλευση σε τμήματα του κλάδου.

Η ένταση και η προέλευση των αρνητικών επιπτώσεων εξαρτώνται από διαφορετικούς παράγοντες που καθορίζουν τη βιωσιμότητα του τουρισμού όχι μόνο από περιβαλλοντική, αλλά και από κοινωνική και οικονομική άποψη (Martínez, 2019).

Τα τελευταία χρόνια, ο όρος «υπερτουρισμός» έχει αρχίσει να χρησιμοποιείται για να ενσωματώσει τους πιθανούς κινδύνους μιας μαζικής και ασυντόνιστης εισροής τουριστών σε δημοφιλείς προορισμούς παγκοσμίως. Ο όρος υπερτουρισμός περιγράφει εκείνους τους προορισμούς «όπου οι οικοδεσπότες ή οι επισκέπτες, αισθάνονται ότι υπάρχουν πάρα πολλοί επισκέπτες και η ποιότητα ζωής στην περιοχή ή η ποιότητα της εμπειρίας έχει επιδεινωθεί απαράδεκτα» (Cheung & Li, 2019). Οι συζητήσεις σχετικά με την πίεση των ανθρώπων στους πόρους έχουν μακρά ιστορία (Meadows, 1972) και στο πλαίσιο του τουρισμού η έρευνα έφερε στο επίκεντρο τη φέρουσα τουριστική ικανότητα. Η φέρουσα ικανότητα του

τουρισμού αναφέρεται στον αποδεκτό αριθμό επισκεπτών που μπορούν να γίνουν δεκτοί σε μια συγκεκριμένη περιοχή, ο οποίος μπορεί να καλύψει τις ανάγκες των επισκεπτών, να ωφελήσει τον τουριστικό κλάδο αλλά ταυτόχρονα να προστατεύσει το περιβάλλον και να μειώσει τις αρνητικές επιπτώσεις στην τοπική κοινωνία (Wall, 2020).

Ο τουριστικός τομέας είναι ιδιαίτερα ευάλωτος στην κλιματική αλλαγή. Ο τουρισμός εξαρτάται από τους περιβαλλοντικούς πόρους, ενώ το κλίμα καθορίζει τη διάρκεια και την ποιότητα των τουριστικών περιόδων. Ταυτόχρονα, ο τουρισμός συμβάλλει στην εκπομπή αερίων του θερμοκηπίου την αιτία της υπερθέρμανσης του πλανήτη. Η επιτάχυνση της δράσης για το κλίμα στον τουρισμό είναι επομένως υψίστης σημασίας για την ανθεκτικότητα του τομέα (Scott & Gössling, 2021). Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα (UNWTO & ITF, 2019), οι εκπομπές CO₂ από τον τουρισμό αυξήθηκαν τουλάχιστον κατά 60% από το 2005 έως το 2016, με το CO₂ που σχετίζεται με τις μεταφορές να προκαλεί το 5% των παγκόσμιων εκπομπών το 2016. Εάν δεν επιταχύνουμε την απαλλαγή από τον άνθρακα, οι εκπομπές CO₂ του τομέα θα μπορούσαν να αυξηθούν κατά 25% ή περισσότερο έως το 2030, σε σύγκριση με το 2016.

Τα ταξίδια και ο τουρισμός μπορούν επίσης να αποφέρουν πολλά θετικά οφέλη, όπως (UNWTO, 2013):

- Μια αυξανόμενη ευκαιρία για ανάπτυξη επιχειρήσεων και δημιουργία θέσεων εργασίας με ίσα δικαιώματα - χωρίς φυλετικές και οικονομικές διακρίσεις..
- Άμεση και έμμεση στήριξη των τοπικών κοινωνιών, μέσω της παροχής θέσεων εργασίας, εισοδήματος, υπηρεσιών και υποδομών.
- Ευαισθητοποίηση για διατήρηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς και υποστήριξη για τη διάσωσή τους.
- Οφέλη υγείας, ευεξίας και εκπαίδευσης για τους τουρίστες και τους οικοδεσπότες, τα οποία θα πρέπει να είναι προσβάσιμα σε όλους.

Από τα παραπάνω προκύπτει η ανάγκη καλού σχεδιασμού και διαχείρισης ενστερνιζόμενη τις αρχές του βιώσιμου τουρισμού. Οι δράσεις που ενθαρρύνουν, εντοπίζουν και προάγουν τη θετική ανταπόκριση των επιχειρήσεων και των επισκεπτών είναι ζωτικής σημασίας για το μέλλον του τουριστικού τομέα και τη συμβολή που μπορεί να έχει στη βιώσιμη ανάπτυξη.

2 Η Αειφόρος ή Βιώσιμη Ανάπτυξη

2.1. Ορισμός

Ο κόσμος συνεχίζει να αντιμετωπίζει διάφορες προκλήσεις όπως: η κλιματική αλλαγή, η ταχεία εξάντληση των φυσικών πόρων, η συχνότητα των φυσικών καταστροφών, η εξάπλωση (παλαιών και νέων) μολυσματικών ασθενειών, η απώλεια της βιοποικιλότητας, η παραβίαση των δικαιωμάτων της ανθρώπινης φύσης, η αυξανόμενη φτώχεια, η εξάρτηση των οικονομικών μας συστημάτων από τη συνεχή ανάπτυξη του καταναλωτισμού και ούτω καθεξής.

Η Αειφόρος Ανάπτυξη ή Βιώσιμη Ανάπτυξη έχει γίνει ένα όχημα σε όλο τον κόσμο για την έκφραση της ανάγκης απομάκρυνσης από τα σημερινά μοντέλα ανάπτυξης που φαίνονται ανέκδοτα να εξισορροπήσουν τις παρούσες ή μελλοντικές ανάγκες των ανθρώπων και του πλανήτη. Η βιωσιμότητα είναι η ικανότητα ύπαρξης και ανάπτυξης χωρίς εξάντληση των φυσικών πόρων για το μέλλον (Kuhlman & Farrington, 2010). Η βιωσιμότητα συνίσταται στην εκπλήρωση των αναγκών των σημερινών γενεών χωρίς να διακυβεύονται οι ανάγκες των μελλοντικών γενεών, διασφαλίζοντας παράλληλα μια ισορροπία μεταξύ οικονομικής ανάπτυξης, περιβαλλοντικής φροντίδας και κοινωνικής ευημερίας. Απαιτεί δράση για την ελαχιστοποίηση της ρύπανσης του αέρα, του εδάφους και των υδάτων και για την προστασία της βιοποικιλότητας και της φυσικής κληρονομιάς

Η ανησυχία για τη διατήρηση των φυσικών πόρων για το μέλλον είναι φυσικά διαχρονική: αναμφίβολα οι παλαιολιθικοί πρόγονοί μας ανησυχούσαν για την εξαφάνιση της λείας τους και οι πρώτοι αγρότες πρέπει να ανησυχούσαν για τη διατήρηση της γονιμότητας του εδάφους. Οι παραδοσιακές πεποιθήσεις απαιτούσαν τη σκέψη με όρους διαχείρισης και ενδιαφέροντος για τις μελλοντικές γενιές, όπως εκφράζεται στα συχνά αναφερόμενα λόγια ενός αρχηγού φυλής στη Νιγηρία που είδε την κοινότητα ως «πολλούς νεκρούς, λίγους ζωντανούς και αμέτρητους άλλους αγέννητους». Ίσως υπήρχαν πάντα δύο αντίθετες απόψεις για τη σχέση μεταξύ του ανθρώπου και της φύσης: μια που τονίζει την προσαρμογή και την αρμονία και μια άλλη που βλέπει τη φύση ως κάτι που πρέπει να κατακτηθεί. Ενώ αυτή η τελευταία άποψη μπορεί να ήταν μάλλον κυρίαρχη στον δυτικό πολιτισμό τουλάχιστον τους τελευταίους αιώνες, τα τελευταία χρόνια αρχίζει και αμφισβητείται.

2.2. Οι στόχοι της Βιώσιμης Ανάπτυξης

Η Βιώσιμη Ανάπτυξη αποσκοπεί να επιτύχει (UNESCO, 2009):

- Τη βιώσιμη κοινωνική ανάπτυξη (άνθρωποι), στοχεύει στην ανάπτυξη των ανθρώπων και της κοινωνίας, στην οποία η υλοποίηση της ισότητας, της δικαιοσύνης και της ευημερίας παίζει σημαντικό ρόλο.

- Τη βιώσιμη περιβαλλοντική ανάπτυξη (πλανήτης), αναφέρεται στην διατήρηση και αποκατάσταση των φυσικών οικοσυστημάτων με τρόπους που διατηρούν τη φέρουσα ικανότητα της Γης και σέβονται τον μη ανθρώπινο κόσμο.
- Η βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη (ευημερία), επικεντρώνεται στην ανάπτυξη της οικονομικής δραστηριότητας, στην οποία είναι σημαντική η αποτελεσματική διαχείριση των φυσικών και ανθρώπινων πόρων (UNESCO, 2009).

Η εύρεση ισορροπημένων τρόπων για την ενσωμάτωση αυτών των διαστάσεων στην καθημερινή ζωή και εργασία αποτελεί, ίσως, τη μεγαλύτερη πρόκληση της εποχής μας, καθώς αυτό απαιτεί εναλλακτικούς τρόπους σκέψης, εκτίμησης και δράσης. Σε όλο τον κόσμο υπάρχει ένα κύμα ενδιαφέροντος για θέματα βιωσιμότητας, στις κυβερνήσεις, τους διεθνείς οργανισμούς όπως και στις επιχειρήσεις και τη βιομηχανία. Το πιο σημαντικό και ελπιδοφόρο είναι ότι όλο και περισσότεροι άνθρωποι αρχίζουν να καταλαβαίνουν ότι η δημιουργία ενός βιώσιμου κόσμου για την ανθρωπότητα εξαρτάται από θεμελιώδεις **αλλαγές** στα κοινωνικοοικονομικά μας συστήματα στο σύνολό τους, που υποστηρίζονται από έναν κριτικό επαναπροσανατολισμό των αρχών, των αξιών, της συμπεριφοράς και στο τρόπο ζωής μας.

2.3. Ιστορικό της έννοιας

Το κοινό μας μέλλον είναι ένα έργο που δημιουργήθηκε το 1987 από μια επιτροπή των Ηνωμένων Εθνών με επικεφαλής την πρώην πρωθυπουργό της Νορβηγίας, Gro Brundtland. γνωστή και ως The Brundtland Report, στοχεύοντας στην επίλυση προβλημάτων κάνοντας πρώτα μια παραγωγική ερώτηση.

“Πώς προστατεύουμε τον κόσμο στον οποίο ζούμε για τις μελλοντικές γενιές, ενώ ταυτόχρονα τονώνουμε την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη αυτή τη στιγμή;”

Η λύση που προτείνει το έργο είναι η «Αειφόρος Ανάπτυξη» ή «Βιώσιμη Ανάπτυξη», που ορίζεται ως η ικανότητα της ανθρωπότητας «να διασφαλίσει ότι ανταποκρίνεται στις ανάγκες του παρόντος χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες». Το βασικό συμπέρασμα στο οποίο κατέληξε η έκθεση είναι ότι χρειαζόμαστε μακροπρόθεσμες στρατηγικές για τη διαχείριση των φυσικών πόρων της γης και αποδείχθηκε τόσο ευπρόσδεκτο που εισήγαγε τον όρο «Αειφορία» ή «Βιωσιμότητα» στην καθημερινή γλώσσα της διεθνούς πολιτικής (Brundtland, 1987). Η οικονομική ανάπτυξη και η διαρκής ανάπτυξη του βιοτικού επιπέδου στον κόσμο δεν μπορούν να συμβούν χωρίς μια ισχυρή, παγκόσμια προσπάθεια για την προστασία του περιβάλλοντος. Η ανάπτυξη που υποβαθμίζει το περιβάλλον δεν είναι πρόοδος, αλλά καταστροφή (Gerasimova, 2017).

Εκτός από την έκκλησή για τα περιβαλλοντικά προβλήματα, η έκθεση τονίζει ότι ο κόσμος πρέπει να αντιμετωπίσει προκλήσεις όπως ο υπερπληθυσμός, η έλλειψη επαρκούς επισιτιστικής ασφάλειας και η σπατάλη ενέργειας. Αναφέρει επίσης ότι στόχοι όπως η

ειρήνη, το δίκαιο, η οικονομική ανάπτυξη και ένα προστατευμένο περιβάλλον είναι αλληλένδετοι και μπορούν να αντιμετωπιστούν σωστά μόνο μέσω πολυεθνικών προσπαθειών (Keeble, 1988). Η βιώσιμη παγκόσμια ανάπτυξη απαιτεί όσοι είναι πιο εύποροι να υιοθετούν ένα τρόπο ζωής εντός των οικολογικών μέσων του πλανήτη (Brundtland, 1987).

2.4. Οι τρεις διαστάσεις

Οι τρεις διαστάσεις ή «πυλώνες» της βιώσιμης ανάπτυξης είναι (Elkington, & Rowlands, 1999):

- Οικονομική βιωσιμότητα, που σημαίνει δημιουργία ευημερίας σε διαφορετικά κοινωνικά επίπεδα
- Κοινωνική βιωσιμότητα, που σημαίνει σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και της ισότητας για όλους στην κοινωνία. Απαιτεί μια δίκαιη κατανομή των παροχών με επίκεντρο την ανακούφιση της φτώχειας. Δίνεται έμφαση στις τοπικές κοινωνίες,
- Περιβαλλοντική βιωσιμότητα, που σημαίνει διατήρηση και διαχείριση πόρων, ειδικά εκείνων που δεν είναι ανανεώσιμοι ή είναι πολύτιμοι από άποψη υποστήριξης της ζωής.

Οι τρεις πυλώνες αλληλοεξαρτώνται από πολλές απόψεις και μπορεί να δρουν αμοιβαία, ενισχυτικά ή ανταγωνιστικά. Μέσα στους πυλώνες της Αειφορίας υπάρχει συνεργασία αλλά και σύγκρουση. Βιώσιμη ανάπτυξη σημαίνει επίτευξη ισορροπίας μεταξύ τους (Purvis, & Robinson, 2019).

3 Αειφορικός ή Βιώσιμος τουρισμός

3.1. Γενικά

Ο τουρισμός βρίσκεται σε ιδιαίτερη θέση στη συμβολή που μπορεί να έχει στη βιώσιμη ανάπτυξη και τις προκλήσεις που παρουσιάζει (Bekturdiyev, 2016):

- Πρώτον, αυτό οφείλεται στον δυναμισμό της ανάπτυξης του κλάδου και τη σημαντική συμβολή που έχει στις οικονομίες πολλών χωρών και τοπικών προορισμών.
- Δεύτερον, γιατί ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα που συνεπάγεται μια ειδική σχέση μεταξύ των καταναλωτών (επισκεπτών), της βιομηχανίας, του φυσικού περιβάλλοντος και των τοπικών κοινωνιών.

Αυτή η ειδική σχέση προκύπτει επειδή, σε αντίθεση με τους περισσότερους άλλους τομείς, ο καταναλωτής του τουρισμού (ο επισκέπτης) ταξιδεύει στον παραγωγό και το προϊόν.

Αυτό οδηγεί σε τρεις σημαντικές και μοναδικές πτυχές της σχέσης μεταξύ τουρισμού και βιώσιμης ανάπτυξης (UNEP, 2005):

- Αλληλεπίδραση: Η φύση του τουρισμού, ως βιομηχανίας υπηρεσιών που βασίζεται στην παροχή μιας εμπειρίας νέων τόπων, σημαίνει ότι περιλαμβάνει ένα σημαντικό ποσό αλληλεπίδρασης, τόσο άμεση όσο και έμμεση, μεταξύ των επισκεπτών, των κοινοτήτων υποδοχής και του τοπικού περιβάλλοντος.
- Εκπαίδευση και Ευαισθητοποίηση: Ο τουρισμός κάνει τους ανθρώπους (επισκέπτες και οικοδεσπότες) να γίνουν πολύ πιο συνειδητοποιημένοι σε θέματα περιβαλλοντικών ζητημάτων και διαφορών μεταξύ εθνών και πολιτισμών. Αυτό μπορεί να επηρεάσει τις στάσεις και τις ανησυχίες για θέματα Αειφορίας όχι μόνο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού αλλά σε όλη τη ζωή των ανθρώπων.
- Εξάρτηση: Μεγάλο μέρος του τουρισμού βασίζεται σε επισκέπτες που επιδιώκουν να βιώσουν μια ποιοτική εμπειρία και σε υγιή περιβάλλοντα, ελκυστικές φυσικές περιοχές, αυθεντικά ιστορικά και πολιτιστικά στοιχεία και φιλόξενους οικοδεσπότες με τους οποίους έχουν καλές διαπροσωπικές σχέσεις.

Αυτή η στενή και άμεση σχέση δημιουργεί μια ευαίσθητη κατάσταση, όπου ο τουρισμός μπορεί να είναι τόσο πολύ επιζήμιος αλλά και πολύ θετικός για την αειφόρο ανάπτυξη. Ο τουρισμός έχει τεράστια δύναμη να κάνει καλό. Ωστόσο, μπορεί επίσης να είναι ο φορέας πιέσεων που μπορεί καταστρέψει τα περιουσιακά στοιχεία στα οποία βασίζεται. Η σχέση του τουρισμού με το φυσικό περιβάλλον είναι άμεση λόγω του μεγάλου αριθμού τουριστικών προορισμών που βρίσκονται σε παράκτιες περιοχές γεγονός που καθιστά την κλιματική αλλαγή και τις συνέπειές της σοβαρή απειλή για την επιβίωσή τους. Η καταπολέμηση της υπερθέρμανσης του πλανήτη και η αύξηση της ανθεκτικότητας του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων του προορισμού είναι επομένως μια αναγκαιότητα για το

μέλλον του τουρισμού. Η κατανόηση και η εξισορρόπηση αυτών είναι η μεγαλύτερη πρόκληση του κλάδου (UNWTO, 2021).

3.2. Ορισμός του Βιώσιμου Τουρισμού

Ο αειφόρος τουρισμός ορίζεται από το Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ως «ο τουρισμός που λαμβάνει πλήρως υπόψη τις τρέχουσες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του, καλύπτοντας ταυτόχρονα τις ανάγκες των επισκεπτών, της βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων υποδοχής» (UNWTO, 2005).

Ο αειφόρος τουρισμός αναφέρεται στις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικο-πολιτιστικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης και πρέπει να δημιουργηθεί μια κατάλληλη ισορροπία μεταξύ αυτών των τριών διαστάσεων για να διασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά του. Ο αειφόρος τουρισμός αναφέρεται σε βιώσιμες πρακτικές μέσα και από την τουριστική βιομηχανία (World Bank Group, 2017). Είναι μια φιλοδοξία να αναγνωρίσουμε όλες τις επιπτώσεις του τουρισμού, τόσο τις θετικές όσο και τις αρνητικές. Στοχεύει στην ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων και στη μεγιστοποίηση των θετικών. Ο βιώσιμος τουρισμός μπορεί να γίνει ένα εργαλείο ανάπτυξης και ωφέλειας των κοινοτήτων σε προορισμούς παγκοσμίως. Καθώς ο παγκόσμιος τουρισμός συνεχίζει να μεγαλώνει οι ευκαιρίες για να γίνει με βιώσιμο τρόπο επίσης αυξάνονται (Hunter, 1995).

3.3. Αναγκαιότητα

Ο αειφόρος τουρισμός πρέπει να εγγυάται υπεύθυνες ταξιδιωτικές εμπειρίες στους τουρίστες και κοινωνικο-πολιτιστική προστασία της χώρας υποδοχής. Ο αειφόρος τουρισμός δεν είναι ένα συγκεκριμένο είδος τουρισμού αλλά μια κυρίαρχη προσέγγιση για την ανάπτυξη και διαχείριση του τουρισμού που εφαρμόζεται σε όλα τα τμήματα της τουριστικής βιομηχανίας (World Bank Group, 2017). Ο αειφόρος τουρισμός στοχεύει να ανταποκριθεί στις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον κάνοντας βέλτιστη χρήση των πόρων, διατηρώντας βασικές οικολογικές διαδικασίες και συμβάλλοντας στη διατήρηση της φυσικής κληρονομιάς και της βιοποικιλότητας (Weaver, 2007).

Συμπερασματικά, ο αειφόρος τουρισμός έχει να κάνει με την εκ νέου εστίαση και την προσαρμογή. Είναι μια ισορροπία μεταξύ ορίων και χρήσης έτσι ώστε με συνεχή αλλαγή, παρακολούθηση και μακρόπνοο σχεδιασμό να διασφαλίσει τη δυνατότητα διαχείρισης των θετικών και αρνητικών του τουρισμού. Αυτό απαιτεί μακροπρόθεσμη σκέψη (10, 20+ χρόνια) και συνειδητοποίηση ότι η αλλαγή είναι συχνά συσσωρευτική, σταδιακή και μη αναστρέψιμη. Οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές πτυχές της αειφόρου ανάπτυξης πρέπει να περιλαμβάνουν τα συμφέροντα όλων των ενδιαφερομένων, συμπεριλαμβανομένων των τοπικών κοινοτήτων, των επισκεπτών, των επιχειρήσεων και των κυβερνητικών φορέων (Weaver, 2020).

Οι άνθρωποι μπορούν να εκπαιδευτούν μέσα από όλη την τουριστική δραστηριότητα και να συνειδητοποιήσουν τη σημασία της βιώσιμης ανάπτυξης, όχι μόνο στην προστασία του τοπικού περιβάλλοντος και του πολιτισμού, αλλά και να αποκτήσουν επίγνωση στα παγκόσμια ζητήματα και να εφαρμόζουν βιώσιμες πρακτικές στις καθημερινές συνήθειες τους (Bekturdiyev, 2016).

3.4. Οι στόχοι του βιώσιμου τουρισμού

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO, 2005) σκιαγραφεί τους πέντε πυλώνες-στόχους της τουριστικής ανάπτυξης όπως φαίνεται παρακάτω:

- Βιώσιμη Οικονομική Ανάπτυξη. Χρηματοδότηση πράσινων τουριστικών υποδομών και εφαρμογή κυκλικής οικονομίας.
- Κοινωνική Ενσωμάτωση. Δίκαιη απασχόληση και μείωση της φτώχειας. Βελτίωση της ποιότητας των θέσεων εργασίας στον τουρισμό.
- Αποδοτικότητα πόρων, Περιβαλλοντική Προστασία. Προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, διαχείριση απορριμμάτων και πολιτιστικών πόρων. Περιορισμός των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των μεταφορών που σχετίζονται με τον τουρισμό (θαλάσσιες ή αεροπορικές μεταφορές).
- Αμοιβαία κατανόηση, Ειρήνη και Ασφάλεια. Υποστήριξη της ευημερίας των τοπικών κοινωνιών και κατανόηση των αναγκών τους..
- Πολιτιστικές Αξίες, Διατήρηση Ποικιλομορφίας της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς .

3.5. Τα χαρακτηριστικά του βιώσιμου τουρισμού

Τα χαρακτηριστικά είναι (Amerta,2018):

- Η τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να είναι σε θέση να οικοδομήσει την εκτίμηση για τον πολιτισμό και το περιβάλλον
- Η τουριστική ανάπτυξη να βασίζεται στη διατήρηση και να είναι προσανατολισμένη στο μέλλον αναγνωρίζοντας τη συσχέτιση μεταξύ των κατοίκων της περιοχής και των επισκεπτών και του περιβάλλοντος
- Έμφαση σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερα οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες
- Να μην βλάπτει τους φυσικούς πόρους
- Παρακολούθηση και καταγραφή των αλλαγών που συμβαίνουν λόγω τουριστικής ανάπτυξης .

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη απαιτεί την εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση όλων των σχετικών ενδιαφερομένων (επιχειρήσεις, επισκέπτες, εργαζόμενοι, τοπικές κοινωνίες, κυβερνητικοί οργανισμοί κ.α) για την εξασφάλιση ευρείας κλίμακας συμμετοχή και δημιουργία συναίνεσης. Η επίτευξη του βιώσιμου τουρισμού είναι μια συνεχής διαδικασία και απαιτεί συνεχή παρακολούθηση και καταμέτρηση των επιπτώσεων, εισάγοντας τα

απαραίτητα προληπτικά ή/και διορθωτικά μέτρα όποτε είναι απαραίτητο. Ο βιώσιμος τουρισμός θα πρέπει επίσης να διατηρεί υψηλό επίπεδο ικανοποίησης των τουριστών εξασφαλίζοντας μια ουσιαστική εμπειρία στους τουρίστες, ευαισθητοποιώντας τους σχετικά με ζητήματα αειφορίας και προωθώντας πρακτικές υπεύθυνης συμπεριφοράς (UNWTO, 2005).

3.6. Ο βιώσιμος τουρισμός μέσα από τις παγκόσμιες διακηρύξεις

Τα τελευταία χρονιά ο βιώσιμος τουρισμός αναφέρεται συχνά στις παγκόσμιες διακηρύξεις. Στις 27 Ιουλίου 2012 εγκρίνεται η διακήρυξη από τη Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη με τίτλο: The Future We Want, το οποίο τονίζει ότι «ο καλά σχεδιασμένος και διαχειριζόμενος τουρισμός μπορεί να συμβάλει σημαντικά στις τρεις διαστάσεις της αειφόρου ανάπτυξης, έχει στενούς δεσμούς με άλλους τομείς και μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία αξιοπρεπών θέσεων εργασίας και δημιουργία εμπορικών ευκαιριών». Το ψήφισμα του ΟΗΕ το 2014 σχετικά με την «προώθηση του βιώσιμου τουρισμού, συμπεριλαμβανομένου του οικοτουρισμού, για την εξάλειψη της φτώχειας και την προστασία του περιβάλλοντος», τονίζει την ανάγκη βελτιστοποίησης των οικονομικών, κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών οφελών που απορρέουν από τον αειφόρο τουρισμό, ιδίως στις αναπτυσσόμενες χώρες. Το ψήφισμα της Γενικής Συνέλευσης των Ηνωμένων Εθνών το 2015 για το Πρόγραμμα Δράσης της Αντίς Αμπέμπα, υπογραμμίζει την ανάγκη «[...] να αναπτυχθούν και να εφαρμοστούν καινοτόμα εργαλεία για ενσωμάτωση της βιώσιμης ανάπτυξης, καθώς και για την παρακολούθηση των επιπτώσεων της Βιώσιμης Ανάπτυξης για διάφορες οικονομικές δραστηριότητες, συμπεριλαμβανομένου του αειφόρου τουρισμού» (UNWTO, 2017a)

3.6.1 Οι 17 Στόχοι για την Βιώσιμη Ανάπτυξη και τουρισμός

Οι 17 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης που εγκρίθηκαν από τη Γενική Συνέλευση του ΟΗΕ το 2015 με τίτλο “ Μετασχηματίζοντας τον κόσμο μας: Ατζέντα 2030 για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη” στοχεύουν, μεταξύ άλλων, στον τερματισμό της ακραίας φτώχειας, την καταπολέμηση της ανισότητας και της αδικίας και στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής. Ο τουρισμός έχει σημαντική συνάφεια με τους περισσότερους από τους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (UNWTO, 2017b)

Η πρόοδος προς την ατζέντα για τη βιώσιμη ανάπτυξη, έως και μετά το 2030, απαιτεί, μεταξύ άλλων, προσδιορισμό και υιοθέτηση προσεγγίσεων τουριστικού σχεδιασμού με στόχο τη βελτίωση της αποδοτικότητας των πόρων από τους ενδιαφερόμενους φορείς του τουρισμού. Προσεγγίσεις όπως η κυκλική οικονομία, η προώθηση επιχειρηματικών μοντέλων που βασίζονται σε ανανεώσιμες πηγές, μεγαλύτερους και διαφορετικούς κύκλους ζωής προϊόντων, η οικονομία διαμοιρασμού και η διασυνδεδεμένες αλυσίδες αξίας μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο κατά το σχεδιασμό και τη βελτίωση των συστημάτων διαχείρισης πόρων όχι μόνο στον τουριστικό τομέα, αλλά και για τη βιώσιμη ανάπτυξη των προορισμών (Spenceley & Rylance, 2019).

Ο τουρισμός είναι ένα ζωτικό μέσο για την επίτευξη των 17 Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης και όχι μόνο, καθώς μπορεί να τονώσει την οικονομική ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς, να δημιουργήσει θέσεις εργασίας, να προσελκύσει επενδύσεις, να καταπολεμήσει τη φτώχεια, να ενισχύσει τη διαβίωση των τοπικών κοινοτήτων, να προωθήσει την ενδυνάμωση των γυναικών και της νεολαίας, να προστατεύσει τον πολιτισμό την κληρονομιά, τη διατήρηση των χερσαίων και θαλάσσιων οικοσυστημάτων και της βιοποικιλότητας, την υποστήριξη της καταπολέμησης της κλιματικής αλλαγής και, τελικά, να συμβάλει στην αναγκαία αλλαγή και μετάβαση των κοινωνιών προς την Αειφορία (Rasoolimanesh, et al., 2020).

Το ψήφισμα της Γενικής Συνέλευσης των Ηνωμένων Εθνών το 2015, ανακήρυξε το έτος 2017 «Διεθνές Έτος Βιώσιμου Τουρισμού για την Ανάπτυξη» που στοχεύει στην ευαισθητοποίηση σχετικά με τη συμβολή του αειφόρου τουρισμού στην ανάπτυξη μεταξύ των υπευθύνων λήψης αποφάσεων και του κοινού. Ενθαρρύνει την υποστήριξη του αειφόρου τουρισμού σε όλα τα επίπεδα ως αποτελεσματικό μέσο προς την Αειφόρο Ανάπτυξη, κινητοποιώντας παράλληλα όλους τους ενδιαφερόμενους να εργαστούν από κοινού για να καταστεί ο τουρισμός καταλύτης για θετικές αλλαγές, ειδικά για την αντιμετώπιση παγκόσμιων προκλήσεων όπως η εξάλειψη της φτώχειας, η προστασία του περιβάλλοντος και η οικονομική ενδυνάμωση (UNWTO, 2017).

Λαμβάνοντας υπόψη τον αντίκτυπο που έχουν ο τουρισμός και η φιλοξενία τόσο στις κοινωνικοοικονομικές όσο και στις περιβαλλοντικές πτυχές της βιωσιμότητας, δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι καθένας από τους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης μπορεί να σχετίζεται με τον τουρισμό (Seidel, 2021):



SDG 1 – Τέλος στη φτώχεια σε όλες τις μορφές της παντού

Ο τουρισμός παρέχει εισόδημα μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας σε τοπικό και κοινοτικό επίπεδο. Μπορεί να συνδεθεί με εθνικές στρατηγικές για τη μείωση της φτώχειας και την επιχειρηματικότητα. Η τοπική πρόσληψη μπορεί να ενδυναμώσει τις λιγότερο ευνοημένες ομάδες, ιδιαίτερα τους νέους και τις γυναίκες



SDG 2 – Τερματισμός της πείνας, επίτευξη επισιτιστικής ασφάλειας και διατροφής, προώθηση της βιώσιμης γεωργίας

Ο τουρισμός μπορεί να δώσει ώθηση στη βιώσιμη γεωργία προωθώντας την παραγωγή και τις προμήθειες σε ξενοδοχεία και τις πωλήσεις τοπικών προϊόντων στους τουρίστες. Ο αγροτουρισμός μπορεί να δημιουργήσει πρόσθετο εισόδημα ενώ παράλληλα ενισχύει την αξία της τουριστικής εμπειρίας.



SDG 3 – Διασφάλιση υγιούς ζωής και προώθηση της ευημερίας για όλους σε όλες τις ηλικίες

Τα φορολογικά έσοδα που παράγονται από τον τουρισμό μπορούν να επανεπενδυθούν στην υγειονομική περίθαλψη και υπηρεσίες, βελτιώνοντας την υγεία της μητέρας, μειώνοντας τη θνησιμότητα των παιδιών και προλαμβάνοντας ασθένειες. Τα τέλη επισκεπτών που συλλέγονται σε προστατευόμενες περιοχές μπορούν επίσης να συμβάλλουν στις υπηρεσίες υγείας.



SDG 4 – Διασφάλιση χωρίς αποκλεισμούς και δίκαιη ποιοτική εκπαίδευση και προώθηση της δια βίου μάθησης για όλους

Ο τουρισμός έχει τη δυνατότητα να προάγει την ενσωμάτωση. Ένα εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό είναι ζωτικής σημασίας για την ευημερία του τουρισμού. Ο τομέας του τουρισμού παρέχει ευκαιρίες για άμεσες και έμμεσες θέσεις εργασίας για νέους, γυναίκες και άτομα με ειδικές ανάγκες, οι οποίοι θα πρέπει να επωφεληθούν με εκπαιδευτικά μέσα.



SDG 5 – Επίτευξη της ισότητας των φύλων και ενδυνάμωση όλων των γυναικών και των κοριτσιών

Ο τουρισμός μπορεί να ενδυναμώσει τις γυναίκες, ιδίως μέσω της παροχής άμεσων θέσεων εργασίας και της δημιουργίας εισοδήματος από επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό και τη φιλοξενία. Ο τουρισμός μπορεί να είναι ένα εργαλείο για τις γυναίκες ώστε να εμπλακούν πλήρως και να ηγηθούν σε κάθε πτυχή της κοινωνίας.



SDG 6 - Διασφάλιση διαθεσιμότητας και βιώσιμης διαχείρισης νερού και αποχέτευσης για όλους

Η απαίτηση τουριστικής επένδυσης για την παροχή υπηρεσιών κοινής ωφέλειας μπορεί να διαδραματίσει κρίσιμο ρόλο στην επίτευξη πρόσβασης και ασφάλειας στο νερό, καθώς και στην υγιεινή και την υγιεινή για όλους. Η αποτελεσματική χρήση του νερού στον τουρισμό, ο έλεγχος της ρύπανσης και η αποδοτικότητα της τεχνολογίας μπορεί να είναι το κλειδί για τη διαφύλαξη του πιο πολυτιμού πόρου μας.



SDG 7 – Διασφάλιση πρόσβασης σε οικονομικά προσιτή, αξιόπιστη, βιώσιμη και σύγχρονη ενέργεια για όλους

Με την προώθηση των επενδύσεων σε καθαρές πηγές ενέργειας, ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει στη μείωση των αερίων του θερμοκηπίου, τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής και να συμβάλει στην πρόσβαση όλων στην ενέργεια.



SDG 8 – Προώθηση βιώσιμης, χωρίς αποκλεισμούς και βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη, απασχόληση και αξιοπρεπή εργασία για όλους

Ο τουρισμός, ως εμπόριο υπηρεσιών, είναι ένας από τους τέσσερις κορυφαίους εξαγωγείς παγκοσμίως, παρέχοντας επί του παρόντος μία στις δέκα θέσεις εργασίας παγκοσμίως. Οι ευκαιρίες αξιοπρεπούς εργασίας στον τουρισμό, ιδιαίτερα για τη νεολαία και τις γυναίκες, και οι πολιτικές που ευνοούν την καλύτερη διαφοροποίηση μέσω των αλυσίδων αξίας του τουρισμού μπορούν να ενισχύσουν τις θετικές κοινωνικοοικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού.



SDG 9 – Δημιουργία ανθεκτικών υποδομών, προώθηση της χωρίς αποκλεισμούς και βιώσιμη εκβιομηχάνιση και προώθηση της καινοτομίας

Η τουριστική ανάπτυξη βασίζεται σε καλές δημόσιες και ιδιωτικές υποδομές. Ο τομέας μπορεί να επηρεάσει τη δημόσια πολιτική για την αναβάθμιση και τον εκσυγχρονισμό των υποδομών, καθιστώντας τις πιο βιώσιμες, καινοτόμες και αποδοτικές ως προς τους πόρους και κινούμενο προς ανάπτυξη χαμηλών εκπομπών άνθρακα, προσελκύοντας έτσι τουρίστες και άλλες πηγές ξένων επενδύσεων



SDG 10 – Μείωση της ανισότητας εντός και μεταξύ των χωρών

Ο τουρισμός μπορεί να είναι ένα ισχυρό εργαλείο για τη μείωση των ανισοτήτων εάν δεσμεύσει τους τοπικούς πληθυσμούς και όλους τους βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς στην ανάπτυξή του. Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην αστική ανανέωση και την αγροτική ανάπτυξη δίνοντας στους ανθρώπους την ευκαιρία να ευημερήσουν στον τόπο καταγωγής τους. Ο τουρισμός είναι ένα αποτελεσματικό μέσο οικονομικής ολοκλήρωσης και διαφοροποίησης.



SDG 11 – Κάντε τις πόλεις και τους ανθρώπινους οικισμούς χωρίς αποκλεισμούς, ασφαλείς, ανθεκτικές και βιώσιμες

Ο τουρισμός μπορεί να προωθήσει τις αστικές υποδομές και την προσβασιμότητα, να προωθήσει την αναγέννηση και να διατηρήσει την πολιτιστική και φυσική κληρονομιά, περιουσιακά στοιχεία από τα οποία εξαρτάται ο τουρισμός. Οι επενδύσεις σε πράσινες υποδομές (πιο αποτελεσματικές μεταφορές, μειωμένη ατμοσφαιρική ρύπανση) θα πρέπει να έχουν ως αποτέλεσμα εξυπνότερες και πιο πράσινες πόλεις, όχι μόνο για τους κατοίκους, αλλά και για τουρίστες.



SDG 12 – Διασφάλιση βιώσιμων προτύπων κατανάλωσης και παραγωγής

Ο τουριστικός τομέας πρέπει να υιοθετήσει τρόπους βιώσιμης κατανάλωσης και παραγωγής (SCP), επιταχύνοντας τη στροφή προς τη βιωσιμότητα. Τα εργαλεία για την παρακολούθηση των επιπτώσεων της βιώσιμης ανάπτυξης στον τουρισμό, συμπεριλαμβανομένων της ενέργειας, των υδάτων, των αποβλήτων, της βιοποικιλότητας και της δημιουργίας θέσεων εργασίας θα έχουν ως αποτέλεσμα ενισχυμένα οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά αποτελέσματα.



SDG 13 – Λάβετε επείγουσα δράση για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και των επιπτώσεών της

Ο τουρισμός συμβάλλει και επηρεάζεται από την κλιματική αλλαγή. Τα ενδιαφερόμενα μέρη του τουρισμού θα πρέπει να διαδραματίσουν ηγετικό ρόλο στην παγκόσμια απάντηση στην κλιματική αλλαγή. Μειώνοντας το αποτύπωμα άνθρακα, στον τομέα των μεταφορών και των καταλυμάτων, ο τουρισμός μπορεί να επωφεληθεί από την ανάπτυξη χαμηλών εκπομπών άνθρακα και να βοηθήσει στην αντιμετώπιση μιας από τις πιο πιεστικές προκλήσεις της εποχής μας.



SDG 14 – Διατήρηση και βιώσιμη χρήση των ωκεανών, των θαλασσών και των θαλάσσιων πόρων για βιώσιμη ανάπτυξη

Ο παράκτιος και θαλάσσιος τουρισμός βασίζεται σε υγιή θαλάσσια οικοσυστήματα. Η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να αποτελεί μέρος της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης Παράκτιας Ζώνης προκειμένου να βοηθήσει στη διατήρηση και διατήρηση των εύθραυστων θαλάσσιων οικοσυστημάτων και να χρησιμεύσει ως όχημα για την προώθηση μιας γαλάζιας οικονομίας, συμβάλλοντας στη βιώσιμη χρήση των θαλάσσιων πόρων.



SDG 15 – Προστασία, αποκατάσταση και προώθηση της βιώσιμης χρήσης των χερσαίων οικοσυστημάτων και ανάσχεση της απώλειας βιοποικιλότητας

Η πλούσια βιοποικιλότητα και η φυσική κληρονομιά είναι συχνά οι κύριοι λόγοι για τους οποίους οι τουρίστες επισκέπτονται έναν προορισμό. Ο τουρισμός μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο εάν διαχειρίζεται βιώσιμα σε ευαίσθητες ζώνες, όχι μόνο στη διατήρηση και διατήρηση της βιοποικιλότητας, αλλά και στη δημιουργία εσόδων ως εναλλακτικό μέσο διαβίωσης για τις τοπικές κοινωνίες.



SDG 16 – Προώθηση ειρηνικών και χωρίς αποκλεισμούς κοινωνιών, παροχή πρόσβασης στη δικαιοσύνη για όλους και οικοδόμηση θεσμών χωρίς αποκλεισμούς

Καθώς ο τουρισμός περιστρέφεται γύρω από δισεκατομμύρια συναντήσεις μεταξύ ανθρώπων διαφορετικών πολιτιστικών καταβολών, ο τομέας μπορεί να προωθήσει την πολυπολιτισμική και διαθρησκευτική ανοχή και κατανόηση, θέτοντας τα θεμέλια για πιο ειρηνικές κοινωνίες. Ο τουρισμός, ο οποίος ωφελεί και δεσμεύει τις τοπικές κοινότητες, μπορεί επίσης να εδραιώσει την ειρήνη σε κοινωνίες μετά τη σύγκρουση.



SDG 17 – Ενίσχυση των μέσων υλοποίησης και αναζωογόνηση της παγκόσμιας εταιρικής σχέσης για την αειφόρο ανάπτυξη

Λόγω της διατομεακής φύσης του, ο τουρισμός έχει την ικανότητα να ενισχύει συνεργασίες ιδιωτικού/δημόσιου και να δεσμεύει πολλούς ενδιαφερόμενους φορείς – διεθνείς, εθνικούς, περιφερειακούς και τοπικούς – να συνεργαστούν για την επίτευξη των ΣΒΑ και άλλων κοινών στόχων. Η δημόσια πολιτική και η καινοτόμος χρηματοδότηση βρίσκονται στον πυρήνα για την επίτευξη της Ατζέντας 2030.

Η σημασία του βιώσιμου τουρισμού τονίζεται ιδιαίτερα στους παρακάτω Στόχους (UNWTO, 2017c):

- Στόχος 8.9, «μέχρι το 2030, να σχεδιαστούν και να εφαρμοστούν πολιτικές για την προώθηση του βιώσιμου τουρισμού που δημιουργεί θέσεις εργασίας και προωθεί την τοπική κουλτούρα και προϊόντα».
- Στόχος 12.β, «ανάπτυξη και εφαρμογή εργαλείων για την παρακολούθηση των επιπτώσεων της βιώσιμης ανάπτυξης για τον αειφόρο τουρισμό που δημιουργεί θέσεις εργασίας και προωθεί τον τοπικό πολιτισμό και τα προϊόντα».
- Στόχος 14.7, «έως το 2030, αύξηση των οικονομικών οφελών για τις αναπτυσσόμενες μικρές νησιωτικές χώρες και τις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες»

Ο τουρισμός έχει μεγάλες δυνατότητες να επιταχύνει την πρόοδο στους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης. Εάν γίνει σωστή διαχείριση, ο τομέας μπορεί να δημιουργήσει ποιοτικές θέσεις εργασίας για βιώσιμη ανάπτυξη. Ωστόσο, χωρίς κατάλληλες διασφαλίσεις και επενδύσεις, η επέκταση της τουριστικής αγοράς μπορεί να συμβάλει στην κλιματική αλλαγή και να αυξήσει την πίεση στη βιοποικιλότητα και στα οικοσυστήματα από τα οποία εξαρτώνται τα προς το ζην τόσων πολλών ανθρώπων και τοπικών κοινοτήτων. Ο ρόλος του τραπεζικού τομέα και η πρόσβαση στη χρηματοδότηση είναι πρωταρχικής σημασίας για την οικοδόμηση ενός πιο βιώσιμου τουριστικού τομέα (UNWTO, 2017b).

3.6.2 Η Διακήρυξη της Γλασκώβης: Μια δέσμευση για μια δεκαετία δράσης για το κλίμα στον τουρισμό

Η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για την Κλιματική Αλλαγή το Δεκέμβριο του 2021, που συνήθως αναφέρεται ως COP26, ήρθε σαν συνέχεια της Συμφωνίας του Παρισιού και την συνάντηση των μερών του Πρωτοκόλλου του Κιότο (OPSTP, 2021). Η Διακήρυξη της Γλασκώβης (όπως είναι γνωστή) στοχεύει να λειτουργήσει ως καταλύτης σχετικά με την επείγουσα ανάγκη να επιταχυνθεί η δράση για το κλίμα και να εξασφαλιστούν ισχυρές δράσεις και δέσμευση (Zhang, 2022).

Τομεακά η Διακήρυξη της Γλασκώβης για την Κλιματική Δράση στον Τουρισμό υποστηρίζει την παγκόσμια δέσμευση να επιτευχθεί μείωση των εκπομπών κατά 50% στις τουριστικές δραστηριότητες μέχρι το 2030 και να επιτευχθούν οι καθαρές μηδενικές εκπομπές το συντομότερο δυνατό πριν από το 2050. Πάνω από 450 οργανισμοί έχουν υπογράψει τη Διακήρυξη της Γλασκώβης για την Κλιματική Δράση στον Τουρισμό για επιτάχυνση της δράσης για το κλίμα (Scott & Gössling, 2021).

Η Διακήρυξη καθορίζει ένα σαφές και συνεπές μήνυμα με προσέγγιση σε ολόκληρο τον κλάδο, για τη δράση για το κλίμα την επόμενη δεκαετία, ευθυγραμμισμένη με το ευρύτερο επιστημονικό πλαίσιο και την επείγουσα ανάγκη **δράσης τώρα**. Για να επιτύχουμε πρόοδο προς τον στόχο της Συμφωνίας του Παρισιού για περιορισμό της υπερθέρμανσης του

πλανήτη σε όχι περισσότερο από 1,5°C πάνω από τα προβιομηχανικά επίπεδα, πρέπει να αναλάβουμε ισχυρή δράση για να μειώσουμε τη ζημιά της κλιματικής αλλαγής. Λαμβάνοντας απτά βήματα για να μειώσουμε τον αντίκτυπό μας στον πλανήτη, κάνουμε αυτό που μπορούμε για να προστατεύσουμε τις κοινότητες και τους προορισμούς από τους οποίους εξαρτάται ο τουρισμός. Σύμφωνα με τη Διακήρυξη (OPSTP, 2021), εάν ο τουρισμός μπορέσει να απομακρυνθεί γρήγορα από ένα μοντέλο έντασης άνθρακα και υλικών, δίνοντας προτεραιότητα στην ευημερία της κοινότητας και του οικοσυστήματος, τότε ο τουρισμός μπορεί να γίνει ο ηγέτης στη μετάβαση σε ένα μέλλον χαμηλών εκπομπών άνθρακα. Οι ενέργειές είναι ευθυγραμμισμένες με 5 μονοπάτια που ορίζονται στη Διακήρυξη: μέτρο, απανθρακοποίηση, αναγέννηση, συνεργασία, χρηματοδότηση.

3.6.3 Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία

Η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία (European Green Deal) θα αποτελέσει αναπόσπαστο μέρος της στρατηγικής της Επιτροπής για την εφαρμογή της ατζέντας του ΟΗΕ για το 2030 και των στόχων βιώσιμης ανάπτυξης και δεσμεύεται να καταστήσει την Ευρώπη την πρώτη ουδέτερη από εκπομπές άνθρακα ήπειρο έως το 2050.

Η Πράσινη Συμφωνία παρέχει ένα στρατηγικό πλαίσιο για τον πράσινο μετασχηματισμό του τουριστικού οικοσυστήματος. Μεταξύ των πιο σχετικών πρωτοβουλιών είναι το σχέδιο δράσης για την κυκλική οικονομία, η στρατηγική βιώσιμης και έξυπνης κινητικότητας, η στρατηγική για τη βιοποικιλότητα, το κύμα ανακαίνισης κτιρίων, η νέα στρατηγική για την προσαρμογή στο κλίμα. Θα εισαχθούν νέες, πιο φιλόδοξες νομοθεσίες που σχετίζονται με την ενεργειακή απόδοση των κτιρίων, συνοδευόμενες από χρηματοδότηση και κίνητρα για αναβάθμιση της ενεργειακής απόδοσης. Η Ευρωπαϊκή Ένωση και τα κράτη μέλη θα συμμετάσχουν σε ένα «κύμα ανακαίνισης» δημόσιων και ιδιωτικών κτιρίων με στόχο τη μείωση των λογαριασμών ενέργειας (που μπορεί επίσης να μειώσει τη φτώχεια) και να τονώσει τον κατασκευαστικό τομέα και ιδιαίτερα τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και τις τοπικές θέσεις εργασίας (Zorpas et al, 2021).

Αναγνωρίζοντας τον ρόλο που θα διαδραματίσει ο τουρισμός στην επίτευξη αυτού του στόχου, ο τουριστικός τομέας έχει την υποχρέωση να χρησιμοποιήσει τη μοναδική του δύναμη για να ηγηθεί της αντίδρασης στην έκτακτη κλιματική ανάγκη και να διασφαλίσει υπεύθυνη ανάπτυξη (UNWTO, 2017b). Οι δυνατότητες εξοικονόμησης ενέργειας (και αντίστοιχης οικονομικής εξοικονόμησης) σε νέα και υπάρχοντα κτίρια είναι μεγάλες και οι τεχνολογίες είναι πλέον προσιτές. Οι βασικοί τομείς για πιο αποτελεσματική στέγαση περιλαμβάνουν ολοκληρωμένα συστήματα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, όπως ηλιακή ενέργεια, καθώς και ενεργειακά αποδοτικό φωτισμό, θέρμανση, ψύξη και άλλες συσκευές.

Ο κανονισμός για τη βιώσιμη χρηματοδότηση σε Ευρωπαϊκό επίπεδο θα κατευθύνει τη χρηματοδότηση που παρέχεται από ελληνικά και διεθνή χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, ταμεία και επενδυτές ιδιωτικών κεφαλαίων προς αειφορικές επενδύσεις. Οι παράγοντες ESG (Environmental, Social, Governance) θα ενσωματωθούν στην αξιολόγηση πιστοληπτικής

ικανότητας των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, μετατοπίζοντας τη χρηματοδότηση σε αειφορικούς τομείς και δραστηριότητες.

3.7. Μορφές που έχει ο βιώσιμος τουρισμός

Ο αειφόρος τουρισμός δεν αναφέρεται σε ένα συγκεκριμένο είδος τουρισμού, αλλά είναι μια φιλοδοξία ώστε οι επιπτώσεις όλων των μορφών τουρισμού να είναι βιώσιμες για τις επόμενες γενιές. Ο αειφόρος τουρισμός είναι ουσιαστικά ένα σύνολο πρακτικών που προσπαθούν να ελαχιστοποιήσουν τις βλαβερές συνέπειες που μπορεί να συνεπάγονται τα ταξίδια, επιδιώκοντας να ενισχύσουν τα θετικά τους αποτελέσματα, ώστε να συμβάλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη. Η προσέγγιση της βιώσιμης ανάπτυξης μπορεί να εφαρμοστεί σε οποιαδήποτε κλίμακα τουριστικής ανάπτυξης από τα μεγάλα θέρετρα έως τον περιορισμένο τουρισμό ειδικού ενδιαφέροντος (Wall,1997). Η βιωσιμότητα εξαρτάται από το πόσο καλά διατυπώνεται ο σχεδιασμός σε σχέση με τα ειδικά χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος, της οικονομίας και της κοινωνίας μιας περιοχής και την αποτελεσματικότητα της υλοποίησης του σχεδίου και της συνεχούς διαχείρισης του τουρισμού. Με απλά λόγια, ταξιδεύοντας υπεύθυνα, οι κοινότητες υποδοχής και οι προορισμοί θα επωφεληθούν από τα χρήματα που ξοδεύονται εκεί ενώ παράλληλα δημιουργούν μια πιο ουσιαστική ταξιδιωτική εμπειρία από τις τυπικές διακοπές (Budeanu,2007).

3.7.1 Οικοτουρισμός

Στο πλαίσιο της έννοιας του βιώσιμου τουρισμού, ο οικοτουρισμός είναι μια τάση στη διατήρηση της φύσης που δίνει στους τουρίστες την ευκαιρία να μάθουν για το περιβάλλον ενώ βρίσκονται σε διακοπές (Fennell,2022).

Ο Wall (1997) ορίζει τον οικοτουρισμό ως: όλες τις μορφές τουρισμού που βασίζονται στη φύση, όπου το κύριο κίνητρο των τουριστών είναι η παρατήρηση και η εκτίμηση της φύσης καθώς και των παραδοσιακών πολιτισμών που επικρατούν στις φυσικές περιοχές. Ο οικοτουρισμός είναι μια βιώσιμη μορφή τουρισμού που βασίζεται σε φυσικούς πόρους που εστιάζει κυρίως στην εμπειρία και τη μάθηση για τη φύση και η οποία αντιμετωπίζεται ηθικά ώστε να είναι χαμηλού αντίκτυπου, μη καταναλωτική και τοπικά προσανατολισμένη. Συνήθως εμφανίζεται σε φυσικές περιοχές και θα πρέπει να συμβάλλει στη διατήρηση τέτοιων περιοχών (Fennell, 1999). Η Συμφωνία Mohonk (2000), είδε τον οικοτουρισμό ως «αειφόρο τουρισμό με εστίαση στις φυσικές περιοχές, που ωφελεί το περιβάλλον και τις κοινότητες που επισκέπτονται και προάγει την περιβαλλοντική και πολιτιστική κατανόηση, εκτίμηση και ευαισθητοποίηση».

Σκοπός του είναι η εκπαίδευση του ταξιδιώτη, η παροχή κεφαλαίων για την οικολογική διατήρηση, η άμεση ωφέλεια της οικονομικής ανάπτυξης και της πολιτικής ενδυνάμωσης των τοπικών κοινοτήτων, η προώθηση του σεβασμού για διαφορετικούς πολιτισμούς.

3.7.2 Αναγεννητικός τουρισμός

Ο αειφόρος τουρισμός επιδιώκει να μειώσει τη ζημιά που προκαλεί ο τουρισμός, ενώ ο αναγεννητικός τουρισμός επιδιώκει καθαρό κέρδος για όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, συμπεριλαμβανομένης της φύσης, των οικοδεσποτών, των επισκεπτών και της τοπικής κοινότητας (π.χ. συμμετοχή σε προγράμματα αποκατάστασης, ηθική δέσμευση, υποστήριξη τοπικών επιχειρήσεων) (Hussain, 2021). Στον αναγεννητικό τουρισμό οι επισκέπτες ταξιδεύουν με τη νοοτροπία να αφήσουν έναν προορισμό καλύτερα από ό,τι ήταν πριν φτάσουν και οι εμπειρίες ξεπερνούν τις παραδοσιακές διακοπές.

3.7.3 Μετασχηματιστικός Τουρισμός

Ο Μετασχηματιστικός Τουρισμός ασχολείται με το σημαντικό ζήτημα του πώς τα ταξίδια και ο τουρισμός μπορούν να αλλάξουν την ανθρώπινη συμπεριφορά και να έχουν θετικό αντίκτυπο στον κόσμο (Reisinger, 2015). Προσδιορίζει διάφορους τύπους τουρισμού που μπορούν να μεταμορφώσουν τα ανθρώπινα όντα, όπως εκπαιδευτικός, εθελοντικός, επιβίωσης, κοινότητας, οικολογικός, θρησκευτικός, πνευματικός, ευεξίας και ιεραποστολικός τουρισμός. Ο μετασχηματιστικός τουρισμός επικεντρώνεται στην απώθηση των τουριστών από τη ζώνη άνεσής τους, στην ενθάρρυνση κοσμοθεωριών χωρίς αποκλεισμούς, στην προώθηση της διαπολιτισμικής κατανόησης και της κοινωνικής ενδυνάμωσης (Soulard, 2021). Ο όρος μεταμορφωτική εμπειρία των επισκεπτών υποδηλώνει τη στιγμή που οι ταξιδιώτες βιώνουν βαθιές αλλαγές κατά τη διάρκεια του ταξιδιού αλλά και μετά την επιστροφή τους στο σπίτι (Zhao, 2023).

4 Πιστοποίηση

4.1. Ορισμός

Η πιστοποίηση ορίζεται ως εθελοντική, αξιολόγηση από Φορέα Πιστοποίησης, μέσω ελέγχου, μιας τουριστικής επιχείρησης ή προορισμού για συμμόρφωση με ένα πρότυπο. Η πιστοποίηση είναι ένας μηχανισμός που διασφαλίζει ότι μια δραστηριότητα ή ένα προϊόν πληροί ορισμένα πρότυπα που μπορεί να συμφωνηθούν σε έναν κλάδο της βιομηχανίας ή οριστούν από την κυβέρνηση. (ETC,2019).

4.2. Η ανάγκη της πιστοποίησης

Αναγνωρίζοντας την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης ως ζωτικής σημασίας, ο δημόσιος και ο ιδιωτικός τομέας της τουριστικής βιομηχανίας υιοθετούν ολοένα και περισσότερο συμβατά με τη βιωσιμότητα αναπτυξιακά μέτρα προκειμένου να περιορίσουν τις αρνητικές επιπτώσεις που συνδέονται με τον τουρισμό. Ένα μεγάλο, συμβατικό ξενοδοχείο πόλης μπορεί να είναι περιβαλλοντικά και κοινωνικά υπεύθυνο, όπως και ένα μικρό οικολογικό κατάλυμα κοντά σε ένα εθνικό πάρκο. Από την άλλη πλευρά, ένα μικρό κατάλυμα μπορεί να είναι εξίσου ανεύθυνο και μη βιώσιμο με ένα μεγάλο ξενοδοχείο, ή ακόμα περισσότερο σε ορισμένες περιπτώσεις. Υπάρχει μια αυξανόμενη ανάγκη για διεθνώς αναγνωρισμένα, αλλά τοπικά προσαρμοσμένα πρότυπα βιωσιμότητας.

Ένας τρόπος επιβράβευσης των εγκαταστάσεων που πραγματικά συμμορφώνονται με αυτούς τους στόχους είναι η αξιόπιστη εξωτερική αναγνώριση με τη μορφή Πιστοποιήσεων ή Οικολογικών Σημάτων. Τα οικολογικά σήματα υιοθετούνται όλο και περισσότερο από διάφορους ενδιαφερόμενους στον τομέα του τουρισμού. Η οικολογική σήμανση είναι μια εθελοντική μέθοδος πιστοποίησης περιβαλλοντικών-κοινωνικών επιδόσεων που εφαρμόζεται σε όλο τον κόσμο. Ένα οικολογικό σήμα προσδιορίζει προϊόντα ή υπηρεσίες που αποδεδειγμένα είναι περιβαλλοντικά και κοινωνικά προτιμότερες συνολικά, εντός μιας συγκεκριμένης κατηγορίας προϊόντων ή υπηρεσιών.

Η ώθηση προς τα οικολογικά σήματα για τις τουριστικές επιχειρήσεις προέκυψε ως αποτέλεσμα της Ατζέντα 21, η οποία εγκρίθηκε από 182 χώρες κατά τη Διάσκεψη Κορυφής για τη Γη του 1992 των Ηνωμένων Εθνών (ή Σύνοδο Κορυφής του Ρίο), η οποία τόνισε την ανάγκη συμμόρφωσης των επιχειρήσεων με τους περιβαλλοντικούς κανονισμούς και τις πολιτικές μετριασμού των παγκόσμιων περιβαλλοντικών προβλημάτων. Υπάρχει μια σειρά από οικολογικά σήματα που στοχεύουν σε διαφορετικές πτυχές της τουριστικής βιομηχανίας: παραλίες, ξενοδοχεία, κάμπινγκ, μαρίνες και εκδηλώσεις.

4.3. Ο Ρόλος της Πιστοποίησης

Η πιστοποίηση θέτει πρότυπα και βοηθά στη διάκριση των γνήσιων βιώσιμων τουριστικών επιχειρήσεων από άλλες που χρησιμοποιούν τεχνικές εξαπάτησης του καταναλωτή μέσω παραπλανητικών πληροφοριών σχετικά με το πώς τα προϊόντα μιας εταιρείας είναι πιο φιλικά στο περιβάλλον, υγιεινά ή βιώσιμα. Αυτό βοηθά στην προστασία της ακεραιότητας των παραπάνω εννοιών. Η πιστοποίηση δεν είναι αυτοσκοπός. Είναι ένα από τα πολλά εργαλεία για την παρακίνηση των επιχειρήσεων και άλλων να βελτιώσουν τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές επιδόσεις τους, ενώ τους ανταμείβει για αυτό. Αυτές οι ανταμοιβές άλλοτε είναι απτές και άλλοτε όχι (*Sustainable Tourism Trends*, 2021). Στόχος των πρωτοβουλιών για την οικολογική σήμανση είναι η προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών με βιώσιμη διαχείριση. Η οικολογική σήμανση στον κλάδο της φιλοξενίας παρέχει στους πελάτες μια αξιόπιστη πηγή πληροφοριών, υποδεικνύοντας ποιες βιώσιμες πρακτικές έχουν εφαρμόσει τα ξενοδοχεία στην καθημερινή τους λειτουργία. Επιπλέον, η οικολογική σήμανση στον κλάδο της φιλοξενίας στοχεύει στην κάλυψη της αυξανόμενης ζήτησης για αειφορικά καταλύματα.

4.4. Οφέλη Πιστοποίησης

Τα τουριστικά σήματα βιωσιμότητας μοιράζονται ορισμένα κύρια οφέλη όπως:

- **Αξιοπιστία**, παρέχοντας απόδειξη ότι μια επιχείρηση τηρεί πραγματικά όσα υπόσχονται σχετικά με τις προσπάθειές της για βιωσιμότητα δείχνει ότι είναι αξιόπιστη και δεν χρησιμοποιεί ψευδείς ισχυρισμούς (*greenwashing*). Αποδεικνύει στους επισκέπτες ότι θα μείνουν σε ένα κατάλυμα που γίνεται προσπάθεια εφαρμογής βέλτιστων περιβαλλοντικών και κοινωνικών πρακτικών. Η ευαισθητοποίηση για περιβαλλοντολογικά και κοινωνικά θέματα δίνει κύρος και ισχυρές ενδείξεις βιωσιμότητας. Τα σήματα βιώσιμου τουρισμού υποστηρίζονται από ένα πρόγραμμα εκπαιδευτικών στοιχείων που είναι σχεδιασμένα ώστε να βοηθούν να εντοπιστούν και να μετρηθούν ενέργειες που θα συμβάλλουν στη μείωση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου και θα αυξήσουν το κοινωνικό αντίκτυπο. Δίνει στους εργαζόμενους και στους επισκέπτες έναν κοινό σκοπό και την ευκαιρία να συμβάλλουν ουσιαστικά στη βιωσιμότητα της επιχείρησης.
- **Παροχή πλαισίου για τις πρακτικές βιωσιμότητας μιας εγκατάστασης**. Οι απαιτήσεις της πιστοποίησης μπορεί να βοηθήσουν το κατάλυμα να δώσει προτεραιότητα για βελτίωση σε βασικούς τομείς και να προσφέρει λύσεις. Η πιστοποίηση διαβεβαιώνει τους διαχειριστές των καταλυμάτων ότι βρίσκονται στο σωστό δρόμο. Μπορεί να παίξει αποφασιστικό ρόλο στον εντοπισμό κενών στο σχεδιασμό της βιωσιμότητας. Η ενσωμάτωση της διαδικασίας μπορεί να είναι δύσκολη στην αρχή, καθώς υπάρχουν πολλά διαφορετικά ζητήματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη. Οι πιστοποιητικοί οργανισμοί παρέχουν την προσέγγιση προς τη βιωσιμότητα βήμα προς βήμα και καθοδηγούν την διαδικασία πιστοποίησης.
- **Εξοικονόμηση κόστους**. Η εξοικονόμηση πόρων όπως το νερό και η ενέργεια δεν βοηθά μόνο στη διάσωση του πλανήτη, αλλά εξοικονομεί χρήματα. Δεν σημαίνει

απαραίτητα ότι η επιχείρηση πρέπει να κάνει μεγάλες επενδύσεις σε νέο εξοπλισμό, συσκευές ή ανακαινίσεις. Επιπλέον, πολλά χρήματα μπορούν να εξοικονομηθούν με τη μείωση της κατανάλωσης πόρων και απλώς με την αλλαγή της ρουτίνας και την ευαισθητοποίηση των επισκεπτών και του προσωπικού. Το οικολογικό σήμα βοηθά τα καταλύματα να εντοπίσουν εκείνες τις τυπικές διαδικασίες λειτουργίας που μπορούν να βελτιστοποιηθούν και να βρουν τα σωστά εκπαιδευτικά μηνύματα για τους επισκέπτες και τα άλλα άτομα να αλλάξουν τη συμπεριφορά τους.

- **Μάρκετινγκ.** Η Έκθεση Αειφόρου Ταξιδιού 2022 της Booking.com (GSTC, 2022b) περιέχει πληροφορίες που συγκεντρώθηκαν από περισσότερους από 30.000 ταξιδιώτες σε 32 χώρες και περιοχές, τονίζοντας ότι ο αντίκτυπος των ταξιδιών τους παραμένει στο επίκεντρο, με το 71% των ταξιδιωτών παγκοσμίως να δηλώνουν ότι θέλουν να ταξιδεύουν πιο βιώσιμα το επόμενο διάστημα. Υπάρχει αύξηση 10% σε σχέση με τα στοιχεία της εταιρείας για το 2021. Με το 81% των ταξιδιωτών να επιβεβαιώνουν ότι τα αειφόρα ταξίδια είναι σημαντικά για αυτούς, οι μισοί από τους ερωτηθέντες ανέφεραν ότι οι πρόσφατες ειδήσεις για την κλιματική αλλαγή τους έχουν επηρεάσει να κάνουν πιο βιώσιμες ταξιδιωτικές επιλογές.
- **Χρηματοδότηση.** Η Ευρωπαϊκή Ένωση μέσα από τη στρατηγική που όρισε με την Πράσινη Συμφωνία θέσπισε φιλόδοξους στόχους μετριασμού της κλιματικής αλλαγής για το 2030. Για την επίτευξη αυτών των στόχων έχουν δημιουργηθεί αλλά και θα έρθουν χρηματοδοτικά προγράμματα για την κάλυψη εξόδων που απαιτούνται για τη μετάβαση σε ένα πιο βιώσιμο μοντέλο τουρισμού.
- **Προσαρμογή στις απαιτήσεις του μέλλοντος.** Οι 17 Στόχοι για την Βιώσιμη Ανάπτυξη και η Διακήρυξη της Γλασκώβης οριοθετούν το μέλλον του τουρισμού σε περιβαλλοντικό και κοινωνικό πλαίσιο. Ο στόχος για μηδενικές εκπομπές άνθρακα μέχρι το 2050 που απορρέει από την Πράσινη Συμφωνία θα αποτελέσει μοχλός αλλαγής στους κανονισμούς που διέπουν τον τουριστικό τομέα (π.χ. ενεργειακή απόδοση καταλυμάτων, ηλεκτροκίνηση κ.α.).

4.5. Πως γίνεται

Η πιστοποίηση μπορεί να διαφέρει ανάλογα με τη φύση και το επίπεδο της διαδικασίας επαλήθευσης. Ορισμένα συστήματα βασίζονται κυρίως στην αυτοαξιολόγηση, με περιστασιακή μόνο εξωτερική επαλήθευση, ενώ τα περισσότερα καθιστούν την τελευταία ως απαίτηση.

4.5.1 GSTC

Ένα σημαντικό ερώτημα για τους ταξιδιώτες που αναζητούν αξιόπιστα οικολογικά σήματα είναι εάν το σήμα έχει αναγνωριστεί από το Παγκόσμιο Συμβούλιο Αειφόρου Τουρισμού (GSTC). Είναι ο μεγαλύτερος ανεξάρτητος διεθνής οργανισμός για τον αειφόρο τουρισμό. Επί του παρόντος, 31 οικολογικά σήματα στον τουρισμό έχουν αναγνωριστεί από την GSTC. Ιδρύθηκε από υπηρεσίες του ΟΗΕ και εταιρείες από τον ιδιωτικό τομέα ώστε να λειτουργεί

ως ανεξάρτητος οργανισμός. Διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο ως η κορυφαία παγκόσμια αρχή στην παροχή καθοδήγησης μέσω κριτηρίων, στην ανάπτυξη και διαχείριση πρακτικών βιωσιμότητας στα ταξίδια και τον τουρισμό. Λειτουργεί επίσης με πολλούς άλλους τρόπους για την ενίσχυση της εκπαίδευσης, της επικοινωνίας, της ανταλλαγής γνώσεων. Δεν πιστοποιεί απευθείας κανένα προϊόν ή υπηρεσία, αλλά παρέχει ένα πρόγραμμα διαπίστευσης για τη διαπίστευση Φορέων Πιστοποίησης (GSTC, 2022).

Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Αειφόρου Τουρισμού καθιερώνει και διαχειρίζεται παγκόσμια πρότυπα για βιώσιμα ταξίδια και τουρισμό, γνωστά ως Κριτήρια GSTC. Χρησιμοποιούνται για λόγους χάραξης πολιτικής, μέτρησης και αξιολόγησης αποτελεσμάτων. Είναι το αποτέλεσμα μιας παγκόσμιας προσπάθειας για την ανάπτυξη μιας κοινής γλώσσας για την Αειφορία στον τουρισμό. Κατηγοριοποιούνται σε τέσσερις πυλώνες (GSTC, 2016):

- Επίδειξη βιώσιμης διαχείρισης προορισμού (π.χ. να υπάρχει στρατηγική, να παρακολουθείται και να καταγράφεται η πρόοδος, εκπαίδευση προσωπικού)
- Μεγιστοποίηση των κοινωνικών και οικονομικών οφελών για την κοινότητα υποδοχής και ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων (π.χ. συμμετοχή του κοινού σε τοπικές εκδηλώσεις, σεβασμός στους μόνιμους κατοίκους, ευαισθητοποίηση και εκπαίδευση στον τουρισμό, οικονομική υποστήριξη τοπικών επιχειρηματιών και δίκαιο εμπόριο)
- Ενίσχυση της θετικής επίδρασης στον πολιτισμό και την πολιτιστική κληρονομιά και ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων (π.χ. προστασία των αξιοθέατων και της πολιτιστικής κληρονομιάς, προσφορά εναλλακτικής ξενάγησης τοποθεσιών και διαχείριση της συμπεριφοράς των επισκεπτών)
- Μεγιστοποίηση των οφελών για το περιβάλλον και ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων (π.χ. προστασία ευαίσθητων περιοχών, εξοικονόμηση ενέργειας, διαχείριση υδάτων, λύματα, φωτορύπανση και ηχορύπανση).

Τα κριτήρια GSTC είναι οι αρχικοί στόχοι που πρέπει να επιτύχουν οι επιχειρήσεις, οι κυβερνήσεις και οι προορισμοί. Ο καθένας από τους τουριστικούς προορισμούς έχει τη δική του κουλτούρα, περιβάλλον, έθιμα και νόμους. Ως εκ τούτου, τα Κριτήρια έχουν σχεδιαστεί ώστε να προσαρμόζονται στις τοπικές συνθήκες και να συμπληρώνονται από πρόσθετα κριτήρια για τη συγκεκριμένη τοποθεσία και δραστηριότητα. Δημιουργήθηκαν για να παρέχουν μια κοινή κατανόηση σε όλο τον κόσμο του «αειφόρου τουρισμού» και είναι το ελάχιστο που θα πρέπει να φιλοδοξεί να επιτύχει κάθε τουριστική επιχείρηση. Έχουν δυνατότητα εφαρμογής σε ολόκληρη την τουριστική βιομηχανία.

Υπάρχουν δύο σύνολα κριτηρίων:

- GSTC Industry Criteria = σχετίζεται με τη βιώσιμη διαχείριση της ταξιδιωτικής βιομηχανίας του ιδιωτικού τομέα, με επίκεντρο τα ξενοδοχεία και τους τουριστικούς πράκτορες.
- Κριτήρια προορισμού GSTC = σχετίζεται με τη βιώσιμη διαχείριση Τουριστικών Προορισμών.

Οι Φορείς Πιστοποίησης που τηρούν τα κριτήρια στις πιστοποιήσεις τους ή παρέχουν ισοδύναμες προδιαγραφές μπορούν να εγκριθούν από την GSTC. Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί φορείς που προσφέρουν πιστοποιήσεις σε όλο τον κόσμο. Αυτά κυμαίνονται από ευρύτερα, πιο γενικά προγράμματα πιστοποίησης έως πιο προσαρμοσμένα που επικεντρώνονται κυρίως σε θέματα όπως η ενεργειακή απόδοση, τα πρότυπα κτιρίων ή η διαχείριση απορριμμάτων. Κάθε φορέας πιστοποίησης ορίζει τις τιμές του ξεχωριστά. Ορισμένα προσφέρουν πιστοποίηση δωρεάν, συχνά όταν η πιστοποίηση παρέχεται από κυβερνητικό οργανισμό ή τουριστική εταιρία. Άλλοι φορείς πιστοποίησης προσφέρουν έκπτωση για μικρότερα ακίνητα ή για πολλά ακίνητα στην ίδια ομάδα. Ενδεικτικά αναφέρουμε κάποιους φορείς που δραστηριοποιούνται και στον Ελληνικό χώρο.

4.5.2 Green key

Το Πρότυπο Πράσινο Κλειδί (Green Key, 2022) είναι ένα κορυφαίο πρότυπο αριστείας στον τομέα της περιβαλλοντικής ευθύνης και της αειφόρου λειτουργίας εντός της τουριστικής βιομηχανίας, αντιπροσωπεύοντας τη δέσμευση των επιχειρήσεων ότι οι εγκαταστάσεις τους τηρούν τα αυστηρά κριτήρια που ορίζει το Ίδρυμα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (FEE). Τα υψηλά περιβαλλοντικά πρότυπα που απαιτούνται από τα ξενοδοχεία διατηρούνται μέσω αυστηρής τεκμηρίωσης και συχνών ελέγχων. Το Green Key είναι διαθέσιμο σε ξενοδοχεία, ξενώνες, μικρά καταλύματα, κάμπινγκ, εστιατόρια και αξιοθέατα.

Τα πιστοποιημένα ιδρύματα Green Key πρέπει να ενημερώνουν τους επισκέπτες τους για περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες, καθώς και να τους ενθαρρύνουν να υποστηρίξουν το έργο τους επιλέγοντας πιο βιώσιμες αποφάσεις κατά τη διάρκεια της διαμονής τους. Για παράδειγμα, οι επισκέπτες θα πρέπει να έχουν την επιλογή να παραιτηθούν από τα σεντόνια και την αλλαγή πετσετών ή τον καθαρισμό δωματίου. Η υποστήριξη επισκεπτών μπορεί να περιστρέφεται αυστηρά γύρω από την περιβαλλοντική διαχείριση του καταλύματος (π.χ. εξοικονόμηση νερού και ενέργειας, καθώς και πρόληψη αποβλήτων), αλλά και να αντιμετωπίσει ζητήματα που σχετίζονται με κοινωνικά, πολιτιστικά, οικονομικά, ποιότητα, υγεία και ασφάλεια (π.χ. υποστήριξη σε τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις) και άλλες πράσινες πρωτοβουλίες. Οι εγκαταστάσεις πρέπει να παρέχουν στους επισκέπτες πληροφορίες σχετικά με πάρκα και περιοχές προστασίας της φύσης και για ενοικιάσεις ποδηλάτων στο περιβάλλον τους και κατά προτίμηση να αναλαμβάνουν δράση για την προώθηση της βιώσιμης τουριστικής συμπεριφοράς μεταξύ των επισκεπτών τους

Παράδειγμα κριτηρίου Green Key

8. FOOD AND BEVERAGE		
8.1	The establishment must purchase and register at least five types of food/beverage products that are organic, eco-labelled, fair-trade labelled and/or locally produced. (I)	Environmentally friendly and sustainable practices in the establishment are demonstrated by the type of food and beverage it purchases and offers to the guests. The establishment therefore purchases food and beverage products that are organic, eco-labelled, fair-trade labelled and/or locally produced. These products should preferably be used in significant quantities or daily. The organic, eco-labelled or fair-trade products are certified by national or international authorities. Products are, whenever possible, produced locally to reduce the environmental footprint through reduced transportation, and to stimulate the local economy. Products produced less than 100 km from the establishment are normally considered as locally produced. Products grown at the premises or wild-caught/picked within 100 km from the establishment also comply with the criterion. The establishment ensures that as many of its food and beverage products as possible are organic, eco-labelled, fair-trade labelled and/or locally produced. The choice of products depends on availability and price. To comply with this criterion, a minimum of five products is required, but it is strongly recommended to include more products. Furthermore, the percentage of organic, eco-labelled, fair-trade and/or locally produced food/beverage products should normally be increased every year. Although this criterion mainly relates to food/beverage products offered to guests, it is also recommended to implement this criterion in the staff canteen.

Πίνακας 3. Παράδειγμα κριτηρίου που μπορεί να πραγματοποιηθεί εκπαιδευτική δράση. Πηγή: Green Key criteria and explanatory notes. Hotels & Hostels

8. ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ		
8.1	Η εγκατάσταση πρέπει να αγοράζει και να καταχωρίζει τουλάχιστον πέντε είδη προϊόντων τροφίμων/ποτών που είναι βιολογικά, με οικολογικό σήμα, με σήμα δίκαιου εμπορίου και/ή που παράγονται τοπικά. (Υ)	

Πίνακας 4. Το ίδιο παράδειγμα κριτηρίου στην Ελληνική γλώσσα. Πηγή: Green Key κριτήρια και επεξηγηματικές σημειώσεις στην Ελληνική γλώσσα

4.5.3 Travelife

Το Travelife for Accommodation (Travelife, 2022) είναι ένα διεθνώς αναγνωρισμένο πρόγραμμα πιστοποίησης βιωσιμότητας που βοηθά τα μέλη του να βελτιώσουν τις κοινωνικές, περιβαλλοντικές και οικονομικές τους επιπτώσεις. Τα μέλη του ξενοδοχείου που πληρούν όλα τα κριτήρια βιωσιμότητας του Travelife αποκτούν πιστοποίηση Travelife Gold. Τα Travelife Certified ξενοδοχεία μπορούν στη συνέχεια να χρησιμοποιήσουν το σήμα πιστοποίησης για να προωθήσουν τα επιτεύγματά τους Αειφορίας στους καταναλωτές, μέσω του υλικού μάρκετινγκ και του www.travelifecollection.com, ενός διαδικτυακού ιστότοπου όπου οι άνθρωποι μπορούν να αναζητήσουν ακίνητα με πιστοποίηση Travelife. Αναπτύχθηκε σε συνεργασία με τουριστικούς πράκτορες όπως οι TUI, Thomas Cook, Virgin Holidays και πολλοί άλλοι, για να παρέχει ένα προσιτό, βήμα προς βήμα σύστημα που βοηθά τους διαχειριστές καταλυμάτων να επιτύχουν διεθνή πρότυπα βιωσιμότητας, ώστε οι επισκέπτες να έχουν πιο υπεύθυνες ταξιδιωτικές επιλογές.

4.5.4 EU-Ecolabel

Το οικολογικό σήμα EU Ecolabel είναι το επίσημο εθελοντικό σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την περιβαλλοντική αριστεία (EU-Ecolabel, 2022). Το οικολογικό σήμα της ΕΕ, το οποίο ιδρύθηκε το 1992 και αναγνωρίζεται σε όλη την Ευρώπη και παγκοσμίως, πιστοποιεί προϊόντα με εγγυημένη, ανεξάρτητη εξακρίβωση χαμηλής περιβαλλοντικής επίπτωσης. Για να απονεμηθεί, τα αγαθά και οι υπηρεσίες θα πρέπει να πληρούν υψηλά περιβαλλοντικά πρότυπα καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους. Η ετικέτα ενθαρρύνει επίσης τις εταιρείες να αναπτύξουν καινοτόμα προϊόντα που είναι ανθεκτικά, εύκολα στην επισκευή και ανακυκλώσιμα. Μέσω του οικολογικού σήματος της ΕΕ, η βιομηχανία μπορεί να προσφέρει αληθινές και αξιόπιστες φιλικές προς το περιβάλλον εναλλακτικές λύσεις στα συμβατικά προϊόντα, δίνοντας τη δυνατότητα στους καταναλωτές να κάνουν συνειδητές επιλογές και να διαδραματίσουν ενεργό ρόλο στην πράσινη μετάβαση.

4.5.5 Booking

Η εταιρεία booking.com παρουσίασε το δικό της σήμα βιώσιμου τουρισμού που είναι διαθέσιμο για τους συνεργάτες της στην πλατφόρμα εύρεσης καταλυμάτων ως φίλτρο αναζήτησης.. Το σήμα είναι δωρεάν και αναπτύχθηκε σε συνεργασία με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Αειφόρου Τουρισμού (GSTC) και φορείς πιστοποίησης. Σκοπός του είναι να μπορούν ιδιοκτήτες καταλυμάτων να γνωστοποιούν ότι κάνουν βήματα προς τη βιωσιμότητα (Booking.com, 2022) . Το σήμα της booking είναι εθελοντικό και βασίζεται σε 32 πρακτικές βιωσιμότητας. Οι διαχειριστές των καταλυμάτων είναι υπεύθυνοι να συμπληρώσουν ορθά και με ακρίβεια τις προσπάθειες που κάνουν για κάθε κριτήριο. Η εταιρεία μαζί με έναν φορέα πιστοποίησης επιλογής της και με τη συνδρομή των πελατών που επισκέφτηκαν το κατάλυμα κάνουν επαλήθευση των δηλώσεων βιωσιμότητας (GSTC,2021).

Έχει τρία διαφορετικά επίπεδα βιωσιμότητας και ένα ειδικό επίπεδο για καταλύματα με πιστοποίηση από πιστοποιητικό φορέα. Τα καταλύματα μπορούν να αποκτήσουν πιστοποιήσεις βιωσιμότητας από τρίτους φορείς, όπως οι EU-Ecolabel, Green Key, Green Tourism κλπ. Η Booking.com δεν δίνει πιστοποιήσεις, αλλά προβάλλει τις ανεξάρτητες πιστοποιήσεις που μπορεί να διαθέτει ένα κατάλυμα. Στην περίπτωση πιστοποίησης από φορέα τα στοιχεία μεταδίδονται απευθείας από το φορέα και επιδεικνύουν τις πληροφορίες της βιωσιμότητας στη σελίδα του κάθε καταλύματος. Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Αειφόρου Τουρισμού το σήμα βιώσιμου τουρισμού της Booking.com υπάρχει ήδη σε 400.000 καταλύματα παγκοσμίως (GSTC, 2022c).

Το σήμα θα παρέχει αξιόπιστη αναγνώριση του αντίκτυπου των προσπαθειών βιωσιμότητας για περισσότερα ακίνητα σε όλο τον κόσμο και θα παρέχει στους ταξιδιώτες έναν διαφανή, συνεπή και κατανοητό τρόπο για να εντοπίσουν ένα ευρύτερο φάσμα πιο βιώσιμων διαμονών, ανεξάρτητα από το πού θέλουν να ταξιδέψουν. (Booking Holdings,2022).

4.6. Δυσκολίες

Το κύριο μειονέκτημα της πιστοποίησης είναι ότι μπορεί να είναι δαπανηρή και χρονοβόρα η διαχείρισή της. Μπορεί επίσης να είναι δύσκολο να πειστούν οι επιχειρήσεις να συμμετάσχουν, καθώς συχνά δεν βλέπουν σαφή πλεονεκτήματα που μπορούν να θέσουν έναντι του κόστους συμμετοχής στη διαδικασία (π.χ. κάλυψη του τέλους επιθεώρησης και, ενδεχομένως, συμμόρφωση με τις απαιτήσεις). Ως εκ τούτου, η πιστοποίηση μπορεί να θεωρηθεί ότι δημιουργεί εμπόδια, ειδικά για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις. Υπάρχει επίσης ένα πρόβλημα με τη συγκρισιμότητα μεταξύ των συστημάτων, που μπορεί να οδηγήσει σε διαφορετικά πρότυπα, σύγχυση μεταξύ του κοινού και άνισους όρους ανταγωνισμού για τις επιχειρήσεις (UNEP, 2005).

Το οικολογικό σήμα είναι μια μορφή αυτορρύθμισης στη βιομηχανία για το δημόσιο καλό. Ένας λόγος για τον οποίο τα οικολογικά σήματα δεν κάνουν την αγορά πιο διαφανή είναι ότι οι καταναλωτές δεν έχουν επαρκή γνώση. Πολύ λίγοι καταναλωτές έχουν ακούσει ποτέ για τα οικολογικά σήματα. Επιπλέον, οι καταναλωτές δεν είναι αρκετά καλά ενημερωμένοι σχετικά με το τι αντιπροσωπεύουν τα οικολογικά σήματα και συνεπώς για τα περιβαλλοντικά οφέλη που αντιπροσωπεύουν. Επίσης, η πληθώρα οικολογικών σημάτων μπορεί να προκαλέσει σύγχυση και, κατά συνέπεια, να διαταράξει την αγορά.

Ένας άλλος λόγος για τον οποίο τα οικολογικά σήματα δεν λειτουργούν όπως θα έπρεπε είναι ότι προφανώς έχουν περιορισμένη επιρροή στη συμπεριφορά των καταναλωτών. Οι προτιμήσεις για φιλικότητα προς το περιβάλλον που δείχνει το κοινό σε έρευνες δεν επιβεβαιώνονται στην πραγματική αγοραστική του συμπεριφορά (Amstel et al, 2007). Αν και τα οικολογικά σήματα παρέχονται εδώ και πολλά χρόνια, τα άτομα δεν δίνουν ιδιαίτερη προσοχή σε αυτά όταν προγραμματίζουν τις διακοπές τους. Ορισμένοι μελετητές τονίζουν ότι οι πιστοποιήσεις βιωσιμότητας μπορεί να μην έχουν τον επιθυμητό αντίκτυπο στους πιθανούς τουρίστες. . Ακόμη και όταν οι τουρίστες εξετάζουν ζητήματα βιωσιμότητας όταν κάνουν κράτηση για τις διακοπές τους, η βιωσιμότητα ενός προϊόντος εξακολουθεί να παραμένει μόνο ένα από τα πολλά χαρακτηριστικά που εξετάζουν οι καταναλωτές όταν συγκρίνουν διαφορετικές προσφορές τουριστικών προϊόντων (Kollmuss, & Agyeman, 2002).

4.6.1 Greenwashing

Το greenwashing μπορεί να ακούγεται καθαρό, αλλά είναι μια βρώμικη επιχειρηματική πρακτική. Πρόκειται για ένα διαφημιστικό τέχνασμα που αποσκοπεί στην παραπλάνηση των καταναλωτών που προτιμούν να αγοράζουν αγαθά και υπηρεσίες από επωνυμίες που ευαισθητοποιούνται για το περιβάλλον. Greenwashing είναι όταν μια εταιρεία ή ένας οργανισμός ξοδεύει περισσότερο χρόνο και χρήμα για να διαφημίσει τον εαυτό του ως βιώσιμο παρά να ελαχιστοποιήσει τις περιβαλλοντικές του επιπτώσεις (Hernik, 2017).

4.6.2 Υπερφόρτωση πληροφοριών

Τα οικολογικά σήματα έχουν τη δυνατότητα να κλείσουν το ψυχολογικό χάσμα μεταξύ των περιβαλλοντικών προκλήσεων και των ενεργειών των ατόμων παρέχοντας πολύτιμες πληροφορίες. Κατά συνέπεια, προσαρμόζουν τη συμπεριφορά τους σε μια πιο βιώσιμη συμπεριφορά, ενώ βρίσκονται σε διακοπές. Από την άλλη πλευρά, πάρα πολλές πληροφορίες μπορεί να μπερδέψουν τους καταναλωτές, να δυσκολέψουν τους καταναλωτές να αναγνωρίσουν τις ετικέτες και να τις εμπιστευτούν λόγω περιορισμένης διαφάνειας της διαδικασίας ελέγχου/πιστοποίησης. Ο αριθμός και η ποικιλία των βραβείων και των πιστοποιήσεων είναι τεράστιος και προκαλεί σύγχυση στα άτομα, τα οποία απλώς κατακλύζονται από υπερφόρτωση πληροφοριών που μεταδίδονται από τα οικολογικά σήματα (Penz, 2017).

5 Εκπαίδευση

5.1. Περιβαλλοντική εκπαίδευση

Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση είναι η εκπαιδευτική διαδικασία που ασχολείται με τις αλληλεπιδράσεις του ανθρώπου με το περιβάλλον και χρησιμοποιεί μια διεπιστημονική προσέγγιση επίλυσης προβλημάτων με μετάδοση αξιών. Ασχολείται με την πρόοδο της εκπαίδευσης, γνώσης, κατανόησης, στάσεων, αντιλήψεων, δεξιοτήτων και δέσμευσης για περιβαλλοντικά προβλήματα και προβληματισμούς (UNESCO,1983). Η περιβαλλοντική εκπαίδευση είναι μια διαδικασία μάθησης που αυξάνει τη γνώση και την ευαισθητοποίηση των ανθρώπων για το περιβάλλον και τις σχετικές προκλήσεις, αναπτύσσει τις απαραίτητες δεξιότητες και τεχνογνωσία για την αντιμετώπιση των προκλήσεων, ενισχύει στάσεις, κίνητρα και δεσμεύσεις για λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων και ανάληψη υπεύθυνης δράσης (UNESCO, 1977).

.Τα συστατικά στοιχεία της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης είναι (UNESCO,1983):

- Ευαισθητοποίηση και επίγνωση για το περιβάλλον και τις περιβαλλοντικές προκλήσεις
- Γνώση και κατανόηση του περιβάλλοντος και των περιβαλλοντικών θεμάτων
- Στάσεις ανησυχίας για το περιβάλλον και κίνητρα για βελτίωση ή διατήρηση της ποιότητας του περιβάλλοντος.
- Ικανότητες εντοπισμού και βοήθειας στην επίλυση περιβαλλοντικών προβλημάτων.
- Συμμετοχή σε δραστηριότητες που οδηγούν στην επίλυση περιβαλλοντικών προκλήσεων

Αυτά τα χαρακτηριστικά συνδέονται με τις τέσσερις συνιστώσες του περιβαλλοντικού γραμματισμού (Hollweg *et al*, 2011). :

- οικολογική γνώση
- ευαισθητοποίηση (π.χ. φιλοπεριβαλλοντικές στάσεις, περιβαλλοντική ευαισθησία, αυτοαποτελεσματικότητα)
- γνωστικές δεξιότητες (π.χ. ανάλυση ζητημάτων και επίλυση προβλημάτων)
- περιβαλλοντική συμπεριφορά

Ο στόχος της είναι η οικοδόμηση περιβαλλοντικού γραμματισμού και η έρευνα δείχνει ότι μπορεί να το κάνει αποτελεσματικά, ειδικά όταν περιλαμβάνει εκπαιδευτικό χρόνο που αφιερώνεται σε εξωτερικούς χώρους (Szczytko,2019).

Η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση προωθεί την υπεύθυνη συμπεριφορά του πολίτη αυξάνει την ευαισθητοποίηση για το περιβάλλον και προωθεί την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων των ανθρώπινων ενεργειών στον φυσικό κόσμο Ωστόσο, για να επιτευχθεί αυτή

η συμπεριφορά ως κανόνας, δεν αρκεί η απλή γνώση του περιβάλλοντος. Οι υπαίθριες δραστηριότητες και τα εκπαιδευτικά προγράμματα έχουν ισχυρότερο μακροπρόθεσμο αποτέλεσμα και οδηγούν σε μια θετική στάση απέναντι στο περιβάλλον (Meschini *et al*, 2021).

5.1.1 Ιστορικό

Αυτή η εκπαίδευση προωθήθηκε από τη Χάρτα του Βελιγραδίου, το 1975, η οποία ανέπτυξε εκπαιδευτικές κατευθυντήριες γραμμές για να αποκτήσουν οι μαθητές βασική κατανόηση της οικολογίας, επίγνωση του φυσικού κόσμου και της τρέχουσας δυστυχίας του, ευαισθησία στην ανάγκη για προστασία της φύσης και στην απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων για την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών προκλήσεων. Μετά τη Χάρτα του Βελιγραδίου, η Δήλωση της Τιφλίδας, το 1977, ανέπτυξε πιο συγκεκριμένους στόχους και κατευθυντήριες γραμμές της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης, δίνοντας βασικά προτεραιότητα στην προστασία του περιβάλλοντος. Ωστόσο, σε λιγότερο από μια δεκαετία, σημειώθηκε μια στροφή προς τη βιώσιμη ανάπτυξη στην εκπαίδευση.

5.2. Εκπαίδευση για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη

Ο όρος Εκπαίδευση για την Βιώσιμη ή Αειφόρο Ανάπτυξη διαφοροποιήθηκε από την περιβαλλοντική εκπαίδευση γιατί δεν αντιμετωπίζει το περιβαλλοντικό πρόβλημα από καθαρά τεχνική - επιστημονική πλευρά αλλά το θεωρεί παράλληλο κοινωνικό πρόβλημα σύγκρουσης συμφερόντων και τελικά πρόβλημα ανθρώπινης συμπεριφοράς. Συνέπεια αυτών είναι, η επέκταση της έννοιας της βιωσιμότητας και σε πεδία εκτός από περιβαλλοντικά, σε κοινωνικά και οικονομικά όπως είναι τα ανθρώπινα δικαιώματα, η δημοκρατία, η ισότητα των φύλων, η κοινωνική ανεκτικότητα, η συλλογική ευθύνη, η οικονομία της αγοράς (Pavlova, 2013). Η Εκπαίδευση για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη προετοιμάζει τους ανθρώπους όλων των κοινωνικών τάξεων να σχεδιάσουν, να αντιμετωπίσουν και να βρουν λύσεις για ζητήματα που απειλούν τη βιωσιμότητα του πλανήτη μας. Αυτά τα ζητήματα προέρχονται από τους τρεις πυλώνες της αειφόρου ανάπτυξης – περιβάλλον, κοινωνία και οικονομία. Σημαντικά ζητήματα που έχουν τραβήξει την παγκόσμια προσοχή, όπως η μετανάστευση, η κλιματική αλλαγή και η αστικοποίηση περιλαμβάνουν περισσότερες από μία σφαίρες βιωσιμότητας.

Με βάση την έκθεση Brundtland το 1987 που δημοσιεύτηκε από την Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, αναπτύχθηκε η Εκπαίδευση για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη. Πολλά από αυτά τα βασικά ζητήματα εντοπίστηκαν στη Σύνοδο Κορυφής για τη Γη, στο Ρίο ντε Τζανέιρο το 1992. Η επακόλουθη δεκαετία των Ηνωμένων Εθνών για την Εκπαίδευση για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη, η οποία διήρκεσε μεταξύ 2005 και 2014, έδωσε μεγαλύτερη έμφαση στις κοινωνικές και οικονομικές πτυχές της βιωσιμότητας (UNESCO, 2005). Ακολούθησε η εκπαίδευση εμπνευσμένη από τους Αναπτυξιακούς Στόχους Αειφόρου Ανάπτυξης, με τίτλο: Εκπαίδευση για τους 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (UNESCO, 2017). Ο τέταρτος στόχος αναφέρει για την ανάπτυξη της «Ποιοτικής Εκπαίδευσης» και

υποστηρίζει ότι κάθε εκπαιδευόμενος πρέπει να αποκτήσει τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για την προώθηση της Βιώσιμης Ανάπτυξης.

Η θεμελιώδης αξία της είναι ο σεβασμός: σεβασμός προς τους άλλους, σεβασμός προς τις σημερινές και τις μελλοντικές γενιές, σεβασμός στον πλανήτη και σε όσα μας παρέχει (πόροι, πανίδα και χλωρίδα). Το βασικό όραμα της είναι ένας κόσμος όπου όλοι έχουν την ευκαιρία να επωφεληθούν από την εκπαίδευση και να μάθουν τις αξίες, τη συμπεριφορά και τον τρόπο ζωής που απαιτούνται για ένα βιώσιμο μέλλον και για θετικό κοινωνικό μετασχηματισμό. Είναι μια διαδικασία εκμάθησης, πώς να λαμβάνουμε αποφάσεις έχοντας υπόψη το μακροπρόθεσμο μέλλον της οικονομίας, την οικολογία και τη δίκαιη ανάπτυξη όλων των κοινοτήτων (Korpinia,, 2020).

5.2.1 Χαρακτηριστικά και στόχοι

Τα χαρακτηριστικά της Εκπαίδευσης για την Αειφορία σχετικά με τις γνώσεις, δεξιότητες, και αξίες που μεταδίδει (UNESCO. 2005):

Γνώσεις

- 17 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης
- Ολιστική προσέγγιση των περιβαντολογικών θεμάτων
- Η ατομική δράση μπορεί να έχει παγκόσμιο αντίκτυπο

Δεξιότητες

- Κριτική Σκέψη
- Επικοινωνιακές δεξιότητες
- Βλέποντας μέσα από μια άλλη προοπτική

Αξίες

- Ενσυναίσθηση και Αλληλεγγύη
- Ανάγκη εξισορρόπησης Οικονομικών, Περιβαλλοντικών και Κοινωνικών θεμάτων
- Δέσμευση για Κοινωνική Δικαιοσύνη

Τους στόχους της μπορούμε να τους συνοψίσουμε ως (Lee & Moscardo, 2005):

- Η καλλιέργεια της πολιτειότητας και η ανάπτυξη ενεργών και κριτικά σκεπτόμενων παγκόσμιων πολιτών που δρουν συλλογικά και ατομικά για την Αειφορία

- Η συνειδητοποίηση ότι η περιβαλλοντολογικά υπεύθυνη συμπεριφορά και κατανάλωση όπως και η τοπική δράση των πολιτών έχει παγκόσμιο αντίκτυπο

5.2.2 Παγκόσμιος πολίτης

Ο όρος παγκόσμιος πολίτης ορίζεται σαν ένα άτομο που "εμπλέκεται σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο, είναι ευσυνείδητος, πληροφορημένος και μορφωμένος σε πολλά θέματα. Επιδεικνύει περιβαλλοντική και κοινωνική ευθύνη, αλληλεγγύης δίπλα στους καταπιεσμένους και γενικά ζει σύμφωνα με το ρητό: "γίνε η αλλαγή που θέλεις να δεις στον κόσμο" (Hanson, 2010). Μέρος της ιδιότητας του παγκόσμιου πολίτη είναι η υπεύθυνη κατανάλωση. Οι καταναλωτές εφαρμόζουν φιλικούς προς το περιβάλλον τρόπους ζωής και κάνουν αγορές πιστοποιημένων βιώσιμων προϊόντων. Οι πράσινοι καταναλωτές πιστεύεται ότι κατανοούν ότι η ασφάλεια του κόσμου απειλείται από την επικρατούσα κατάσταση της επιδείνωσης των περιβαλλοντικών συνθηκών. Ως αποτέλεσμα, είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερα για προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον (Sekhokoane *et al*, 2017). Η περιβαλλοντική συνείδηση έχει βρεθεί ότι επηρεάζει άμεσα την φιλοπεριβαλλοντική πρόθεση, η οποία με τη σειρά της επηρεάζει τις πραγματικές φιλοπεριβαλλοντικές συμπεριφορές. Οι Kollmuss και Agyeman (2002) ορίζουν την περιβαλλοντική συνείδηση ως «γνώση του αντίκτυπου της ανθρώπινης συμπεριφοράς στο περιβάλλον».

5.2.3 Κατανόηση της Περιβαλλοντικά Υπεύθυνης Συμπεριφοράς

Οι ακόλουθες μεταβλητές συσχετίστηκαν με υπεύθυνη περιβαλλοντική συμπεριφορά (Han,2021):

- γνώση θεμάτων.
- ικανότητα στρατηγικών δράσης.
- τόπος ελέγχου, ο οποίος αναφέρεται στην αντίληψη ενός ατόμου για το εάν έχει ή όχι την ικανότητα να επιφέρει αλλαγή μέσω της δικής του συμπεριφοράς.
- στάσεις, αντιλήψεις
- λεκτική δέσμευση ή εκπεφρασμένη πρόθεση για δράση σε ένα περιβαλλοντικό πρόβλημα.
- το αίσθημα ευθύνης ενός ατόμου.

Η έρευνα έδειξε ότι όταν η μετάδοση της γνώσης που γίνεται με εμφύσηση του αισθήματος της ελπίδας επιδρά άμεσα στην υιοθέτηση συμπεριφορών φιλικών προς το περιβάλλον (Szczytko *et al*, 2019).

5.3. Τουρισμός και εκπαίδευση

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη απαιτεί την εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση όλων των σχετικών ενδιαφερομένων (επιχειρήσεις, πελάτες, εργαζόμενοι, τοπικές κοινωνίες, κυβερνητικοί οργανισμοί κ.α.) για την εξασφάλιση ευρείας κλίμακας συμμετοχή και δημιουργία συναίνεσης. Η επίτευξη του βιώσιμου τουρισμού είναι μια συνεχής διαδικασία και απαιτεί συνεχή παρακολούθηση και καταμέτρηση των *επιπτώσεων*, εισάγοντας τα απαραίτητα προληπτικά ή/και διορθωτικά μέτρα όποτε είναι απαραίτητο. Οι άνθρωποι μπορούν να εκπαιδευτούν μέσα από όλη την τουριστική δραστηριότητα και να συνειδητοποιήσουν τη σημασία της βιώσιμης ανάπτυξης, όχι μόνο στην προστασία του τοπικού περιβάλλοντος και του πολιτισμού, αλλά και να αποκτήσουν επίγνωση για τα παγκόσμια ζητήματα και να εφαρμόζουν βιώσιμες πρακτικές στις καθημερινές συνήθειες τους (Bekturdiyev, 2016) Ο βιώσιμος τουρισμός θα πρέπει επίσης να διατηρεί υψηλό επίπεδο ικανοποίησης των τουριστών εξασφαλίζοντας μια ουσιαστική εμπειρία στους τουρίστες, ευαισθητοποιώντας τους σχετικά με ζητήματα Αειφορίας και προωθώντας πρακτικές υπεύθυνης συμπεριφοράς. (UNWTO, 2005).

Οι Mair και Sumner (2017) υποστηρίζουν ότι ο τουρισμός είναι παιδαγωγικός, καθώς οι προηγούμενως άκριτες υποθέσεις, οι πεποιθήσεις, οι αξίες και οι απόψεις των τουριστών αμφισβητούνται και τελικά αλλάζουν στα ταξίδια που τονώνουν την υπευθυνότητα, το άνοιγμα και τη συμπερίληψη. Ο τουρισμός και η περιβαλλοντική εκπαίδευση συνδέονται σε μεγάλο βαθμό και εξαρτώνται το ένα από το άλλο. Η επιτυχία του βιώσιμου τουρισμού δεν μπορεί να επιτευχθεί χωρίς σωστή περιβαλλοντική εκπαίδευση.

Η περιβαλλοντική εκπαίδευση μέσω του τουρισμού μπορεί να (Bhuiyan *et al*, 2010):

- Ενισχύσει την ευαισθητοποίηση σχετικά με την οικονομική, κοινωνική, πολιτική και οικολογική πτυχή του τουρισμού.
- Παρέχει τη γνώση, τις αξίες και τις συμπεριφορές που προστατεύουν και βελτιώνουν το περιβάλλον.
- Δημιουργήσει ευκαιρίες για δράσεις φιλικές προς το περιβάλλον
- Να αλλάξει αντιλήψεις και να καθιερώσει την φιλοπεριβαντολογική συμπεριφορά που αποκτήθηκε στην διάρκεια των δραστηριοτήτων βιώσιμου τουρισμού και μετά το πέρας αυτού.

5.3.1 Εκπαιδευτικός τουρισμός

Ένας ευρέως αναφερόμενος ορισμός του εκπαιδευτικού τουρισμού γίνεται από τον Bodger (1998) και περιλαμβάνει οποιοδήποτε πρόγραμμα στο οποίο οι συμμετέχοντες ταξιδεύουν σε μία τοποθεσία ως ομάδα ή ατομικά με σκοπό τη συμμετοχή σε μία μαθησιακή εμπειρία που σχετίζεται άμεσα με τη συγκεκριμένη τοποθεσία. Ο μαθητικός εκπαιδευτικός τουρισμός

είναι ένα εκπαιδευτικό ταξιδιωτικό πρόγραμμα που οι μαθητές ή φοιτητές πραγματοποιούν το ταξίδι ως μέρος του προγράμματος σπουδών .

5.3.2 Παροχή ευκαιριών μάθησης στους επισκέπτες,, τους εργαζόμενους και την τοπική κοινωνία

Οι βέλτιστες πρακτικές για την παροχή ευκαιριών μάθησης στους επισκέπτες επικεντρώνεται στο περιβάλλον ή στον τοπικό πολιτισμό. Και στις δύο περιπτώσεις περιλαμβάνονται δραστηριότητες χαμηλής ενασχολήσεις όπως παροχή πληροφοριών με την μορφή βιβλίων, εκθέσεων, υλικού που τοποθετείται στα δωμάτια των επισκεπτών. Επίσης περιλαμβάνουν δραστηριότητες υψηλότερες συμμετοχής όπως ξεναγήσεις και άμεσης αλληλεπίδρασης με μέλη της τοπικής κοινότητας. Οι εκπαιδευτικές ευκαιρίες μπορούν να καλύψουν ένα εύρος θεμάτων σχετικά με την επιστήμη και τη φύση, την περιβαλλοντική διαχείριση και την τοπική κουλτούρα και παράδοση (Lee & Moscardo,2005).Οι επισκέπτες μπορούν να μάθουν για την τοπική χλωρίδα και πανίδα, τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ διαφορετικών ειδών, τους κύκλους ζωής των ζώων και των φυτών καθώς και πολλών πτυχών της περιβαλλοντικής διαχείρισης. Με επίκεντρο τον πολιτισμό εκπαιδευτικές ευκαιρίες περιλαμβάνουν θέματα όπως η ιστορία, ο παραδοσιακός τρόπος ζωής, φαρμακευτικά φυτά, οι τέχνες, τα έθιμα, τοπικές γιορτές και άλλα.

Εκτός από την εκπαίδευση των επισκεπτών προσπάθειες μπορούν να γίνουν για την εκπαίδευση των εργαζομένων ώστε να επηρεαστεί η στάση τους για τη βιωσιμότητα. Το τουριστικό κατάλυμα μπορεί να προωθήσει την ιδέα ότι ο οικοτουρισμός και ο βιώσιμος τουρισμός γενικότερα μπορούν να παρέχουν καλύτερες ευκαιρίες εργασίας και δημιουργίας εισοδήματος σε σύγκριση με τον μη βιώσιμο τουρισμό μέσω της ακραίας εκμετάλλευσης των παραλιών, των φυσικών πόρων, του νερού της οικοδομικής δραστηριότητας. Επίσης οι εκπαιδευτικές δραστηριότητες μπορούν να δείξουν στους κατοίκους ότι η διατήρηση της άγριας ζωής μπορεί να συνδυαστεί με τον τουρισμό και τα οφέλη που προκύπτουν από αυτόν βελτιώνοντας την ελκυστικότητα της περιοχής και έτσι να οδηγηθούν σε βελτίωση του επιπέδου ζωής. Τέτοια προγράμματα ευαισθητοποίησης, που θίγουν συγκεκριμένα ζητήματα όπως η κλιματική αλλαγή, η μείωση της βιοποικιλότητας, οι κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού, μπορεί να ενθαρρύνει τους ντόπιους, το προσωπικό και τους επισκέπτες να αναζητήσουν πιο βιώσιμες πρακτικές στην καθημερινή τους ζωή (de Grosbois & Fennell, 2022).

6 Ποιοτική έρευνα

6.1. Αναγκαιότητα της έρευνας

Τα μεγάλα περιβαλλοντικά προβλήματα όπως η κλιματική αλλαγή και η μείωση της βιωσιμότητας φέρνουν τον κόσμο ολόκληρο αλλά και προσωπικά τον καθένα μας αντιμέτωπους με ένα αίσθημα ευθύνης. Η ανάγκη όμως του σύγχρονου ανθρώπου για ταξίδια παραμένει ισχυρή. Η ταχύτατη ανάκαμψη του τουρισμού μετά την πανδημία αποδεικνύει αυτή την τάση (INSETE, 2022). Όλο και περισσότεροι άνθρωποι και ειδικότερα οι νεότερες γενιές, θέλουν να κάνουν τα ταξίδια τους όπως δείχνουν οι έρευνες με περισσότερο βιώσιμο τρόπο (Ketter,2020; Booking,2022). Τα οικολογικά σήματα και πιστοποιήσεις που μπορεί να εφοδιαστεί ένα κατάλυμα δείχνουν το δρόμο. Η ανάγκη επίτευξης της Αειφορίας προϋποθέτει την υιοθέτηση περισσότερων πρακτικών βιωσιμότητας από όλους. Οι επιχειρηματίες του τουριστικού χώρου απαντώντας στην έκκληση για βιωσιμότητα στον τουρισμό προσπαθούν να εφαρμόσουν αειφόρες πρακτικές διαχείρισης των καταλυμάτων τους. Το σήμα βιωσιμότητας είναι μία κοινή δήλωση των καταλυμάτων που το υιοθέτησαν αλλά και των επισκεπτών που το επιλέγουν ότι πιστεύουν σε ένα αειφορικό μέλλον. Οι ιδιοκτήτες καταλυμάτων με την πιστοποίηση τους αναλαμβάνουν μία δέσμευση τήρησης περιβαλλοντικών και κοινωνικών κριτηρίων συνεχώς κλιμακούμενης δυσκολίας. Από την άλλη πλευρά οι επισκέπτες μπορούν να αναγνωρίσουν και να επιλέξουν τα καταλύματα που προβάλλονται ως βιώσιμα και να επιδείξουν υπεύθυνη συμπεριφορά κατά την διαμονή τους συμβάλλοντας στην επίτευξη της βιωσιμότητας για το κατάλυμα.

Θέλοντας να μελετήσουμε το επίκαιρο φαινόμενο της μεγάλης αύξησης καταλυμάτων με σήματα βιωσιμότητας (GSTC, 2022c), εστιάζουμε στους διαχειριστές των καταλυμάτων με τη σήμανση “βιώσιμο ταξίδι” από τη booking.com. και τις απόψεις τους για την ευαισθητοποίηση των επισκεπτών. Αφορμή υπήρξε το κριτήριο του σήματος Booking που αφορά το κριτήριο «Προορισμός και τοπική κοινότητα» (Παράρτημα II):

«Παρέχονται στους επισκέπτες πληροφορίες σχετικά με τα τοπικά οικοσυστήματα την κληρονομιά και τον πολιτισμό καθώς και τους κανόνες συμπεριφοράς για τους επισκέπτες.»

Αναζητούμε τη βαθύτερη κατανόηση των απόψεων του δείγματός μας μέσα απ το ποιοτικό ερευνητικό ερώτημά μας:

«Ποιες οι αντιλήψεις των διαχειριστών βιώσιμων καταλυμάτων αναφορικά με την ευαισθητοποίηση των επισκεπτών για τις πρακτικές που ακολουθεί το κατάλυμα;»

Η παρούσα εργασία επιχειρεί να διερευνήσει τις απόψεις των διαχειριστών για τους ρόλους της εκπαίδευσης και της ευαισθητοποίησης για το περιβάλλον και την Αειφορία στα

καταλύματα με σήματα βιωσιμότητας. Πιστεύουν ότι μπορούν να συμβάλλουν στη διαμόρφωση υπεύθυνων επισκεπτών κάνοντάς τους αρωγούς στην υιοθέτηση περισσότερων δεσμεύσεων βιωσιμότητας από το κατάλυμα;

Σκοπός λοιπόν της παρούσας έρευνας είναι να :

- Διερευνήσει τις αντιλήψεις των διαχειριστών πιστοποιημένων καταλυμάτων σε δύο παραδοσιακούς οικισμούς σχετικά με την σημασία της ευαισθητοποίησης των επισκεπτών και το ρόλο της στις πρακτικές βιωσιμότητας του καταλύματος
- Εντοπίσει τις δυσκολίες και τα οφέλη από την αξία της σήμανσης για τους διαχειριστές καταλυμάτων
- Αποσαφηνίσει τις γνώσεις, στάσεις και αντιλήψεις των διαχειριστών για το περιβάλλον και την Αειφορία

6.2. Επιλογή ερευνητικής μεθόδου

Στην εργασία μας χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική μέθοδος έρευνας διότι θεωρήθηκε η πιο κατάλληλη για τη συγκέντρωση πληροφοριών και στοιχείων για τις αντιλήψεις των ανθρώπων στο φυσικό τους πλαίσιο και περιβάλλον (Ισαρη,& Πουρκός,2016). Ο ερευνητής έχει τη δυνατότητα κατανόησης των κοινωνικών επιρροών που έχουν δεχτεί τα υποκείμενα της μελέτης έτσι ώστε να μπορέσει να διεισδύσει στην προσωπικότητά τους (Παρασκευοπούλου-Κόλλια, 2019). Η ποιοτική έρευνα χρησιμεύει για την κατανόηση και ερμηνεία σε βάθος των ανθρώπινων απόψεων, σκέψεων, γνώσεων, στάσεων, αντιλήψεων, εμπειριών, πεποιθήσεων και εν τέλει συμπεριφορών. Η ποιοτική έρευνα ερμηνεύει σε βάθος κοινωνικά φαινόμενα αποτελώντας μία μέθοδο κυρίως διερευνητική (Γαλάνης, 2017). Σε αντίθεση με την ποσοτική έρευνα που μετράει διαφορές και το μέγεθός τους ανάμεσα σε ομάδες ή τις αλλαγές ανάμεσα σε άτομα με το πέρασμα του χρόνου, η ποιοτική έρευνα αναζητά και επικεντρώνεται στην βαθύτερη κατανόηση των αντιλήψεων μεμονωμένων ατόμων ή μιας ομάδας. Τα παραπάνω είδη έρευνας μπορούν να συνδυαστούν στη χρήση, με την ποιοτική έρευνα συνήθως να προηγείται χρονικά της ποσοτικής. (Γαλάνης, 2017).

Σημαντικά στοιχείο των ποιοτικών μεθόδων είναι η φυσιολογική ροή διότι κατά ένα μεγάλο βαθμό δεν κατευθύνονται από τον ερευνητή (Ισαρη, & Πουρκός, 2016). Η ποιοτική έρευνα αναζητά να δώσει ένα συγκεκριμένο χαρακτήρα στο υπό εξέταση φαινόμενο. Όπως αναφέρει η Παρασκευοπούλου-Κόλλια (2019) δεν υπάρχει μόνο μία συνταγή για το σχεδιασμό της ποιοτικής έρευνας. Ο σχεδιασμός της και η μεθοδολογία της καθορίζονται από τους σκοπούς της έρευνας

6.3. Μέσα συλλογής δεδομένων

Στην εργασία μας χρησιμοποιήσαμε ως μέσο συλλογής δεδομένων την συνέντευξη η οποία είναι ένα από τα βασικότερα εργαλεία της ποιοτικής έρευνας (Mantzoukas, 2007). Το ερευνητικό εργαλείο της συνέντευξης έχει ως σκοπό να καλύψει την πραγματικότητα των υποκειμένων, να φέρει στο φως πτυχές της προσωπικότητάς τους και να διακρίνει συμπεριφορές. Η συνέντευξη μπορεί να αποκαλύψει τις γνώσεις που κατέχει, τις προτιμήσεις και αξίες και κυρίως μέσα από τις στάσεις απόψεις και αντιλήψεις να δώσει μία κατανόηση

για το τι σκέφτεται (Ίσαρη, & Πουρκός, 2016). Το εργαλείο της συνέντευξης χρησιμεύει για την διερεύνηση σε βάθος συναισθημάτων εμπειριών αντιλήψεων και κινήτρων αναφορικά με το ερευνούμενο ζήτημα (Mantzoukas, 2007). Ο σκοπός της ποιοτικής ερευνητικής συνέντευξης είναι να συμβάλει σε ένα σύνολο γνώσεων που είναι εννοιολογικό και θεωρητικό και βασίζεται στα νοήματα που έχουν οι εμπειρίες ζωής για τους ερωτηθέντες. Η συνέντευξη στην ποιοτική έρευνα ενθαρρύνει τον ερωτώμενο να μοιράζεται πλούσιες περιγραφές φαινομένων, αφήνοντας την ερμηνεία ή την ανάλυση στους ερευνητές (DiCicco-Bloom, & Crabtree, 2006).

Πρόκειται για επικοινωνία και αλληλεπίδραση μεταξύ ατόμων υπό την καθοδήγηση του ερευνητή με στόχο την απόσπαση πληροφοριών που σχετίζονται με το ερευνητικό αντικείμενο (Παρασκευοπούλου-Κόλλια, 2008). Παραδοσιακά, η δομή της συνέντευξης σε βάθος υπαγορεύει ότι ο ερευνητής διατηρεί διακριτικά τον έλεγχο της αλληλεπίδρασης με τη συνεργασία του ερωτώμενου. Η εις βάθος συνέντευξη προορίζεται να είναι μια προσωπική και οικεία συνάντηση στην οποία χρησιμοποιούνται ανοιχτές, άμεσες, λεκτικές ερωτήσεις για να προκαλέσουν λεπτομερείς αφηγήσεις και ιστορίες. Συμπερασματικά οι άνθρωποι θέλουν και τους αρέσει να μιλάνε για αυτά που βιώνουν και μέσω των λεγομένων τους να αισθάνονται σημαντικοί λαμβάνοντας διαβεβαιώσεις ότι αυτά που λένε θα εισακουστούν, εκληφθούν και καταγραφούν ως αυθεντικά και ακέραια.

Πιο απλά στη συλλογή δεδομένων έγινε μία προσπάθεια καταγραφής των πράξεων και των λόγων των συμμετεχόντων με τον τρόπο που θα εκφράζονταν απουσία του ερευνητή, δηλαδή χωρίς να καθοδηγούνται, να επηρεάζονται και να επιβάλλονται από τον ερευνητή. Στη συνέντευξη ακούγονται οι προσωπικές απόψεις των υποκειμένων ώστε να συνδεθούν πληροφορίες που θα είναι όσο το δυνατόν πιο ακριβείς. Για μας ήταν σημαντικό το υποκείμενο να εκφράζεται κατά το δοκούν και να ακούμε πολύ προσεκτικά στα πλαίσια της ενεργητικής ακρόασης. Στοχεύσαμε στη δημιουργία μιας σχέσης ανάμεσα σε ερευνητή και ερευνώμενο που θα προωθήσει και θα διευκολύνει την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων. Με τη συνέντευξη πραγματοποιήσαμε σε βάθος διερεύνηση ώστε να κατανοηθούν οι αντιλήψεις του δείγματος με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Η διαδικασία δημιουργίας αρμονικής σχέσης ήταν ένα ουσιαστικό συστατικό της συνέντευξης, περιλαμβάνοντας σεβασμό για τον ερωτώμενο και τις πληροφορίες που μοιράζεται. Ήταν επίσης το μέσο για τη δημιουργία ενός ασφαλούς και άνετου περιβάλλοντος για ανταλλαγή των προσωπικών εμπειριών του ερωτώμενου ώστε να συμβάλλει στη γνώση μας για το νόημα των εμπειριών τους.

Με τον παραδοσιακό τρόπο διεξαγωγής της συνέντευξης εξετάζεται το ευρύτερο περιβάλλον που κινείται ο ερευνώμενος και το πλαίσιο στο οποίο διεξάγεται η έρευνα (Παρασκευοπούλου-Κόλλια, 2019). Η επιλογή μας να χρησιμοποιηθεί το εργαλείο της συνέντευξης δια ζώσης και όχι τηλεφωνικά ή διαδικτυακά είναι ότι ενθαρρύνει και της δύο πλευρές που συμμετέχουν στη διαδικασία να αισθανθούν περισσότερο συνδεδεμένες με το θέμα συζήτησης που διεξάγεται.

Στην έρευνά μας ο ερωτώμενος καλέστηκε να απαντήσει σε μία σειρά ερωτήσεων μέσω ερωτηματολογίου που μέσα από τη ροή των ερωτημάτων να επιτραπεί η συλλογή

πληροφοριών. Η συλλογή δεδομένων στην ποιοτική έρευνα στηρίζεται σε περιγραφικά στοιχεία και όχι αριθμητικά όπως στην ποσοτική. Η μέθοδος με την οποία έγινε η συλλογή των δεδομένων επιτρέπει την σε βάθος κατανόηση κάθε υποκειμενικής εμπειρίας αντίληψης και πεποίθησης των συμμετεχόντων. Συμπερασματικά στην ποιοτική έρευνα οι μέθοδοι συλλογής δεδομένων δεν έχουν αυστηρή δόμηση και είτε είναι μη δομημένοι είτε ημιδομημένοι

6.3.1 Ημιδομημένη συνέντευξη

Οι ημιδομημένες συνεντεύξεις σε βάθος είναι η πιο ευρέως χρησιμοποιούμενη μορφή συνέντευξης για ποιοτική έρευνα και μπορεί να πραγματοποιηθούν είτε με άτομο ή σε ομάδες. Γενικά οργανώνονται γύρω από ένα σύνολο προκαθορισμένων ερωτήσεων ανοιχτού τύπου, με άλλες ερωτήσεις να προκύπτουν από το διάλογο μεταξύ του συνεντευξιαζόμενου και του ερωτώμενου (Silverman, 2021).

Η ημιδομημένη συνέντευξη αποτέλεσε την επιλογή μας για την ποιοτική έρευνα και περιελάμβανε μερικές κύριες ερωτήσεις, που αφενός μας βοήθησαν να προσδιορίσουμε ευκολότερα τις ερευνητικές περιοχές που έπρεπε να εστιάσουμε και αφετέρου έδωσαν περιθώριο στους συμμετέχοντες και τους ερευνητές να επεκταθούν σε μεγαλύτερο βάθος αλλά μέσα σε συγκεκριμένα πλαίσια..

Ο ερευνητικός σχεδιασμός δέχτηκε αλλαγές και τροποποιήσεις ώστε να είναι πιο ευέλικτος απέναντι στα αναδυόμενα ερωτήματα που προέκυπταν κατά την διάρκεια των συνεντεύξεων (Λαγουμιντζής *et al*, 2015). Ημιδομημένη συνέντευξη περιελάμβανε μερικές καθοριστικές ερωτήσεις ώστε να προσδιοριστεί ευκολότερα οι σημαντικές ερευνητικές περιοχές που πρέπει να προσεγγίσουμε δίνοντας το περιθώριο στους ερωτώμενους να επεκταθούν και να κατανοήσουν το ερευνητικό ερώτημα σε μεγαλύτερο βάθος. Με την ημιδομημένη συνέντευξη καθοδηγούμε ως ένα βαθμό τους συμμετέχοντες προσπαθώντας να τους διευκολύνουμε αλλά και δίνοντας τη δυνατότητα να επεκταθούν αλλά όχι πέρα από τα όρια που αφορούν το ερευνητικό μας αντικείμενο (Γαλάνης, 2018). Με τον τρόπο αυτό επιδιώξαμε η συνέντευξη να γίνει ευέλικτη ώστε να αποκαλύψει πληροφορίες που ήταν σημαντικές για τους συμμετέχοντες αλλά δεν είχε γίνει αντιληπτό πριν από τη διεξαγωγή της συνέντευξης. Σαν παράδειγμα αλλαγής στην έρευνά μας μπορούμε να αναφέρουμε την χρηματοδότηση. Ενώ αρχικά δεν ήταν σκοπός μας να εστιάσουμε σε αυτή, από τις πιλοτικές δοκιμές διαπιστώσαμε ότι στη συνέντευξη οι συμμετέχοντες πήγαιναν προς αυτόν τον τομέα σε αναζήτηση λύσεων οπότε το θεωρήσαμε απαραίτητο να το συμπεριλάβουμε στην έρευνά μας. Επίσης ενώ μια πιλοτική εφαρμογή έγινε τηλεφωνικά δεν μας ικανοποίησε και αποφασίσαμε οι υπόλοιπες να γίνουν δια ζώσης.

Η ημιδομημένη συνέντευξη πραγματοποιήθηκε σαν να δίνεται στον ερωτώμενο ένα ερωτηματολόγιο να το συμπληρώσει προφορικά ενώ εμείς καταγράφουμε τις απαντήσεις του, σύμφωνα με την προκαθορισμένη κλίμακα απαντήσεων που είχαν καταγραφεί εκ των προτέρων σε ένα έγγραφο Google Forms.

6.4. Δείγμα

Το δείγμα το επιλέγει ο ερευνητής σκοπίμως και όχι τυχαία γιατί πιστεύει ότι το υποκείμενο της έρευνας έχει τη γνώση και τα χαρακτηριστικά ώστε να απαντηθούν πιο ολοκληρωμένα και σε βάθος οι ερωτήσεις (Mantzoukas, 2007). Η διαδικασία της δειγματοληψίας της έρευνας μας αποτέλεσε ένα σημαντικό μέρος του ερευνητικού σχεδιασμού διότι από την επιλογή του δείγματος εξαρτάται η ποιότητα των αποτελεσμάτων και τα συμπεράσματα της έρευνας. Για την καλύτερη κατανόηση του φαινομένου κάναμε σκόπιμη δειγματοληψία μετά την αρχική ερευνητική υπόθεση, καθορίσαμε ορισμένα χαρακτηριστικά τα οποία πρέπει να έχουν οι υποψήφιοι ερευνούμενοι για να μπορούν να καλύψουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα ερωτήματα της έρευνας

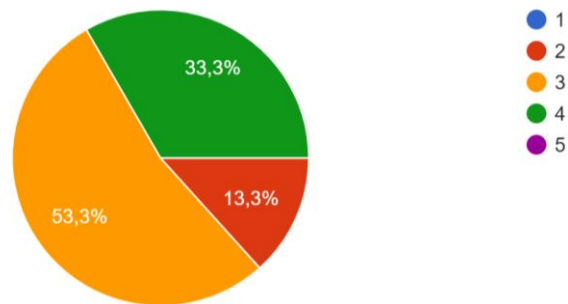
Η έρευνά πραγματοποιήθηκε στους όμορους διατηρητέους οικισμούς της Πορταριάς και της Μακρινίτσας στο Πήλιο. Το Πήλιο είναι ένα από τα ομορφότερα μέρη της Ελλάδας χάρη στην ιδιαίτερη αρχιτεκτονική των χωριών του και τον πλούσιο φυσικό του πλούτο. Ένα μέρος που θεωρείται από πολλούς ότι μπορεί να εφαρμοστεί η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Τα δύο χωριά στα οποία διεξήχθη η έρευνα έχουν αρκετές ιδιαιτερότητες - δεσμεύσεις που αντικειμενικά δυσκολεύουν την υλοποίηση των βημάτων της πιστοποίησης, εξού και επιλέχθηκαν. Η Πορταριά και η Μακρινίτσα έχουν χαρακτηριστεί ως παραδοσιακοί οικισμοί. Αυτόματα λοιπόν απαγορεύονται οποιοδήποτε είδους παρεμβάσεις στο εξωτερικό μέρος των κτιρίων οι οποίες ξεφεύγουν από την παραδοσιακή αρχιτεκτονική. Τα σπίτια έχουν οροφές που καλύπτονται με τις ιδιαίτερες πλάκες Πηλίου ενώ δεν επιτρέπεται η εγκατάσταση φωτοβολταϊκών ή ακόμα και ηλιακών θερμοσιφώνων. Τα παραπάνω έρχεται να προστεθεί το γεγονός ότι πρόκειται για δύο ορεινούς προορισμούς χτισμένους στις πλαγιές του πανέμορφου βουνού των Κενταύρων. Τα περισσότερα λοιπόν καταλύματα χρήζουν απaráμιλλης θέας προς τον Παγασητικό κόλπο αλλά η εξωτερικοί τους χώροι είναι αρκετά περιορισμένοι.

Στην αναζήτηση μας για βιώσιμο κατάλυμα στην περιοχή μέσω των ιστοσελίδων φορέων πιστοποίησης του Travel Life, του Green Key και το EU Cert δεν βρέθηκε κανένα κατάλυμα με πιστοποίηση βιωσιμότητας. Για τη συνέχιση της έρευνας μας αναζητήσαμε στην Booking.com κατάλυμα με το φίλτρο βιώσιμου ταξιδιού. Η αναζήτησή στην ευρύτερη περιοχή των δύο οικισμών μας επέστρεψε 19 αποτελέσματα και θεωρήθηκε επαρκές για την έρευνά μας. Θεωρήσαμε ότι οι ιδιοκτήτες των καταλυμάτων αυτών κάνουν μία πρώτη προσπάθεια ένταξης στο δρόμο της πιστοποίησης και το βιώσιμο τουρισμό. Το σήμα αυτό αποδεικνύει μία εθελοντική δέσμευση προς τη συμμόρφωση με τις πρακτικές και τα κριτήρια που χρησιμοποιεί ο βιώσιμος τουρισμός. Είναι ένα σύστημα που σε πρώτο επίπεδο έχει χαμηλές απαιτήσεις για να είναι ελκυστικό ώστε να εμπλέξει τους διαχειριστές μικρών καταλυμάτων που μέχρι τώρα θεωρούσαν το σήμα πιστοποίησης ακριβό, δύσκολο και πολύπλοκο. Η πλειοψηφία των καταλυμάτων στους δύο οικισμούς είναι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις, σύμφωνα με τα δημογραφικά στοιχεία της έρευνας μας. Η έρευνα απευθύνεται σε ιδιοκτήτες/διαχειριστές, ανεξαρτήτου φύλου και ηλικίας, που στο ξενοδοχείο τους έχουν ήδη την ένδειξη (σήμα) του βιώσιμου ταξιδιού από την Booking.com. Το δείγμα της έρευνάς μας είναι σημαντικό γιατί είναι μια νέα κατηγορία καταλυμάτων που

αυξάνεται συνεχώς και δεν έχει ερευνηθεί και προσθέτει πρωτοτυπία στην έρευνά μας. Είναι αρκετά ομοιογενές και έχει κρίσιμες ομοιότητες που σχετίζονται με το ερευνητικό ερώτημα.

Από τα 19 καταλύματα συμμετείχαν τα 15, οκτώ καταλύματα στην Πορταριά και επτά καταλύματα στην Μακρυνίτσα. Τα δύο από τα τέσσερα που δεν συμμετείχαν μας απάντησαν ότι ανήκουν σε εταιρία και πρέπει να επικοινωνήσουμε με τα κεντρικά γραφεία ενώ δυο δεν μας απάντησαν καθόλου. Αυτή η προθυμία συμμετοχής ίσως είναι αποτέλεσμα του τρόπου αξιολόγησης των καταλυμάτων από την Booking που γίνεται από τα σχόλια των επισκεπτών και του τρόπου που επιδρούν στην βαθμολογία του καταλύματος. Λόγω του ότι τα ξενοδοχεία ήταν οικογενειακές επιχειρήσεις ο υπεύθυνος του καταλύματος για τη σήμανση ήταν ο ιδιοκτήτης και αποτελούσε τον κύριο συμμετέχοντα στην έρευνα. Όπως δείχνουν τα παρακάτω γραφήματα τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος είναι:

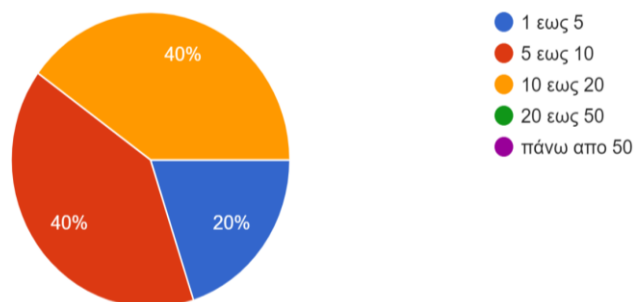
Γράφημα 1



Κατηγορία αστέρων

Τα καταλύματα που διευθύνουν οι διαχειριστές που συμμετέχουν στην έρευνα το 53,3% είναι τριών αστέρων, το 33,3% είναι τεσσάρων αστέρων και το 13,3% είναι δύο αστέρων.

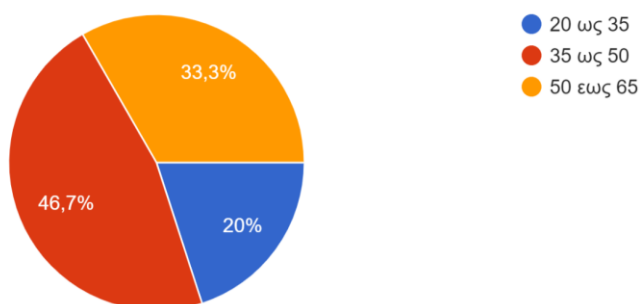
Γράφημα 2



Κατηγοριοποίηση ανάλογα τον αριθμό των δωματίων

Τα καταλύματα ανάλογα των αριθμό των δωματίων που έχουν ανήκουν, στην κατηγορία «1 ως 5» το 20%, στην κατηγορία «5 ως 10» το 40% και στην κατηγορία «10 ως 20» το 40%.

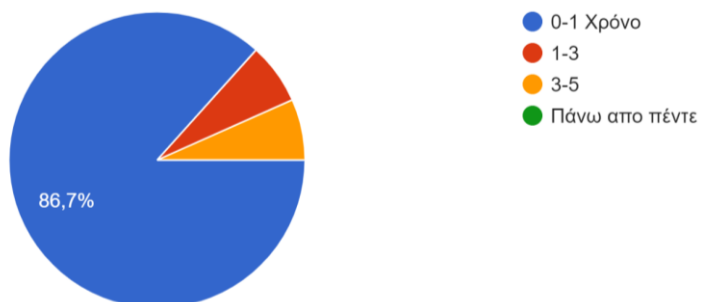
Γράφημα 3



Η ηλικιακή σύνθεση των ερωτώμενων

Ανάλογα την ηλικία οι ερωτώμενοι ανήκουν στην κατηγορία «20 ως 35» το 20%, στην κατηγορία «35 ως 50» 46,7% στην κατηγορία «50 ως 65» το 33,3%.

Γράφημα 4



Χρόνια πιστοποίησης με σήμα βιωσιμότητας

Σχετικά με τα χρόνια πιστοποίησης με σήμα βιωσιμότητας οι κατηγορίες διαμορφώνονται 86,7% για την «0 ως 1 Χρόνο», 6,7% για την «1 ως 3 Χρόνια» και 6,7 για την «3 ως 5 Χρόνια».

6.5. Πιλοτική εφαρμογή

Η συνέντευξη πραγματοποιήθηκε δοκιμαστικά σε διαχειριστές 3 καταλυμάτων στην ευρύτερη περιοχή του Πηλίου σε παραθαλάσσια τοποθεσία. Τα αποτελέσματα από αυτές τις συνεντεύξεις δεν πήραν μέρος στην έρευνα αλλά έγιναν για να διαπιστωθεί εάν το πρόγραμμα της συνέντευξης είναι κατάλληλο, οι ερωτήσεις είναι κατανοητές ώστε να ελέγξουμε αν χρειάζονται τροποποιήσεις όπως και έγινε. Κατά την διάρκεια των πιλοτικών συνεντεύξεων προέκυψε το ζήτημα της χρηματοδότησης επιτακτικά και αποφασίσαμε να το συμπεριλάβουμε στα ερωτήματα παρόλο που δεν ήταν στις αρχικές προθέσεις μας. Μία από τις συνεντεύξεις έγινε τηλεφωνικά αλλά δεν μας ικανοποίησε και προχωρήσαμε στις υπόλοιπες δια ζώσης.

6.6. Ερωτηματολόγιο

Το ερωτηματολόγιο έχει την ικανότητα να διαφωτίσει ορισμένες πτυχές της ανθρώπινης κοινωνίας. Είναι μία μέθοδος συλλογής υλικού πρωτογενών στοιχείων που συγκεντρώνονται με βάση τις απαντήσεις που δίνουν οι ερωτώμενοι. Με βάση τους ερευνητικούς σκοπούς καταρτίστηκε το ερωτηματολόγιο που αποτέλεσε το εργαλείο των ημιδομημένων συνεντεύξεων. Το ερωτηματολόγιο στην ερευνά μας έγινε ένα μέσο επικοινωνίας μεταξύ του ερευνητή και του ερευνώμενου, είτε άμεσα είτε έμμεσα, και καθόρισε τη μέθοδο συλλογής δεδομένων. Η δημιουργία του ερωτηματολογίου ήταν μία κρίσιμη εργασία και αποτέλεσε ένα χρήσιμο μέσο στη διερεύνηση του θέματος που μελετάμε. Μέσα από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση η οποία πρόσφερε τη δυνατότητα να γίνει περισσότερο κατανοητό το αντικείμενο μελέτης επιλέχθηκε το κατάλληλο ερωτηματολόγιο και προσαρμόστηκαν οι ερωτήσεις για τη μελέτη που πραγματοποιήθηκε.

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας παρουσίασε ευκολία σε ότι αφορά τη χρήση βοήθησε τους ερωτώμενους να απαντήσουν με άνεση, οι κύριες ερωτήσεις έμειναν σταθερές ώστε να μην επηρεαστούν τα συμπεράσματα και δεν ήταν χρονοβόρο. Η έκταση του ερωτηματολογίου δεν ήταν πολύ μεγάλη ώστε ο ερωτώμενος να μη χάσει το ενδιαφέρον του και να το απαντήσει γρήγορα και πρόχειρα.

Από τη βιβλιογραφική έρευνα σχετικά με τον βιώσιμο τουρισμό και την άμεση και αλληλένδετη σχέση του με την εκπαίδευση για το περιβάλλον και την Αειφορία προχωρήσαμε δημιουργήθηκαν τέσσερις άξονες από έννοιες και ιδέες που είχαν επιλεχθεί ώστε να διερευνηθούν. Οι απαντήσεις δίνονται σε πενταβάθμια κλίμακα (Λίγο - Πάρα Πολύ).

6.7. Διεξαγωγή της έρευνας

Σε όλα τα καταλύματα ο συντονισμός για την διεξαγωγή των ατομικών συνεντεύξεων έγινε από τον ερευνητή τηλεφωνικά προσδιορίζοντας τον σκοπό της έρευνας και το χρόνο που περίπου θα διαρκέσει η συνέντευξη. Ο χώρος η ημερομηνία και η ώρα διεξαγωγής των συνεντεύξεων προσπαθήσαμε να εξυπηρετούν τους ερευνώμενους. Στις περισσότερες

περιπτώσεις η συνέντευξη έγινε στο κατάλυμα με αποτέλεσμα να αισθάνονται περισσότερο άνετα προχωρώντας σε μία παραγωγική συνέντευξη. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν τον Ιανουάριο του 2023. Προτιμήθηκε ο μήνας αυτός ώστε να έχει παρέλθει η περίοδος των εορτών κατά την οποία το Πήλιο είχε πληρότητα 100%. Έτσι οι ιδιοκτήτες είχαν το χρόνο και τη διάθεση να συμμετέχουν στην έρευνα.

Μετά την πρώτη γνωριμία και πριν από την έναρξη της συνέντευξης γνωστοποιήθηκε ο σκοπός της έρευνας και υπήρξε ενημέρωση στους συμμετέχοντες για την ελευθερία επιλογής στη συμμετοχή και τη δυνατότητα αποχώρησης από τη συνέντευξη σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή, το όνομα και τα στοιχεία επικοινωνίας μας και το δικαίωμα πρόσβασης στα αποτελέσματα της έρευνας. Επίσης ενημερώθηκαν οι συμμετέχοντες τον θα λάμβανε χώρα η συνέντευξη έτσι ώστε να ενσωματωθούν στη διαδικασία διασφαλίζοντας μία φυσική ροή. Τα παραπάνω βοήθησαν τους συμμετέχοντες να αντιληφθούν καλύτερα τη μεθοδολογία και τη διαδικασία της συνέντευξης να αυξηθεί η εμπιστοσύνη προς τον ερευνητή και να αυξηθεί η πιθανότητα να συμμετέχουν στη μελέτη.

Οι συνεντεύξεις καταγράφηκαν ηχητικά ώστε να μειωθεί η περίπτωση σφάλματος και να υπάρχει ένα αρχείο των συνεντεύξεων. Ενημερώσαμε τους υποψήφιους συμμετέχοντες για την καταγραφή δίνοντας τη διαβεβαίωση ότι έχουν εξασφαλισμένη την ανωνυμία τους. Κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων βρήκαμε εξαιρετικά χρήσιμο να κρατούνται σημειώσεις πάνω στο φύλλο ερωτήσεων αναφορικά με σκέψεις ιδέες και παρατηρήσεις που συνέδραμε σημαντικά στη φάση της ανάλυσης των δεδομένων. Οι συνεντεύξεις είχαν μέση διάρκεια περίπου 20 λεπτών και πραγματοποιήθηκαν δια ζώσης και μία φορά για κάθε άτομο. Οι τηλεφωνικές συνεντεύξεις παρόλο το πλεονέκτημα των σημειώσεων κατά τη διάρκεια της συνέντευξης που παρατηρήσαμε στην πιλοτική εφαρμογή δεν προτιμήθηκαν διότι συμφωνώντας με την Παρασκευοπούλου-Κόλλια (2019) υπολείπονται σε πληροφορίες που σχετίζονται με τη γλώσσα του σώματος, τη μη λεκτική επικοινωνία και στερούνται το πλεονέκτημα της οπτικής επαφής

Στις πρώτες ερωτήσεις επιλέξαμε να επικεντρωθούμε σε γενικές ερωτήσεις για την αξία και τα οφέλη της πιστοποίησης όπως η δυνατότητα χρηματοδότησης και προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών ώστε οι ερωτώμενοι να ανοιχτούν και να μην κρατήσουν αμυντική στάση απέναντι στον ερευνητή. Σκοπός ήταν να δείξουν ενδιαφέρον και να δημιουργηθεί μία σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ ερευνητή και συμμετεχόντων. για να αντληθούν κατάλληλα και αντιπροσωπευτικά δεδομένα κατά τη διάρκεια της ημιδομημένης συνέντευξης προσπαθήσαμε να ακούσουμε προσεκτικά τους ομιλητές και να τους δίνουμε τη δυνατότητα να αναφέρουν τις απόψεις τους και τις εμπειρίες τους χωρίς να διακόπτουμε αναίτια τον ειρμό των λόγων τους. Εμείς ως ερευνητές προσπαθήσαμε να κάνουμε φανερό το ενδιαφέρον για τη συζήτηση, να γνεύουμε με κατάφαση και να ενθαρρύνουμε ηχητικά. Επίσης ενεργητικά επιλέχθηκε να μην γίνονται σχόλια ώστε όταν κρινόταν απαραίτητο να δινόταν η ευκαιρία περισσότερου χρόνου στους ερευνώμενους να σκεφτούν, να αναλύσουν και να εκφράσουν την άποψή τους.

Πριν την ολοκλήρωση της συνέντευξης θέλοντας να δοθεί μία ακόμα ευκαιρία για την ανάπτυξη κάποιου θέματος υπήρξε ερώτημα σχετικά με το αν θέλουν να προσθέσουν κάτι άλλο.

6.8. Αξιοπιστία-εγκυρότητα

Η ποιοτική έρευνα δίνει την δυνατότητα για διερεύνηση των απόψεων των ερωτώμενων ώστε να φέρει προβληματισμό και αναστοχασμό για σημαντικά ζητήματα της ανθρωπότητας. Η αξιολόγηση μιας ποιοτικής έρευνας αποτελεί μέρος μιας σειράς εξέτασης επιλογών που οι ερευνητές και η κοινωνία πρέπει να κάνουν. Η αναγκαιότητα της αξιολόγησης σχετίζεται με τα οφέλη που προσφέρει στην επιστημονική έρευνα και την κοινωνία (Denzin & Lincoln, 2011). Η αξιοπιστία στην ποιοτική έρευνα σχετίζεται με την ισχύ τού μεθοδολογικού σχεδιασμού, την ποιότητα των συγκομισμένων δεδομένων και πώς ο συνδυασμός των παραπάνω οδηγεί σε αληθινά άξια εμπιστοσύνης ευρήματα με την έννοια της αναπαραστάσεις των πραγματικών γεγονότων (Lincoln, 2001).

Για την αξιοπιστία της έρευνας που πραγματοποιήθηκε, κάναμε σκόπιμη δειγματοληψία μετά την αρχική ερευνητική υπόθεση και καθορίσαμε ορισμένα χαρακτηριστικά τα οποία πρέπει να έχουν οι υποψήφιοι ερευνούμενοι για να μπορούν να καλύψουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα ερωτήματα της έρευνας. Το δείγμα της έρευνάς μας είναι σημαντικό γιατί είναι μια νέα κατηγορία καταλυμάτων που αυξάνεται συνεχώς, δεν έχει ερευνηθεί και προσθέτει πρωτοτυπία στην έρευνά μας. Είναι αρκετά ομοιογενές και έχει κρίσιμες ομοιότητες που σχετίζονται με το ερευνητικό ερώτημα.

Για την καλύτερη κατανόηση του φαινομένου, στο σχεδιασμό του ερωτηματολογίου έγινε προσπάθεια οι ερωτήσεις και οι προτάσεις να γίνουν με τρόπο που δεν επηρεάζονται από τη συγκέντρωση ή τη διάθεση των συμμετεχόντων. Επιδιώξαμε να ελαχιστοποιηθεί η επίδραση εξωτερικών παραγόντων και όλα τα δείγματα να ελέγχονται υπό τις ίδιες συνθήκες. Γι αυτό το λόγο υπήρχε μία επαναληψιμότητα των συνθηκών των συνεντεύξεων που πραγματοποιήθηκαν στο ίδιο πλαίσιο χώρου δηλαδή το οικείο για τους συμμετέχοντες βιώσιμο κατάλυμα. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν κατόπιν τηλεφωνικής επικοινωνίας για τον ορισμό τόπου και χρόνου συνάντησης ώστε οι συμμετέχοντες να έχουν προγραμματίσει το καθημερινό τους ωρολόγιο πρόγραμμα και να μην υπάρχει πίεση ή άγχος για εργασίες. Σε αυτό το πλαίσιο προσπαθήσαμε να είμαστε τυπικοί στις ώρες και στη διάρκεια πραγματοποίησης της συνέντευξης.

Με την εφαρμογή της «τριγωνοποίησης» δηλαδή τη διερεύνηση του ίδιου φαινομένου χρησιμοποιώντας διαφορετικές ερευνητικές μεθοδολογίες επιδιώξαμε να βελτιωθεί η πιθανότητα να είναι αξιόπιστα τα ευρήματα και οι ερμηνείες τους. Χρησιμοποιήθηκε η τριμερής διασταύρωση ως προς τη μέθοδο συλλογής δεδομένων, δηλαδή χρήση ερωτηματολογίου, ημιδομημένη συνέντευξη, προσωπικές παρατηρήσεις και σχόλια του ερευνητή κατά την διάρκεια των συνεντεύξεων. Στην παρουσίαση της έρευνας έγινε περιγραφή της πορείας που διεξήχθη η έρευνα με όσο το δυνατόν λεπτομερή τρόπο καθιστώντας την προσβάσιμη σε κάθε ενδιαφερόμενο για περαιτέρω διερεύνηση του

θέματος. Επίσης κρατήθηκαν και είναι διαθέσιμα τα ερωτηματολόγια και τα αποτελέσματα σε λογιστικό φύλλο Excel, στατιστικές αναλύσεις και γραφήματα που παρήχθησαν έπειτα από επεξεργασία των απαντήσεων, τα ηλεκτρονικά ηχητικά αρχεία των συνεντεύξεων και οι σημειώσεις του ερευνητή.

Από τους συμμετέχοντες ζητήθηκε έλεγχος τόσο μετά τη λήξη της συνέντευξης όσο και μετά την απομαγνητοφώνηση και κειμενοποίηση των συνεντεύξεων. Μετά τη λήξη της συνέντευξης έγινε μία σύνοψη των κύριων σημείων της και ζητήθηκε η άποψη του ερωτώμενου για το αν κατανοήθηκαν ορθώς από τον ερευνητή τα λεγόμενά του. Επίσης μετά την ολοκλήρωση της έρευνας η επιβεβαίωση των ευρημάτων έγινε με αποστολή ηλεκτρονικού αντίγραφου των αποτελεσμάτων σε όλους τους συμμετέχοντες, στην οποία καλέστηκαν να μελετήσουν τις απαντήσεις τους, επιβεβαιώνοντας την αξιοπιστία των συγκεκριμένων αποσπασμάτων και αν συμφωνούν στη δημοσίευσή τους.

Στις απαντήσεις έγινε κωδικοποίηση όχι μόνο σε σχέση με την περιοχή όπως αναφέραμε στην περιγραφή του δείγματος αλλά και βάση δύο ηλικιακών κατηγοριών, 20 ως 50 και 50 ως 65. Οι ηλικιακές κατηγορίες είχαν μεταξύ τους διαφορετικά χαρακτηριστικά ως προς τις αντιλήψεις και τις απόψεις τόσο για τους επισκέπτες όσο και για την βιωσιμότητα και τις πρακτικές της. Οι μεγαλύτεροι σε ηλικία ήταν πιο απαισιόδοξοι και κρατούσαν πιο επιφυλακτική στάση απέναντι στη θέληση και διάθεση των επισκεπτών να συνεισφέρουν στις πρακτικές βιωσιμότητας που εφαρμόζει το κατάλυμα και δεν φάνηκαν καθόλου ενημερωμένοι. Από την άλλη μεριά στη νεότερη ηλικιακή ομάδα ήταν πιο αισιόδοξοι για το μέλλον και για την επίτευξη των στόχων της Αειφορίας, πιο ενημερωμένοι σε θέματα βιωσιμότητας και με πιο θετική στάση απέναντι στους επισκέπτες. Η παραπάνω κατηγοριοποίηση μπορεί να εξηγήσει την διαφοροποίηση και τις πολλές φορές αντίθετες απόψεις στις απαντήσεις στην ίδια ερώτηση.

Για να εξασφαλιστεί η αντικειμενικότητα της αξιολόγησης αντιπαραθέσουμε τους στόχους βιώσιμης ανάπτυξης με τα αποτελέσματα της έρευνας ώστε να διαπιστωθεί σε τι βαθμό επιτυγχάνεται η πραγματοποίησή τους.

Στο στόχο βιώσιμης ανάπτυξης 12 που αναφέρεται στη διασφάλιση βιώσιμων προτύπων κατανάλωσης και παραγωγής, το δείγμα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε δεν συμφωνεί με τις προθέσεις του στόχου. Παρόλο που υπάρχει μια σημαντική διαφοροποίηση στις απαντήσεις με την δεύτερη σε ποσοστό απάντηση να είναι «Πολύ», η κυρίαρχη απάντηση είναι ότι πιστεύουν «Λίγο» στην εκπλήρωση του στόχου.

Ο στόχος βιώσιμης ανάπτυξης 13 σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας παρά την ανησυχία για τις επιπτώσεις στο κατάλυμα, διαφοροποιείται από τις προθέσεις του στόχου για επείγουσα δράση για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής όπως επίσης διαφοροποιείται και για την δυνατότητα μείωσης στο μισό των εκπομπών άνθρακα ως το 2030 που στοχεύει η Διακήρυξη της Γλασκώβης λόγω δυσκολιών στην χρηματοδότηση που στην πραγματικότητα όμως δεν ισχύει. Δηλαδή βλέπουμε ότι υπάρχει ένα κενό στην ενημέρωση του δείγματος.

Ο στόχος της βιώσιμης ανάπτυξης 15 για την προστασία, αποκατάσταση και προώθηση της βιώσιμης χρήσης των χερσαίων οικοσυστημάτων και ανάσχεση της απώλειας βιοποικιλότητας αλλά και στη δημιουργία εσόδων ως εναλλακτικό μέσο διαβίωσης για τις τοπικές κοινωνίες φαίνεται να ταυτίζεται με τις απόψεις του δείγματος. Στον ιδιαίτερο ορεινό προορισμό του Πηλίου οι περισσότεροι πιστεύουν στην αρμονική συνύπαρξη τουρισμού και περιβάλλοντος καθώς και στη βοήθεια που μπορεί να προσφέρει αυτός ο συνδυασμός στην τοπική κοινωνία.

Ο στόχος βιώσιμης ανάπτυξης 17 για ενίσχυση των μέσων υλοποίησης και αναζωογόνηση της παγκόσμιας εταιρικής σχέσης για την αειφόρο ανάπτυξη αναφέρει ότι ο τουρισμός έχει την ικανότητα να ενισχύει συνεργασίες ιδιωτικού/δημόσιου τομέα και να δεσμεύει πολλούς ενδιαφερόμενους φορείς – διεθνείς, εθνικούς, περιφερειακούς και τοπικούς – να συνεργαστούν και συμφωνεί με το δείγμα που ζητά να γίνουν συνεργασίες για την καλύτερη οργάνωση της περιοχής. Επίσης ο ίδιος στόχος συμφωνεί με τις απαντήσεις και αναδεικνύει την σημασία της χρηματοδότησης. Για το δείγμα η χρηματοδότηση φαίνεται να είναι μια αναγκαιότητα στην υλοποίηση των πρακτικών βιωσιμότητας.

Σύμφωνα με την Green Key οι εκπομπές άνθρακα μπορούν να αποφευχθούν αλλάζοντας τη συμπεριφορά. Ως εκ τούτου, πληροφορίες σχετικά με τις πρωτοβουλίες εξοικονόμησης ενέργειας και μείωσης των εκπομπών του καταλύματος πρέπει να είναι διαθέσιμες στους επισκέπτες και θα πρέπει να ενθαρρύνονται να συμμετέχουν σε πράσινες δραστηριότητες και να γίνουν πιο ενεργοί και υπεύθυνοι στον αγώνα για βιωσιμότητα επιβεβαιώνοντας την απάντηση στο κύριο ερευνητικό ερώτημα (Green Key, 2021).

6.9. Αποτελέσματα

Θεωρήσαμε ότι η ενδεδειγμένη μέθοδος για την επεξεργασία των δεδομένων της έρευνας είναι η ανάλυση περιεχομένου. Χρησιμοποιήθηκε γιατί μπορεί να προσφέρει μία συστηματική ανάλυση και μία σχολαστική διερεύνηση των μηνυμάτων που κατεγράφησαν σαν ερευνητικά δεδομένα. Ουσιαστικά τα εμπειρικά δεδομένα καθοδηγούσαν την έρευνα και την ανάλυση κατά τη διάρκεια συλλογής. Η επεξεργασία των εμπειρικών δεδομένων ήταν δύσκολη γιατί οι γνώσεις σχετικά με το ερευνητικό δείγμα ήταν λίγες λόγω περιορισμένου αριθμού σχετικών ερευνών. Η ανάλυση περιεχομένου χρησιμοποιήθηκε κατά κύριο λόγο στις γραπτές σημειώσεις κατά τη διάρκεια των ημιδομημένων συνεντεύξεων ή από την απομαγνητοφώνηση στο δείγμα προς εξέταση και την μετέπειτα επεξεργασία τους.

Δόθηκε βάρος στην κατανόηση των δεδομένων, στην αποκωδικοποίηση τους, στην ερμηνεία τους ώστε να μας απαντηθεί το ερευνητικό ερώτημα με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Η ανάλυση άρχισε μετά το πέρας των πρώτων συνεντεύξεων και συνεχίστηκε με τα δεδομένα που προέκυψαν κατά τη διάρκεια της έρευνας. Αρχικά υπήρξε επεξεργασία του γραπτού κειμένου που προέκυψε από τις παρατηρήσεις αλλά και από την απομαγνητοφώνηση των συνεντεύξεων κρατώντας σημειώσεις στο περιθώριο του κειμένου με τη μορφή σύντομων φράσεων που συνοψίζουν όσα γράφονται στο κείμενο. Αυτές οι φράσεις χρησιμοποιήθηκαν στην εργασία μαζί με τα στατιστικά αποτελέσματα σε κάθε ερώτηση.

Για τη παρουσίαση των αποτελεσμάτων παρατίθενται τα πιο σημαντικά ευρήματα που υπάρχουν σε κάθε ερώτηση χρησιμοποιώντας και τα αντίστοιχα γραπτά κείμενα τα οποία συλλέχθηκαν από τις συνεντεύξεις και τις παρατηρήσεις των ερευνούμενων.

Για της ανάγκες κωδικοποίησης των συμμετεχόντων στην έρευνα δόθηκε ονομασία με αρχικό γράμμα και νούμερο ανάλογα με τα αρχικά του οικισμού που βρίσκονται και τον αριθμό καταλυμάτων, δηλαδή Π για τα οκτώ καταλύματα στην Πορταριά και Μ για τα επτά καταλύματα στην Μακρυνίτσα.

Για την κατηγοριοποίηση του θέματος στην αρχική του μορφή έπαιξε σημαντικό ρόλο η βιβλιογραφική διερεύνηση των στοιχείων του Βιώσιμου Τουρισμού και της Εκπαίδευσης για την Βιώσιμη Ανάπτυξη. Η κατηγοριοποίηση των απαντήσεων δόθηκε από τον ερευνητή εμπειρικά μέσα από τις συνομιλίες, μέσα από τα κείμενα και τις προσωπικές σημειώσεις θέλοντας να δώσει τον τόνο και το ύφος των απαντήσεών.

Οι άξονες της συνέντευξης είναι τέσσερις και αφορούν τις απόψεις των ιδιοκτητών των καταλυμάτων μέσα από την πορεία τους προς τη βιωσιμότητα. Προτιμήθηκαν τέσσερις άξονες για την ικανοποίηση των στόχων της έρευνας διότι προσέφεραν καλύτερη κατηγοριοποίηση στα θέματα που θέλαμε να διερευνηθούν και διαμορφώθηκαν ανάλογα. Η σειρά των αξόνων διαμορφώθηκε με το πως επιλέχθηκε να υλοποιηθεί η ημιδομημένη συνέντευξη δηλαδή εκτιμήθηκε σαν αρχικό θέμα συζήτησης να είναι τα οφέλη και η αξία της πιστοποίησης ώστε να ανοιχτεί ο συνεντευξιαζόμενος για τις πιο ειδικές ερωτήσεις στη συνέχεια. Ο δεύτερος άξονας πλαισιώνεται από τις ερωτήσεις για την ευαισθητοποίηση των επισκεπτών. Ο τρίτος άξονας καλύπτει τις δυσκολίες και τις ανάγκες στο δρόμο προς τη βιωσιμότητα. Τέλος ο τέταρτος άξονας θέτει τις βάσεις μιας ποιο ανοιχτής συζήτησης που μπορούν να εκφραστούν οι προσωπικές αντιλήψεις των ιδιοκτητών σε θέματα που αφορούν τη βιωσιμότητα στο κατάλυμα τους, στην περιοχή τους και τον τουρισμό γενικότερα.

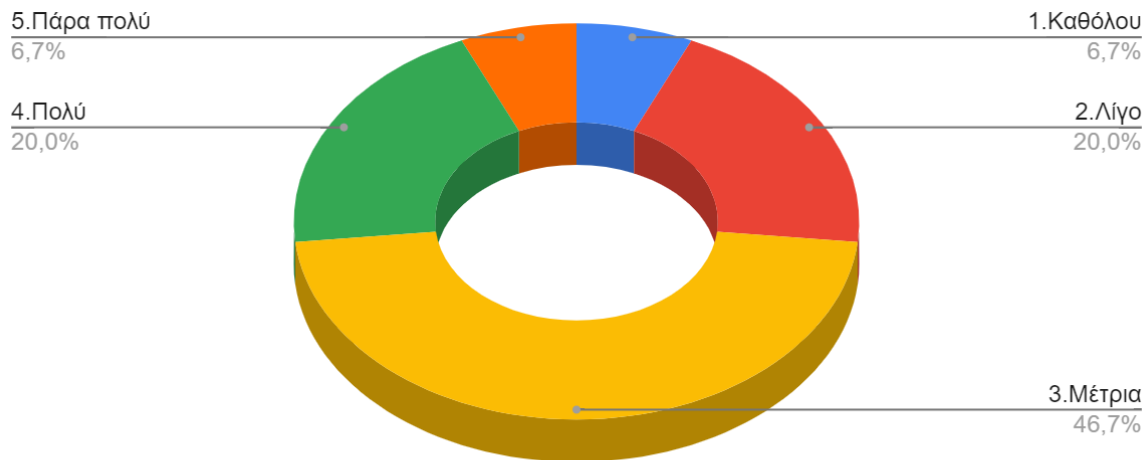
Συνοπτικά για την ικανοποίηση του πρώτου στόχου της εργασίας που είναι να διερευνήσει τις αντιλήψεις των διαχειριστών πιστοποιημένων καταλυμάτων σχετικά με την σημασία της ευαισθητοποίησης των επισκεπτών και το ρόλο της στη λειτουργία του καταλύματος χρησιμοποιούνται τα αποτελέσματα από τις ερωτήσεις του άξονα 2. Για την ικανοποίηση του δεύτερου στόχου της εργασίας που είναι η διερεύνηση των δυσκολιών και τα οφέλη από την αξία της σήμανσης για τους διαχειριστές καταλυμάτων χρησιμοποιήθηκαν τα αποτελέσματα από τις ερωτήσεις των αξόνων 1 και 4. Για την ικανοποίηση του τρίτου στόχου της εργασίας που είναι η αποσαφήνιση των γνώσεων, στάσεων και αντιλήψεων των διαχειριστών για το περιβάλλον και την Αειφορία χρησιμοποιήθηκαν τα αποτελέσματα των ερωτήσεων του άξονα 4. Στον πρώτο άξονα κωδικοποιήθηκαν τα δεδομένα με βάση την αξία και τα οφέλη της σηματοδότησης. Με αυτές τις ερωτήσεις θα διερευνηθεί κατά πόσο οι ιδιοκτήτες των καταλυμάτων πιστεύουν στην αξία και τα οφέλη που μπορεί να τους προσφέρει η σηματοδότηση και η πιστοποίηση βιωσιμότητας.

6.9.1 Πρώτος Άξονας

Στον πρώτο άξονα κωδικοποιήθηκαν τα δεδομένα με βάση την αξία και τα οφέλη της σηματοδότησης. Με αυτές τις ερωτήσεις θα διερευνηθεί κατά πόσο οι ιδιοκτήτες των καταλυμάτων πιστεύουν στην αξία και τα οφέλη που μπορεί να τους προσφέρει η σηματοδότηση και η πιστοποίηση βιωσιμότητας.

Γράφημα 5

Μετά τη σήμανση , αυξήθηκε το ποσοστό επισκεπτών με πιο φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά;

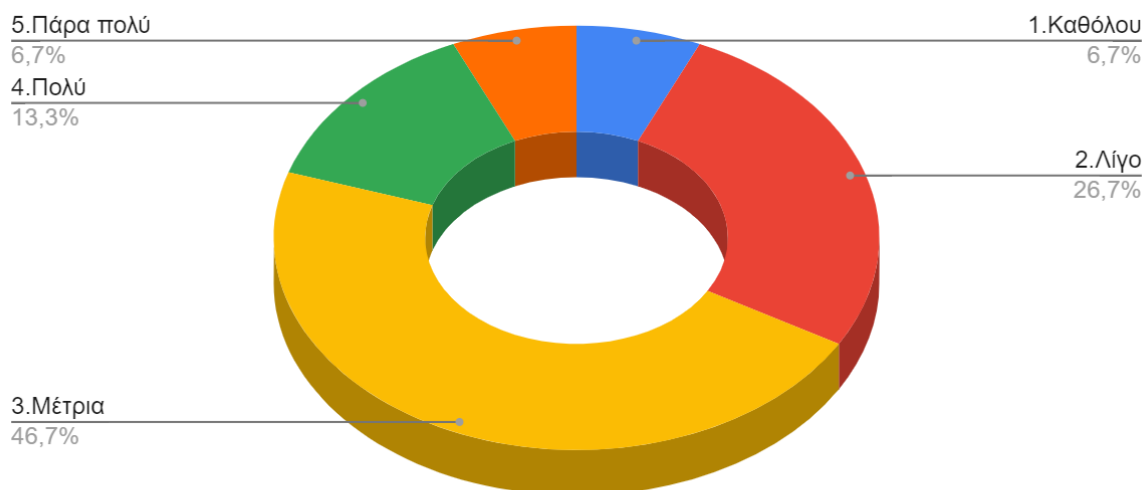


Οι διαχειριστές στην ερώτηση: «Μετά τη σήμανση , αυξήθηκε το ποσοστό επισκεπτών με πιο φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά» από τα δεδομένα του γραφήματος προκύπτει ότι το 66,7% των ερωτηθέντων απάντησαν ότι συμφωνούν «Μέτρια». Ο Μ3 μας ανέφερε : «Όταν η εύρεση και επιλογή βιώσιμου καταλύματος είναι εύκολη οι επισκέπτες θα το επιλέξουν έναντι κάποιου που δεν είναι». Επίσης κάποιοι δεν ήταν σε θέση να εκτιμήσουν την αποτελεσματικότητα προσέλκυσης επισκεπτών από το σήμα βιωσιμότητας που έχουν. Όπως χαρακτηριστικά μας απάντησε ο Μ3: «Ίσως να φέρει κάποιο κόσμο αλλά είναι νωρίς ακόμη για να κρίνουμε».

Προς το παρόν δείχνουν να είναι επιφυλακτικοί αλλά σε βάθος χρόνου πιστεύουν ότι ο κλάδος θα οδηγηθεί στη βιωσιμότητα. Η ευκολία στην επιλογή βιώσιμων καταλυμάτων από τις πλατφόρμες online κρατήσεων και η προώθηση τους από τα μεγάλα τουριστικά πρακτορεία πιστεύουν στο μέλλον ότι οι επισκέπτες θα στραφούν προς αυτή την επιλογή πολύ περισσότερο.

Γράφημα 6

Το σήμα βιωσιμότητας μειώνει το συνολικό κόστος λειτουργίας;

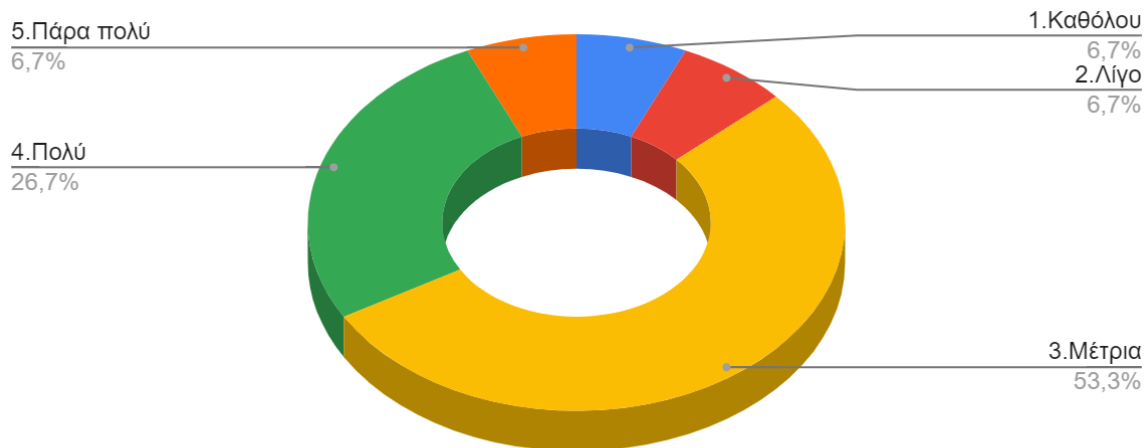


Στην ερώτηση «Το σήμα βιωσιμότητας μειώνει το συνολικό κόστος λειτουργίας;» προκύπτει ποσοστό συμφωνίας 46,7% «Μέτρια» ενώ το 26,7% «Λίγο». Ο Μ5 συμπλήρωσε: «Αυτή την στιγμή δεν είναι σημαντική η εξοικονόμηση, Σε βάθος χρόνου και αν γίνουν τα κατάλληλα βήματα σίγουρα μπορεί να μειωθεί το κόστος λειτουργίας». Ο ιδιοκτήτης Μ2 ήταν πιο θετικός και ανέφερε: «Όταν οι επισκέπτες έχουν φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά τα έξοδα σίγουρα μειώνονται».

Το σήμα βιωσιμότητας σύμφωνα με αρκετές μαρτυρίες των διαχειριστών δεν έχει ακόμα το επιθυμητό αντίκτυπο στη μείωση κόστους λειτουργίας του καταλύματος. Ωστόσο κάποιοι πιστεύουν ότι όταν οι επισκέπτες δείχνουν υπεύθυνη συμπεριφορά μπορούν τα κόστη λειτουργίας να μειωθούν με προεξέχων το κόστος ενέργειας.

Γράφημα 7

Δίνει ένα πλαίσιο βημάτων προς τη πιστοποίηση σε φορέα και προσφέρει εξοικείωση σε αυστηρότερους περιβαλλοντικούς όρους λειτουργίας;

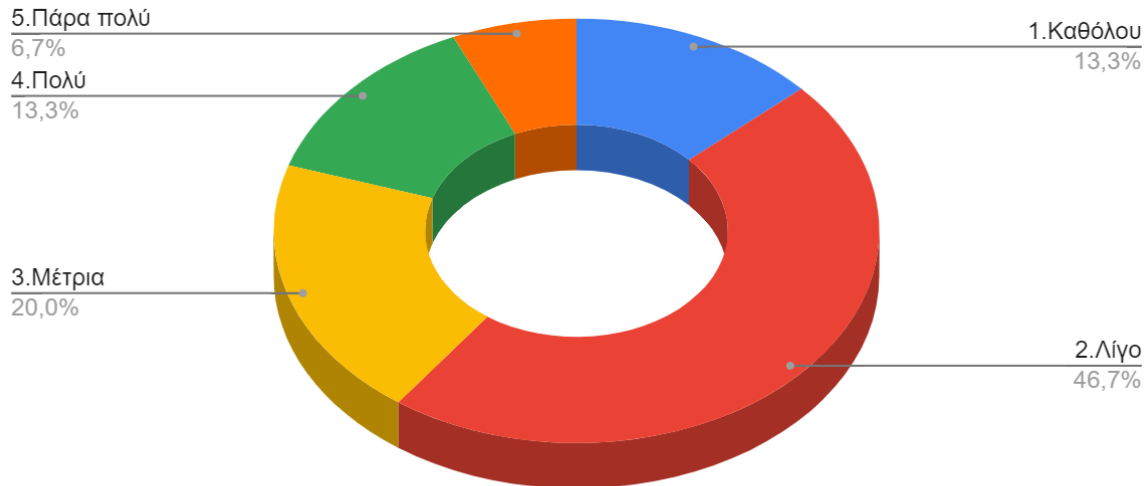


Στην ερώτηση «Δίνει ένα πλαίσιο βημάτων προς τη πιστοποίηση σε φορέα και προσφέρει εξοικείωση σε αυστηρότερους περιβαλλοντικούς όρους λειτουργίας;» η απάντηση στο 53,3% ήταν «Μέτρια» ενώ ένα ποσοστό 26,7% απάντησε «Πολύ». Ο Π1 αναφέρει: "Για μένα ήταν μια πρώτη επαφή με την βιωσιμότητα και την σήμανση της . Θα ήθελα περισσότερες πληροφορίες για τα οφέλη της πιστοποίησης στο βιώσιμο τουρισμό". Ο Μ2 μας εξέφρασε πιο συντηρητική άποψη: "Παλαιότερα είχαμε πιστοποίηση ISO αλλά η αγορά δεν το υποστήριζε. Αν η αγορά δεν ανταμείψει μία πρακτική ατονεί. Αν το σήμα της Booking φέρει στο κατάλυμα επισκέπτες αυτό μπορεί να μας οδηγήσει σε πιστοποίηση".

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι το μεγαλύτερο κομμάτι των ερωτηθέντων δείχνει διατεθειμένο να προχωρήσει στο επόμενο βήμα της πιστοποίησης. Όμως αξίζει να αναφερθεί ότι σχεδόν όλοι ζήτησαν περισσότερη πληροφόρηση για να είναι σίγουροι για την απόφασή τους.

Γράφημα 8

Προσφέρει ευκολία στη χρηματοδότηση;



Στην ερώτηση «Προσφέρει ευκολία στη χρηματοδότηση;» η απάντηση στο 46,7% του δείγματος ήταν «Λίγο». Ο ερευνώμενος Π1 είπε: «Δεν υπάρχει καμία ενημέρωση από κανέναν εδώ για αυτά τα θέματα». Εδώ παρατηρούμε ένα σημαντικό κενό στην ενημέρωση των ιδιοκτητών, μιας και η χρηματοδότηση του βιώσιμου τουρισμού είναι προτεραιότητα σε πολλά ενισχυτικά και δανειοδοτικά προγράμματα. Ενώ ο Π2 είπε: «Το ξέρω ότι θα μπορούσαμε να πάρουμε χρηματοδότηση από τα προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά έχουμε δυσκολία στην εφαρμογή τους».

Η γενικά επικρατούσα άποψη του δείγματος στα παραπάνω ερωτήματα ήταν ότι λίγοι γνωρίζουν για την ευκολία χρηματοδότησης που προσφέρει ο βιώσιμος τουρισμός.

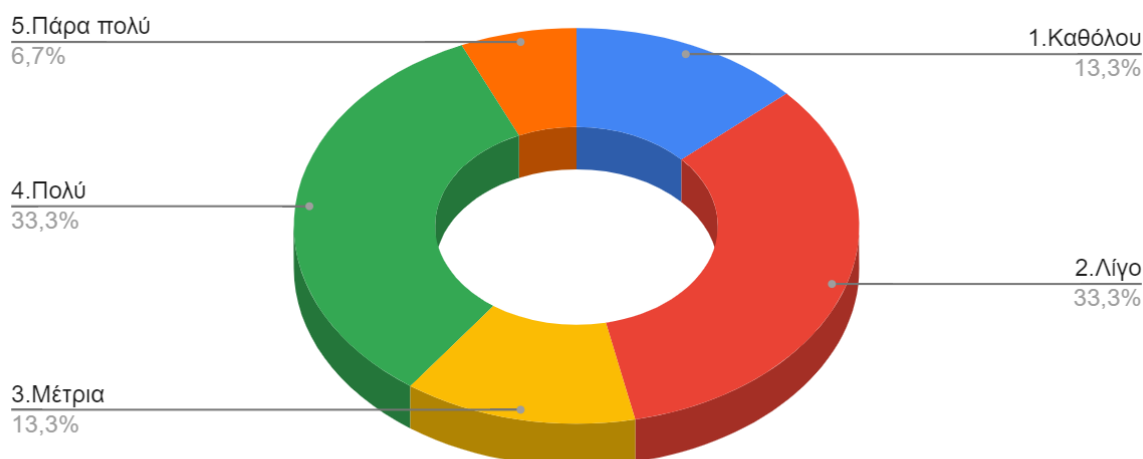
6.9.2 Δεύτερος Άξονας

Στον δεύτερο άξονα κωδικοποιήθηκαν τα δεδομένα με βάση την σημασία της ευαισθητοποίησης στην αλλαγή αντιλήψεων των επισκεπτών. Με αυτές τις ερωτήσεις θα διερευνηθεί κατά πόσο οι ιδιοκτήτες των καταλυμάτων πιστεύουν ότι οι επισκέπτες μπορούν να ευαισθητοποιηθούν σχετικά με το περιβάλλον και την Αειφορία, ώστε να παίξουν πιο ενεργό ρόλο και να λειτουργήσουν πιο υπεύθυνα στις προσπάθειες για βιωσιμότητα που καταβάλει το κατάλυμα.

Οι απαντήσεις στις ερωτήσεις:

Γράφημα 9

Ενδιαφέρονται οι επισκέπτες για τις πρακτικές βιωσιμότητας που ακολουθεί το κατάλυμα;

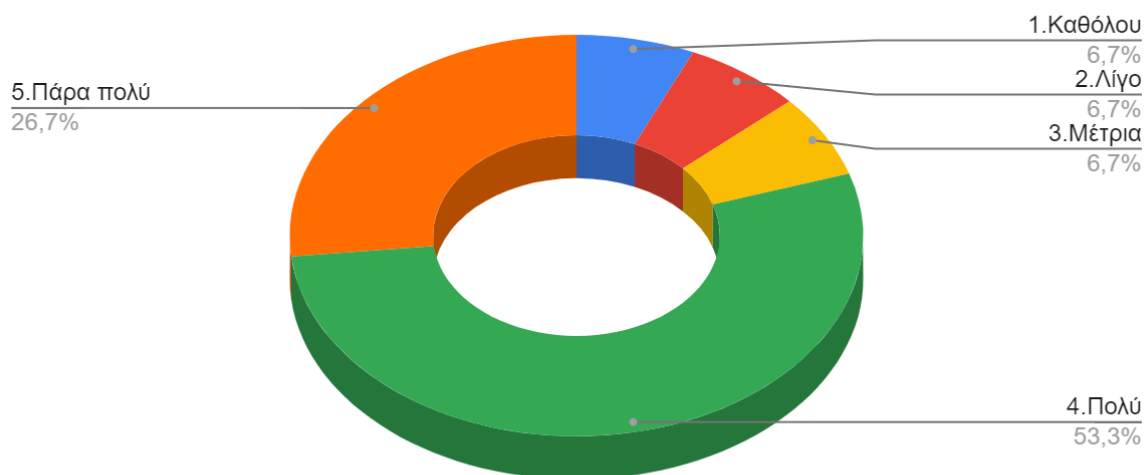


Η απάντησή στην ερώτηση «Ενδιαφέρονται οι επισκέπτες για τις πρακτικές βιωσιμότητας που ακολουθεί το κατάλυμα;» ήταν 33,3% «Λίγο» και «Πολύ» 33,3%. Ο Μ5 μας τονίζει την σημασία της σχολικής εκπαίδευσης στη συμπεριφορά «Αυτά τα μαθαίνει κανείς από μικρός. Το ενδιαφέρον για τις πρακτικές εξαρτάται από τη χώρα προέλευσης και την κουλτούρα απέναντι στο περιβάλλον που έχουν». Ο Π2 που αποδείχτηκε αρκετά διαφωτιστικός αναφέρει: «Μερικοί θεωρούν δεδομένο ότι θα τους παρέχουμε υπηρεσίες, ενώ άλλοι συμπεριφέρονται υπεύθυνα».

Οι απαντήσεις δείχνει πως οι ερωτηθέντες είναι “μοιρασμένοι” στις απόψεις σχετικά με το ενδιαφέρον των επισκεπτών για τις πρακτικές βιωσιμότητας. Σε κάποια καταλύματα φαίνεται ότι οι επισκέπτες είναι πιο συνειδητοποιημένοι και ενδιαφέρονται να μάθουν περισσότερες λεπτομέρειες για τις πρακτικές βιωσιμότητας που ακολουθούνται ενώ σε κάποια άλλα όχι. Αλλά κι ανάμεσα στους επισκέπτες στο ίδιο κατάλυμα παρατηρούνται διαφορές αφού κάποιοι δείχνουν ενδιαφέρον ενώ κάποιοι είναι αδιάφοροι.

Γράφημα 10

Θα θέλετε να δείτε οι επισκέπτες να παίζουν πιο ενεργό ρόλο στις προσπάθειές για βιωσιμότητα που καταβάλλει το κατάλυμα;

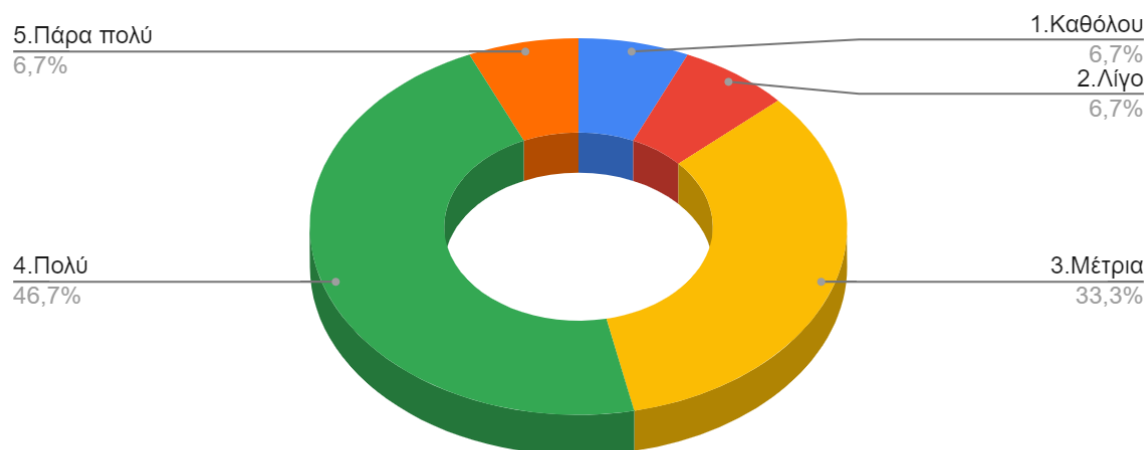


Οι ιδιοκτήτες στην ερώτηση «Θα θέλετε να δείτε οι επισκέπτες να παίζουν πιο ενεργό ρόλο στις προσπάθειές για βιωσιμότητα που καταβάλλει το κατάλυμα; » απάντησαν 53,3% «Πολύ» και 26,7% «Πάρα Πολύ» αντιλαμβανόμενοι το σημαντικό ρόλο της συμμετοχής των επισκεπτών στην επίτευξη της βιωσιμότητας για το κατάλυμα. Ο M4 μας είπε: "Μόνο αν πρόκειται να γίνει πραγματική αλλαγή στη συμπεριφορά μπορεί να υπάρξει αποτέλεσμα".

Οι απαντήσεις «Πολύ» και «Πάρα πολύ» κατέχουν το μεγαλύτερο ποσοστό σε αυτή την ερώτηση. Είναι ξεκάθαρο λοιπόν ότι όλοι οι συμμετέχοντες επιθυμούν να αναλάβουν οι επισκέπτες ένα πιο ενεργό ρόλο στη βιωσιμότητα του καταλύματος κατά τη διάρκεια της διαμονής τους.

Γράφημα 11

Πιστεύετε ότι η ευαισθητοποίηση των επισκεπτών για τις πρακτικές βιωσιμότητας που ακολουθείτε μπορεί να τους αλλάξει ώστε να γίνουν πιο υπεύθυνοι;

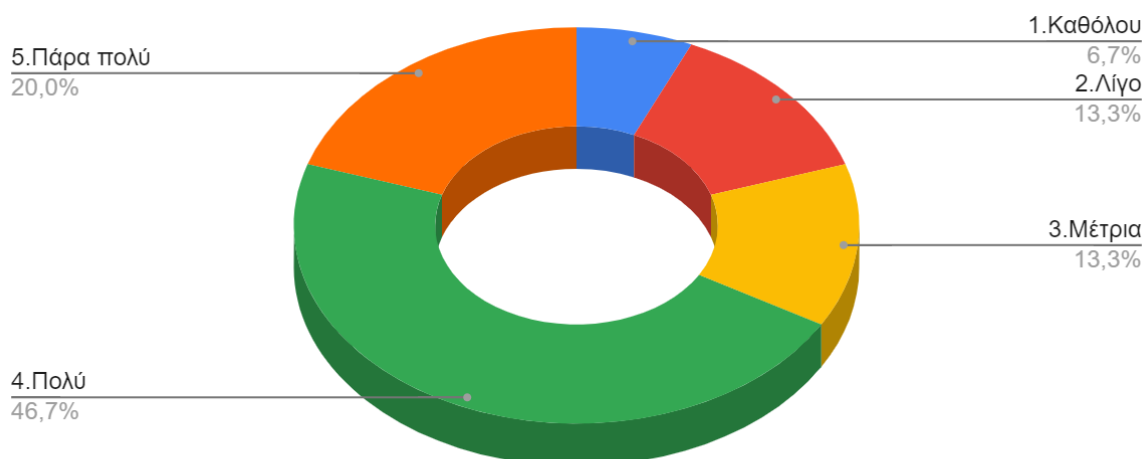


Στην ερώτηση «Πιστεύετε ότι η ευαισθητοποίηση των επισκεπτών για τις πρακτικές βιωσιμότητας που ακολουθείτε μπορεί να τους αλλάξει ώστε να γίνουν πιο υπεύθυνοι;» η απάντηση ήταν σχεδόν στους μισούς «Πολύ» ενώ 33% «Μέτρια». Ο Π2 αναφέρει: "Όταν το κατάλυμα και ο προορισμός δίνει το παράδειγμα οι επισκέπτες το σέβονται». Διακρίνουν σύμφωνα με την κατάθεση του M3 μία ηλικιακή διαφοροποίηση ως προς τη θέληση για συμμετοχή: "Οι νέοι είναι πιθανότερο να ακολουθήσουν οι ηλικιωμένοι δεν αλλάζουν".

Το μεγαλύτερο ποσοστό των διαχειριστών που αγγίζει σχεδόν το μισό πιστεύει ότι ο βιώσιμος τρόπος λειτουργίας της επιχείρησης του μπορεί να επηρεάσει θετικά τους επισκέπτες. Ειδικά οι νεότεροι επισκέπτες σύμφωνα με τους διαχειριστές έχουν απαλλαγή κατά ένα μεγάλο μέρος από την κακή συμπεριφορά των παλαιότερων γενεών.

Γράφημα 12

Θα επιθυμούσατε υποστήριξη σε θέματα εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης των επισκεπτών ;



Στην ερώτηση «Θα επιθυμούσατε υποστήριξη σε θέματα ευαισθητοποίησης των επισκεπτών;» 66,7% απάντησαν «Πολύ» και «Πάρα πολύ» δείχνοντας την ανάγκη υποστήριξης στα θέματα ευαισθητοποίησης των επισκεπτών. Θεωρούν πολύ δύσκολο να κάνουν την ευαισθητοποίηση και την εκπαίδευσή μόνοι τους. Ο Π1 με βεβαιότητα μας καταθέτει: "Ο πιο κατάλληλος για να κάνει εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση είναι τα πανεπιστήμια". Ενώ ο Μ1 θεωρεί το μέγεθος του καταλύματος περιοριστικό: "Είμαστε μικρό ξενοδοχείο, δεν μπορούμε να κάνουμε πολλά μόνοι μας"

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων συμφωνούν στην εκπαιδευτική υποστήριξη των επισκεπτών τους. Πιστεύουν σύμφωνα με τις μαρτυρίες των ίδιων ότι είναι κάτι που μπορεί να πραγματοποιηθεί αλλά λόγω του μικρού τους μεγέθους χρειάζονται υποστήριξη από εξωτερικούς φορείς.

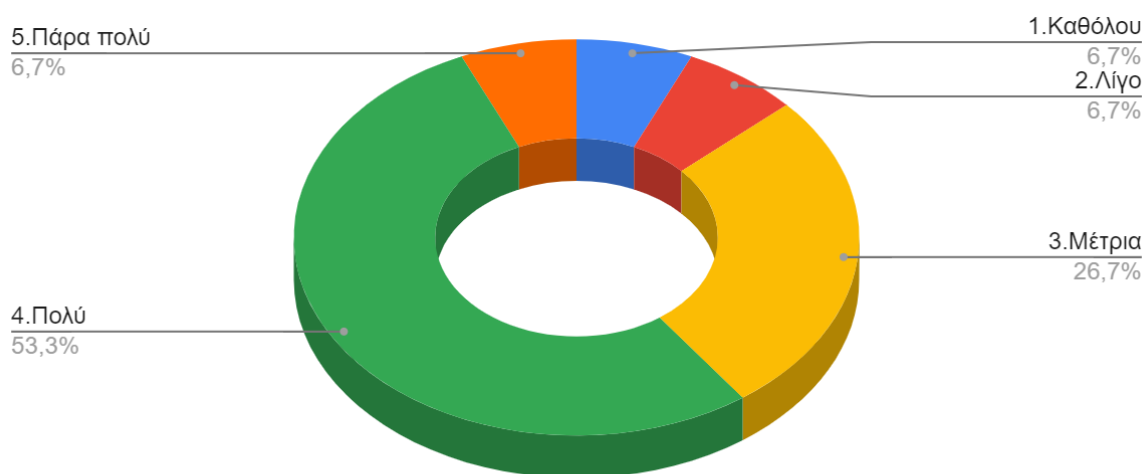
6.9.3 Τρίτος Άξονας

Στον τρίτο άξονα κωδικοποιήθηκαν τα δεδομένα με βάση το στόχο 2 για διερεύνηση των δυσκολιών και τα οφέλη από την αξία της σήμανσης για τους ιδιοκτήτες καταλυμάτων.

Με αυτές τις ερωτήσεις θα διερευνηθεί κατά πόσο οι ιδιοκτήτες των καταλυμάτων πιστεύουν μία επιχειρηματική επένδυση για περισσότερη βιωσιμότητα είναι οικονομικά δυνατή, ενώ θα διερευνηθεί η αδιαφορία των επισκεπτών ως παράγοντας υπονόμησης της διαδικασίας βιωσιμότητας.

Γράφημα 13

Η αδιαφορία των επισκεπτών μπορεί να υπονομεύσει τη διαδικασία μετάβασης σε πιο βιώσιμο μοντέλο λειτουργίας;

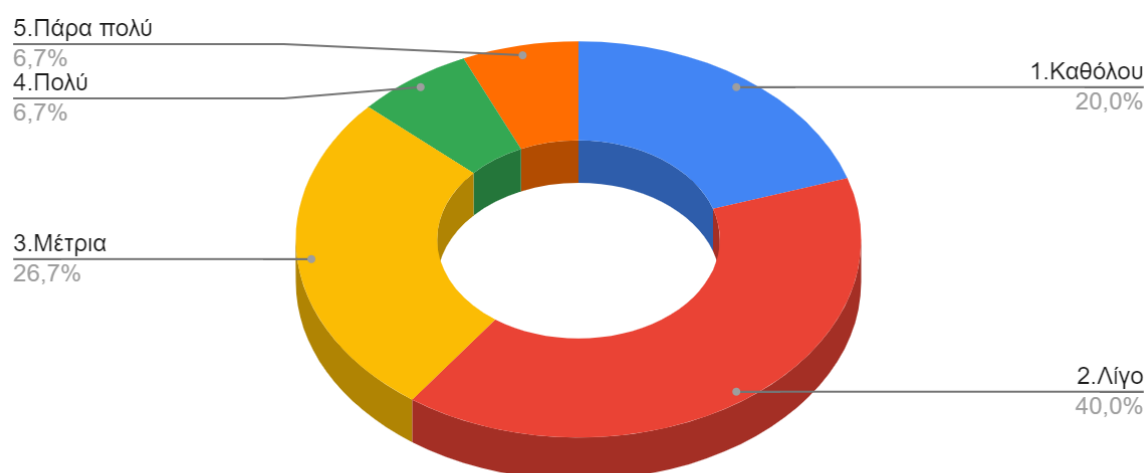


Στην ερώτηση «Η αδιαφορία των επισκεπτών μπορεί να υπονομεύσει τη διαδικασία μετάβασης σε πιο βιώσιμο μοντέλο λειτουργίας;» το 53,3% του δείγματος απάντησε «Πολύ». Ο Μ4 ανέφερε: "Οι επισκέπτες δεν θέλουν να αισθάνονται άσχημα για τα προβλήματα του πλανήτη και της κοινωνίας όταν είναι εδώ. Δεν θέλουν γιατί κάνουν διακοπές και θέλουν να περάσουν καλά για λίγες μέρες."

Παραπάνω από τους μισούς διαχειριστές είναι πεπεισμένοι για το πόσο πολύ μπορεί η αδιαφορία των επισκεπτών να επηρεάσει αρνητικά τη βιώσιμη λειτουργικότητα του καταλύματος.

Γράφημα 14

Η υιοθέτηση περιβαλλοντικών πρακτικών μπορεί να μειώσει την ποιότητα της διαμονής;

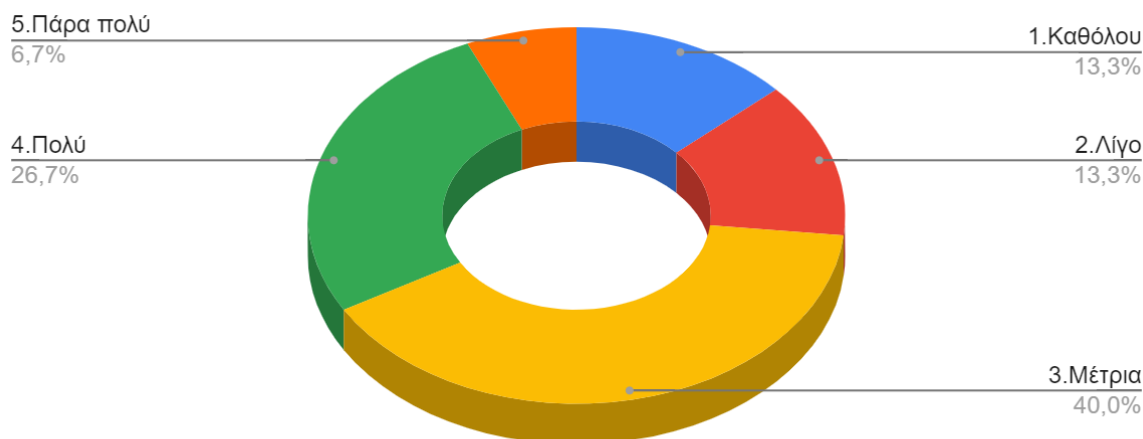


Στην ερώτηση «Η υιοθέτηση περιβαλλοντικών πρακτικών μπορεί να μειώσει την ποιότητα της διαμονής;» το δείγμα έδωσε τις απαντήσεις «Λίγο» και «Καθόλου» σε ποσοστό 60%. Η Π3 απάντησε: «Οι φιλοπεριβαλλοντικές πρακτικές σίγουρα στοιχίζουν και για να μη μειωθεί η ποιότητα της διαμονής οι επισκέπτες θα πρέπει να είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν 20-25% παραπάνω». Ο Μ4 λέει σχετικά: «Για να λειτουργήσουμε κάτω από πιο αυστηρά περιβαλλοντικά κριτήρια χρειάζεται συλλογική προσπάθεια από πολλούς φορείς ώστε να οργανωθούμε σαν προορισμός. Ένας μόνος του δεν μπορεί να κάνει πολλά».

Η υιοθέτηση περιβαλλοντικών πρακτικών σύμφωνα με τις απαντήσεις έχουν μικρό αντίκτυπο στη μείωση της ποιότητας διαμονής των επισκεπτών. Το ίδιο δεν φαίνεται να ισχύει και για τις τιμές του καταλύματος που θα πρέπει να αυξηθούν.

Γράφημα 15

Η επένδυση για περισσότερη βιωσιμότητα όπως ανανεώσιμες πηγές ενέργειας η ενεργειακή αναβάθμιση του κτιρίου είναι οικονομικά βιώσιμες;



Στην ερώτηση «Η επένδυση για περισσότερη βιωσιμότητα όπως ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και η ενεργειακή αναβάθμιση του κτιρίου είναι οικονομικά βιώσιμες;» Εδώ οι περισσότεροι από τους μισούς με 40% απάντησαν «Μέτρια» και 26,7% «Πολύ». Ο Π5 μας εξηγεί: "Έχουμε περιορισμούς για το κτίριο, δεν μπορούμε να βάλουμε φωτοβολταϊκά σε στέγες γιατί είμαστε παραδοσιακός οικισμός. Έχουμε όμως κάνει επένδυση σε πρόσοψη". Ο Π4 μας λέει: "Θα μπορούσαμε σαν κοινότητα να κάνουμε ένα φωτοβολταϊκό πάρκο παράπλευρα του οικισμού και να το διαχειριζόμαστε για την κοινή ωφέλεια".

Το μεγαλύτερο ποσοστό επισκεπτών πιστεύει πως επενδύοντας στην ενεργειακή αναβάθμιση του καταλύματος κάνει ένα ακόμα βήμα προς τη βιωσιμότητα. Παράλληλα, όπως μαρτυρούν, μπορεί να υπάρξει μείωση του κόστους λειτουργίας μέσα από συνεργασίες.

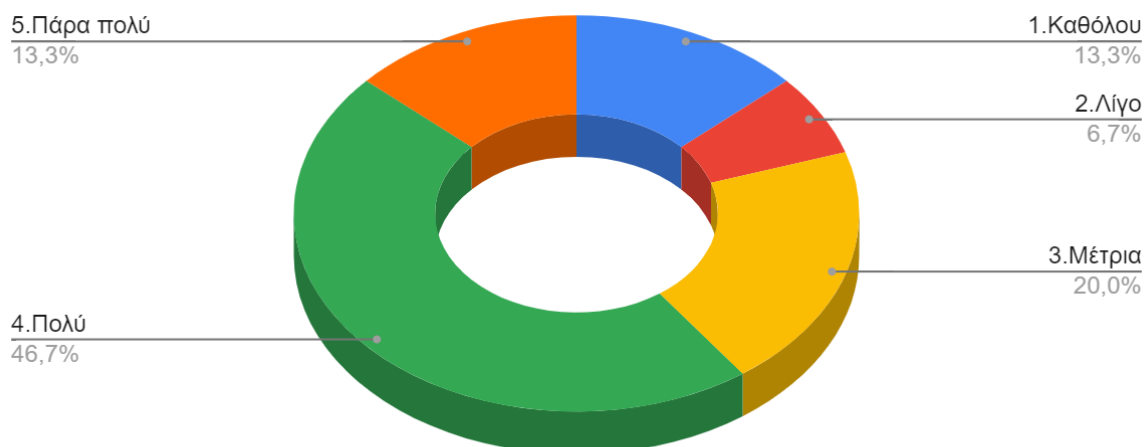
6.9.4 Τέταρτος Άξονας

Στον τέταρτο άξονα κωδικοποιήθηκαν τα δεδομένα με βάση τις στάσεις απέναντι στη βιωσιμότητα για την ικανοποίηση του στόχου 3 για την αποσαφήνιση των γνώσεων, στάσεων και αντιλήψεων των ιδιοκτητών για το περιβάλλον και την Αειφορία.

Με αυτές τις ερωτήσεις θα διερευνηθεί κατά πόσο οι ιδιοκτήτες των καταλυμάτων πιστεύουν οι στόχοι από τις παγκόσμιες διακηρύξεις της Γλασκώβης για τον τουρισμό και τον στόχο 12 των 17 ΣΒΑ μπορούν να υλοποιηθούν. Επίσης διερευνάται η γνώμη τους για το αν ο τουρισμός σαν επιχειρηματική δραστηριότητα μπορεί να ωφελήσει το περιβάλλον και την τοπική κοινότητα.

Γράφημα 16

Ο τουρισμός στην περιοχή μπορεί να λειτουργήσει σε αρμονία με το περιβάλλον και να βοηθήσει την τοπική κοινωνία;

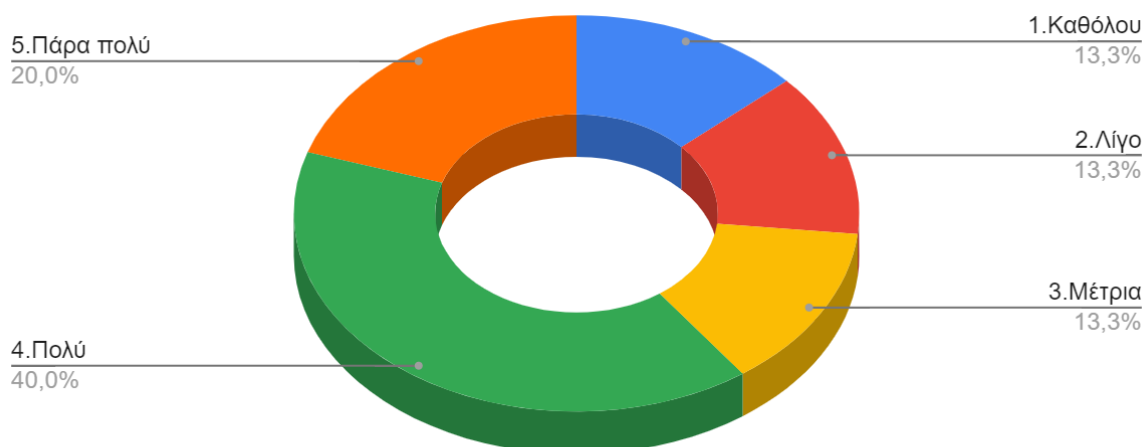


Στην ερώτηση «Ο τουρισμός στην περιοχή μπορεί να λειτουργήσει σε αρμονία με το περιβάλλον και να βοηθήσει την τοπική κοινωνία. Σε αυτή την ερώτηση οι διαχειριστές απάντησαν «Πολύ» σχεδόν οι μισοί. Το ορεινό τοπίο με την παραδοσιακή αρχιτεκτονική των οικισμών προδιαθέτουν για οικοτουρισμό. Ο Μ5 μας είπε: "Ο περιπατητικός τουρισμός είναι πολύ αναπτυγμένος στην περιοχή και προσφέρει θέσεις εργασίας στις τοπικές κοινότητες". Ο Π3 εμφανίστηκε πιο προβληματισμένος: "Ανά σημεία υπάρχει πρόβλημα, ιδιαίτερα κάποιες μέρες στην υψηλή σεζόν, με τα αυτοκίνητα και αυτό δυσκολεύει τη ζωή όλων. Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου θα ήταν ωφέλιμη".

Στον ιδιαίτερο ορεινό προορισμό του Πηλίου οι περισσότεροι πιστεύουν στην αρμονική συνύπαρξη τουρισμού και περιβάλλοντος καθώς και στη βοήθεια που μπορεί να προσφέρει αυτός ο συνδυασμός στην τοπική κοινωνία.

Γράφημα 17

Η κλιματική αλλαγή μπορεί να επηρεάσει αρνητικά στο μέλλον το κατάλυμα σας;

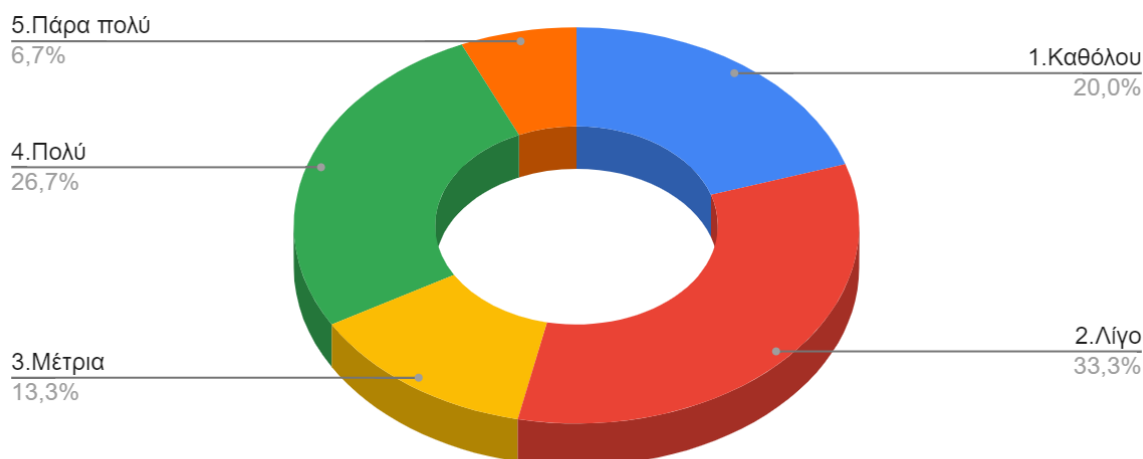


Η ερώτηση «Η κλιματική αλλαγή μπορεί να επηρεάσει αρνητικά στο μέλλον το κατάλυμα σας;» απαντήθηκε «Πολύ» και «Πάρα πολύ» σε ποσοστό 60%, δείχνοντας να αντιλαμβάνονται τους κινδύνους της κλιματικής αλλαγής. Ο Π3 ακούστηκε σίγουρος: "Πολύ γιατί είμαστε ορεινό μέρος. Θέλουμε το χιόνι για να γεμίζουν οι πηγές και να έρχονται επισκέπτες. Η Μ1 τόνισε με αγωνία: "Δεν έχει χιονίσει καθόλου φέτος. Τέτοιο ζεστό χειμώνα δεν έχω ξαναζήσει εδώ".

Στο συγκεκριμένο ερώτημα οι απαντήσεις αποτυπώνουν το μεγάλο ποσοστό ανησυχίας των ερωτηθέντων για το μέλλον του πλανήτη και την ανάλογη επιρροή που θα έχει στο κατάλυμα τους.

Γράφημα 18

Το κατάλυμα σας μπορεί να μειώσει στο μισό τις εκπομπές του σε άνθρακα ως το 2030;

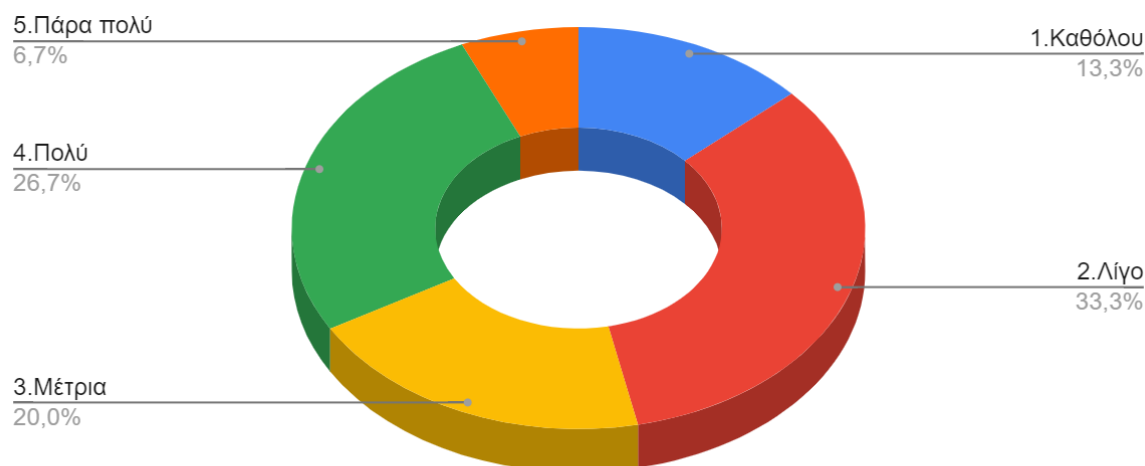


Οι απαντήσεις στην ερώτηση «Το κατάλυμα σας μπορεί να μειώσει στο μισό τις εκπομπές του σε άνθρακα ως το 2030;» ήταν «Λίγο» σε ποσοστό 33,3% και «Πολύ» σε ποσοστό 26,7% δείχνοντας τις διαφορετικές απόψεις σε αυτό το ζήτημα. Η Μ1 μας αναφέρει: "Η τροφοδοσία του καταλύματος, εδώ στους στενούς δρόμους, είναι δύσκολη, η ηλεκτροκίνηση μπορεί να προσφέρει λύσεις. Η Μ4 τονίζει με έμφαση: "Πρέπει να παρθούν γενναία μέτρα χρηματοδότησης για να επιτευχθεί αυτό. Πώς να τους πιστέψουμε τη διακήρυξη όταν υπογράφουν από τη μία και από την άλλη ανοίγουν τα ορυχεία λιγνίτη".

Το ένα τρίτο των ερωτηθέντων αλλά ταυτόχρονα και το μεγαλύτερο ποσοστό δηλώνει ότι είναι δύσκολο να επιτύχουν την μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα ως το 2030. Εντύπωση όμως προκαλεί και το γεγονός ότι η αμέσως επόμενη σε ποσοστό ομάδα συμμετασχόντων πιστεύουν πολύ ότι αυτό είναι εφικτό γιατί υπάρχουν τεχνολογικές λύσεις.

Γράφημα 19

Η περιοχή που βρίσκεται το κατάλυμα σας μπορεί να ικανοποιήσει το Στόχο 12 για βιώσιμη κατανάλωση και κυκλική οικονομία;



Στην ερώτηση «Η περιοχή που βρίσκεται το κατάλυμα σας μπορεί να ικανοποιήσει το στόχο 12 για βιώσιμη κατανάλωση και κυκλική οικονομία;» Και σε αυτή την περίπτωση η απάντηση ήταν κατά 33,3% «Λίγο» και 26,7 «Πολύ» δείχνοντας ακόμη μια αφορά τις διαφορετικές γνώμες που έχουν οι διαχειριστές σχετικά με το μέλλον. Θεωρούν ότι για την επίτευξη των στόχων η οικονομική ανάπτυξη και η συνεργασία είναι το κλειδί. Ο Μ3 μας απάντησε: "Εμείς θέλουμε αλλά υπάρχουν πολλοί περιορισμοί. Η ανακύκλωση είναι ευθύνη των δήμων και γίνεται δύσκολα στους στενούς δρόμους του οικισμού. Η βιωσιμότητα είναι επιτακτική ανάγκη αλλά για να κυριαρχήσει πρέπει να γίνει κυρίαρχη οικονομική ανάγκη και να συνεργαστούμε με όλους τους φορείς".

Ακόμα ένα ερώτημα όπου τα δύο μεγαλύτερα ποσοστά είναι αντικρουόμενες απόψεις. Αυτή η μεγάλη παραλλακτικότητα στις απόψεις έχει να κάνει με την εμπιστοσύνη των διαχειριστών στους παγκόσμιους οργανισμούς και κυβερνήσεις και από την άλλη η στάση αισιοδοξίας που έχουν πολλοί για το μέλλον.

6.10. Περιορισμοί της έρευνας

Η έρευνα συγκεντρώθηκε σε ένα πολύ συγκεκριμένο δείγμα ορεινού τουρισμού και τα αποτελέσματά της δεν είναι δυνατόν να γενικευτούν. Λόγω όμως της συνεχούς εξάπλωσης του σήματος βιωσιμότητας και την υιοθέτηση του από πολλά παρόμοια καταλύματα τα δεδομένα της έρευνας μας θα μπορούσε να χρησιμοποιηθούν σαν μία πρώτη μελέτη σε αυτού του τύπου σήματα βιωσιμότητας

6.11. Συμπεράσματα

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα διατηρούν μία στάση αναμονής για τα οφέλη της πιστοποίησης και το ρόλο που μπορεί να παίξει η σήμανση βιωσιμότητας των καταλυμάτων τον τρόπο λειτουργίας του καταλύματος. Όπως φαίνεται και στα αποτελέσματα η στάση των ερωτηθέντων απέναντι στην αξία και τα πραγματικά οφέλη της πιστοποίησης, οδηγεί στο συμπέρασμα πως οι διαχειριστές είναι πρόθυμοι να αναλάβουν περισσότερες πρωτοβουλίες και δεσμεύσεις για την Αειφορία στα καταλύματα τους υπό προϋποθέσεις.

Κάποιοι πιστεύουν ότι η αύξηση της δημοτικότητας και η προώθηση από τις εταιρείες εύρεσης καταλυμάτων θα μετακινήσει τους επισκέπτες σε πιο βιώσιμες επιλογές. Κάποιοι άλλοι δεν δείχνουν να είναι σίγουροι ότι το σήμα βιωσιμότητας μπορεί να κινητοποιήσει τους επισκέπτες να επιλέξουν το κατάλυμα. Στο θέμα μείωσης του συνολικού κόστους λειτουργίας πολλοί πιστεύουν ότι οι επισκέπτες με τη συμπεριφορά τους μπορούν να συμβάλλουν, οι περισσότεροι όμως πιστεύουν ότι για να επέλθει δραστική μείωση των εξόδων χρειάζονται επενδύσεις. Επενδύσεις που είναι απαραίτητες για την πορεία προς πιο βιώσιμο τουρισμό αλλά οι δυνατότητες χρηματοδότησης τους δεν είναι γνωστές στους ιδιοκτήτες. Η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων τους θεωρείται σημαντικό κίνητρο για να εντάξουν περισσότερες βιώσιμες πρακτικές στη λειτουργία του καταλύματος τους. Η οικονομική αποτελεσματικότητα των εξόδων πιστοποίησης είναι αυτή που τους ανησυχεί παρά το θετική στάση τους απέναντι στο πλαίσιο βημάτων που προσφέρουν.

Οι διαχειριστές κρατούν επιφυλακτική στάση απέναντι στην διάθεση συμμετοχής των επισκεπτών και επιθυμούν περισσότερη υποστήριξη στην ευαισθητοποίηση τους. Συμπερασματικά όμως πιστεύουν ότι οι επισκέπτες μπορούν να παίξουν πολύ σημαντικό ρόλο στις προσπάθειές που καταβάλει το κατάλυμα για την Αειφορία αν ευαισθητοποιηθούν και γίνουν πιο υπεύθυνοι. Όσον αφορά την αλλαγή αντιλήψεων των επισκεπτών, τα συμπεράσματα χωρίζονται σε δύο σκέλη. Στο ένα βρίσκεται η “ομάδα” των τουριστών που δε γνωρίζουν πολλά για τη βιωσιμότητα κι ούτε δείχνουν ενδιαφέρον να μάθουν που μέσα από την ανεύθυνη συμπεριφορά τους να υπονομεύσουν το βιώσιμο μοντέλο λειτουργίας. Τα άτομα που ανήκουν σ αυτή την ομάδα είναι κυρίως μεγάλης ηλικίας και αρκετά απαιτητικά στη συμπεριφορά τους κατά τη διαμονής τους. Στο άλλο συναντάμε τους επισκέπτες νεότερης ηλικίας ,οι οποίοι είναι αρκετά ενημερωμένοι για τη βιωσιμότητα κι ακόμα πιο πολύ συνειδητοποιημένοι. Η διαφορά μεταξύ ενός επισκέπτη που είναι συνειδητοποιημένος

με έναν που είναι αδιάφορος έχει αντίστοιχα θετικές και αρνητικές επιδράσεις τόσο για το κατάλυμα όσο και για το ευρύτερο περιβάλλον που κινείται.

Σίγουρα λοιπόν οδηγούμαστε στο συμπέρασμα πως οποιαδήποτε προσπάθεια ευαισθητοποίησης ή ακόμα κι εκπαίδευσης, θα είχε καλύτερα αποτελέσματα στη νεότερη ομάδα επισκεπτών. Τα θεμέλια για μια σωστή στάση και αγάπη για το περιβάλλον πρέπει να χτίζονται απ τα πρώτα κιόλας χρόνια ζωής του ανθρώπου. Η οικογένεια λοιπόν καλείται να παίξει τον πρωταρχικό ρόλο. Εκδρομές στη φύση, σωστή διαχείριση απορριμμάτων, συζητήσεις για το πως μπορούμε να ζούμε σε αρμονία με το περιβάλλον, να το σεβόμαστε και να το διαφυλάξουμε υγιές για τις επόμενες γενιές. Το έργο αυτό συνεχίζεται στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Ο ρόλος του σχολείου λοιπόν είναι εξίσου καθοριστικός με αυτόν της οικογένειας. Υπάρχουν πληθώρα εκπαιδευτικών προγραμμάτων που μπορούν να υλοποιηθούν στο σχολικό χώρο (καλλιέργειες φυτών και λαχανικών, δένδροφυτεύσεις, συμμετοχή σε δράσεις που αφορούν καθαρισμό παραλιών από τα απορρίμματα). Μεγαλώνοντας υπό τις παραπάνω συνθήκες, τότε είναι που τα βιώματα γίνονται γνώσεις, οι γνώσεις οδηγούν στην εκπαίδευση, η εκπαίδευση μετουσιώνεται σε στάσεις και οι στάσεις φέρνουν την αλλαγή που όλοι ονειρευόμαστε για ένα καλύτερο μέλλον!

Άλλωστε είναι απ όλους αποδεκτό το πόσο εποικοδομητική μπορεί να είναι η συμβολή της εκπαίδευσης σε όλους τους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας. Ο τουρισμός μέσω της εκπαίδευσης μπορεί να παρέχει μία μετασχηματιστική εμπειρία για τους επισκέπτες. Αυτό αναδεικνύει την εκπαίδευση και την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση σαν ένα απαραίτητο παράγοντα σκέψης για τα καταλύματα. Οι ιδιοκτήτες διαχειριστές μπορούν να παίξουν έναν σημαντικό ρόλο στο να βοηθήσουν να εκπαιδευτούν οι επισκέπτες τους στο πώς μπορούν να μειώσουν το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα και να προστατεύσουν το περιβάλλον καθώς διαμένουν στο κατάλυμα. Παίρνοντας την πρωτοβουλία οι ιδιοκτήτες να ευαισθητοποιήσουν τους επισκέπτες τους στο πώς να μειώσουν το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα μπορούν να συμβάλλουν στη δημιουργία μιας πιο βιώσιμης τουριστικής εμπειρίας με ποιοτικό χαρακτήρα.

Πολύ σημαντικός παράγοντας προβληματισμού για τους ιδιοκτήτες είναι η αδιαφορία ενός μεγάλου μέρους των επισκεπτών που πράγματι μπορεί να υπονομεύσει τη διαδικασία μετάβασης σε ένα πιο βιώσιμο μοντέλο λειτουργίας. Το αίσθημα της ξενασιάς και η απαλλαγή από την καθημερινότητα δείχνουν να κάνουν κάποιους απο τους επισκέπτες αδιάφορους για τις προσπάθειες που καταβάλλει το κατάλυμα στην υιοθέτηση πιο βιώσιμων πρακτικών. Σε αυτό το δύσκολο έργο λένε χρειάζονται βοήθεια για την ευαισθητοποίηση.

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα τόνισαν την ανάγκη συνεργασιών από πολλούς φορείς ώστε να οργανωθεί ο προορισμός για να μπορέσει να λειτουργήσει κάτω από πιο αυστηρά περιβαλλοντικά κριτήρια. Εκτός από την οργάνωση οι ιδιοκτήτες τονίζουν το κόστος λειτουργίας υιοθετώντας φιλοπεριβαλλοντικές πρακτικές θα αυξηθεί και οι επισκέπτες θα πρέπει να είναι έτοιμοι να πληρώσουν περισσότερο για τη διαμονή τους.

Στα πλαίσια του ότι ένα τουριστικό κατάλυμα είναι μία επιχείρηση, η έννοια της χρηματοδότησης αναπόφευκτα ήρθε πάρα πολλές φορές στο τραπέζι των συζητήσεων. Οι επενδύσεις που είναι απαραίτητες όπως οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και ενεργειακή αναβάθμιση του κτιρίου είναι πολυδάπανες αλλά οι διαχειριστές πιστεύουν ότι είναι οικονομικά βιώσιμος μακροπρόθεσμα. Τροχοπέδη σε αυτό είναι ο περιορισμός στην κατασκευή των κτιρίων λόγω του ότι οι οικισμοί θεωρούνται παραδοσιακοί. Η συνεργασία θεωρείται λύση και στην κατασκευή ανανεώσιμων πηγών ενέργειας εκτός οικισμού.

Οι διαχειριστές πιστεύουν ότι σε κάποια σημεία υπάρχουν προβλήματα ποιότητας αλλά η βιωσιμότητα μπορεί να δώσει μια αυθεντική εμπειρία και νόημα σε αυτό που κάνουν. Για να λειτουργήσει πιο ποιοτικά ο τουρισμός στην περιοχή θα ήταν καλό να χρησιμοποιηθεί η έννοια της φέρουσας ικανότητας ώστε να ελεγχθεί ο υπερτουρισμός στις μέρες αιχμής. Επίσης η περιοχή είναι ιδανική για οικοτουρισμό όπως διαπιστώσαμε προσωπικά εμείς οι ίδιοι κατά τη διάρκεια της έρευνας. Ο οικοτουρισμός ταιριάζει στην περιοχή και μπορεί να λειτουργήσει σε αρμονία με το περιβάλλον και να βοηθήσει την τοπική κοινωνία.

Στο θέμα του επηρεασμού του καταλύματος τους από την κλιματική αλλαγή οι συμμετέχοντες φάνηκαν προβληματισμένοι και ανήσυχοι. Ο φετινός χειμώνας και ειδικά ο Ιανουάριος του 2023 είναι από τους πιο ζεστούς που έχει καταγραφεί και αυτό δεν περνάει απαρατήρητο από τους ανθρώπους που ζουν στην περιοχή και έχουν συνηθίσει αυτό το μήνα να υπάρχουν βροχές, χιόνια και χαμηλές θερμοκρασίες. Κατά την επίσκεψή μας ο καιρός ήταν αίθριος και ζεστός και για την περιοχή θύμιζε περισσότερο σαν τέλη Μαρτίου παρά σαν Ιανουάριος. Οι ερωτώμενοι δείχνουν να έχουν καταλάβει το επείγον μήνυμα για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής. Η συμφωνία της Γλασκώβης για τον τουρισμό έχει δεσμευτεί να μειώσει στο μισό τις εκπομπές του άνθρακα στο 2030 αλλά την εφαρμογή της τη βρίσκουν δύσκολη οι συμμετέχοντες. Πιστεύουν ότι απαιτούνται πολλά χρήματα για τις καθαρές από εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα νέες τεχνολογίες όπως η ηλεκτροκίνηση. Η τροφοδοσία των καταστημάτων και μετακίνηση των επισκεπτών στηρίζεται στα ορυκτά καύσιμα και αποτελούν ζωτικό παράγοντα της λειτουργίας τους.

Οι 17 Στόχοι όπως αναφέρεται στη βιβλιογραφία σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό και ιδιαίτερα ο στόχος 12 για βιώσιμη κατανάλωση και κυκλική οικονομία. Το σύνθημα της κυκλικής οικονομίας, Ανακύκλωση - Επαναχρησιμοποίηση - Μείωση, είναι δύσκολο να εφαρμοστεί σήμερα στην περιοχή. Οι δυσκολίες ξεκινάνε από την ανακύκλωση που έχει μεγάλες δυσχέρειες να εφαρμοστεί στους στενούς δρόμους των οικισμών ενώ επισημαίνεται η ευθύνη της ανακύκλωσης που έχουν οι δήμοι.

6.12. Προτάσεις

Η ευαισθητοποίηση μπορεί να γίνει μέσα από διάφορους τρόπους όπως την παροχή πληροφοριών για το τοπικό περιβάλλον, την γνωστοποίηση των φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών που ακολουθεί το κατάλυμα, την οργάνωση ξεναγήσεων στις πράσινες εγκαταστάσεις του καυαλύματος, τη προσφορά δραστηριοτήτων οι οποίες προάγουν την

περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και παρέχουν κίνητρα στους επισκέπτες να χρησιμοποιούν περισσότερες βιώσιμες πρακτικές.

Επίσης μπορεί να γίνει μέσα από κίνητρα ανταμοιβές και την παροχή πληροφοριών σχετικά με τους στόχους και τις πρακτικές βιωσιμότητας που έχει αναλάβει το κατάστημα. Κίνητρα όπως εκπτώσεις και δωρεάν αναβαθμίσεις δωματίων μπορούν να προτρέψουν τους επισκέπτες να συμμετέχουν στις διαδικασίες ανακύκλωσης, στη λογική χρήση του νερού και της ενέργειας και στην ελαχιστοποίηση των απορριμμάτων. Παρέχοντας σαφείς και συνοπτικές πληροφορίες μέσω φυλλαδίων, της ιστοσελίδας του καταλύματος, κοινωνικά δίκτυα ή ενημερωτικά δελτία, τα καταλύματα μπορούν επίσης να εκπαιδεύσουν τους επισκέπτες τους σε θέματα βιωσιμότητας και να τους ενθαρρύνουν να συμμετάσχουν στην αποστολή βιωσιμότητας που έχουν δεσμευτεί.

Έχουν ακόμα τη δυνατότητα να δημιουργήσουν διαδραστικές δραστηριότητες και εργαστήρια για να προσελκύσουν τους επισκέπτες και να τους ενημερώσουν σχετικά με θέματα Αειφορίας.

Οι διαχειριστές των ξενοδοχείων πρέπει να είναι επίσης καλά καταρτισμένοι στις βιώσιμες πρακτικές και να είναι σε θέση να παρέχουν επαρκής οδηγίες και πληροφόρηση για όποιον επισκέπτη αναζητεί περισσότερη ενημέρωση σχετικά με τη βιωσιμότητα. Με τη δέσμευση για τις πρακτικές βιωσιμότητας και με τη γενικότερη τους στάση απέναντι στην βιωσιμότητα μπορούν να αποτελέσουν ένα παράδειγμα για τους επισκέπτες

Πιστεύουμε λοιπόν ότι η εκπαίδευση και η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση στα καταλύματα με σήμα βιώσιμου τουρισμού πρέπει να αποτελεί απαραίτητο παράγοντα σκέψης και δράσης. Τα καταλύματα μπορούν να παίξουν έναν σημαντικό ρόλο στο να βοηθήσουν να ευαισθητοποιηθούν οι επισκέπτες τους στο πώς μπορούν να μειώσουν το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα και να προστατεύσουν το περιβάλλον κατά τη διάρκεια της διαμονής τους.

Τέλος οι διαχειριστές μπορούν να διαδώσουν το μήνυμα του βιώσιμου τουρισμού με την παροχή πληροφοριακού υλικού σχετικά με τη βιωσιμότητα και της προσπάθειας υιοθέτησης των πρακτικών της πιστοποίησης. Μπορούν να ενημερώνουν τους επισκέπτες για τη βιωσιμότητα και τη σημασία της και πώς το κατάλυμα που μένουν έχει δεσμευτεί και προσπαθεί να κάνει βήματα για περαιτέρω μείωση του περιβαλλοντικού του αποτυπώματος και υιοθέτηση περισσότερων πρακτικών βιωσιμότητας.

Για τα προβλήματα που δημιουργούνται από τον τουρισμό πρέπει να εκπαιδευτούν, να ευαισθητοποιηθούν και τελικά να αλλάξουν τη στάση τους απέναντι στο περιβάλλον όλες οι εμπλεκόμενες ομάδες στην τουριστική βιομηχανία.

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωση

ABCDEF

Ahmad, Z., Hassan, N. M., Khattak, M. N., Moustafa, M. A., & Fakhri, M. (2021). Impact of tourist's environmental awareness on pro-environmental behavior with the mediating effect of tourist's environmental concern and moderating effect of tourist's environmental attachment. *Sustainability*, 13(23), 12998.

Amerta, I. M. S., Sara, I. M., & Bagiada, K. (2018). Sustainable tourism development. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 5(2), 248-254.

Amstel, M., de Brauw, C., Driessen, P., & Glasbergen, P. (2007). The reliability of product-specific eco-labels as an agrobiodiversity management instrument. *Biodiversity and Conservation*, 16(14), 4109-4129.

Ankomah, P. K., & Larson, R. T. (2000). Education Tourism: A Strategy to Sustainable Tourism Development in Sub-Saharan Africa. *DPMN Bulletin*, 7(1), 19-24.

Bekturdiyev, J. K. (2016). Features Of Sustainable Development Of Tourism. *Ответственный редактор*, 313.

Bhuiyan, M. A., Siwar, C., & Islam, R. (2010). Ecotourism and environmental education: An opportunity for Bangladesh. In *Proceedings of International Conference on Environmental Aspects of Bangladesh (ICEAB10), Japan (Vol. 4, pp. 43-44)*.

Bodger, D. (1998). Leisure, learning, and travel. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 69(4), 28-31.

Booking Holdings.(2022). Climate Action Plan.*Norwalk*

Bramwell, B., Higham, J., Lane, B., & Miller, G. (2017). Twenty-five years of sustainable tourism and the Journal of Sustainable Tourism: looking back and moving forward. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 1-9.

Brundtland, G. H. (1987). Our common future—Call for action. *Environmental conservation*, 14(4), 291-294.

Budeanu, A. (2007). Sustainable tourist behaviour—a discussion of opportunities for change. *International journal of consumer studies*, 31(5), 499-508.

Cheung, K. S., & Li, L. H. (2019). Understanding visitor–resident relations in overtourism: Developing resilience for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(8), 1197-1216.

De Medeiros, J. F., Da Rocha, C. G., & Ribeiro, J. L. D. (2018). Design for sustainable behavior (DfSB): Analysis of existing frameworks of behavior change strategies, experts' assessment and proposal for a decision support diagram. *Journal of Cleaner Production*, 188, 402-415.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). The Sage handbook of qualitative research. *Sage*.

DiCicco-Bloom, B., & Crabtree, B. F. (2006). The qualitative research interview. *Medical education*, 40(4), 314-321.

Elkington, J., & Rowlands, I. H. (1999). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. *Alternatives Journal*, 25(4), 42.

ETC.(2019). Report On European Sustainability Schemes and their Role in Promoting Sustainability and Competitiveness in European Tourism. *European Travel Commission Market Intelligence Report. Brussels*

Fennell, D. A & de Grosbois, D. (2022). Sustainability and ecotourism principles adoption by leading ecolodges: learning from best practices. *Tourism Recreation Research*, 47(5-6), 483-498.

Fennell, D. (1999). Ecotourism .Tourism Recreation Research,*Routledge Publications*

GHIJKL

Gerasimova, K. (2017). An Analysis of Brundtland Commission's: Our Common Future. *Macat Library*.

Green Key(2022).Green Key criteria and explanatory notes.Hotels & Hostels.*Foundation for Environmental Education*

de Grosbois, D., & Fennell, D. A. (2022). Sustainability and ecotourism principles adoption by leading ecolodges: learning from best practices. *Tourism Recreation Research*, 47(5-6), 483-498.

GSTC.(2021).Accreditation Manual For Certification of Hotels/Accommodations & Tour Operators v2.5. *The Global Sustainable Tourism Council*

GSTC(2016). Industry Criteria.Performance indicators For Hotels and Accommodations and corresponding SDGs.*Global Sustainable Tourism Council, Washington*

- Han, H. (2021). Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: A review of theories, concepts, and latest research. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1021-1042.
- Hanson, L. (2010). Global citizenship, global health, and the internationalization of curriculum: A study of transformative potential. *Journal of Studies in International Education*, 14(1), 70-88.
- Heimlich, J. E., & Ardoin, N. M. (2008). Understanding behavior to understand behavior change: A literature review. *Environmental education research*, 14(3), 215-237.
- Hernik, J. (2017). GREENWASHING IN TOURISM, SO HOW COMPANIES SHOULD NOT CREATE AN IMAGE. *Challenges of Tourism and Business Logistics in the 21st Century*, 1(1), 13-1
- Hollweg, K. S., Taylor, J. R., Bybee, R. W., Marcinkowski, T. J., McBeth, W. C., & Zoido, P. (2011). Developing a framework for assessing environmental literacy. *Washington, DC: North American Association for Environmental Education*, 122.
- Hunter, C. J. (1995). On the need to re-conceptualize sustainable tourism development. *Journal of sustainable tourism*, 3(3), 155-165.
- Hussain, A. (2021). A future of the tourism industry: Conscious travel, destination recovery and regenerative tourism. *Journal of Sustainability and Resilience*, 1(1), 5.
- Keeble, B. R. (1988). The Brundtland report: 'Our common future'. *Medicine and war*, 4(1), 17-25.
- Ketter, Eran. (2020.) "Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y." *Journal of Tourism Futures* 7: 192-196.
- Kim, M., & Koo, D. W. (2020). Visitors' pro-environmental behavior and the underlying motivations for natural environment: Merging dual concern theory and attachment theory. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102147.
- Kollmuss, A., Agyeman, J.: Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environ. Educ. Res.* 8, 239–260 (2002)
- Kopnina, H. (2020). Education for the future? Critical evaluation of education for sustainable development goals. *The Journal of Environmental Education*, 51(4), 280-291.
- Kuhlman, T., & Farrington, J. (2010). What is sustainability?. *Sustainability*, 2(11), 3436-3448.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?. *Environmental education research*, 8(3), 239-260.

Lane, B. (1994). What is rural tourism?. *Journal of sustainable tourism*, 2(1-2), 7-21.

Lee, W. H., & Moscardo, G. (2005). Understanding the impact of ecotourism resort experiences on tourists' environmental attitudes and behavioural intentions. *Journal of sustainable tourism*, 13(6), 546-565.

Lincoln, Y. S. (2001). Varieties of validity: Quality in qualitative research. *HIGHER EDUCATION-NEW YORK-AGATHON PRESS INCORPORATED-*, 16, 25-72.

Long, J., Vogelaar, A., & Hale, B. W. (2014). Toward sustainable educational travel. *Journal of sustainable tourism*, 22(3), 421-439.

MNOPQR

Martínez, J. M. G., Martín, J. M. M., Fernández, J. A. S., & Mogorrón-Guerrero, H. (2019). An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. *Journal of Business Research*, 100, 165-174.

Mair, H., & Sumner, J. (2017). Critical tourism pedagogies: Exploring the potential through food. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 21, 195-203.

Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens, W. W. (1972). The limits to growth. In *Green planet blues* (pp. 25-29). Routledge.

Meschini, M., Prati, F., Simoncini, G. A., Airi, V., Caroselli, E., Prada, F., ... & Goffredo, S. (2021). Environmental awareness gained during a citizen science project in touristic resorts is maintained after 3 years since participation. *Frontiers in Marine Science*, 92.

Mishra, L. (2021). Corporate social responsibility and sustainable development goals: A study of Indian companies. *Journal of Public Affairs*, 21(1), e2147.

Mohonk Agreement.(2000). *Mohonk Agreement: Proposal for an International Certification Program for Sustainable Tourism and Ecotourism*.

OPSTP. (2021). Glasgow Declaration: a Commitment to a Decade of Climate Action. *One Planet Sustainable Tourism Programme*

Pavlova, M. (2013). Towards using transformative education as a benchmark for clarifying differences and similarities between environmental education and education for sustainable development. *Environmental Education Research*, 19(5), 656-672.

Penz, E., Hofmann, E., & Hartl, B. (2017). Fostering sustainable travel behavior: Role of sustainability labels and goal-directed behavior regarding touristic services. *Sustainability*, 9(6), 1056.

Purvis, B., Mao, Y., & Robinson, D. (2019). Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. *Sustainability science*, 14(3), 681-695.

Rasoolimanesh, S. M., Ramakrishna, S., Hall, C. M., Esfandiar, K., & Seyfi, S. (2020). A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-21.

Reisinger, Y. (2015). Transformational tourism: Host perspectives. *CABI*.

STUVXWYZ

Sander, B. (2012). The importance of education in ecotourism ventures: lessons from Rara Avis ecolodge, Costa Rica. *International Journal of Sustainable Society*, 4(4), 389-404.

Scott, D., & Gössling, S. (2021). From Djerba to Glasgow: have declarations on tourism and climate change brought us any closer to meaningful climate action?. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(1), 199-222.

Seidel, S., Vrenegoor, F., & Cavagnaro, E. (2021). Sustainable behaviour in tourism and hospitality. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(5), 471-474.

Sekhokoane, L.; Qie, N.; Rau, P.L. Do Consumption Values and Environmental Awareness Impact on Green Consumption in China? In International Conference on Cross-Cultural Design; Springer: Cham, Switzerland, 2017; pp. 713–723.

Silverman, D. (2021). Doing qualitative research. *Doing qualitative research*, 1-100.

Soulard, J., McGehee, N. G., Stern, M. J., & Lamoureux, K. M. (2021). Transformative tourism: Tourists' drawings, symbols, and narratives of change. *Annals of Tourism Research*, 87, 103141.

Spenceley, A., & Rylance, A. (2016). The Responsible Tourist: How to find, book and get the most from your holiday. *Global action for sustainable consumption and production & sustainable tourism program*.

Spenceley, A., & Rylance, A. (2019). The contribution of tourism to achieving the United Nations Sustainable Development Goals. *A research agenda for sustainable tourism*.

Szczytko, R., Stevenson, K., Peterson, M. N., Nietfeld, J., & Strnad, R. L. (2019). Development and validation of the environmental literacy instrument for adolescents. *Environmental Education Research*, 25(2), 193-210.

UNEP.(1995).Environmental Action Pack for Hotels: Practical Steps to Benefit your Business and the Environment -Industry and Environment Technical Report No. 31.*United Nations Environment Programme.The International Hotel Association.*

UNEP. (2005). Making tourism more sustainable: a guide for policy makers. *United Nations Environment Programme, Division of Technology, Industry and Economics. Paris*

UNESCO.(1977).The Tbilisi Declaration. *Intergovernmental Conference on Environmental Education (pp. 14-26). Tbilisi, Georgia: USSR.*

UNESCO. (1983).Environment Education: Dictionary. *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Education Sector.Paris*

UNESCO. 2005. United Nations decade of education for sustainable development 2005–2014. *International implementation scheme. Paris: UNESCO Education Sector*

UNESCO.(2009). Learning for a sustainable world: Review of contexts and structures for education for sustainable development. *Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Education Sector*

UNESCO.(2017).Education for Sustainable Development Goals: learning objectives. *Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Education Sector*

UNWTO.(2008). The International Recommendations for Tourism Statistics. *United Nations World Tourism Organization. Madrid*

UNWTO.(2013). Sustainable Tourism for Development Guidebook. Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries .*United Nations World Tourism Organization.Madrid*

UNWTO. (2017a). Chengdu Declaration on ‘Tourism and the Sustainable Development Goals. *General Assembly Documents.Chengdu, China*

UNWTO.(2017b), Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, Highlights. *World Tourism Organization and United Nations Development Programme , Madrid*

UNWTO (2017c). Annual Report 2016.*United Nations World Tourism Organization, Madrid.*

UNWTO.(2021). Recommendations for the Transition to a Green Travel and Tourism Economy, *United Nations World Tourism Organization.Madrid*

UNWTO.(2022). World Tourism Barometer and Statistical Annex 2022, *United Nations World Tourism Organization.Madrid*

UNWTO & ITF. (2019), Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results, *World Tourism Organization and International Transport Forum*, Madrid,

Wall, G. (1997). Is ecotourism sustainable?. *Environmental management*, 21(4), 483-491.

Wall, G. (2020). From carrying capacity to overtourism: A perspective article. *Tourism*

Weaver, D. (2020). Advanced introduction to sustainable tourism. *Elgar Advanced Introductions series*.UK

World Bank Group.(2017).Tourism for Development.20 Reasons Sustainable Tourism Counts for Development.*International Bank for Reconstruction and Development, International Finance Corporation, Washington, DC*

WCED.(1987). Our common future. Report of the: *World Commission on Environment and Development. Brundtland Commission*

WTTC.(2021).Emerging consumer trends in Travel & Tourism in 2021 and beyond. *World Travel & Tourism Council.London*

WTTC.(2022). Travel & Tourism: Economic Impact 2022.*World Travel & Tourism Council Global Economic Impact Report.London*

Zhang, J., & Zhang, Y. (2022). Tourism and regional carbon emissions: city-level evidence from China. *Tourism Review*,

Zhao, Y., & Agyeiwaah, E. (2023). Understanding tourists' transformative experience: A systematic literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 188-199.

Zorpas, A. A., Navarro-Pedreño, J., Panagiotakis, I., & Dermatas, D. (2021). Steps forward to adopt a circular economy strategy by the tourism industry. *Waste Management & Research*, 39(7), 889-891.

Ελληνική

Γαλάνης, Π. (2017). Βασικές αρχές της ποιοτικής έρευνας στις επιστήμες υγείας. *Archives of Hellenic Medicine/Arheia Ellenikes Iatrikes*, 34(6).

Γαλάνης, Π. (2018). Μέθοδοι συλλογής δεδομένων στην ποιοτική έρευνα. *Αρχεία Ελληνικής Ιατρικής*, 35(2), 268-277.

ΙΝΣΕΤΕ. Στατιστικό δελτίο No 75. Αυγустος 2022

Ίσαρη, Φ., & Πουρκός, Μ. (2016). Ποιοτική μεθοδολογία έρευνας.

Λαγουμιντζής, Γ., Βλαχόπουλος, Γ., & Κουτσογιάννης, Κ. (2015). Μεθοδολογία της έρευνας στις επιστήμες υγείας [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. *Κάλλιπος, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις*.

Mantzoukas, S. (2007). Ποιοτική έρευνα σε έξι εύκολα βήματα. *Qualitative research in six easy steps. Epistemology, methods and presentation, Nursery Review*, 46(1), 236-246.

Παρασκευοπούλου-Κόλλια, Ε. Α. (2008). Μεθοδολογία ποιοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες και συνεντεύξεις. *Ανοικτή Εκπαίδευση: το περιοδικό για την Ανοικτή και εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση και την Εκπαιδευτική Τεχνολογία*, 4(1), 72-81.

Παρασκευοπούλου-Κόλλια, Ε. Α. (2019). Μεθοδολογία ποιοτικής έρευνας: συνεντεύξεις και συνεντεύξεις μέσω διαδικτύου. *Ανοικτή Εκπαίδευση: το περιοδικό για την Ανοικτή και εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση και την Εκπαιδευτική Τεχνολογία*, 15(2), 24-37.

Ιστοσελίδες

Booking.com. (2022). Sustainability at Booking.com. Ανακτήθηκε στις 15-12-2022 από : <https://www.sustainability.booking.com/>

EU Ecolabel. (2022) - Holiday accommodation. Ανακτήθηκε στις 10-12-2022 από: https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/product-groups-and-criteria/holiday-accommodation_en

Green Key. (2021). Green Key and the 17 Sustainable Development Goals. Ανακτήθηκε στις 10-1-2023 από: <https://www.greenkey.global/stories-news-1?tag=SDGs>

Green Key. (2022). Ανακτήθηκε από: <https://www.greenkey.global/>

GSTC. (2021). Booking.com Launches Travel Sustainable Badge to Lead Industry in Showcasing a Wider Variety of Sustainable Stays. Ανακτήθηκε στις 20-12-2022 από: <https://www.gstcouncil.org/booking-com-unveils-travel-sustainable-badge/>

GSTC. (2022a). What is Sustainable Tourism? Ανακτήθηκε στις 12-12-2022 από: <https://www.gstcouncil.org/what-is-sustainable-tourism/>

GSTC. (2022b). Booking.com Reveals the Trends Shaping Sustainable Travel in 2022. April 22nd, 2022 . Ανακτήθηκε στις 14-12-2022 από: <https://www.gstcouncil.org/booking-com-2022-sustainable-travel-report/>

GSTC. (2022c). Booking.com Celebrates One Year of Travel Sustainable with New Product Features for Accommodations, Rental Cars and Flights. November 16th, 2022. Ανακτήθηκε στις 14-12-2022 από: <https://www.gstcouncil.org/booking-com-celebrates-one-year-of-travel-sustainable-with-new-product-features-for-accommodations-rental-cars-and-flights/>

Sustainable Tourism Trends. (2021). Roi Ariel, GSTC General Manager WEBINAR 15.12.2021. Ανακτήθηκε στις 20-12-2022 από: <https://www.businessfinland.fi/>

Travelife. (2022). Ανάκτηση από Travelife: <https://www.travelife>

Παράρτημα I

6/2/23, 7:26 π.μ.

Ερωτηματολόγιο για τον Βιώσιμο Τουρισμό

Ερωτηματολόγιο για τον Βιώσιμο Τουρισμό

Μεταπτυχιακή Εργασία

*** Απαιτείται**

1. Κατηγορία καταλύματος σε αστέρια.

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4
☐ 5

2. Αριθμός δωματίων καταλύματος.

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ 1 έως 5
☐ 5 έως 10
☐ 10 έως 20
☐ 20 έως 50
☐ πάνω από 50

3. Ηλικία.

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ 20 ως 35
☐ 35 ως 50
☐ 50 έως 65

4. Χρόνια πιστοποίησης με σήμα βιωσιμότητας.

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ 0-1 Χρόνο
☐ 1-3
☐ 3-5
☐ Πάνω απο πέντε

5. Μετά τη σήμανση , αυξήθηκε το ποσοστό επισκεπτών με πιο φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

6. Το σήμα βιωσιμότητας μειώνει το συνολικό κόστος λειτουργίας; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

7. Δίνει ένα πλαίσιο βημάτων προς τη πιστοποίηση σε φορέα και προσφέρει εξοικείωση σε αυστηρότερους περιβαλλοντικούς όρους λειτουργίας; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

8. Προσφέρει ευκολία στη χρηματοδότηση; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

9. Ενδιαφέρονται οι επισκέπτες για τις πρακτικές βιωσιμότητας που ακολουθεί το κατάλυμα; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

10. Θα θέλετε να δείτε οι επισκέπτες να παίζουν πιο ενεργό ρόλο στις προσπάθειές για βιωσιμότητα που καταβάλλει το κατάλυμα;

*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

11. Πιστεύετε ότι η ευαισθητοποίηση των επισκεπτών για τις πρακτικές βιωσιμότητας που ακολουθείτε μπορεί να τους αλλάξει ώστε να γίνουν πιο υπεύθυνοι;

*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

12. Θα επιθυμούσατε υποστήριξη σε θέματα εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης των επισκεπτών ;

*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

13. Η εκπαίδευση του προσωπικού μπορεί να συμβάλλει σε υιοθέτηση περισσότερων πρακτικών βιωσιμότητας απο το κατάλυμα;

*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

14. Μετά την ενασχόληση σας με τη βιωσιμότητα υιοθετήσατε περισσότερες φιλικές προς το περιβάλλον συνήθειες στην προσωπική σας ζωή;

*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

15. Η αδιαφορία των επισκεπτών μπορεί να υπονομεύσει τη διαδικασία μετάβασης σε πιο βιώσιμο μοντέλο λειτουργίας;

*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

16. Η υιοθέτηση περιβαλλοντικών πρακτικών μπορεί να μειώσει την ποιότητα της διαμονής; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

17. Η επένδυση για περισσότερη βιωσιμότητα όπως ανανεώσιμες πηγές ενέργειας ή ενεργειακή αναβάθμιση του κτιρίου είναι οικονομικά βιώσιμες; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

18. Ο τουρισμός στην περιοχή μπορεί να λειτουργήσει σε αρμονία με το περιβάλλον και να βοηθήσει την τοπική κοινωνία; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

19. Η κλιματική αλλαγή μπορεί να επηρεάσει αρνητικά στο μέλλον το κατάλυμα σας; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

20. Το κατάλυμα σας μπορεί να μειώσει στο μισό τις εκπομπές του σε άνθρακα ως το 2030; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

21. Η περιοχή που βρίσκεται το κατάλυμα σας μπορεί να ικανοποιήσει το στόχο 12 για βιώσιμη κατανάλωση και κυκλική οικονομία; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Καθόλου
☐ Λίγο
☐ Μέτρια
☐ Πολυ
☐ Πάρα πολύ

Παράρτημα II

Μέτρα για Βιώσιμα Ταξίδια



Αυτά είναι τα βήματα που έκανε αυτό το κατάλυμα για να απολαμβάνετε ταξίδια περισσότερο βιώσιμα και φιλικά προς το περιβάλλον:

Απορρίμματα/Σπατάλη

- Το κατάλυμα καταβάλλει προσπάθειες για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων

Νερό

- Δυνατότητα εξαίρεσης από τον καθημερινό καθαρισμό δωματίου
- Δυνατότητα για επαναχρησιμοποίηση πετσετών

Ενέργεια και αέρια του θερμοκηπίου

- Τα περισσότερα από τα τρόφιμα που παρέχονται στο κατάλυμα προέρχονται από την περιοχή
- Το μεγαλύτερο μέρος του φωτισμού στο κατάλυμα λειτουργεί με ενεργειακά αποδοτικούς λαμπτήρες LED
- Ηλεκτρικό ρεύμα που ρυθμίζεται με κάρτα πρόσβασης ή αισθητήρες κίνησης

Προορισμός και τοπική κοινότητα

- Ένα ποσοστό των εσόδων επενδύεται σε κοινотικά έργα ή έργα βιωσιμότητας
- Προσφέρονται περιηγήσεις και δραστηριότητες που διοργανώνονται από τοπικούς ξεναγούς και επιχειρήσεις
- Δίνονται ευκαιρίες σε ντόπιους καλλιτέχνες να παρουσιάσουν το ταλέντο τους
- Παρέχονται στους επισκέπτες πληροφορίες σχετικά με τα τοπικά οικοσυστήματα, την κληρονομιά και τον πολιτισμό, καθώς και τους κανόνες συμπεριφοράς για τους επισκέπτες

Φύση

- Στο κατάλυμα δεν υπάρχει επίδειξη ούτε αλληλεπίδραση με άγρια (μη εξημερωμένα) ζώα που βρίσκονται σε συνθήκες αιχμαλωσίας, ούτε σφαγή, κατανάλωση ή πώληση αυτών.
- Στο κατάλυμα υπάρχουν χώροι πρασίνου, όπως κήποι/ταράτσες με πράσινο
- Ενοικίαση ποδηλάτου