



ΟΥΡΑΝΙΑ ΠΕΤΡΟΠΟΥΛΟΥ
ΔΕΜΤ: 1535

Η ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΧΡΗΣΗΣ
ΤΟΥ ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΟΥ ΣΤΟ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ 2023

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΣΑΜΠΡΑΚΟΣ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη «Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού» με τίτλο:

«Η Διερεύνηση των Χρυσών και Σιδερένιων Στιγμών στο Τουριστικό Πεδίο»

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου»

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή

Ονοματεπώνυμο

ΟΥΡΑΝΙΑ ΤΕΤΡΟΠΟΥΛΟΥ



Ευχαριστίες

Αισθάνομαι την ανάγκη να επισημάνω την ευγνωμοσύνη μου στην οικογένειά μου για όλη την βοήθεια και υποστήριξη που μου έχουν προσφέρει όλα τα χρόνια των σπουδών μου.

Επίσης, θα ήταν παράλειψη να μην ευχαριστήσω τον καθηγητή μου και επιβλέπων της συγκεκριμένης ερευνητικής εργασίας κ Ευάγγελο Σαμπράκο, για την στήριξή του και τη βοήθειά του στην εκπόνηση ενός τόσο ενδιαφέροντος ερευνητικού θέματος και για την υποστήριξη και το συμβουλευτικό λειτούργημα που επιτέλεσε προκειμένου να ολοκληρωθεί η συγγραφή αυτή.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες.....	3
Περίληψη.....	5
Abstract	6
1. Εισαγωγή	7
2. Ο Τουρισμός.....	8
3. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	13
3.1 Επαγγελματικός Τουρισμός.....	15
3.2 Τουρισμός Περιπέτειας	16
3.3 Αργός τουρισμός	18
3.4 Περιπατητικός Τουρισμός	20
3.5 Τουρισμός Κρουαζιέρας.....	22
3.6 Αγροτουρισμός.....	23
3.7 Θρησκευτικός Τουρισμός.....	24
4. Σιδηροδρομικός τουρισμός.....	25
4.1 Ξεχωριστά τρένα	26
4.2 Σιδηρόδρομος στην Ελλάδα – ΟΣΕ – Hellenic Train (τρέχουσα κατάσταση)	28
4.3 Σημερινή Τιμολογιακή Πολιτική, Εκπτώσεις και Αγορά Εισιτηρίων	30
4.4 Ικανοποίηση πελατών	32
4.5 Η σημαντικότητα της ασφάλειας στη σιδηροδρομική εμπειρία	33
5. Μεθοδολογία προς μία ποσοτική προσέγγιση της ικανοποίησης του χρήστη	36
5.1 Μεθοδολογία – ερωτηματολόγιο χρήστες	36
5.2 Ανάλυση – περιγραφική στατιστική.....	37
6. Επίλογος - Συμπεράσματα και κάποιες προτάσεις βελτιστοποίησης του σιδηροδρόμου (Μίγμα Μάρκετινγκ)	65
Βιβλιογραφία.....	68
Παράρτημα.....	70

Περίληψη

Στη παρούσα εργασία εξετάζεται η σημαντικότητα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και ειδικότερα του σιδηροδρομικού τουρισμού. Γίνεται ανάλυση διάφορων εναλλακτικών μορφών όπως επαγγελματικός, περιπέτειας, θρησκευτικός και άλλων μορφών. Ειδικότερα δίνεται έμφαση στον σιδηροδρομικό τουρισμό και στην παρούσα κατάσταση του στη χώρα μας. Μέσω έρευνας που διεξήχθη με ερωτηματολόγια σε δείγμα 269 ατόμων αντλήθηκαν και παρουσιάζονται δεδομένα σε σχέση με την παρούσα κατάσταση αλλά και με την τάση των ανθρώπων να ανταποκριθούν σε αυτή τη μορφή τουρισμού εφόσον αναπτυχθεί.

Εν κατακλείδι λοιπόν, η παρούσα εργασία εκπονήθηκε με σκοπό την παρουσίαση της πορείας του ελληνικού σιδηροδρόμου, την εξέλιξη του, τη σημαντικότητα του ρόλου του στις μεταφορές του επιβατικού κοινού αλλά και τις προοπτικές εξέλιξης του με βάση τα συμπεράσματα που εκπονήθηκαν από το ερωτηματολόγιο.

Επίσης, εξετάζεται η συμβολή στην τουριστική ανάπτυξη αλλά και δίνονται προτάσεις για περαιτέρω αξιοποίησης του ως σημαντικό μέσο μετακίνησης για τουριστικούς σκοπούς.

Λέξεις Κλειδιά: Τουρισμός, Σιδηρόδρομος, έρευνα, Αργός τουρισμός

Abstract

This paper examines the importance of alternative forms of tourism and in particular rail tourism. An analysis of various alternative forms such as business, adventure, religious and other forms is done. Particular emphasis is given to rail tourism and its present status in our country. Through a survey conducted through questionnaires to a sample of 269 people, data were obtained and presented in relation to the present situation and the tendency of people to respond to this form of tourism.

In conclusion, this thesis was created in order to present the development, importance and future prospects of Greek railways based on the conclusions drawn from the questionnaires.

Furthermore, the contribution to tourism development is examined and proposals are given for its further exploitation as an important choice of transportation for tourism purposes.

Keywords: Tourism, Railways, research, Slow tourism, tourism

1. Εισαγωγή

Ως έννοια, ο τουρισμός είναι ανοικτός σε διαφορετικές ερμηνείες και γίνεται μια προσπάθεια από όλα τα κράτη αλλά και από τον Διεθνή οργανισμό Τουρισμού να οριστούν κοινά αποδεκτά στοιχεία για την σύσταση του ορισμού.

Ο τουρισμός έχει εξελιχθεί σε σημαντική οικονομική δραστηριότητα, καθώς έχει μετατραπεί σε μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες στον κόσμο, με την ενεργό συμμετοχή πολλών άλλων κλάδων της οικονομίας. Είναι η πιο σύνθετη βιομηχανία καθώς η οικονομική και αναπτυξιακή πορεία της εξαρτάται από πολλούς αστάθμιστους παράγοντες ενώ ασκεί και άλλες επιδράσεις όπως κοινωνικές, πολιτιστικές, περιβαλλοντικές κ.λπ. Αυτή η παγκόσμια εξάπλωση του τουρισμού στις βιομηχανικές και ανεπτυγμένες χώρες έχει αποφέρει οικονομικά οφέλη και οφέλη απασχόλησης σε πολλούς συναφείς τομείς - από την κατασκευή (με την ανοικοδόμηση ξενοδοχειακών μονάδων και κατοικιών) έως τη γεωργία ακόμη και τις τηλεπικοινωνίες.

Το τουριστικό φαινόμενο το διαχωρίζουμε σε τρία βασικά στοιχεία: το άτομο, το χώρο και το χρόνο. Οι διακρίσεις του τουρισμού γίνονται ανάλογα με την οπτική γωνία που ο καθένας το εξετάζει (Κραβαρίτης, 1992).

Σκοπός αυτής της εργασίας είναι να διερευνηθεί ο εναλλακτικός τουρισμός και πιο συγκεκριμένα, ο σιδηρόδρομος ως μέσο ανάπτυξης του εναλλακτικού σιδηροδρομικού τουρισμού στην χώρα μας. Όπως θα δούμε και στη βιβλιογραφική ανασκόπηση, αυτή η μορφή έχει αναπτυχθεί σε διάφορες περιοχές εντός και εκτός Ευρώπης. Για το λόγο αυτό, στη παρούσα εργασία θα ερευνηθεί μέσω πρωτογενούς έρευνας η διάθεση των ανθρώπων να χρησιμοποιήσουν το τρένο ως μέσο μετακίνησης αρχικά και ως τουριστικό μέσο εν συνεχεία. Μέσω του ερωτηματολογίου εξετάζεται η αντίληψη των ανθρώπων για το ελληνικό σιδηροδρομικό δίκτυο, ωστόσο όμως γίνεται προσπάθεια να ελεγχθεί κατά πόσο υπάρχει η πρόθεση αλλά και η δυναμική να αναπτυχθεί με σκοπό το έμμεσο όφελος στην ελληνική τουριστική βιομηχανία.

2. Ο Τουρισμός

Η βιομηχανία του τουρισμού με την ευρεία έννοια, παγκοσμίως ισούται ή και ξεπερνά εκείνη των εξαγωγών πετρελαίου, των τροφίμων ή των αυτοκινήτων. Ο τουρισμός έχει καταστεί ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες του διεθνούς εμπορίου και αντιπροσωπεύει ταυτόχρονα μία από τις κύριες πηγές εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες. Η ανάπτυξη αυτή συμβαδίζει με την αυξανόμενη διαφοροποίηση και τον ανταγωνισμό μεταξύ των προορισμών (Παγκόσμιος οργανισμός τουρισμού).¹

Τουρισμός ορίζεται ως η δραστηριότητα των προσώπων που ορίζονται ως επισκέπτες. Ένας επισκέπτης είναι κάποιος που κάνει μια επίσκεψη σε έναν κύριο προορισμό εκτός του συνήθους περιβάλλοντος του για λιγότερο από ένα χρόνο για οποιοδήποτε κύριο σκοπό συμπεριλαμβανομένων διακοπών, αναψυχής και ψυχαγωγίας, επιχειρήσεων, υγείας, εκπαίδευσης ή άλλων σκοπών. Ο ορισμός αυτός καλύπτει πολύ μεγαλύτερη έννοια από την παραδοσιακή αντίληψη για τους τουρίστες, η οποία περιελάμβανε μόνο όσους ταξίδευαν για αναψυχή (Παγκόσμιος οργανισμός τουρισμού).²

Επισκέπτης

Σαν επισκέπτης ορίζεται μία έννοια που καλύπτει όλες τις μορφές τουρισμού που αναφέρονται πιο πάνω. Ο όρος περιλαμβάνει τρεις κατηγορίες:

- Οι τουρίστες που είναι επισκέπτες που διαμένουν μακριά από το τόπο διαμονής τους, για μία ή περισσότερες νύχτες για οποιονδήποτε από τους προαναφερθέντες σκοπούς (εγχώριους ή από το εξωτερικό).
- Οι επισκέπτες της μίας τουριστικής ημέρας, που διαμένουν τουλάχιστον 3 ώρες μακριά από το συνηθισμένο περιβάλλον τους, για γενικούς, ψυχαγωγικούς και κοινωνικούς σκοπούς.
- Οι επισκέπτες της μίας τουριστικής ημέρας, που διαμένουν λιγότερο από 3 ώρες μακριά από το συνηθισμένο περιβάλλον τους, για γενικούς, ψυχαγωγικούς και κοινωνικούς σκοπούς. (επισκέπτες – τουρίστες κοντινών αποστάσεων).

¹ <https://www.unwto.org/why-tourism> Tourism an economic and social phenomenon.

² <https://www.unwto.org/global/publication/UNWTO-Tourism-definitions> UNWTO Tourism Definitions

Το ταξίδι αναφέρεται στη δραστηριότητα των ταξιδιωτών. Ένας ταξιδιώτης είναι κάποιος που κινείται μεταξύ διαφορετικών γεωγραφικών τοποθεσιών για οποιοδήποτε σκοπό και οποιαδήποτε διάρκεια. Ο όρος αναφέρεται στο ταξίδι ενός ατόμου από την ώρα της αναχώρησης του από τον συνήθη τόπο διαμονής μέχρις ότου επιστρέψει, οπότε αναφέρεται σε ένα ταξίδι μετ' επιστροφής. Ένα ταξίδι αποτελείται από επισκέψεις σε διαφορετικά μέρη.³

Οι καθηγητές του πανεπιστημίου της Βέρνης Hunziker και Krapf (1941), έδωσαν τον ορισμό του τουρισμού σαν το σύνολο των ανθρωπίνων δραστηριοτήτων και των σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε ένα προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν από ταξιδιώτες που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι του προορισμού (χώρα – τόπος υποδοχής και φιλοξενίας). Οι ταξιδιώτες δεν μπορούν να αποκτήσουν την ιδιότητα του μόνιμου κατοίκου κατά την διάρκεια του ταξιδιού και δεν μπορούν να πραγματοποιήσουν κερδοσκοπική δραστηριότητα με την έννοια της εγγραφής στην οικονομική δραστηριότητα της χώρας.

Ιστορική αναδρομή

Ο Τουρισμός με την σύγχρονη έννοια αναπτύχθηκε στη δυτική Ευρώπη τον 17ο αιώνα, αν και υπάρχουν στοιχεία ταξιδιών στην κλασική αρχαιότητα. Στη δυτική παράδοση, οργανωμένα ταξίδια με υποστηρικτική υποδομή, αξιοθέατα και έμφαση σε βασικούς προορισμούς και εμπειρίες βρίσκονται στην αρχαία Ελλάδα και τη Ρώμη, όπου μπορούν να διεκδικήσουν την προέλευση τόσο του «τουρισμού πολιτιστικής κληρονομιάς» (με στόχο την γιορτή και την εκτίμηση ιστορικών τόπων αναγνωρισμένης πολιτιστικής σημασίας) όσο και παραλιακά θέρετρα. Τα επτά θαύματα του κόσμου έγιναν τουριστικές τοποθεσίες για Έλληνες και Ρωμαίους.⁴

Στην ανατολική Μεσόγειο υπήρχε μια μορφή τουρισμού, περισσότερο θρησκευτικού ή λατρευτικού περιεχομένου, ενώ υπήρξε αρκετά μεγάλη μετακίνηση την εποχή των σταυροφοριών, με προσκυνητές οι οποίοι ήθελαν να επισκεφτούνε τους Άγιους τόπους. Παρόμοιες επισκέψεις και περιηγήσεις υπήρξαν και στην Ανατολή με την περιήγηση βουδιστών, χωρίς βέβαια την οργανωμένη μορφή που υπάρχει σήμερα.

Μορφή οργανωμένων ταξιδιών άρχισαν να αναπτύσσονται μετά τις μεγάλες ανακαλύψεις των νέων εδαφών και τη βελτίωση της ναυσιπλοΐας, με τη Μεγάλη Βρετανία να εξαπλώνεται στις αποικίες και να δημιουργεί ουσιαστικά ναυτικά δρομολόγια με συγκεκριμένους προορισμούς. Η ανάπτυξη του εμπορίου και η μεταφορά αγαθών από τις αποικίες δημιούργησε την ανάγκη για οργανωμένα ταξίδια επαγγελματικού χαρακτήρα, ενώ τον 18ο και 19ο αιώνα έχουμε και τις μεγάλες μεταναστευτικές ροές ειδικά προς την Αμερική.

³ https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=21 Glossary of tourism terms

⁴ <https://www.britannica.com/topic/tourism> Οι Ρίζες Του Τουρισμού

Οι νέες εφευρέσεις και η ανάπτυξη της τεχνολογίας στον τομέα των μεταφορών αποτέλεσε το ουσιαστικό μέσο για την εξάπλωση του τουρισμού και την τελική παγκοσμιοποίησή του. Ξεκινώντας στα μέσα του 19ου αιώνα, το ατμόπλοιο και ο σιδηρόδρομος έφεραν μεγαλύτερη άνεση και ταχύτητα, φθηνότερα ταξίδια, εν μέρει επειδή χρειάζονταν λιγότερες ενδιάμεσες στάσεις και πάνω από όλα αποτέλεσαν μέσα τουρισμού τα οποία προσέφεραν ασφάλεια στους ταξιδιώτες. Νέες καινοτομίες και συστήματα επέτρεψαν την αξιόπιστη καταγραφή του χρόνου, απαραίτητη για όσους ταξίδευαν, ενώ η τεχνολογία του ατμού βοήθησε στην απεξάρτηση, ειδικά όσον αφορά τα πλοία, από τις κλιματολογικές συνθήκες επιτρέποντας σε αυτά να φτάνουν στον προορισμό τους σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα. Οι σιδηρόδρομοι προωθούσαν τόσο τον εγχώριο όσο και τον διεθνή τουρισμό, συμπεριλαμβανομένων των σύντομων επισκέψεων στην ακτή, στην πόλη και στην ύπαιθρο, οι οποίες θα μπορούσαν να διαρκέσουν λιγότερο από μία ημέρα, δημιουργώντας την κατηγορία «τουρισμός» διαχωρίζοντας ουσιαστικά την έννοια από το ταξίδι το οποίο έχει μια πιο ευρεία έννοια και μπορεί να πραγματοποιηθεί είτε για προσωπικούς, είτε για επαγγελματικούς λόγους, εκτός από την αναψυχή και τις διακοπές. Οι σιδηροδρομικές μεταφορές κατέστησαν ευρύτερα προσπελάσιμες τις μεγάλες εκδρομές, ενισχύοντας τις υπάρχουσες τουριστικές ροές συμβάλλοντας παράλληλα σε εντάσεις και συγκρούσεις μεταξύ τάξεων και πολιτισμών μεταξύ των τουριστών. Στα τέλη του 19ου αιώνα, η ναυσιπλοΐα ατμού και οι σιδηρόδρομοι άνοιγαν τουριστικούς προορισμούς από τη Λαπωνία στην Βόρεια Ευρώπη μέχρι και την Νέα Ζηλανδία και από την Αμερική μέχρι την Ιαπωνία.

Τα πρώτα τουριστικά γραφεία άνοιξαν στη Μεγάλη Βρετανία και άρχισαν να οργανώνουν τουριστικά ταξίδια και να κλείνουν εισιτήρια. Το πιο διάσημο από αυτά τα πρακτορεία ήταν στην Βρετανία, η οργάνωση Thomas Cook και Son⁵, των οποίων οι δραστηριότητες εξαπλώθηκαν από την Ευρώπη και τη Μέση Ανατολή σε όλο τον κόσμο στα τέλη του 19ου αιώνα. Το 1841 ο Cook έπεισε την εταιρεία σιδηροδρόμων Midland Counties Railway να δρομολογήσει ένα ειδικό τρένο μεταξύ Leicester και Loughborough. Θεωρήθηκε ότι ήταν το πρώτο τρένο που διαφημίστηκε σαν μέσο εκδρομών στην Αγγλία. Τρία χρόνια αργότερα, ο σιδηρόδρομος συμφώνησε να καταστήσει τη διαδρομή μόνιμη εάν ο Cook θα έβρισκε επιβάτες για τις εκδρομικές αμαξοστοιχίες. Κατά τη διάρκεια της έκθεσης του Παρισιού του 1855, ο Cook πραγματοποίησε εκδρομές από το Leicester στο Calais της Γαλλίας. Την επόμενη χρονιά πραγματοποίησε την πρώτη του μεγάλη περιοδεία στην Ευρώπη.

Ο ρόλος που διαδραμάτισαν άλλες επιχειρήσεις (συμπεριλαμβανομένων των βρετανών οργανωτών περιοδείας και τουρισμού Frame's και Henry Gaze και Sons) είναι λιγότερο γνωστός σήμερα, επειδή οι οργανισμοί αυτοί δεν διατήρησαν τα αρχεία τους, αλλά ήταν εξίσου σημαντικοί. Οι ναυτιλιακές γραμμές προώθησαν επίσης τον διεθνή τουρισμό από τα τέλη του 19ου αιώνα και μετά. Από τα νορβηγικά φιόρδ στην Καραϊβική, η κρουαζιέρα έγινε ήδη μια ξεχωριστή τουριστική

⁵ <https://www.britannica.com/biography/Thomas-Cook> Thomas Cook

εμπειρία πριν από τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο και οι διατλαντικές εταιρείες ανταγωνίστηκαν για την τουριστική δραστηριότητα κατά τη δεκαετία του 1920 και τη δεκαετία του '30.

Η αξιοσημείωτη ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού τον τελευταίο αιώνα επηρεάστηκε άμεσα από τις τεχνολογικές και επιχειρησιακές καινοτομίες στον τομέα των αερομεταφορών, οι οποίες εξακολουθούν να καθορίζουν τη φύση, την κλίμακα και την κατεύθυνση των τουριστικών ροών και την επακόλουθη τουριστική ανάπτυξη. Βασικοί παράγοντες αυτής της σχέσης μεταξύ του τουρισμού και του τομέα των αεροπορικών εταιρειών είναι το μάρκετινγκ και η οικονομία, οι οποίες είναι θεμελιώδεις για την επιτυχία του τουρισμού γενικότερα και των αεροπορικών εταιρειών ειδικότερα, δεδομένης της αυξανόμενης σημασίας των αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους. (Camilleri, 2018).

Η ανακάλυψη του αεροπλάνου και η διάθεση στην αγορά νέων βελτιωμένων αεροσκαφών ήταν το μέσο που εκμηδένισε τις αποστάσεις και έδωσε νέα μορφή στον τουρισμό. Μεταξύ των Παγκοσμίων Πολέμων, εύποροι Αμερικανοί ταξίδευαν αεροπορικώς και μέσω θαλάσσης σε διάφορους προορισμούς στην Καραϊβική και τη Λατινική Αμερική.

Η κορύφωση του τουριστικού ταξιδιού πολύ πριν αρχίσει ο μαζικός τουρισμός, ήταν ένα ταξίδι με τα fly boats - Ιπτάμενα πλοία (Υδροπλάνα) την δεκαετία του '20 και του '30 που βέβαια μόνο οι πολύ πλούσιοι είχαν δυνατότητα να πραγματοποιήσουν. Η πολυτέλεια στα πρώιμα αυτά υδροπλάνα που ονομάστηκαν ιπτάμενα πλοία ήταν τόσο μεγάλη που τα ταξίδια του έγιναν ανάρπαστα και ένωσαν απομακρυσμένα σημεία του πλανήτη. Ο λόγος για την προτίμηση αυτή ήταν η μεγάλη εμβέλεια που είχαν τα αεροσκάφη αυτά σε σχέση με τα κανονικά αεροπλάνα, προσφέροντας απευθείας πτήσεις σε απομακρυσμένα μέρη. Η πολυτέλεια των αεροσκαφών έπρεπε να συγκρίνεται με αυτή των μεγάλων κρουαζιερόπλοιων για να μπορούν να είναι ανταγωνιστικά, προσφέροντας δραματική μείωση του χρόνου ταξιδιού προς τον τόπο προορισμού.⁶

Ο μαζικός τουρισμός συναντάται στις ανεπτυγμένες χώρες και προκαλεί πολλά κοινωνικά προβλήματα όπως είναι ο αλκοολισμός, η εμπορευματοποίηση του σεξ, οι βιολογικές ασθένειες και τα κοινωνικά εγκλήματα. Στις αναπτυσσόμενες χώρες, ο τουρισμός επαύξησε το πρόβλημα της επαιτείας μετατρέποντας την έως και σε επάγγελμα. Ο μαζικός τουρισμός επέφερε αρνητικές αλλαγές στον τρόπο ζωής των ντόπιων οι οποίοι έχασαν το δεσμό τους με τη δική τους πολιτισμική κληρονομιά (Pandy, 2010). Στην πραγματικότητα ο μαζικός τουρισμός με την καταστροφή του περιβάλλοντος που επιφέρει θέτει σημαντικά εμπόδια στη δημιουργία οικοτουρισμού (Ceballos, 1996). Ο τουρισμός μετατράπηκε σε μεγάλο διεθνή επιχειρηματικό τομέα το δεύτερο μισό του 20ου αιώνα, καθώς τα αεροπορικά ταξίδια αποσυνδέθηκαν από τους «αερομεταφορείς» (εθνικές αεροπορικές εταιρείες). Η περιήγηση σε ηλιόλουστους παράκτιους προορισμούς αποτέλεσε τη

⁶ <https://timeandnavigation.si.edu/navigating-air/challenges/flying-boats-cross-seas> Τα ιπτάμενα πλοία διασχίζουν τις θάλασσες

βάση μιας τεράστιας ετήσιας μετανάστευσης από τη Βόρεια Ευρώπη προς τη Μεσόγειο, προτού επεκταθεί σε μια αυξανόμενη ποικιλία προορισμών για μακρινές αποστάσεις, συμπεριλαμβανομένων των ασιατικών αγορών στον Ειρηνικό. Παρόμοιες ροές κυκλοφορίας διευρύνθηκαν από τις Ηνωμένες Πολιτείες στο Μεξικό και την Καραϊβική. Σε κάθε περίπτωση, οι εξελίξεις αυτές βασίστηκαν σε παλαιότερα πρότυπα σιδηροδρομικών, οδικών και θαλάσσιων μετακινήσεων. Τα πρώτα πακέτα περιηγήσεων στη Μεσόγειο ήταν με λεωφορείο κατά τη δεκαετία του 1930 και μετά το Μεσοπόλεμο. Μόλις στα τέλη της δεκαετίας του 1970 οι μεσογειακές διακοπές στον ήλιο και στη θάλασσα έγιναν δημοφιλείς μεταξύ των οικογενειών της εργατικής τάξης στη βόρεια Ευρώπη.

Ενώ ο εγχώριος τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί λιγότερο ελκυστικός από ότι οι διεθνείς ροές κυκλοφορίας, είναι πιο σημαντικός για τους περισσότερους ανθρώπους. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, ο οποίος προσπαθεί να μετρήσει τους τουρίστες σε παγκόσμιο επίπεδο, ασχολείται περισσότερο με τον διεθνή χώρο, αλλά σε όλο τον κόσμο και ίσως κυρίως στην Ασία, ο εγχώριος τουρισμός παραμένει πολύ πιο σημαντικός σε αριθμητικούς όρους από ότι ο διεθνής.

Σύμφωνα με τους Medlik και Middleton (1973) το συνολικό τουριστικό προϊόν είναι μια έννοια πιο σύνθετη, πιο συγκεκριμένα κάτι περισσότερο από μια θέση σε αεροπλάνο ή ένα κρεβάτι ξενοδοχείου. Παρά τις μικρές διαφοροποιήσεις που έγιναν κατά καιρούς από τους διάφορους συγγραφείς αυτή η αρχική βασική εννοιολογική του συνολικού τουριστικού προϊόντος παραμένει εμπειριστατωμένη και έχει υιοθετηθεί και χρησιμοποιείται διεθνώς από πολλούς.

Πιο συγκεκριμένα μπορούμε να παρουσιάσουμε ορισμένα από τα επιμέρους τμήματα του τουριστικού προϊόντος όπως τα όρισε ο Middleton et al. (2009). Με βάση αυτό τον ορισμό μπορούν να ταξινομηθούν σε πέντε βασικές κατηγορίες:

- Αξιοθέατα προορισμού: αυτά αποτελούν την πρωτογενή τουριστική προσφορά, η οποία περιλαμβάνει τους πόρους πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς αποτελώντας τη βάση της τουριστικής δραστηριότητας (παραλία, μνημεία, πολιτισμός, φυσικό τοπίο και άλλα). Τα αξιοθέατα προορισμού αποτελούν κίνητρα και πόλο έλξης για τους τουρίστες. Τα διάφορα στοιχεία που αποτελούν θέλγητρα για έναν τουριστικό προορισμό, όπως το περιβάλλον και το φυσικό κάλλος του τουριστικού προορισμού.
- Εγκαταστάσεις και υπηρεσίες του προορισμού: Πρόκειται για τη δευτερογενή τουριστική προσφορά, η οποία περιλαμβάνει τις διάφορες υποδομές που δημιουργήθηκαν για να διευκολυνθεί η εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων. Οι υποδομές, οι εγκαταστάσεις αλλά και το εύρος των παρεχόμενων υπηρεσιών που προσφέρει ο τουριστικός προορισμός. Συγκεκριμένα, η εν λόγω κατηγορία περιλαμβάνει όλο τον απαραίτητο, για τη διευκόλυνση των τουριστών, εξοπλισμών καθώς και τους τουριστικούς εξοπλισμούς μιας περιοχής ή μιας χώρας όπως μέσα μεταφοράς και υποδομές αυτών (ταξί, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, αεροδρόμια, οδικό δίκτυο), μονάδες στέγασης (ξενοδοχεία και άλλες κατηγορίες καταλυμάτων συνεχή ή εποχικού χαρακτήρα όπως κάμπινγκ, ξενώνες, επιπλωμένα

διαμερίσματα, βίλες, ενοικιαζόμενα δωμάτια κλπ) εγκαταστάσεις εστίασης (εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες κλπ), αθλητικές εγκαταστάσεις (γήπεδα, λέσυχες κλπ), άλλες υπηρεσίες και λιανικά καταστήματα (τηλεπικοινωνίες, γραφεία ταξιδιών ψυχαγωγίας, αναψυχής, σουβενίρ κλπ.)

- Δυνατότητα πρόσβασης στον προορισμό: στην ουσία η προσβασιμότητα του τουριστικού προορισμού. Αφορούν τρόπους μεταφοράς του επισκέπτη στον τουριστικό προορισμό σύμφωνα με τις υπάρχουσες υποδομές (πχ. Οδικό, σιδηροδρομικό και αεροπορικό δίκτυο), τον εξοπλισμό (πλήθος δημόσιων μέσων μεταφοράς) τους λειτουργικούς παράγοντες (όπως δρομολόγια και κόστος) και τους κυβερνητικούς κανονισμούς. Γενικότερα έχει να κάνει με τη σύνδεση του τουριστικού προορισμού με την υπόλοιπη ενδοχώρα και με τα κέντρα προέλευσης επισκεπτών.
- Εικόνες του προορισμού: Οι εικόνες και οι προσδοκίες των ταξιδιωτικών εμπειριών συνδέονται στενά στο μυαλό των πιθανών πελατών. Ωστόσο, δεν αφορά μόνο στις εικόνες που αποκομίζει ο επισκέπτης το χρονικό διάστημα από την αναχώρηση του από τον τόπο προέλευσης έως την άφιξη του σε αυτόν εκ νέου.
- Η τιμή για τον πελάτη: είναι το άθροισμα του κόστους του ταξιδιού, της στέγασης και της συμμετοχής σε μια επιλεγμένη γκάμα ευκολιών και υπηρεσιών. Η τιμή διαμορφώνεται κάτω από πολλούς διαφορετικούς παράγοντες και ποικίλει αναλόγως.

3. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Ο τουρισμός μέχρι πρόσφατα για τους περισσότερους ανθρώπους, συνδεόταν με την έννοια του μαζικού τουρισμού (αναψυχή) που είχε σαν κύριο αντικείμενο τον ήλιο και την θάλασσα, ενώ υπήρχε και σε μικρότερη ζήτηση ο χειμερινός τουρισμός αλλά στα κράτη που είχαν τις ανάλογες κλιματολογικές συνθήκες να τον υποστηρίξουν (πχ Ιαπωνία με τα υπέροχα χιονοδρομικά της). Τα τελευταία χρόνια, όμως παρατηρείται μία τάση προς την ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως ο πολιτισμικός τουρισμός, ο εκπαιδευτικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός και πολλές άλλες ειδικές μορφές τουρισμού, όπου παρουσιάζουν ιδιαίτερη δυναμική και καλύπτουν γεωγραφικά μέρη που δεν έχουν σαν κύριο προϊόν τη θάλασσα και πολλές φορές τις καλές κλιματολογικές συνθήκες.

Ο όρος «εναλλακτικός τουρισμός» έχει διαφορετική έννοια στις αναπτυσσόμενες χώρες, όπου η έμφαση δίνεται στην αλληλεπίδραση μεταξύ ντόπιων κατοίκων και των επισκεπτών με επίκεντρο κυρίως την αντιμετώπιση της φτώχειας, με την προσπάθεια δημιουργίας θέσεων εργασίας, ενώ στις ανεπτυγμένες χώρες της Δύσης η έμφαση δίνεται στην περιφερειακή ανάπτυξη και την προστασία του περιβάλλοντος. Στην Ευρώπη ο εναλλακτικός τουρισμός έχει συνδεθεί στενά με τις ειδικές μορφές τουρισμού και αντιμετωπίζεται ως μία μορφή τουριστικής ανάπτυξης με συγκεκριμένες προτεραιότητες και αρχές, η οποία όταν πραγματοποιείται κατάλληλα είναι

υποσύνολο της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης. Οι ειδικές μορφές τουρισμού από την άλλη, αν και αναφέρονται σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς, μπορούν να χρησιμοποιούνται από περισσότερες ομάδες τονίζοντας έτσι την συμπληρωματικότητα μεταξύ τόσο των επιμέρους ειδικών μορφών τουρισμού, αλλά και μαζικού τουρισμού και ειδικών μορφών τουρισμού. (Σωτηριάδης & Φαρσάρη, 2009).

Αναπτύσσονται πολλές μορφές τουρισμού που σε μερικά κράτη αποτελούν σημαντική πηγή εσόδων. Η Ελληνική τουριστική αγορά παρόλο που φημίζεται για τον τουρισμό αναψυχής σε συνδυασμό με τον ήλιο και την θάλασσα, προσπαθεί να επεκταθεί και σε άλλες μορφές τουρισμού που θα δώσουν αυξημένα έσοδα αλλά και θα βοηθήσουν στην ανάπτυξη και άλλων περιοχών που δεν θεωρούνται τουριστικές με την κλασσική έννοια. Αν και η πλειοψηφία των περιοχών της Ελλάδας απέχουν από την θάλασσα από 1 έως 30 χιλιόμετρα και οι μεγαλύτερες αποστάσεις από τα θαλάσσια περιβάλλοντα δεν είναι πάνω από 120-130 χιλιόμετρα (1-2 ώρες με το αυτοκίνητο), δεν υπάρχει η ίδια τουριστική ανάπτυξη σε πολλές περιοχές. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αναμένεται να αναπτυχθούν θα δώσουν την δυναμική εκείνη αλλά και την προβολή των περιοχών που θα υποδεχτούν τις μορφές αυτές.

Επιδίωξη επίσης της πολιτείας είναι να διαχειριστεί καλύτερα τις περιβαλλοντικές και κοινωνικοοικονομικές επιπτώσεις της βιομηχανίας του τουρισμού.

Μορφές Τουρισμού:

Μαζικός Τουρισμός αναψυχής: Αναφέρεται στη μορφή τουρισμού που χαρακτηρίζεται από την επίσκεψη τουριστών σε οργανωμένα τουριστικά μέρη, με σκοπό την αναψυχή και την διασκέδαση σε περιοχές με ήλιο και θάλασσα αλλά και σε ορεινούς προορισμούς με οργανωμένη υποδομή. Οι κλιματολογικές συνθήκες, οι φυσικές ομορφιές, η τουριστική οργάνωση, σε συνδυασμό με διάφορες μορφές διασκέδασης έχουν κατατάξει τον Τουρισμό αναψυχής στην κορυφή των επιλογών σε ολόκληρο τον κόσμο. Τα αξιοθέατα και οι ιστορικοί – αρχαιολογικοί χώροι αποτελούν πλεονεκτήματα για ένα τουριστικό τόπο, καθώς αυξάνουν την επισκεψιμότητα. Η προτίμηση αυτή από μεγάλο μέρος ανθρώπων σε ολόκληρο τον κόσμο, έχει δημιουργήσει την έννοια των Τουριστικών πακέτων που προσφέρουν οι εταιρείες (συνήθως τα τουριστικά γραφεία) και οι οποίες καλύπτουν από την μετακίνηση, την υποδοχή, τη φιλοξενία, μέχρι και την διασκέδαση των ταξιδιωτών. Αυτό το είδος τουρισμού είναι ο τουρισμός με το μεγαλύτερο ποσοστό τουριστών.

Ο μαζικός τουρισμός θα εξακολουθήσει να αποτελεί τον κανόνα · και ουσιαστικά όλες οι μορφές του «εναλλακτικού» τουρισμού θα παραμείνουν συνδεδεμένες με τον μαζικό τουρισμό και θα εξαρτώνται από αυτόν, και κανένας από αυτούς δεν προβλέπεται να τον αντικαταστήσει. (Harrison, & Sharpley, 2017).

Αν και η πλειοψηφία των τουριστικών πακέτων εστιάζει στον τουρισμό αναψυχής με έμφαση την θάλασσα και το βουνό, τα τελευταία χρόνια τα τουριστικά πακέτα εστίασαν την προσοχή τους στον Αστικό τουρισμό που περιλαμβάνει την επίσκεψη σε φημισμένες πόλεις και

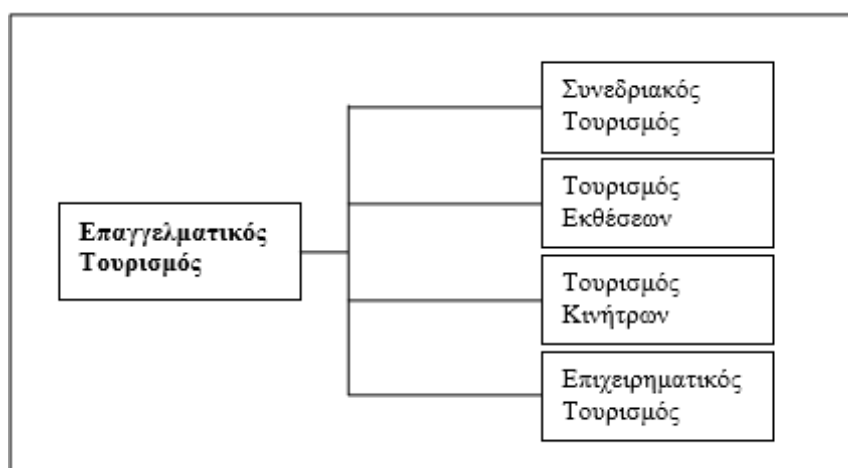
ειδικά τις πρωτεύουσες των χωρών, καθώς αυτές συγκεντρώνουν πολλά χαρακτηριστικά που ενδιαφέρουν τους επισκέπτες, (από την επίσκεψη ιστορικών χώρων και μουσείων, διάσημων κέντρων διασκέδασης, μέχρι και την αγορά καταναλωτικών προϊόντων). Η τουριστική επίσκεψη για παράδειγμα στο Λας Βέγκας των ΗΠΑ, μια πόλη κτισμένη στο μέσον της ερήμου, επικεντρώνεται στην επίσκεψη στα διάσημα καζίνο της πόλης και στην νυχτερινή διασκέδαση, στο Παρίσι για τα μουσεία του αλλά και για τα καμπαρέ του, την Αθήνα για την Ακρόπολη και την πληθώρα των αρχαιολογικών χώρων και μουσείων, διάφορες πόλεις της Ασίας με το έντονο ανατολίτικο στυλ ζωής κ.λπ.

3.1 Επαγγελματικός Τουρισμός

Ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί μια από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και μπορούμε να πούμε ότι είναι σημαντικός και όσον αφορά τον τουρισμό και όσον αφορά την επαγγελματική εξέλιξη. Στην ουσία, περιλαμβάνει όλες τις κατηγορίες ταξιδιών που γίνονται με βασική αιτία το επάγγελμα του ταξιδιώτη-τουρίστα και συχνά συνδυάζονται με άλλες δραστηριότητες (πολιτισμό) (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011). Επίσης, αποτελεί μια αδιαμφισβήτητα δυναμική αγορά, με ιδιαίτερα οικονομικά και κοινωνικά πλεονεκτήματα. Οι επαγγελματίες ταξιδιώτες, είναι άτομα υψηλού κοινωνικού, μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου (Krei 2010 στο Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011).

Σύμφωνα με την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας που πραγματοποιήσαμε διαπιστώσαμε ότι πολλοί ταυτίζουν τον συνεδριακό τουρισμό με τον επαγγελματικό. Αυτό μπορεί να έχει και μια δόση αλήθειας, καθώς ο επαγγελματικός τουρισμός έχει τέσσερις υποπεριπτώσεις όπως αυτές φαίνονται παρακάτω στο σχήμα 1.

Σχήμα 1 Μορφές Επαγγελματικού Τουρισμού



Πηγή: Παπαγεωργίου 2015

Συνήθως χρησιμοποιείται το ακρωνύμιο MICE που σημαίνει Meetings Incentives Conferences Exhibitions από πολλούς ερευνητές. Όπως φαίνεται οι διακρίσεις είναι ανάλογες με το κριτήριο του σκοπού για τον οποίο γίνεται το επαγγελματικό ταξίδι.

Ο επαγγελματικός τουρισμός αντιπροσωπεύει μία σημαντική αγορά σε διεθνές επίπεδο με συνεχόμενη αυξητική τάση. Αυτό εξηγείται και από τις διακρίσεις του επαγγελματικού τουρισμού όπως προσδιορίζονται από τον Κραβαρίτη (1992) όπου συσχετίζει τον επαγγελματικό τουρισμό με τη χώρα προέλευσης, το οικονομικό αποτέλεσμα, τη χρήση ταξιδιωτικού πράκτορα, τα μέσα μεταφοράς, τη χρηματοδότηση της μετακίνησης, τη μέση τουριστική δαπάνη, την ηλικία, τον επαγγελματικό σκοπό και άλλα. Η αγορά αυτή αφορά συνήθως επισκέπτες υψηλού εκπαιδευτικού και οικονομικού επιπέδου, οι οποίοι κινούνται σε καταλύματα υψηλών κατηγοριών, είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν αρκετά χρήματα, αλλά απαιτούν και πολύ υψηλή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων. Συνήθως ο χρόνος παραμονής τους είναι 4 έως 5 ημέρες, ενώ υπάρχει η πιθανότητα παράτασης της παραμονής τους για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, με την μορφή κάποιων άλλων μορφών τουρισμού (Κραβαρίτης 1992, Krei 2010 στο Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011). Λόγω αυτού είναι πολύ σημαντικό για τις όχι και τόσο κεντρικές ή γνωστές περιοχές, ίσως και περιφερειακές, να προσελκύσουν τέτοιου είδους τουρίστες και να αναπτύξουν τον επαγγελματικό τουρισμό καθώς θα είναι μια «ανάσα» στην οικονομία της περιοχής σε ένα όχι και τόσο τουριστικό προορισμό και συνήθως σε περίοδο μη αιχμής. Ωστόσο, βασικό ρόλο προς αυτήν την κατεύθυνση διαδραματίζει η ικανότητα ενός τόπου να προσελκύσει την προσοχή του επισκέπτη-επαγγελματία όχι μόνο για επαγγελματική χρήση αλλά και για την αναψυχή του. Η περίοδος αιχμής του επαγγελματικού τουρισμού σημειώνεται κυρίως τους μήνες Φεβρουάριο-Μάιο και Σεπτέμβριο-Νοέμβριο, οπότε και συνήθως διοργανώνονται τα περισσότερα συνέδρια, εκθέσεις κτλ. (Krei 2010 και Παπαγεωργίου 2015).

3.2 Τουρισμός Περιπέτειας

Ο τουρισμός περιπέτειας είναι ένας πολλά υποσχόμενος τομέας και ενδεχομένως ένα βήμα για την μείωση του μαζικού τουρισμού. Θα χρειαστούν όμως να γίνουν ακόμα πολλά βήματα προόδου και προβολής, έτσι ώστε αρχικά να τραβήξει το ενδιαφέρον του κοινού περισσότερο. Αυτό το είδος ορίζεται ως μια δραστηριότητα που συμβαίνει σε ασυνήθιστους, εξωτικούς, μακρινούς ή μη συμβατικούς προορισμούς. Το καθοριστικό χαρακτηριστικό του τουρισμού περιπέτειας είναι η έντονη έμφαση σε εξωτερικές ενασχολήσεις, με συνήθως υψηλό επίπεδο κινδύνου, υπερέκκριση αδρεναλίνης, προσωπικές προκλήσεις αλλά και από την ανάγκη για βαθύτερη γνώση του κόσμου και του ίδιου του ανθρώπου.

Ταξίδια περιπέτειας ορίζονται ως τα ταξίδια δραστηριότητας κοντά στη φύση για άτομα που αναχωρούν από το γνωστό τους περιβάλλον για να αντιμετωπίσουν άγνωστους τόπους και

ανθρώπους, με σκοπό την εξερεύνηση, τη μελέτη, την επικοινωνία, τη ψυχαγωγία, τον αθλητισμό. Είναι σαφές ότι η περιπέτεια δεν καθορίζεται από συγκεκριμένες δραστηριότητες, αλλά από την κατάσταση του νου και την προσέγγιση του συμμετέχοντος.

Περιπέτεια είναι ένα προσωπικό κατασκεύασμα που βασίζεται περισσότερο σε ατομική, ψυχική και συναισθηματική αντίληψη παρά σε σωματικές ικανότητες. (Swarbrook et al 2003). Καθοριστικό ρόλο σε αυτό παίζει μια από τις βασικές αρχές των υπαίθριων δραστηριοτήτων, η οποία αναφέρει ότι «καθένας συμμετέχει ως το σημείο που θέλει και επιλέγει» (Priest and Gass 1997).

Ο τουρισμός περιπέτειας είναι μια νέα, συνεχώς αναπτυσσόμενη, μορφή τουρισμού που προσελκύει κυρίως κατοίκους των μεγαλουπόλεων με υψηλή οικονομική επιφάνεια, οι οποίοι αναζητούν μια διέξοδο από τους έντονους εργασιακούς ρυθμούς, το στρες και την ρουτίνα που αντιμετωπίζουν στην πόλη. Ο κύριος όγκος των ενδιαφερόμενων προς τον τουρισμό περιπέτειας είναι άνθρωποι σε νεαρή ηλικία συνήθως από 25-45 χωρίς όμως αυτό να είναι αποκλειστικό. Βλέπουμε αρκετές περιπτώσεις ανθρώπων που διανύουν το 50-60 έτος της ηλικίας τους και να ασχολούνται με ιδιαίτερο πάθος με τις παραπάνω δραστηριότητες. Όσον αφορά τις μικρότερες ηλικίες τα πράγματα είναι πιο δύσκολα καθώς ο φόβος τίθεται απροσπέλαστο εμπόδιο για τα ίδια τα παιδιά αλλά και τους γονείς τους (Buckley, 2006).

Η φυσική τάση του σύγχρονου ανθρώπου για επαφή με τη φύση, τείνει όλο και περισσότερο να γίνει τρόπος διαφυγής από την ανία της καθημερινότητας. Οι υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής αποτελούν μέσο εκτόνωσης για τον άνθρωπο της πόλης, καθώς και έναν εναλλακτικό τρόπο δραστηριοποίησης. Αυτού του είδους τα προγράμματα μπορούν να έχουν εφαρμογή και σε άτομα με ειδικές δεξιότητες, όπως επίσης σε άτομα με παραπτωματική συμπεριφορά και προβλήματα κατάχρησης. Η συμμετοχή των ατόμων αυτών στόχο έχει την προαγωγή και βελτίωση της ψυχικής και σωματικής τους υγείας. Οι ειδικοί επισημαίνουν ότι η συμμετοχή ατόμων με ειδικές δεξιότητες σε προγράμματα αναψυχής επιδρά θετικά στην κοινωνική ενσωμάτωση, την προσωπική ανάπτυξη και προσαρμογή τους (Williams and Soutar 2009).

Τα αθλήματα περιπέτειας και ο τουρισμός περιπέτειας γενικά, είναι μια κατηγορία του τουρισμού που δεν έχει αναπτυχθεί ακόμα στα επιθυμητά επίπεδα στην Ελλάδα καθώς υπάρχει ακόμα έλλειψη γνώσης αλλά και έλλειψη του απαιτούμενου ενδιαφέροντος από το κοινό, σε αντίθεση με το εξωτερικό όπου ο τουρισμός περιπέτειας είναι στις πρώτες προτιμήσεις των τουριστών. Ένα θέμα που απασχολεί τον τουρίστα, όσον αφορά τον τουρισμό περιπέτειας έχει να κάνει με το θέμα του περιβάλλοντος και την καταστροφή που δέχεται μέσω αυτής της τουριστικής κατηγορίας. Ο τουρισμός περιπέτειας είναι μια κατηγορία που έχει να κάνει αποκλειστικά με τη φύση, επομένως η καταστροφή του φυσικού πλούτου είναι δυστυχώς αναπόφευκτη.

Η γεωμορφολογία της Ελλάδας ενδείκνυται για την υλοποίηση πληθώρας υπαίθριων δραστηριοτήτων τα οποία αποκαλούνται “extreme sports” ή αθλήματα αδρεναλίνης . Ακόμα στην Ελλάδα βρίσκονται και μερικά από τα καλύτερα ποτάμια και πιο κατάλληλα για rafting και canoe-

kayak. Τα τελευταία 5 χρόνια βλέπουμε τα γραφεία που παρέχουν εξορμήσεις τουρισμού περιπέτειας στην Ελλάδα, να οργανώνονται χρόνο με τον χρόνο καλύτερα και να παρέχουν στους καταναλωτές υψηλής ποιότητας προγράμματα με άριστη υποστήριξη.

Τα τελευταία χρόνια, οι ρυθμοί της ζωής στην πόλη, οδηγούν όλο και περισσότερους στο να αναζητούν κάτι έντονο και συναρπαστικό. Ως εκ τούτου και στην χώρα μας, έχουν οργανωθεί αρκετές σχολές, που διαθέτουν έμπειρους εκπαιδευτές και κατάλληλο εξοπλισμό, ώστε ο καθένας να μπορεί να πραγματοποιήσει ανάλογα με τις δυνατότητές του και τη φυσική του κατάσταση, αυτές τις δραστηριότητες. Έτσι λοιπόν, είναι πολύ εύκολο να συμμετάσχει κάποιος, σε μια από αυτές τις δραστηριότητες, αφού απευθυνθεί στα έγκυρα και πιστοποιημένα γραφεία, όπου θα δοθούν στον αρχάριο οι σωστές οδηγίες και ο κατάλληλος εξοπλισμός, ώστε η πρώτη επαφή με τα σπορ αυτά να είναι ασφαλής.

3.3 Αργός τουρισμός

Ο Αργός Τουρισμός είναι μία σχετικά καινούρια τάση και επικεντρώνεται στο ειρηνικό και αργό ταξίδι (Dickinson, 2009). Σύμφωνα με τον Luftus (2008), το Αργό Κίνημα έφερε στη μόδα έναν πιο αργό τρόπο ζωής. Η διαμαρτυρία αυτή ξεκίνησε στην Ιταλία ως κίνηση ενάντια στο γρήγορο φαγητό, κυρίως εναντίον των McDonalds. Το γρήγορο φαγητό επικρίθηκε στο ότι δεν αξιοποιούσε τα τοπικά προϊόντα και μετέτρεψε την πραγματική μαγειρική σε κοινωνικό γεγονός στη μαζική βιομηχανία. Έκτοτε εξελίχθηκε πάρα πολύ στην Ιταλία και στην Ευρώπη και σήμερα υπάρχουν αρκετά sites όπως το italy-slowtravel.com, italiaslowtour.com, sloweurope.com, slowtraveleurope.eu και φυσικά σε παγκόσμιο επίπεδο με sites όπως οι slowmovement.com, slowtraveltours.com, goslowtravel.se κ.α. (Dickinson & Lumsdon, 2010).

Οι Dickinson & Lumsdon (2010) στο βιβλίο «Slow Travel and Tourism» στην προσπάθεια ορισμού του αργού τουρισμού αναφέρουν ότι το αργό ταξίδι αποτελεί ένα αναδυόμενο εννοιολογικό πλαίσιο το οποίο προσφέρει μία εναλλακτική στα αεροπορικά και οδικά ταξίδια και σύμφωνα με το οποίο οι άνθρωποι ταξιδεύουν σε διάφορους προορισμούς πιο αργά και δια ξηράς, μένοντας περισσότερο και ταξιδεύοντας λιγότερο.

Το ταξίδι προς και σε ένα προορισμό είναι πιο ουσιαστικό στον Αργό Τουρισμό και μπορεί να αντανακλάται στην απόκτηση των τουριστικών εμπειριών (Dickinson & Lumsdon 2010). Οι αργές μορφές μετακίνησης σημαίνουν λιγότερες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα στη φύση. Γενικά υπάρχει ένα μεγάλο ακαδημαϊκό ενδιαφέρον σχετικά με το ότι ο αργός τουρισμός δεν μολύνει το περιβάλλον τόσο όσο τα υπόλοιπα είδη καθώς τα πιο συχνά χρησιμοποιούμενα μέσα είναι το αεροπλάνο και το αυτοκίνητο (Dickinson & Lumsdon 2010). Ο Hall (2007) θεωρεί ότι τα τμήματα εναλλακτικού τουρισμού όπως είναι ο Αργός Τουρισμός επηρεάζουν θετικά και αυξάνουν το αποτέλεσμα των περιβαλλοντικών πράξεων. Ο Αργός Τουρισμός αφορά έναν τρόπο ζωής που

σέβεται την πολιτισμική κληρονομιά και υιοθετεί έναν αργό τρόπο ταξιδιού έχοντας πάντα στο μυαλό την ενεργειακή κατανάλωση.

Οι αερομεταφορές αποτελούν το νούμερο ένα κίνδυνο εκπομπών αερίων στην τουριστική μεταφορά όπως και η μετακίνηση με το αυτοκίνητο προκαλώντας σημαντικά προβλήματα αναφορικά με την κλιματική αλλαγή. Στον Αργό Τουρισμό, οι πιο δημοφιλείς τρόποι μεταφοράς είναι το τρένο, το καράβι, το ποδήλατο αλλά και η πεζοπορία (Dickinson & Lumsdon 2010). Η περίπτωση του αυτοκινήτου μπορεί να χρήζει επανεξέτασης εάν, για παράδειγμα, υπάρχουν 4 άτομα μέσα στο αυτοκίνητο ή αν το αυτοκίνητο είναι σύγχρονης τεχνολογίας ή υβριδικό. Ταυτόχρονα εξαιρετικά ρυπογόνο μπορεί να είναι και το καράβι και ίσως να μην συμπεριλαμβάνεται στο είδος αυτό καθώς θα αναλυθεί και παρακάτω στον Τουρισμό Κρουαζιέρας.

Το αργό ταξίδι προσδίδει περισσότερη σημασία στον τουρισμό και στις δραστηριότητες που λαμβάνονται κατά τη διάρκεια των διακοπών. Επίσης, το ταξίδι με αργή ταχύτητα δίνει τη δυνατότητα στους τουρίστες να απολαύσουν τη θέα και να παρατηρήσουν περισσότερα πράγματα κατά τη διάρκεια του ταξιδιού (Dickinson & Lumsdon, 2010).

Ποιοι είναι όμως αυτοί που προτιμούν τον Αργό Τουρισμό; Γενικότερα υπάρχει μια δυσκολία ορισμού του αργού τουρίστα και ίσως αυτό στηρίζεται στις ποικίλες συμπεριφορές που αυτοί έχουν. Οι Dickinson & Lumsdon (2010) ορίζουν τους αργούς τουρίστες σε μία κλίμακα που κυμαίνεται από μαλακούς σε σκληρούς.

Οι «σκληροί» αργοί ταξιδιώτες, θα τους χαρακτηρίσαμε και οικολόγους, καθώς ενδιαφέρονται κυρίως για το περιβάλλον και το σκέπτονται πάντα όταν λαμβάνουν αποφάσεις σχετικά με τη μεταφορά και τη διαμονή τους. Από την άλλη οι «μαλακοί» αργοί ταξιδιώτες είναι αυτοί που δεν εστιάζουν τόσο στο περιβάλλον αλλά στην προσωπική εμπειρία και στην επιβράδυνση. Οι μαλακοί αργοί ταξιδιώτες είναι πιθανό να μην χρησιμοποιήσουν φιλικά προς το περιβάλλον μεταφορικά μέσα. Για παράδειγμα, μπορεί να ταξιδέψουν μία φορά δείχνοντας σεβασμό στην αειφορία χρησιμοποιώντας τρένο και εν συνεχεία πολύ απλά, έχοντας ζήσει την εμπειρία, απλά να επιλέξουν μια άνετη και γρήγορη πτήση διότι οι αποστάσεις παίζουν ρόλο καθώς εξαρτάται το πόσο μακριά θέλουν να ταξιδέψουν αργά οι τουρίστες (Dickinson & Lumsdon, 2010). Οι αργοί τουρίστες πέραν όλων των υπολοίπων χαρακτηριστικών τους λειτουργούν με βάση το συναίσθημα για τις αποφάσεις και τα ταξίδια τους (Thrift, 2004).

3.4 Περιπατητικός Τουρισμός

Ο περίπατος ορίζεται ως η μετακίνηση με τα πόδια, ενώ ο περιπατητικός τουρισμός ορίζεται ως η μορφή τουρισμού, όπου ο περίπατος είναι ο βασικός σκοπός της εκδρομής ή του ταξιδιού, χωρίς να είναι ένας ακόμη συμπληρωματικός λόγος όπως γίνεται για παράδειγμα στον τουρισμό αναψυχής στην θάλασσα ή στα πολιτιστικά ταξίδια. Η πεζοπορία (hiking - trekking) θα πρέπει να θεωρείται και να προβάλλεται ως μια ενδιαφέρουσα εμπειρία ευεξίας που προσφέρει η φύση, με την παροχή ενός καλά σχεδιασμένου συστήματος μονοπατιών για περπάτημα, για το οποίο απαιτείται μία σχετικά χαμηλού κόστους υποδομή, που όμως είναι απαραίτητη (Rodrigues, et al., 2008).

Το φαινόμενο του περιπατητικού τουρισμού αναπτύσσεται διεθνώς αλλά και ερευνάται επίσης ανά τον κόσμο. Για παράδειγμα, στην Πορτογαλία έχει αναπτυχθεί ένα δίκτυο τουρισμού σε χωριά στα πλαίσια της πολυπόθητης ενδογενούς ανάπτυξης (Rodrigues et al., 2008). Σύμφωνα με τους ίδιους η Πορτογαλία στηρίχθηκε στο γεγονός ότι αρκετές μελέτες αποκαλύπτουν τα οφέλη της πεζοπορίας για την υγεία και τη σωματική και ψυχική ισορροπία. Σε συνδυασμό με το γεγονός ότι η πεζοπορία συμβάλλει στην απώλεια βάρους, τη μείωση του στρες, τη βελτίωση τόσο του ύπνου όσο και της πνευματικής εγρήγορσης προτιμάται από όλο και περισσότερους (Hansmann et al., 2007). Επιπλέον, τα μονοπάτια πεζοπορίας είναι υποδομές που είναι λιγότερο δαπανηρές από τις εναλλακτικές εγκαταστάσεις ευεξίας και πιο κατάλληλη για ενσωμάτωση στο πλαίσιο του αγροτικού τουρισμού, δεδομένης επίσης της δυνατότητας συνδυασμού εμπειριών πεζοπορίας με πολιτιστικές και φυσικές εμπειρίες (Rodrigues et al., 2008).

Οι μορφές του περιπατητικού τουρισμού όπως εντοπίστηκαν είναι οι εξής (Dreyer et al., 2010):

- Βόλτα

Η βόλτα είναι η πιο απλή μορφή του περπατήματος. Μπορεί να πραγματοποιηθεί παντού και κάθε στιγμή, δεν απαιτεί ειδικό εξοπλισμό ή προετοιμασία. Οι σημαντικότεροι λόγοι είναι η αξιοποίηση ελεύθερου χρόνου, η εκτόνωση και το ξεμούδιασμα. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιούνται κυρίως δρόμοι και πεζόδρομοι στο κέντρο πόλεων.

- Περίπατος

Στην κλασική έννοια του περιπάτου, αυτή που εξετάζεται στα πλαίσια αυτού του συγγράμματος, εμπεριέχεται ως εμπειρία πέρα από την σωματική μετακίνηση και η παρατήρηση της φύσης και η γνωριμία με πολιτιστικά μνημεία. Σε αντίθεση με τη βόλτα για τον περίπατο απαιτείται μια προετοιμασία και συχνά χρησιμοποιείται και ειδικός εξοπλισμός.

- Θρησκευτικοί περίπατοι

Οι θρησκευτικοί περίπατοι έχουν ως πρωταρχικό κίνητρο το θρησκευτικό συναίσθημα. Ο περιπατητής αναζητά το άγνωστο, την αυτοτιμωρία, την άφεση αμαρτιών, την προσευχή. Πνευματικοί λόγοι μπορεί να είναι ακόμη η αναζήτηση απαντήσεων για τη ζωή, ή η αυτογνωσία. Κυρίως πραγματοποιούνται επισκέψεις σε τόπους που χαρακτηρίζονται ιεροί όπως πχ. η Ιερουσαλήμ, η Ρώμη, η Μέκκα, η Τήνος, η Πάτμος, το Άγιο Όρος.

- Nordic Walking

Τα κίνητρα για να ασχοληθεί κανείς με το Nordic Walking (NW) είναι κυρίως ζητήματα που έχουν να κάνουν με την υγεία και τη φυσική κατάσταση. Το Nordic Walking (Σκανδιναβικό Περπάτημα) είναι μια αναπτυσσόμενη δραστηριότητα fitness σε ολόκληρο τον κόσμο που γίνεται με τη βοήθεια δύο ειδικών μαστουνιών (sticks) τα οποία μοιάζουν με αυτά που χρησιμοποιούν οι σκιέρ. Η χρήση των στηριγμάτων αναγκάζει τους ασκούμενους να περπατούν με πιο γρήγορο ρυθμό και να γυμνάζουν ολόκληρο το σώμα. Και μόνο από το γεγονός ότι δίνεται ώθηση και από τα χέρια, σημαίνει ότι αυξάνεται η καύση θερμίδων. Ο συμμετέχων σε αυτό μπορεί ανάλογα με τις προθέσεις και τις ικανότητες του να το καλλιεργήσει τόσο ψυχαγωγικά, με τη συμμετοχή λόγω χάρη σε εκδρομές συλλογικού ή οικογενειακού επιπέδου, όσο και αθλητικά με τη συμμετοχή του σε αγώνες. Τα οφέλη του NW είναι πολλαπλά όσον αφορά τη βελτίωση της φυσικής κατάστασης του ασκούμενου. Ενδεικτικά αναφέρεται η αύξηση της κυκλοφορίας του αίματος και του μεταβολισμού, η αποτελεσματική αεροβική προπόνηση λόγω της ενεργοποίησης όλων των ομάδων μικρών και μεγάλων μυών, η υιοθέτηση σωστής στάσης καθημερινού βαδίσματος και πολλά άλλα οφέλη.

- Ορειβασία

Στην ευρύτερη έννοια ο όρος χρησιμοποιείται και για αλπινικές δραστηριότητες και για πεζοπορία σε βουνά και για αναρρίχηση ακόμη και σε μεγάλα ύψη πάνω από 7000 μέτρα. Υπάρχουν όμως αρκετές διακρίσεις όπως είναι η αναρρίχηση σε βράχους ή σε πάγο και το trekking που αποτελεί την πλέον γνωστή μορφή της ορειβασίας χωρίς τη χρήση βοηθημάτων. Η ορειβασία έχει κυρίως αθλητικό ή περιπετειώδη χαρακτήρα και σημαντικό ρόλο παίζει η αίσθηση της κατάκτησης μιας κορυφής.

- Αναρρίχηση

Η αναρρίχηση χαρακτηρίζεται ως αθλητική δραστηριότητα και ως δραστηριότητα ελεύθερου χρόνου. Εξασκείται είτε σε φυσικό περιβάλλον, σε βράχους και άλλες μορφές σχηματισμών, είτε σε ειδικούς αναρριχητικούς τοίχους σε ανοιχτό ή κλειστό περιβάλλον και περιλαμβάνει αρκετές μορφές, ανάλογα κυρίως με τον εξοπλισμό που απαιτείται. Ο στόχος είναι είτε το ανέβασμα είτε το κατέβασμα. Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται η Κάλυμνος ως παγκόσμιος προορισμός αναρριχητικού τουρισμού.

3.5 Τουρισμός Κρουαζιέρας

Για τον τουρισμό κρουαζιέρας, έχουν γραφτεί πολλοί ορισμοί οι οποίοι προσπαθούν να το περιγράψουν. Ένας από τους ορισμούς είναι αυτός των Wild και Dearing (2000) όπου κρουαζιέρα ορίζεται οποιοδήποτε ταξίδι αναψυχής, έναντι ναύλου, το οποίο πληρώνουν οι φιλοξενούμενοι στο πλοίο επιβάτες με κύριο σκοπό την εγκατάσταση στο πλοίο και την επίσκεψή τους σε ποικιλία προορισμών.

Επιπρόσθετα, ένας πιο ολοκληρωμένος ορισμός του τουρισμού κρουαζιέρας είναι αυτός που προτείνεται από τον Διακομιχάλη (2006) ο οποίος αναφέρει ότι «ο όρος τουρισμός κρουαζιέρας είναι η επιλογή ενός κατάλληλα διαμορφωμένου πλοίου, που μπορεί να χρησιμοποιηθεί τόσο ως τόπο διαμονής και ψυχαγωγίας όσο και ως μέσο μετακίνησης, σύμφωνα με ένα προκαθορισμένο πρόγραμμα, από ένα άτομο – τουρίστα, το οποίο αποδέχεται την ένταξη του σε ένα κοινό περιβάλλον, με ένα σύνολο ατόμων που συμμετέχουν στο κοινό πρόγραμμα της θαλάσσια περιήγησης, με σκοπό την αναψυχή».

Οι κρουαζιέρες μπορούν να ομαδοποιηθούν ανάλογα με τα προϊόντα που προσφέρονται, την διάρκεια και τον εξειδικευμένο σκοπό τους. Ανάλογα με τα προσφερόμενα προϊόντα κρουαζιέρας διακρίνονται σε πέντε μορφές (Διακομιχάλης, 2006):

Παραδοσιακή κρουαζιέρα (Traditional Cruise), πρόκειται για θαλάσσιο ταξίδι που ξεκινά και τελειώνει στο ίδιο λιμάνι. Έχει διάρκεια από 2 ως 3 εβδομάδες και προσεγγίζει 4-8 ενδιάμεσους προορισμούς.

Αεροπορικό ταξίδι και Κρουαζιέρα (Fly – Cruise), όπου οι επιβάτες μεταβαίνουν αεροπορικά από τον τόπο διαμονής τους στο λιμάνι αφετηρίας της κρουαζιέρας. Στην συγκεκριμένη μορφή, οι οργανωτές κρουαζιέρας πραγματοποιούν ειδικές τιμές από τις αεροπορικές εταιρείες για πτήσεις από τις μεγάλες πόλεις προς τις πόλεις-λιμάνια (Παπαδοπούλου Γ., 2015:32).

Μικρή κρουαζιέρα (Mini Cruise), πρόκειται για μια σύντομη κρουαζιέρα με διάρκεια 3-5 ημερών.

Κρουαζιέρα και Παραμονή (Cruise and Stay), χαρακτηρίζεται ο συνδυασμός κρουαζιέρας και παραμονής επιβατών του κρουαζιερόπλοιου σε καθορισμένη περιοχή με σκοπό την επίσκεψη της περιοχής.

Εκπαιδευτική κρουαζιέρα (Educational Cruise), η συγκεκριμένη κρουαζιέρα απευθύνεται κυρίως σε σπουδαστές με τους καθηγητές τους, με σκοπό την παράδοση μαθημάτων εν πλω, ενώ πραγματοποιούνται επισκέψεις σε προορισμούς σύμφωνους με το εκπαιδευτικό αντικείμενο.

Ανάλογα, με τον τουριστικό προορισμό που επιλέγεται, η κρουαζιέρα διαμορφώνεται σε τρεις τύπους (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα 2011). Αρχικά είναι η κρουαζιέρα εσωτερικού ή εγχώρια κρουαζιέρα η οποία πραγματοποιείται στα χωρικά ύδατα μιας χώρας, δηλαδή κρουαζιέρες που πραγματοποιούνται μόνο μέσα στον ελλαδικό χώρο και είναι μικρής διάρκειας. Στη συνέχεια, η μικτή

κρουαζιέρα η οποία πραγματοποιείται με αφετηρία την χώρα προέλευσης με κατάληξη την χώρα προορισμού. Τέλος, η Μεσογειακή κρουαζιέρα (Διακομιχάλης, 2006) ή κρουαζιέρα εξωτερικού η οποία πραγματοποιείται στα χωρικά ύδατα της χώρας προορισμού. Έχουν ως αφετηρία λιμάνια άλλων χωρών αλλά προσεγγίζουν μεταξύ άλλων και ελληνικούς λιμένες.

Όσον αφορά την χρονική διάρκεια των οργανωμένων κρουαζιέρων, διακρίνονται σε πέντε κατηγορίες (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα 2011), τις μονοήμερες οι οποίες αποτελούν θαλάσσια εκδρομή, τις τριήμερες που πραγματοποιούνται κυρίως σαββατοκύριακα και αργίες, της μικρής διάρκειας κρουαζιέρα (διαρκεί 5-7 ημέρες), της μέσης διάρκειας (8-14 ημέρες) και της μεγάλης διάρκειας (long cruise) η οποία διαρκεί περισσότερο από 15 ημέρες ως τρεις εβδομάδες.

Ο νέος τουρίστας κρουαζιέρας είναι ανεξάρτητος, κάνοντας αυτοδιαχείριση του χρόνου, προτιμά ευέλικτες και αυθόρμητες περιηγήσεις. Οι νέοι επιβάτες κρουαζιέρας είναι ηλικιακά νεότεροι από τους επιβάτες του παρελθόντος αναζητώντας για αυθεντικές και ουσιαστικές εμπειρίες αξιολογώντας προσεκτικά τα προηγμένα τουριστικά προϊόντα από εκείνα που παρέχονται σε μαζικής μορφής τουρισμού, ενώ έχουν ως κίνητρο την επιθυμία για προσωπική ολοκλήρωση και μάθηση. Τέλος, αναζητούν εμπειρίες με πνευματικές και φυσικό-σωματικές προκλήσεις, επηρεάζονται από τις τοπικές κουλτούρες ενώ έχουν συνείδηση των θεμάτων κοινωνικής δικαιοσύνης (Nilsson, 2007).

3.6 Αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός είναι μια ιδιαίτερη μορφή τουρισμού και βασίζεται στις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης ενώ είναι στενά συνδεδεμένος με την έννοια του οικοτουρισμού. Ακόμη και μια βασική γεωργική εργασία (τάισμα κουνελιών, προβάτων, συλλογή καρπών δέντρων κλπ) είναι κάτι άγνωστο για ένα μεγάλο τμήμα του πληθυσμού (και ειδικότερα για τον αστικό πληθυσμό) για αυτό όλο και περισσότεροι άνθρωποι εκτιμούν την ευκαιρία να βιώσουν την αγροτική ζωή από πρώτο χέρι περνώντας μια μέρα (ή λίγες μέρες) σε ένα αγρόκτημα διότι αποτελεί μια μοναδική εμπειρία για τους ανθρώπους που δεν έχουν ποτέ ζήσει στην ύπαιθρο. Κατ' αυτό τον τρόπο κάθε χωριό ή κάθε κτήμα μπορεί να γίνει ένα τουριστικό αξιοθέατο για μια ομάδα τουριστών δημιουργώντας ταυτόχρονα μια διαφορετική πηγή εισοδήματος (Jafari, 2003). Μπορεί επίσης να οδηγήσει στην αύξηση της ζήτησης για την γεωργική παραγωγή, καθώς πολλοί επισκέπτες έχουν κίνητρο για να αγοράσουν προϊόντα τα οποία βοήθησαν στη φύτευση ή τη συλλογή τους. Ωστόσο, θα πρέπει να σημειωθεί ότι η επιτυχία του αγροτουρισμού εξαρτάται από διάφορους παράγοντες όπως τις δομές, τις υποδομές, τη φύση της εκμετάλλευσης κλπ (Jafari, 2003).

3.7 Θρησκευτικός Τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός ή αλλιώς προσκυνηματικός τουρισμός είναι ένα είδος τουρισμού το οποίο περιλαμβάνει επισκέψεις τουριστών – πιστών σε χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος όπως μνημεία, εκκλησίες, θρησκευτικούς τάφους και άλλα. Παρόλα αυτά δεν πρέπει να κριθεί με αυστηρό θεολογικό κριτήριο διότι αυξημένο κρίνεται το ενδιαφέρον και από ομάδες ατόμων που δεν ανήκουν σε κάποια θρησκευτική ομάδα. Περιλαμβάνεται στον πολιτιστικό τουρισμό, λόγω όμως της σημαντικής ζήτησης και θρησκευτικής κίνησης που εμφανίζεται παγκοσμίως τον αναφέρουμε ως ξεχωριστή μορφή αν και πολλοί είναι αυτοί που δεν το αναγνωρίζουν σαν ξεχωριστό είδος τουρισμού (Κράβαρης, 2005). Οι μορφές μπορούν να είναι διαφορετικές ανάλογα με τα κριτήρια τον χρόνου της παραμονής: είτε βραχυπρόθεσμος χωρίς διανυκτέρευση, είτε μακροπρόθεσμος με διανυκτέρευση τουλάχιστον μίας ημέρας (Rinschede, 1992).

Ο Robichaud (1999) θεωρεί ότι ο θρησκευτικός τουρίστας βρίσκεται ανάμεσα στον τουρίστα και στον προσκυνητή. Είναι αυτός που ταξιδεύει για θρησκευτικούς σκοπούς αλλά δεν γνωρίζει με ποιο τρόπο να αγγίξει τον πνευματικό του στόχο, καθώς περιβάλλεται από επαγγελματίες ταξιδιωτικούς συμβούλους. Κίνητρο για το ταξίδι των τουριστών αποτελούν είτε θρησκευτικοί λόγοι (ταξίδια που υποβάλλονται από τη θρησκεία των τουριστών) είτε πολιτιστικοί, όπως γνωριμία με άλλες κουλτούρες. Το αντικείμενο ενδιαφέροντος εστιάζεται στα θρησκευτικά μνημεία μιας περιοχής, εκκλησίες, μοναστήρια κλπ., ενώ μπορεί να περιλαμβάνει και επισκέψεις με την αφορμή εορτασμών, πανηγυριών κάποιων ιδιαίτεροτήτων (θαυματουργές εικόνες, λείψανα αγίων, κλπ.) (Κράβαρης, 2005).

4. Σιδηροδρομικός τουρισμός

Από τα μέσα του δέκατου ένατου αιώνα, το σιδηροδρομικό σύστημα συνέβαλε στην ανάπτυξη της βιομηχανικής επανάστασης και κατέστησε δυνατή τη σημαντική μείωση του χρόνου ταξιδιού μεταξύ των πόλεων. Ορισμένα από αυτά τα τρένα έγιναν εμβληματικά για την πολυτέλειά τους, όπως το Orient Express, το Trans-Siberian, το Ghan και το Blue Train, και συνεχίζουν να διατηρούν την ελκυστικότητά τους στη διεθνή σιδηροδρομική ιστορία. Από τα τέλη της δεκαετίας του 1950, δυστυχώς, πολλοί σιδηρόδρομοι έκλεισαν ή μειώθηκαν για οικονομικούς λόγους σε ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες.

Παρόλα αυτά το τρένο περισσότερο από όλα τα άλλα μέσα δείχνει τη σημασία της ταξιδιωτικής εμπειρίας ενώ ταυτόχρονα έχει και πολλά περιβαλλοντικά οφέλη (Dickinson & Lumsdon, 2010) ως εξάρτηση βέβαια από τον τύπο της αμαξοστοιχίας (Givoli et al. 2008). Μια κατηγοριοποίηση των τρένων γίνεται σύμφωνα με το σκοπό τους όπως για παράδειγμα τα καθαρά τουριστικά τρένα, τα τρένα αστικής μετακίνησης (μετρό) τα τρένα συσσώρευσης, τα τρένα τύπου intercity που ενώνουν αστικά κέντρα κλπ.

Η κατηγοριοποίηση των τρένων γίνεται επίσης με βάση την απόσταση που διανύουν και την ταχύτητα με την οποία ταξιδεύουν. Χαρακτηριστικά είναι τα τρένα μικρών αποστάσεων (μικρότερα από 100 χλμ) που χρησιμοποιούνται κυρίως σε αστικού κλοιού (βλ προαστιακός). Άλλα χαρακτηριστικά παράδειγμα είναι τα αγροτικά ή σχεδόν μουσειακά τρένα που χρησιμοποιούνται καθαρά για τουριστικούς σκοπούς για την περιήγηση σε αξιοθέατα για παράδειγμα.

Τα τρένα μεγάλης απόστασης καλύπτουν αποστάσεις άνω των 100 χλμ και πολλές φορές άνω των 1500 χλμ (βλ. ξεχωριστά τρένα παρακάτω) που το ταξίδι τους διαρκεί και πάνω από μια ημέρες. Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό αυτών είναι ότι πολλές φορές μεταφέρουν και αυτοκίνητα αλλά και τα περισσότερα διαθέτουν και κλίνες. Σύμφωνα με τον Goeverden (2009) το 59% των τουριστών που χρησιμοποιούν τρένα μεγάλων αποστάσεων διαμένουν παραπάνω από μια νύχτες σε έναν προορισμό.

Εξαιτίας των διαφορετικών τύπων τρένων και της διαφοροποίησης σχετικά με τους λόγους χρήσης τους είναι δύσκολο να βγάλουμε έναν μόνο ορισμό σχετικά με το τι είναι ο σιδηροδρομικός τουρισμός. Για να μπορεί όμως να είναι ευδιάκριτη η σκοπιά με τη οποία θα αναλύσουμε στα ερχόμενα κεφάλαια της εργασίας το ερωτηματολόγιο θα προσπαθήσουμε σε αυτό το σημείο να δώσουμε έναν ορισμό σχετικά με τον σιδηροδρομικό τουρισμό.

Ως σιδηροδρομικός τουρισμός λογίζεται οποιοδήποτε ταξίδι έχει πραγματοποιηθεί για τουριστικούς σκοπούς είτε με το τρένο ως κύριο μέσο μετακίνησης, είτε για το ίδιο το τρένο (για την εμπειρία του ταξιδιού με ειδικά τρένα όπως «Τρένο του Πηλίου», Orient Express κλπ.), είτε

για την εμπειρία του πως είναι να ταξιδεύεις αργά (Slow travel movement - Janet Dickinson & Les Lumsdon 2010)

4.1 Ξεχωριστά τρένα

Ο Υπερσιβηρικός σιδηρόδρομος, είναι σιδηροδρομικός άξονας που συνδέει τη Μόσχα και την ευρωπαϊκή Ρωσία με τις ρωσικές επαρχίες της Άπω Ανατολής, τη Μογγολία, την Κίνα και τη Θάλασσα της Ιαπωνίας. Η κύρια διαδρομή είναι από τη Μόσχα στο Βλαδιβοστόκ μέσω της νότιας Σιβηρίας και κατασκευάστηκε μεταξύ του 1891 και του 1916 και διαθέτει μήκος 9.288 χιλιόμετρα, όπου διανύει 8 χρονικές ζώνες και το ταξίδι διαρκεί συνήθως 7 ημέρες. 7

Το Blue Train διανύει στη Νότια Αφρική μια διαδρομή περίπου 1.600 χιλιομέτρων μεταξύ Πρετόρια και Κέιπ Τάουν. Πρόκειται για ένα από τα πιο πολυτελή ταξίδια με τρένο στον κόσμο. Διαθέτει υπηρεσία μπάτλερ, δύο βαγόνια αναμονής (καπνίζοντες και μη καπνίζοντες), βαγόνια με χρυσοποίκιλτα παράθυρα, σε ηχομονωμένα, πλήρως στρωμένα με μοκέτες διαμερίσματα, καθένα από τα οποία διαθέτει το δικό του ιδιωτικό μπάνιο (πολλά από τα οποία είναι εξοπλισμένα με μπανιέρα πλήρους μεγέθους). Το ταξίδι με αυτό το τρένο διαφημίζεται ως ένα "υπέροχο κινούμενο ξενοδοχείο πέντε αστέρων" από τους διαχειριστές του, οι οποίοι σημειώνουν ότι βασιλιάδες και πρόεδροι έχουν ταξιδέψει με αυτό. 8

Το Ghan train είναι μια επιβατική σιδηροδρομική υπηρεσία με γνώμονα τον βιωματικό τουρισμό που εκτελεί δρομολόγια μεταξύ των βόρειων και νότιων ακτών της Αυστραλίας, μέσω των πόλεων Αδελαΐδα, Άλις Σπρινγκς και Ντάργουιν στον σιδηροδρομικό δίκτυο Αδελαΐδα-Ντάργουιν. Λειτουργεί από την Journey Beyond Rail Expeditions και ο προγραμματισμένος χρόνος ταξιδιού του, συμπεριλαμβανομένων των εκτεταμένων στάσεων για τους επιβάτες που κάνουν περιηγήσεις εκτός τρένου, είναι 53 ώρες και 15 λεπτά για να διανύσει τα 2.979 χιλιόμετρα. Το Ghan έχει χαρακτηριστεί ως ένα από τα μεγαλύτερα επιβατικά τρένα του κόσμου. 9

Από τα παγκοσμίου φήμης τρένα δεν θα μπορούσε να λείπει και η αναφορά στο θρυλικό Orient Express. Η αρχική διαδρομή του Orient Express ξεκινούσε από το Παρίσι σε όλη την Ευρώπη μέσω Στρασβούργου, Μονάχου, Βιέννης, Βουδαπέστης, Βουκουρεστίου πριν φτάσει στην Κωνσταντινούπολη. Το ταξίδι με το συγκεκριμένο τρένο ήταν το πρώτο διηπειρωτικό τρένο της Ευρώπης που έκανε τη διαδρομή των 2.740 χιλιομέτρων περίπου. Το θρυλικό αυτό τρένο

⁷https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A5%CF%80%CE%B5%CF%81%CF%83%CE%B9%CE%B2%CE%B7%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82_%CF%83%CE%B9%CE%B4%CE%B7%CF%81%CF%8C%CE%B4%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%BF%CF%82

⁸ [https://en.wikipedia.org/wiki/Blue_Train_\(South_Africa\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Blue_Train_(South_Africa))

⁹ <https://www.journeybeyondrail.com.au/the-ghan/>

εξακολουθεί να λειτουργεί σήμερα και να προσφέρει πολυτελείς υπηρεσίες στους επιβάτες αλλά πλέον το δρομολόγιο του είναι κάπως σύντομο, σε σύγκριση με το δρομολόγιο του παρελθόντος.

Από τις 13 Δεκεμβρίου 2021, ένα Nightjet της ÖBB εκτελεί και πάλι τρία δρομολόγια την εβδομάδα στη διαδρομή Παρίσι-Βιέννη, αν και δεν φέρει την επωνυμία Orient Express. 10

Το τρένο Orient Express Venice-Simplon Orient Express της εταιρίας Belmond χρησιμοποιεί αυθεντικά βαγόνια της CIWL από τις δεκαετίες του 1920 και 1930, συνεχίζει να εκτελεί δρομολόγια από και προς διάφορους προορισμούς στην Ευρώπη, συμπεριλαμβανομένης της αρχικής διαδρομής από το Παρίσι στην Κωνσταντινούπολη. 11

Αλλά και στην Ελλάδα έχουμε τα δικά μας, μικρότερης έκτασης φυσικά, ξεχωριστά τρένα.

Το Τρένο του Πηλίου ή αλλιώς Μουτζούρης είναι ένα τρένο-τουριστικό αξιοθέατο των χωριών του Πηλίου. Ο σιδηρόδρομος κατασκευάστηκε σε δύο στάδια, μεταξύ του 1894 και του 1903. Αποτέλεσε για 80 χρόνια, σημείο αναφοράς για την περιοχή. Στις μέρες μας το τρενάκι συνεχίζει να ανεβαίνει στα χωριά του Πηλίου και ταξιδεύει με ταχύτητα 25 χιλιομέτρων την ώρα. Η μοναδική στάση του τρένου γίνεται για μόλις 15 λεπτά, στην Άνω Γατζέα. Την επίβλεψη της κατασκευής του σιδηροδρομικού δικτύου είχε ο Εβαρίστο Ντε Κίρικο, ο πατέρας του γνωστού ζωγράφου Τζόρτζιο ντε Κίρικο, ο οποίος γεννήθηκε στον Βόλο. Εξαιτίας αυτού το τρένο αργότερα χρησιμοποιήθηκε συχνά στις δημιουργίες του. Τα τακτικά δρομολόγια του Τρένου του Πηλίου πραγματοποιούνται όλα τα Σαββατοκύριακα του έτους. Το τρένο αναχωρεί από τα Άνω Λεχώνια και επιστρέφει από τις Μηλιές. 12

Ο Οδοντωτός Διακοπτού – Καλαβρύτων αποτελεί επίσης ένα τουριστικό αξιοθέατο. Ο Οδοντωτός ακολουθεί μια μοναδική διαδρομή περίπου μιας ώρας που ξεκινά από το Διακοπτό, διασχίζει το φαράγγι του Βουραϊκού, περνά από το χωριό Ζαχλωρού και καταλήγει στα Καλάβρυτα. Η διαδρομή είναι 22 χιλιομέτρων και η ταχύτητα του τρένου κυμαίνεται από 30 έως 40 χλμ/ώρα στην απλή γραμμή και από 6 έως 15 χλμ/ώρα στο οδοντωτό κομμάτι. Ο χαρακτηρισμός «οδοντωτός», προέρχεται από τα «δόντια» που χρησιμοποιούν οι αμαξοστοιχίες του τύπου αυτού και τις βοηθούν να σκαρφαλώνουν στις μεγάλες κλίσεις. Η αμαξοστοιχία είναι ειδικά κατασκευασμένη, ώστε η οδόντωση να προσαρμόζεται στα σημεία της γραμμής, όπου αυτό επιβάλλεται, τόσο στην άνοδο όσο και στην κάθοδο της διαδρομής. 13

¹⁰ https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9F%CF%81%CE%B9%CE%AC%CE%BD_%CE%95%CE%BE%CF%80%CF%81%CE%AD%CF%82

¹¹ <https://www.belmond.com/trains/europe/venice-simplon-orient-express/about>

¹² <https://www.hellenictrain.gr/treno-toy-pilioy-mia-mythiki-diadromi>

¹³ <https://www.hellenictrain.gr/odontotos-diakoptyo-kalabryton-mia-mageytiki-diadromi>

Μετά την αναφορά στα ξεχωριστά τρένα θα ήθελα να τονίσω ότι υπάρχουν πάρα πολλοί παράγοντες που κάνουν το σιδηροδρομικό τουρισμό να ξεχωρίζει με τον πιο σημαντικό από αυτούς να είναι ότι το ταξίδι με τρένο προσφέρει υπέροχη θέα σε τοπία και σε μέρη που τα υπόλοιπα μέσα δεν μπορούν να προσφέρουν στον ταξιδιώτη (Lofgren, 2000). Επιπρόσθετοι παράγοντες, βέβαια, για την επιλογή του τρένου είναι πλέον και οι περιβαλλοντικοί παράγοντες καθώς αυτούς χρησιμοποιούν οι ταξιδιώτες κυρίως όταν προσπαθούν να εξηγήσουν τον λόγο για τον οποίον επέλεξαν το τρένο. Από την άλλη βιβλιογραφικά, όπως υποστηρίζουν οι (Gonzalez-Savignat, 2004) και Gutierrez (2001) στο Dickinson & Lumsdon (2010), άλλοι βασικοί παράγοντες είναι το κόστος του ταξιδιού, η διάρκειά του, η τιμή, η άνεση και η ξεκούραστη χωρίς άγχος μετακίνηση που λειτουργούν συνδυαστικά μεταξύ τους και επηρεάζουν την απόφαση των ταξιδιωτών ειδικά όταν πρόκειται για πιο μεγάλα ταξίδια. Σαφώς όμως υπάρχουν και περιπτώσεις ταξιδιού που πολλοί θα ήθελαν να αποφύγουν είτε οποιοδήποτε άλλο μέσο είτε ακόμη και το τρένο, όπως για παράδειγμα δύσκολες διαδρομές σε υψηλό υψόμετρο μέσα σε βουνά και λοιπά που να μην μπορεί να έχουν μία εξαιρετικά σημαντική γραφική και όμορφη ανταμοιβή αλλά αποτελούν μία δύσκολη περίπτωση ταξιδιού για τους περισσότερους.

Στο σημείο αυτό καλό είναι να προστεθεί ότι το ταξίδι με τρένο για τους περισσότερους είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με την πολιτισμική πολυπλοκότητα των περισσότερων κοινωνιών (Freeman 2002 Schivelbusch 1977). Στο σιδηροδρομικό τουρισμό ο ταξιδιώτης, δηλαδή ο επιβάτης του τρένου, αλληλοεπιδρά απόλυτα με τον περιβάλλοντα χώρο της αμαξοστοιχίας. Έτσι και το βαγόνι και η αλληλεπίδραση με τους ανθρώπους μέσα σε αυτό μετατρέπεται αυτόματα σε κομμάτι της διαδρομής και ενσωματώνεται στην ταξιδιωτική εμπειρία (Anderson 2004).

Σύμφωνα με τους Dickinson & Lumsdon (2010) τα σκέλη της ταξιδιωτικής εμπειρίας, όταν κάποιος ταξιδεύει ειδικά με τρένο είναι πρωτίστως η παρέα στο ταξίδι, η παρατήρηση του τοπίου της διαδρομής και φυσικά η χαλάρωση και ο χρόνος που προσφέρει το τρένο στον ταξιδιώτη.

Δυστυχώς όμως, ακόμη και σήμερα, το τρένο πάντα ως μέσο μαζικής μεταφοράς επιφέρει ανησυχία και δισταγμό σε πολλούς για τη χρήση του ως μέσο μετακίνησης. (Stevenson 2009, Stradling et al 2007)

4.2 Σιδηρόδρομος στην Ελλάδα – ΟΣΕ – Hellenic Train (τρέχουσα κατάσταση)

Η ιστορία του ελληνικού σιδηροδρόμου ξεκινάει από πριν το 1900. Όπως ήταν και λογικό βασικό σημείο εκκίνησης ήταν η Αθήνα και οι διαδρομές δημιουργήθηκαν ακτινωτά προς διάφορα αστικά κέντρα και λιμάνια. Ωστόσο αργότερα περισσότερη έμφαση δόθηκε και στα τοπικά δίκτυα με σκοπό την σύνδεση της Ελληνικής επικράτειας.

Τα πρώτα τρένα που εμφανίστηκαν στη χώρα μας ήταν ιδιωτικά και εν συνεχεία χρειάστηκε η συνεργασία πολλών επιχειρηματιών αλλά και “επενδυτών” για να γίνει αυτό το σημαντικό εγχείρημα πραγματικότητα. Όπως είναι λογικό μπορεί σήμερα να συμβάλει ιδιαίτερα

στον τουρισμό και να λέμε ότι οδηγεί σε μία οικονομική ανάπτυξη, ωστόσο από εκείνα τα χρόνια η ανάπτυξη του τρένου συνέβαλε σημαντικά στην ενίσχυση της οικονομικής δραστηριότητας.

Η πρώτη εκδρομική αμαξοστοιχία κυκλοφόρησε την άνοιξη του 1935 στην Ελλάδα και από τότε στην ουσία άρχισε η αλλαγή. Πολλά ήταν τα φορτηγά βαγόνια τα οποία μετατράπηκαν σε εκδρομικά για τα λαϊκά στρώματα με πολύ χαμηλό εισιτήριο. Ωστόσο, πριν από εκείνη την περίοδο, χρονιά σταθμός ήταν με το 1920 όπου ο Βενιζέλος ίδρυσε την πρώτη εταιρεία ΝΠΔΔ με την τότε επωνυμία “Σιδηρόδρομοι Ελληνικού Κράτους”. Ο ΟΣΕ όπως το γνωρίζουμε σήμερα ιδρύθηκε το 1970 που είναι και η περίοδος σταθμός καθώς καταργήθηκαν οι ατμομηχανές και χρησιμοποιούνταν πλήρως οι μηχανές τύπου diesel. Οκτώ χρόνια αργότερα ξεκίνησαν οι πρώτες προαστιακές γραμμές με την πιο γνωστή να παραμένει ως σήμερα το Αθήνα Χαλκίδα. Σήμερα οι γραμμές του προαστιακού είναι πολύ περισσότερες από την Αθήνα προς περιοχές όπως η Κόρινθος, η Θήβα, ο Πειραιάς, το αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος ενώ ταυτόχρονα υπάρχουν και γραμμές από τη Θεσσαλονίκη με την περισσότερο γνωστή και ευρέως χρησιμοποιούμενη το Θεσσαλονίκη Λάρισα που είναι ιδιαίτερα σημαντική γιατί εξυπηρετεί και πολλές ενδιάμεσες αστικές περιοχές . Τον Δεκέμβριο του 2008 η ΟΣΕ Α.Ε. μεταβίβασε το σύνολο των μετοχών που κατείχε επί του μετοχικού κεφαλαίου της ΤΡΑΙΝΟΣΕ Α.Ε. στο Ελληνικό Δημόσιο, το οποίο κατείχε από την 31.12.2008 το σύνολο των μετοχών (100%) της εταιρείας. Τον Απρίλιο του 2013 μεταβιβάστηκε και περιήλθε το σύνολο των μετοχών της ΤΡΑΙΝΟΣΕ Α.Ε. κατά πλήρη κυριότητα στο ΤΑΜΕΙΟ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΥ (ΤΑΙΠΕΔ), κυριότητας του Ελληνικού Δημοσίου. Στις 18 Ιανουαρίου 2017 υπεγράφη η σύμβαση πώλησης του 100% της ΤΡΑΙΝΟΣΕ Α.Ε στην FSI, έναντι συνολικού τιμήματος ευρώ 45 εκατ. ευρώ. Στις 14 Σεπτεμβρίου 2017 ολοκληρώθηκε η πώληση και μεταβίβαση του 100% των μετοχών της ΤΡΑΙΝΟΣΕ Α.Ε. στην FSI και εντάχθηκε στον ιταλικό όμιλο. Η εταιρεία, πλέον υπό την επωνυμία HELLENIC TRAIN, διοικείται από πενταμελές Διοικητικό Συμβούλιο. Ο όμιλος FSI αποτελεί την τρίτη μεγαλύτερη σιδηροδρομική εταιρεία στην Ευρώπη και δραστηριοποιείται ήδη στη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ολλανδία και τη Βρετανία.

Η HELLENIC TRAIN είναι ο βασικός πάροχος (μέχρι και σήμερα ο μοναδικός) σιδηροδρομικής μεταφοράς επιβατών και εμπορευμάτων στην Ελλάδα. Η Εταιρεία παρέχει τις σιδηροδρομικές υπηρεσίες χρησιμοποιώντας το δίκτυο και την εν γένει σιδηροδρομική υποδομή η οποία ανήκει στον ΟΣΕ (καταβάλλοντας τα αντίστοιχα τέλη πρόσβασης δικτύου). Η HELLENIC TRAIN πραγματοποιεί 342 δρομολόγια (επιβατικά και εμπορικά τρένα) την ημέρα. Η εταιρεία εκτός από τις προαστιακές γραμμές παρέχει και Υπεραστικό Δίκτυο καθώς πλέον και

¹⁴<https://www.hellenictrain.gr/etaireia>

ETR Δίκτυο. Τα τρένα τύπου ETR (ICityExpress) συνδέουν πλέον την πρωτεύουσα με τη συμπρωτεύουσα σε περίπου 4 ώρες. 15

4.3 Σημερινή Τιμολογιακή Πολιτική, Εκπτώσεις και Αγορά Εισιτηρίων

Σημαντικό είναι το γεγονός ότι η HELLENIC TRAIN βασιζόμενη στις παλαιότερες παροχές του ΟΣΕ προσφέρει εκπτώσεις σε διάφορες ομάδες ανθρώπων σύμφωνα με κοινωνικά ή ηλικιακά κριτήρια κάνοντας την χρήση του τρένου πιο εύκολη και προσιτή σε όλους.

Παρακάτω παρουσιάζονται τα ισχύοντα:

- Έκπτωση 20% στα εισιτήρια με επιστροφή, επιβραβεύοντας το συχνό επιβάτη (ισχύει για εισιτήρια με κλειστή ημερομηνία επιστροφής)
- Έκπτωση έως και 15% για προαγορά εισιτηρίου, επιβραβεύοντας τον επιβάτη που προγραμματίζει έγκαιρα το ταξίδι του.
- Εκπτώσεις που φθάνουν μέχρι και 50% σε κάρτες πολλαπλών διαδρομών, επιβραβεύοντας τους πιστούς πελάτες
- Έκπτωση 25% σε μετακίνηση ομάδων (συμμετοχή τουλάχιστον 6 επιβατών)
- Έκπτωση 25% στους φοιτητές ΑΕΙ (ισχύει για εισιτήρια Β' θέσης)
- Έκπτωση 50% στους φοιτητές ΑΕΙ και στους σπουδαστές δημοσίων ΙΕΚ, εφόσον μετακινούνται από τον τόπο κατοικίας τους (νομός) στην έδρα της σχολής τους & αντίστροφα (ισχύει για εισιτήρια Β' θέσης)
- Οι φοιτητικές και καταρτιζόμενων σε δημόσια ΙΕΚ εκπτώσεις χορηγούνται με την επίδειξη της εν ισχύ ακαδημαϊκής ταυτότητας, η οποία έχει εκδοθεί από ελληνικό ΑΕΙ / δημόσιο ΙΕΚ.
- Παιδιά έως 4 ετών ταξιδεύουν δωρεάν, εφόσον δεν ζητείται για αυτά ιδιαίτερη θέση
- Παιδιά έως 4 ετών για τα οποία ζητείται ιδιαίτερη θέση, καθώς και παιδιά 4 έως 12 ετών δικαιούνται έκπτωση 50%
- Έκπτωση 25% νεανικού εισιτηρίου (επιβάτες έως 24 ετών)
- Έκπτωση σε επιβάτες άνω των 65
- Έκπτωση 50% στα μέλη πολύτεκνων οικογενειών (4 παιδιά και άνω), με την επίδειξη του οικογενειακού ή ατομικού βιβλιαρίου ταυτότητας πολυτέκνων, που έχουν εκδοθεί από την Ανώτατη Συνομοσπονδία Πολυτέκνων ή Σύλλογο Πολυτέκνων
- Έκπτωση 50% σε επιβάτες ΑΜΕΑ

¹⁵ <https://www.hellenictrain.gr/> (Μενού Πληροφορίες Ταξιδιού)

- Έκπτωση 25% σε στρατιωτικά και πολιτικά (εν ενεργεία) στελέχη ΓΕΣ, ΓΕΝ, ΓΕΑ και οπλίτες θητείας
- Ειδικές τιμές ισχύουν για τους κατοίκους των Περιφερειών Καρδίτσας και Τρικάλων, για μετακίνηση Αθήνα-Καλαμπάκα-Αθήνα, με την επίδειξη εκπτωτικής κάρτας¹⁶

Επίσης πλέον έχουν εισαχθεί κάποια προνόμια για την Έγκαιρη & Ηλεκτρονική Κράτηση:

α) Ο επιβάτης που αγοράζει εισιτήριο σε προγενέστερο χρόνο από την ημέρα αναχώρησης της αμαξοστοιχίας με βάση την ισχύουσα τιμολογιακή πολιτική της Hellenic Train έχει σημαντικές εκπτώσεις επί της τιμής του εισιτηρίου:

- 15% έκπτωση: Ισχύει για έκδοση εισιτηρίου εξήντα (60) ημέρες*24 ώρες πριν το προγραμματισμένο δρομολόγιο
- 10% έκπτωση: Ισχύει για έκδοση εισιτηρίου τριάντα (30) ημέρες*24 ώρες πριν το προγραμματισμένο δρομολόγιο
- 5% έκπτωση: Ισχύει για έκδοση εισιτηρίου δεκαπέντε (15) ημέρες*24 ώρες πριν το προγραμματισμένο δρομολόγιο

β) Επιπλέον μείωση κατά 20% επί της τιμής έχει ο επιβάτης που αγοράζει εισιτήριο μετ' επιστροφής (έκπτωση μετ' επιστροφής δίδεται σε εισιτήρια που δεν περιέχουν άλλη έκπτωση, σε επιβάτες άνω των 65 ετών και σε στρατεύσιμους/στρατιωτικούς. Η έκπτωση μετ' επιστροφής δίδεται πάντοτε σε εισιτήρια με κλειστή ημερομηνία επιστροφής). Οι ανωτέρω εκπτώσεις εφαρμόζονται είτε συνδυαστικά είτε μεμονωμένα ανάλογα με την διαδρομή που θα επιλέξει ο επιβάτης. Σε κάθε περίπτωση η συνολική μείωση τιμής λόγω των παρεχόμενων εκπτώσεων δεν θα μπορεί να ξεπερνά το 40% της αρχικής τιμής του εισιτηρίου. ¹⁷

Σημαντικό είναι να σημειωθεί ότι η αγορά των εισιτηρίων μπορεί να γίνει από¹⁸:

- Τα Σημεία Πώλησης: Εκδοτήρια στους Σιδηροδρομικούς Σταθμούς
- Την ιστοσελίδα της Hellenic Train: tickets.trainose.gr
- Την ειδική, ηλεκτρονική εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα (Hellenic Train App)

¹⁶ <https://www.hellenictrain.gr/eisitiria-prosfores>

¹⁷ <https://www.hellenictrain.gr/egkairi-ilektroniki-kratise>

¹⁸ <https://www.hellenictrain.gr/agora-eisitirion>

4.4 Ικανοποίηση πελατών

Μέσα από ανάλυση της σχετικής βιβλιογραφίας, πριν την παράθεση των ευρημάτων του ερωτηματολογίου, εξετάζεται η έννοια της ικανοποίησης του πελάτη (Consumer Satisfaction). Υποθέτοντας ότι ο πελάτης είναι ικανός να αξιολογήσει την ποιότητα των υπηρεσιών μιας επιχείρησης, οτιδήποτε που δεν τον κάνει να αισθάνεται άνετα ή γενικά οτιδήποτε που δεν του αρέσει είναι λόγος για να τον οδηγήσει να νοιώσει άβολα και να τον οδηγήσει στην δυσαρέσκεια. Εξετάζοντας πηγές από κοινωνική ψυχολογία (Weaver & Brinckman 1994) το αίσθημα της δυσαρέσκειας που θα απομακρύνει τον πελάτη είναι το άθροισμα δυο παράλληλων διαδικασιών: η μία είναι η δημιουργία των θετικών προσδοκιών και η δεύτερη το αίσθημα της μη ικανοποίησης των προσδοκιών, πράγμα που τελικά θα επιφέρει την δυσαρέσκειά του.

Οι Anderson και Sullivan (1991) τονίζουν ότι ικανοποίηση είναι πολύ εύκολο να γίνει δυσαρέσκεια, ενώ το αντίστροφο είναι δύσκολο. Οι προσδοκίες των πελατών πηγάζουν από τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους. Η ανάγκη διαφοροποιείται ανάλογα με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του καθενός. Ο Juran (1988) λέει το κατά πόσο το προϊόν ή η υπηρεσία καλύπτει τις ανάγκες και επιθυμίες του πελάτη τότε θα κριθεί και ότι το συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία έχει κάποια αξία για αυτόν. Άρα πρέπει τα στελέχη της επιχείρησης να σέβονται τις ανάγκες των πελατών τους αλλιώς θα δημιουργηθεί ένα συναίσθημα αδιαφορίας ή και δυσαρέσκειας ακόμα, που θα έχει αρνητικές επιπτώσεις για την επιχείρηση.

Γνωρίζουμε, ακόμα, πως αυτό το ποσοστό των δυσαρεστημένων πελατών το 13% που είχε πρόβλημα θα το ξαναπεί πάνω από δυο φορές σε 20 άτομα. Η προσπάθεια βελτίωσης της ποιότητας των υπηρεσιών είναι συνάμα και προσπάθεια βελτίωσης των σχέσεων με τους πελάτες και είναι ένα αποτελεσματικό εργαλείο στην καταπολέμηση της κακής φήμης και στην αλυσιδωτή επίδραση που έχει αυτή πάνω στους πελάτες σας (Μαυροβουνιώτης, 1998).

Ο Ian Linton το 2007 σε μια έρευνα αναφέρει τους 10 σημαντικότερους παράγοντες που θα επηρεάσουν την κρίση ενός καταναλωτή. Αυτοί είναι :

1. Να επικοινωνεί η εταιρία μαζί μου όταν μου το υπόσχεται,
2. Να λαμβάνω μια εξήγηση για τα αιτία του προβλήματος,
3. Να έχω τη σωστή ενημέρωση για το που πρέπει να τηλεφωνήσω εάν συμβεί κάτι,
4. Να έρχονται σε επαφή μαζί μου όταν λύνεται ένα πρόβλημα,
5. Να μπορώ να μιλήσω σε κάποιον που έχει την αρμοδιότητα για την επίλυση του προβλήματος,
6. Να με ενημερώνουν πόσος χρόνος θα χρειαστεί στην περίπτωση για την επίλυση του προβλήματος,
7. Να μου δίνουν εναλλακτικές λύσεις στην περίπτωση που δεν λυθεί το πρόβλημα,

8. Να με αντιμετωπίζουν σαν άτομο και όχι σαν χρήματα,
9. Να ενημερώνομαι για τρόπους προστασίας από την παρουσίαση του προβλήματος στο μέλλον,
10. Να μου δίνουν ενημέρωση για την εξέλιξη της αντιμετώπισης του προβλήματος όταν δεν μπορεί να λυθεί αμέσως.

Ένα άλλο στοιχείο που πρέπει να αναφέρουμε είναι το φαινόμενο του word of mouth. Είναι γεγονός ότι αν περιορίσουμε την διαρροή πελατών κατά ένα μικρό ποσοστό θα αυξήσουμε τα κέρδη, διότι «ο μέσος πελάτης που έχει πρόβλημα με την εταιρία θα το πει σε άλλους εννέα έως δέκα. Το 13% που είχε πρόβλημα θα το ξαναπεί σε 20 άτομα» και αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την όλο και μεγαλύτερη απώλεια σταδιακά (Μαυροβουνιώτης, 1998). Ο μεγαλύτερος εχθρός της εξυπηρέτησης πελατών είναι η κακή φήμη. Είναι το αποτέλεσμα της δυσαρέσκειας από πελάτες που είναι κοινωνικοί και εξωστρεφείς. Το WOM (word of mouth) είναι από τα σημαντικότερα εργαλεία προώθησης του τουρισμού και επειδή η ικανοποίηση και η εμπειρία είναι στην ουσία το «προϊόν» για αυτό είναι η σημαντική η ικανοποίηση.

4.5 Η σημαντικότητα της ασφάλειας στη σιδηροδρομική εμπειρία

Ο παράγοντας φόβος αποτελεί ένα βασικό παράγοντα όσον αφορά την χρήση των μέσων μεταφοράς και αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους δισταγμούς των επισκεπτών όσον αφορά τη χρήση του τρένου για τουρισμό, ειδικά σε ότι αφορά στο θέμα της ασφάλειας. Παρότι, διεθνώς έχουν αξιοποιηθεί παλιά σιδηροδρομικά δίκτυα και τραίνα ως τουριστικά αξιοθέατα.

Στην Ελλάδα αυτή η αξιοποίηση περιστρέφεται κυρίως γύρω από δύο ιδιαίτερου τύπου τρένα. Τα τρένα αυτά είναι το «Τρένο του Πηλίου» και ο «Οδοντωτός».

Τέτοιου τύπου τρένα και διαδρομές όπως έχει διαπιστωθεί από την διεθνή βιβλιογραφία προσελκύουν επισκέπτες που αναζητούν συναρπαστικές, εκπαιδευτικές και αυθεντικές εμπειρίες (Halsall, 2001 ; Tillman 2002). Η αυθεντικότητα της διαδρομής με ειδικού τύπου τρένα έχει διαπιστωθεί ότι είναι ένας από τους έξι παράγοντες κλειδιά που συμβάλουν στην βιωσιμότητα των διαδρομών αυτών. Όμως η επίτευξη της διατήρησης της αυθεντικότητας πρέπει να επιτευχθεί με γνώμονα την ασφάλεια τόσο των επισκεπτών όσο και του εργαζόμενου προσωπικού. Για αυτό το λόγο η υπάρχουσα νομοθεσία καθώς και η ανάγκη προστασίας των επισκεπτών και του προσωπικού μεταφράζετε στο ότι η ασφάλεια και η προστασία πρέπει να είναι μέγιστης σημασίας στον σχεδιασμό οποιουδήποτε αξιοθέατου (Swarbrooke 2002 : 165). Οι αρμόδιοι των εταιριών που έχουν αναλάβει την υλοποίηση των εμπειριών αυτών πρέπει να λάβουν υπόψιν τους την ασφάλεια και την προστασία και να υιοθετήσουν στρατηγικές με αυτά ως γνώμονα τους. Βέβαια στον αντίποδα και όπως αναφέρει η Βρετανική Ιατρική Ένωση (1990: 146)

« Κανείς δεν πιστεύει ειλικρινά ότι όλες οι ψυχαγωγικές δραστηριότητες μπορούν να είναι ελεύθερες από ρίσκα».

Για τη διερεύνηση και την ελαχιστοποίηση των κινδύνων ο Bentley et al (2001) προτείνει ένα μοντέλο για την ενσωμάτωση των παραγόντων ρίσκου τουριστικών ατυχημάτων που περιλαμβάνει τους παράγοντες που είναι πέρα από τον έλεγχο των εταιριών. Ο Bentley et al. (2001) υποστηρίζει ότι τα ρίσκα στον τουρισμό περιπέτειας μπορούν να μειωθούν με την παρέμβαση σε τέσσερα κύρια επίπεδα ελέγχου : τους μεμονωμένους επισκέπτες ή τουρίστες, τη διοίκηση και τους χειριστές, τη βιομηχανία και τις ρυθμιστικές κυβερνητικές αρχές.

Ως ρίσκο ορίζεται η πιθανότητα να χάσουμε κάτι αξίας και ο κίνδυνος ως η κατάσταση η οποία αυξάνει την πιθανότητα της απώλειας να συμβεί (Espiner 1999:7).

Σε αυτό το σημείο δεν πρέπει να διαφύγει της προσοχής μας η διαφορά ανάμεσα στο τι αποτελεί για τον τουρίστα πραγματικό κίνδυνο και τι αντιλαμβάνεται ως κίνδυνο. Κάθε μεμονωμένος τουρίστας ανάλογα από το μέρος που προέρχεται και την αντίστοιχη κουλτούρα που έχει αντιλαμβάνεται και έχει διαφορετική οπτική στο τι συνιστά κίνδυνο και τι ρίσκο. Όλα αυτά συνοψίζονται στο κάτωθι μοντέλο.



Bentley model : model of risk factors for industrial heritage sites (PPE, personal protection equipment)

Πηγή: *Railway Heritage and Tourism*, Michael V.Conlin and Geoffrery R.Bird

Παρότι ο Bentley κάνει όλη αυτή την αναφορά στην ασφάλεια βασιζόμενος στον τουρισμό περιπέτειας αξίζει η αναφορά του μοντέλου και εδώ γιατί μπορεί να εφαρμοστεί και στα ειδικού τύπου τρένα και διαδρομές στον Ελληνικό χώρο. Ο στόχος είναι να βρεθεί η ισορροπία ανάμεσα στους διοικητικούς/οργανωτικούς στόχους, στις προσδοκίες των επισκεπτών, την εκπαίδευση και την συμπεριφορά του προσωπικού, τους περιβαλλοντολογικούς παράγοντες , την συντήρηση/χρήση του εξοπλισμού και τις έξτρα οργανωτικές επιρροές.

Για να διασφαλιστεί η συνεχής και αξιόπιστη προσοχή στην ασφάλεια πρέπει να γίνει περαιτέρω έρευνα στις πρακτικές που εφαρμόζονται διεθνώς. Με στόχο την ανάπτυξη πολιτικών που θα συμβάλλουν στην υιοθέτηση των καλύτερων πρακτικών για την εκπαίδευση των εργαζομένων και των ξεναγών καθώς και τη διοίκηση των ιδιαίτερων διαδρομών και τρένων.

5. Μεθοδολογία προς μία ποσοτική προσέγγιση της ικανοποίησης του χρήστη

5.1 Μεθοδολογία – ερωτηματολόγιο χρήστες

Η μεθοδολογία πάνω στην οποία στηρίχθηκε η παρούσα εργασία ήταν η έρευνα βιβλιογραφίας και αρθρογραφίας και η ανάλυση δεδομένων από πρωτογενή έρευνα. Η συλλογή των δεδομένων μπορεί να γίνει με διάφορους τρόπους.

Σε αυτή την εργασία θα γίνει χρήση μιας άμεσα υψηλά δομημένης έρευνας, δηλαδή ένα δομημένο ερωτηματολόγιο με δεδομένες ερωτήσεις, κατανοητές από τον ερωτώμενο και εύκολα αναλύσιμες απαντήσεις. Πιο συγκεκριμένα, για την δική μας έρευνα συντάχθηκε ερωτηματολόγιο με ερωτήσεις κλειστού τύπου το οποίο διαμοιράστηκε μέσω του διαδικτύου και κυρίως μέσω των κοινωνικών δικτύων σε αρκετές περιπτώσεις σε διάφορα άτομα.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται σε πρώτη φάση από τις ερωτήσεις που αφορούν τα δημογραφικά στοιχεία του ερωτώμενου ενώ στο δεύτερο μέρος περιέχει ερωτήσεις σχετικά με τον τουρισμό, το δίκτυο και τις υπηρεσίες που δέχονται. Πέραν των δεδομένων απαντήσεων γίνεται χρήση της 5-βάθμιας κλίμακας Likert όπως αυτή συνηθίζεται να χρησιμοποιείται στη βιβλιογραφία για τέτοιου είδους έρευνες. Το ερωτηματολόγιο συντάχθηκε λαμβάνοντας υπόψη την βιβλιογραφία και αρθρογραφία και πλειάδα προηγούμενων μελετών (βλέπε παράρτημα).

Η έρευνα διεξήχθη κατά την περίοδο Ιουνίου – Ιουλίου 2019 σε τυχαίο δείγμα 269 ατόμων. Τα ερωτηματολόγια δημιουργήθηκαν στην πλατφόρμα Google forms και διαμοιράστηκαν ηλεκτρονικά κυρίως μέσω των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Στη συνέχεια ακολουθεί ανάλυση με τη χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS v23

5.2 Ανάλυση – περιγραφική στατιστική

Ξεκινώντας την ανάλυση των δημογραφικών στοιχείων διαπιστώνεται ότι το 61,3% των συμμετεχόντων ήταν γένους θηλυκού και το 38,7% ήταν άνδρες.

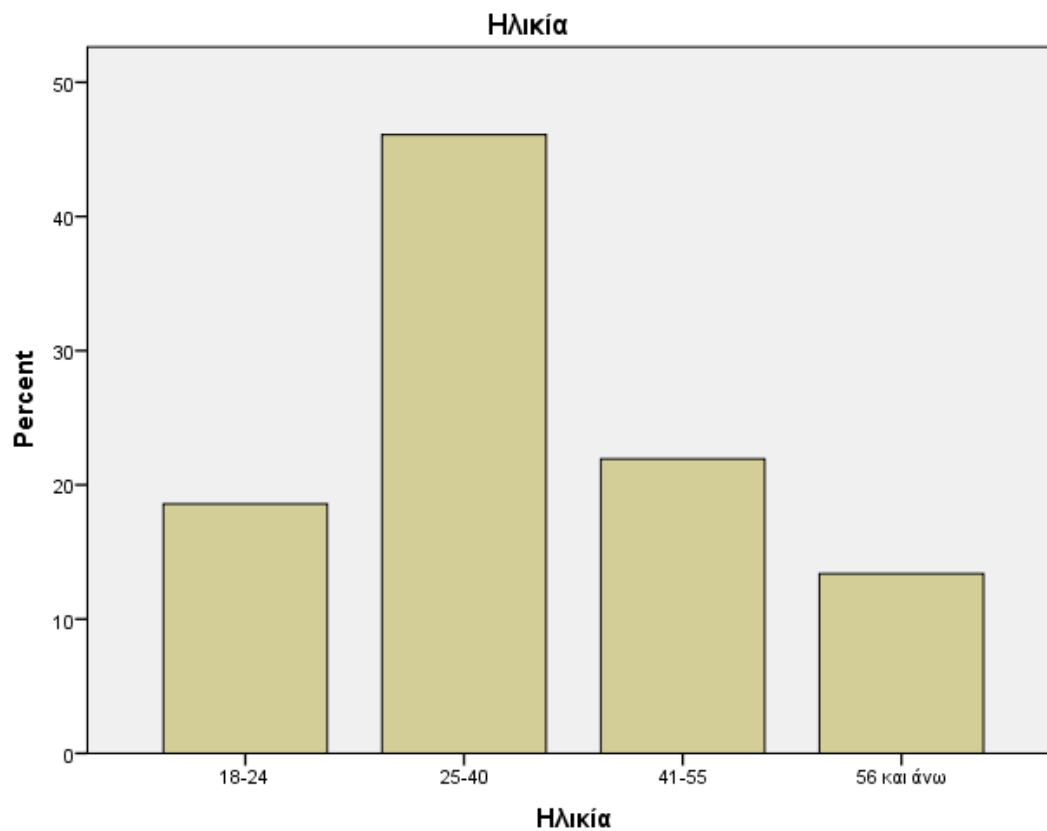
Φύλο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άνδρας	104	38,7	38,7	38,7
	Γυναίκα	165	61,3	61,3	100,0
	Total	269	100,0	100,0	

Όσο αναφορά την ηλικία, το 46,1% είναι η ηλικιακή ομάδα 25-40 που συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό συμμετεχόντων. Αντίθετα η κατηγορία άνω των 56 ετών συγκέντρωσε το χαμηλότερο ποσοστό, μόλις 13,4%. Η κατανομή ανά ηλικιακή ομάδα φαίνεται στο παρακάτω γράφημα.

Ηλικία

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-24	50	18,6	18,6	18,6
	25-40	124	46,1	46,1	64,7
	41-55	59	21,9	21,9	86,6
	56 και άνω	36	13,4	13,4	100,0
	Total	269	100,0	100,0	



%

Η πλειοψηφία του δείγματος, και συγκεκριμένα το 60,2% είναι άγαμοι κάτι που δικαιολογείται εν μέρει και από το γεγονός ότι πάνω από το 60% είναι έως 40 χρόνων.

Οικογενειακή Κατάσταση

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άγαμος/η	162	60,2	60,2	60,2
	Διαζευγμένος/η	8	3,0	3,0	63,2
	Έγγαμος/η	97	36,1	36,1	99,3
	Σε χηρεία	2	,7	,7	100,0
	Total	269	100,0	100,0	

Σχετικά με το μορφωτικό επίπεδο, η πλειοψηφία του δείγματος μας είναι απόφοιτοι ΑΕΙ ή ΤΕΙ και το 27,5% είναι επιπλέον κάτοχοι μεταπτυχιακού. Σημαντικό είναι και το ποσοστό 15,2% που είναι απόφοιτοι λυκείου ενώ υπάρχει και το 1,9% που ανήκουν σε λοιπές περιπτώσεις (δημοτικό, ιεκ κ.α).

Μορφωτικό Επίπεδο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΕΙ / ΤΕΙ	145	53,9	53,9	53,9
	Δημοτικό	1	,4	,4	54,3
	ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟ	4	1,5	1,5	55,8
	ΛΟΙΠΑ	4	1,5	1,5	57,2
	ΛΥΚΕΙΟ	41	15,2	15,2	72,5
	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	74	27,5	27,5	100,0
	Total	269	100,0	100,0	

Εργασιακή Κατάσταση

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άνεργος/η	26	9,7	9,7	9,7
	Δημόσιος Υπάλληλος	35	13,0	13,0	22,7
	Ελ. Επαγγελματίας	38	14,2	14,2	36,9
	Ιδ. Υπάλληλος	108	40,1	40,1	77,0
	Λοιπά	3	1,1	1,1	78,1
	ΣΥΝΤΑΞΙΟΥΧΟΣ	16	6,0	6,0	84,1
	Φοιτητής/τρια	43	16,0	15,9	100,0
	Total	269	100,0	100,0	

Πάνω από τα 2/3 του δείγματος επιλέγουν μόνο ένα τρόπο να ταξιδεύουν, δηλαδή το 18,6% δηλώνουν ότι ταξιδεύουν κατ' αποκλειστικότητα ως ζευγάρι και άλλοι τόσοι ταξιδεύουν αποκλειστικά ως οικογένεια (σύζυγος και παιδιά). Το μεγαλύτερο ποσοστό αποκλειστικότητας ανήκει στα ταξίδια με την παρέα που είναι και το πιο λογικό. Επιπλέον, το 18,6% δήλωσε ότι ταξιδεύει και μόνος ενώ επιλέγει κατ' αποκλειστικότητα το μοναχικό ταξίδι το 7,1%. Συνδυαστικά με άλλους τρόπους το 52,4% δήλωσε ότι ταξιδεύει και με παρέα, ενώ το 27,9% δήλωσε και με την οικογένεια.

Όσο αναφορά το ετήσιο εισόδημα το 43,9% δήλωσε ότι έχει ατομικό ετήσιο εισόδημα μέχρι 9000€ που είναι η κατηγορία που συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό απαντήσεων του δείγματος. Επόμενη εισοδηματική κατηγορία που συγκέντρωσε απαντήσεις ήταν το εισόδημα από 15.001€ έως 30.000€ που συγκέντρωσε ποσοστό 18,2%.

Ετήσιο Εισόδημα (ατομικό σε €)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0 - 9000	118	43,9	43,9	43,9
12.001 - 15.000	46	17,1	17,1	61,0
15.001 - 30.000	49	18,2	18,2	79,2
30.001 - 45.000	7	2,6	2,6	81,8
45.001 και άνω	6	2,2	2,2	84,0
9.001 - 12.000	43	16,0	16,0	100,0
Total	269	100,0	100,0	

Στην επόμενη ερώτηση σκοπός ήταν να μάθουμε πόσες μέρες έχουν στη διάθεσή τους για τουρισμό και όπως διαπιστώνεται και από τον παρακάτω πίνακα το 40,1% είναι το μεγαλύτερο ποσοστό και αφορά διάστημα 8 έως 14 ημερών. Δεύτερη δημοφιλέστερη επιλογή ήταν από 4 έως 7 ημέρες με 27,1% ενώ αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι 7,4% του δείγματος δήλωσαν ότι μπορούν να δρουν ως τουρίστες από 31 ημέρες και πάνω.

Πόσες μέρες το χρόνο έχετε τη δυνατότητα να δράσετε ως τουρίστας;

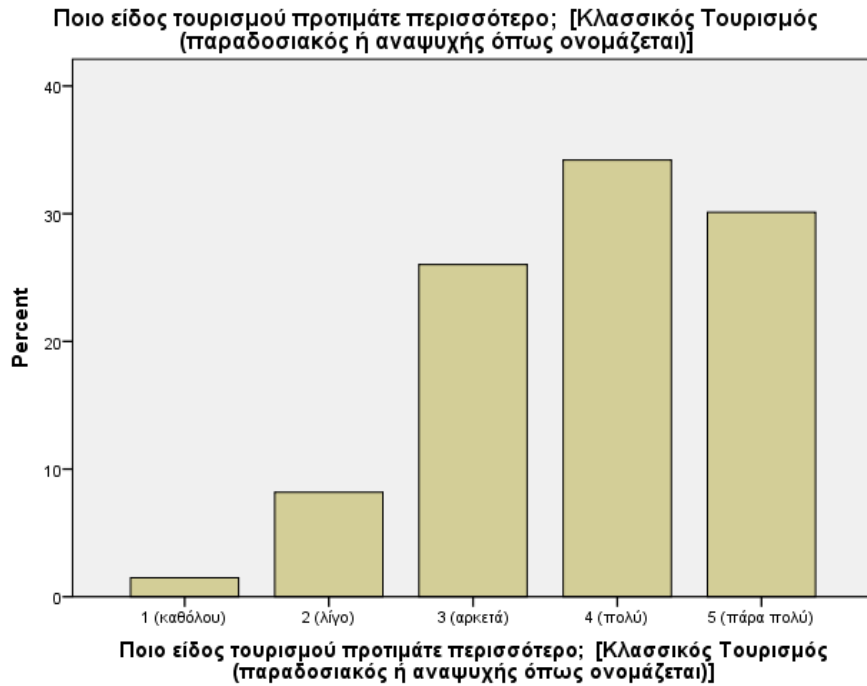
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 - 3 μέρες	19	7,1	7,1	7,1
4 - 7 μέρες	73	27,1	27,1	34,3
8 - 14 μέρες	108	40,1	40,1	74,4
15 - 30 μέρες	49	18,2	18,2	92,6
31 και περισσότερες μέρες	20	7,4	7,4	100,0
Total	269	100,0	100,0	

Στη συνέχεια οι συμμετέχοντες έπρεπε να δηλώσουν την προτίμησή τους στον κλασσικό ή στον εναλλακτικό τουρισμό. Στο παρακάτω πίνακα φαίνεται ότι έχουν θετική προτίμηση στον κλασσικό τουρισμό με τη μέση τιμή να είναι 3,83 ενώ ο εναλλακτικός τουρισμός σημειώνει μέση τιμή 2,87.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Κλασσικός	269	1,00	5,00	3,8327	,99901
Εναλλακτικός	269	1,00	5,00	2,8699	1,24356
Valid N (listwise)	269				

Η κατανομή των προτιμήσεων φαίνεται αναλυτικά στα παρακάτω διαγράμματα.



Από τα διαγράμματα αυτά φαίνεται για τον κλασσικό τουρισμό το μεγαλύτερο ποσοστό προτίμησης συγκεντρώνει η απάντηση «Πολύ» ενώ για τον εναλλακτικό η απάντηση «Λίγο» ενώ η απάντηση 3 «Αρκετά» είναι περίπου στα ίδια επίπεδα και για τα δυο είδη.



Οι ερωτώμενοι δήλωσαν κατά μεγάλο ποσοστό και συγκεκριμένα κατά 33,8% ότι χρησιμοποιούν το τρένο Σπάνια, δηλαδή μια φορά το χρόνο ενώ το 26,4% δήλωσε σχεδόν ποτέ για το διάστημα των τελευταίων τριών ετών. Στον αντίποδα το 15,6% δήλωσε ότι χρησιμοποιεί το τρένο συχνά, δηλαδή μια φορά το μήνα ενώ το 8,6% δήλωσε αρκετά ή πολύ συχνά που σημαίνει τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα.

Γενικά πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το τρένο;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Αρκετά συχνά (3-4 φορές το μήνα)	9	3,3	3,3	3,3
Πολύ συχνά (τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα)	14	5,2	5,2	8,6
Ποτέ (πάνω από 3 χρόνια χωρίς να το χρησιμοποιήσω)	42	15,6	15,6	24,2
Σπάνια (1 Φορά το χρόνο)	91	33,8	33,8	58,0
Συχνά (1 φορά το μήνα)	42	15,6	15,6	73,6
Σχεδόν ποτέ	71	26,4	26,4	100,0
Total	269	100,0	100,0	

Στη συνέχεια ζητήθηκε από όσους δεν απάντησαν «ποτέ» στην προηγούμενη ερώτηση να αιτιολογήσουν το λόγο που επέλεξαν το τρένο. Ιδιαίτερα ενδιαφέρον είναι το γεγονός ότι το 26,4% δήλωσε ότι επέλεξε το τρένο για τουρισμό και αμέσως μετά το 22,3% δήλωσε για οικονομικούς παράγοντες. Αξιόλογο ποσοστό συγκέντρωσε αυτός και η απάντηση «επαγγελματικοί» λόγοι ενώ το 27,1% δεν έδωσε καμία απάντηση.

Αν στην παραπάνω ερώτηση δεν απαντήσατε «ποτέ» για ποιον λόγο μετακινηθήκατε με τρένο;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Βολικο λογο κινησης	1	,4	,4	27,1
Βόλτα	1	,4	,4	27,5
Για να δω την οικογένειά μου	1	,4	,4	27,9
Δεν έτυχε	1	,4	,4	28,3
Επαγγελματικοί λόγοι	46	17,1	17,1	28,6
Επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς	1	,4	,4	45,7
Κάνει αυτός ώρες	1	,4	,4	46,1
Ξεκούραστο και οικονομικό ταξίδι	1	,4	,4	46,5
Οικογενειακοί λόγοι	1	,4	,4	46,8
				47,2

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟΙ/ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ	1	,4	,4	47,6
Οικονομικός παράγοντας	60	22,3	22,3	69,9
Όλα τα παραπάνω	1	,4	,4	70,3
Περιβαλλοντικοί λόγοι	3	1,1	1,1	71,4
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ	1	,4	,4	71,7
Προτιμώ το αεροπλάνο ή το αυτοκίνητο	1	,4	,4	72,1
Σπουδες	1	,4	,4	72,5
Στρατός	1	,4	,4	72,9
Ταχυτητα, ωραριο δρομολογιων	1	,4	,4	73,2
Τουρισμός	71	26,4	26,4	99,6
Κοινωνική Υποχρέωση	1	,4	,4	100,0
Total	269	100,0	100,0	

Στη συνέχεια παρουσιάζονται συγκεντρωτικά με τη βοήθεια της περιγραφικής στατιστικής οι απαντήσεις των επόμενων ερωτήσεων. Με τη σειρά που παρουσιάζονται οι ερωτήσεις στον παρακάτω πίνακα φαίνεται ότι το δείγμα θα διάλεγε το τρένο για να ζήσει την ταξιδιωτική εμπειρία αφού η μέση τιμή των απαντήσεων είναι 4,02 κάτι που δείχνει ότι επιλέχθηκαν οι πιο θετικές τιμές. Από την άλλη η κατάσταση του σιδηροδρόμου μάλλον κρίνεται απογοητευτική με μέση τιμή το 2,37 και τυπική απόκλιση 0,82 ενώ η μέγιστη τιμή είναι η τιμή 4. Παράλληλα παρόμοια αντίληψη υπάρχει και για αυτός υπηρεσίες σε συνδυασμό πάντα με το αντίτιμο του εισιτηρίου που εδώ η μέση τιμή είναι 2,673 και η τυπική απόκλιση είναι 0,89. Επιπρόσθετα, η βαθμολόγηση ως προς την άνεση ή προς τους λοιπούς παράγοντες διαμορφώνει μια μέση τιμή στο 2,584.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Θα διαλέγατε το τρένο για να ζήσετε την ταξιδιωτική εμπειρία, δηλαδή να γνωρίσετε πώς είναι ένα ταξίδι με τρένο;	269	1,0	5,0	4,015	1,1653
Πώς χαρακτηρίζετε την κατάσταση του σιδηροδρόμου στην Ελλάδα ως αυτός το υπάρχον σιδηροδρομικό δίκτυο;	269	1,0	4,0	2,372	,8214
Πώς χαρακτηρίζετε αυτός παρεχόμενες/προσφερόμενες υπηρεσίες του σιδηροδρόμου στην Ελλάδα ως αυτός το κόστος του εισιτηρίου;	269	1,0	5,0	2,673	,8919

Πώς χαρακτηρίζετε την κατάσταση του σιδηροδρόμου στην Ελλάδα ως αυτός την άνεση;	269	1,0	5,0	2,584	,8796
Πώς χαρακτηρίζετε την κατάσταση του σιδηροδρόμου στην Ελλάδα ως αυτός υπόλοιπους παράγοντες;	269	1,0	5,0	2,584	,7808
Valid N (listwise)	269				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Προτιμάτε το τρένο ως μέσο μετακίνησης για αυτός διακοπές αυτός;	269	1,0	5,0	2,152	1,0308
Πόσο αυτός επηρεάζει η κάλυψη του σιδηροδρομικού δικτύου για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για αυτός διακοπές σας;	269	1,0	5,0	3,149	1,4274
Καλύπτει τις περιοχές που επιθυμείτε να επισκεφτείτε;	269	1,0	5,0	2,387	1,0682
Πόσο σας επηρεάζει η συχνότητα των δρομολογίων για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό;	269	1,0	5,0	3,435	1,3412
Πόσο σας επηρεάζει το κόστος του εισιτηρίου για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό;	269	1,0	5,0	3,565	1,3131
Πόσο σας επηρεάζει η άνεση για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό;	269	1,0	5,0	3,822	1,2116
Πόσο σας επηρεάζει η ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας (κατάσταση βαγονιών, καθαριότητα βαγονιών κλπ) για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό ;	269	1,0	5,0	4,160	1,0547

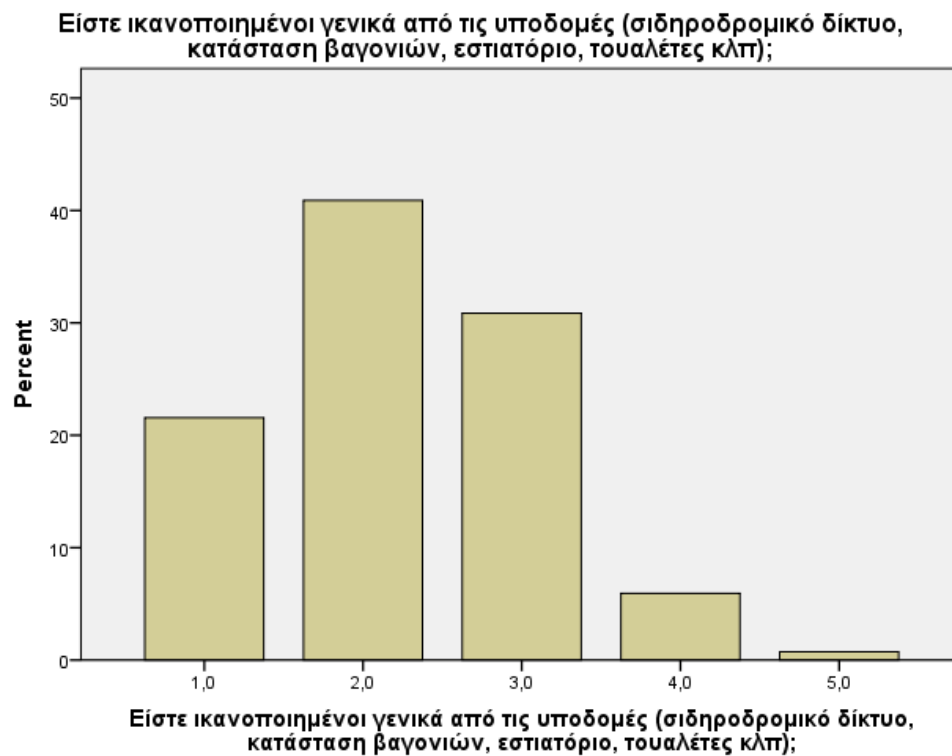
Αν υπάρχει άλλος παράγοντας επιρροής, πόσο σας επηρεάζει αυτός ο παράγοντας για την επιλογή του τρένου ως μέσο;	101	1,0	5,0	3,535	1,4735
Valid N (listwise)	101				

Φαίνεται ότι το δείγμα δεν προτιμά ιδιαίτερα το τρένο ως μέσο μετακίνησης για τις διακοπές του καθώς η μέση τιμή είναι στο 2,152 από την κλίμακα Likert 1 έως 5. Στη συνέχεια οι συμμετέχοντες καλούνταν να βαθμολογήσουν τα κατά πόσο επηρεάζονται από τους παράγοντες. Φαίνεται ότι ο πιο σημαντικός παράγοντας είναι η ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας καθώς η μέση τιμή είναι στο 4,160 ενώ δεύτερη στη σειρά έρχεται ο παράγοντας άνεση με 3,822. Τελευταίος στην κατάταξη είναι ο παράγοντας κάλυψη που η μέση τιμή διαμορφώνεται στο 3,149 ενώ το αν καλύπτει τις περιοχές ενδιαφέροντος πάνω του 50% δήλωσε αρνητικές τιμές.

Γενικά, όπως είναι αναμενόμενο από τις προηγούμενες απαντήσεις αλλά και όπως φαίνεται από την επόμενη ερώτηση πάνω από το 50% του δείγματος δεν είναι ικανοποιημένο από τις υποδομές που υπάρχουν σήμερα γύρω από το τρένο. Η μέση τιμή αγγίζει το 2,23 ενώ πάνω από το 30% κρατά μια ουδέτερη στάση δίνοντας την τιμή 3 ως απάντηση.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Είστε ικανοποιημένοι γενικά από τις υποδομές (σιδηροδρομικό δίκτυο, κατάσταση βαγονιών, εστιατόριο, τουαλέτες κλπ);	269	1,0	5,0	2,234	,8815
Valid N (listwise)	269				



Στον αντίποδα, η πρόθεση χρήσης του τρένου αλλάζει προς τις πιο θετικές τιμές αν πρόκειται να χρησιμοποιήσουν πιο «ιδιαίτερα» τρένα όπως το «Τρενάκι του Πηλίου» ή ο «Οδοντωτός» με τη μέση τιμή να διαμορφώνεται στο 3,74. Απόλυτα θετικό είναι το γεγονός ότι σχεδόν το 60% του δείγματος έδωσε την απάντηση 5 στο να ζήσει την εμπειρία ενός ιδιαίτερου τρένου όπως ο "Υπερσιβηρικός", το «The Blue Train» ή το «The Ghan train» και στην Ελλάδα. Η μέση τιμή αυτής της ερώτησης είναι αρκετά υψηλή στο 4,342, ενώ στη δεύτερη θέση έρχεται η ερώτηση για το αν θα ήθελαν να υπήρχε ένα μηνιαίο εισιτήριο για ταξίδι σε όλη την Ευρώπη που διαμορφώνει μέση τιμή 4.23 ενώ στο 4,1 είναι η μέση τιμή της ερώτησης σχετικά με το αν θα ήθελαν να κάνουν το γύρο της Ευρώπης με το Interail.

Descriptive Statistics

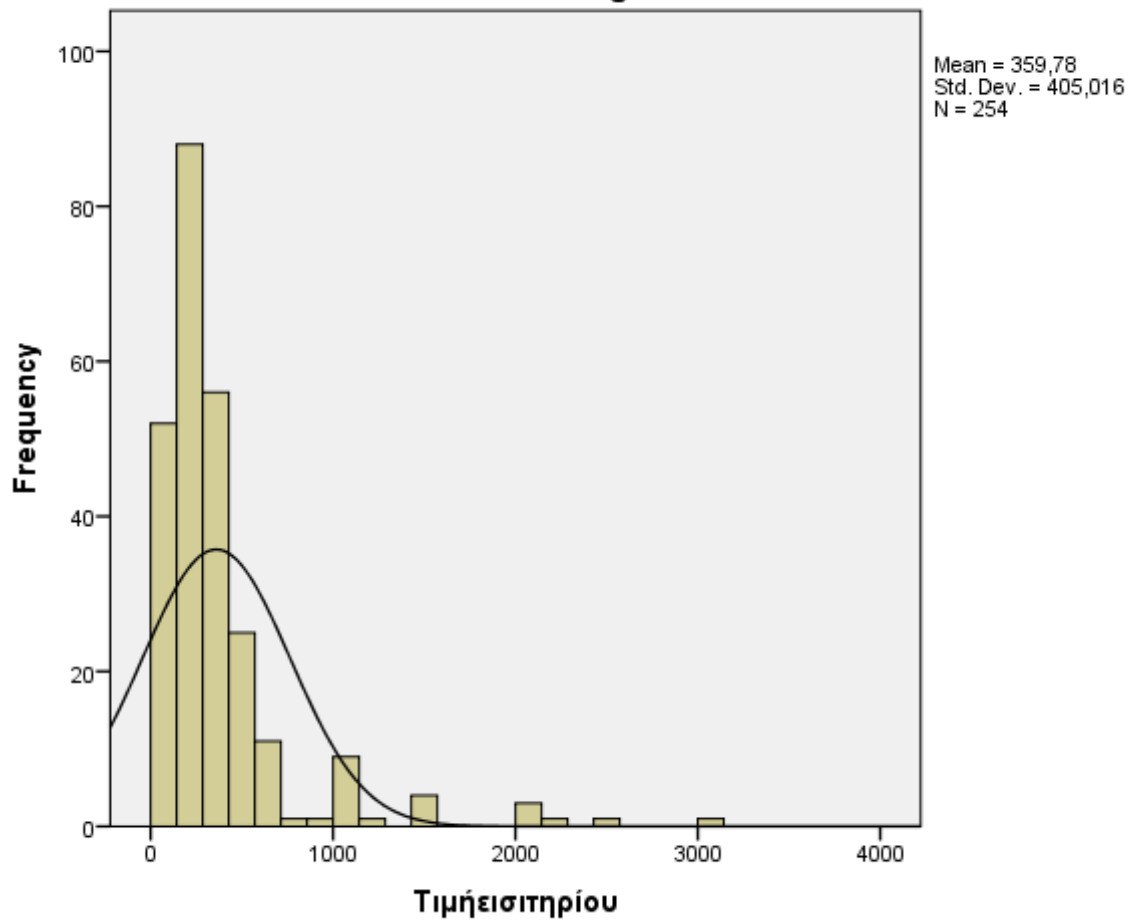
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Θεωρείτε πιο πιθανό να χρησιμοποιήσετε στη διάρκεια του ταξιδιού σας ιδιαίτερα τρένα όπως «Τρενάκι Πηλίου», «Οδοντωτό» κλπ έναντι των συμβατικών;	269	1,0	5,0	3,740	1,2091
Θα θέλατε να ζήσετε την εμπειρία ενός τρένου όπως ο "Υπερσιβηρικός", το «The Blue Train» ή το «The Ghan train» και στην Ελλάδα;	269	1,0	5,0	4,342	,9822
Θα θέλατε να κάνετε το γύρο της Ευρώπης με εισιτήρια τύπου interrail (Το Interrail είναι ένα ταξιδιωτικό πάσο για φτηνά ταξίδια με τρένο σε πάνω από 30 χώρες της Ευρώπης);	269	1,0	5,0	4,100	1,0864
Θα σας ενδιέφερε να υπήρχε ένα εισιτήριο, που να διαρκεί ένα μήνα, για να ταξιδέψετε σε όλη την Ευρώπη;	269	1,0	5,0	4,230	1,0922
Valid N (listwise)	269				

Η μέση τιμή του εισιτηρίου σύμφωνα με το δείγμα μας θα έπρεπε να ήταν περίπου 360€, με την ελάχιστη τιμή να είναι κατά την, παράλογη γνώμη του δείγματος, στα 20€ ενώ τη μέγιστη να είναι 3000€. Η τυπική απόκλιση εδώ είναι μεγαλύτερη της μέσης τιμής καθώς οι απαντήσεις όπως φαίνεται και στο διάγραμμα δεν κατανέμονται κανονικά.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Πόσα χρήματα θα ήσασταν διατεθειμένοι να δώσετε για ένα ταξίδι ενός μήνα με ελεύθερη πρόσβαση - μετακίνηση με όλα τα τρένα; (ενδεικτικά χρηματικά ποσά σε €)	254	20	3000	359,78	405,016
Valid N (listwise)	254				

Histogram

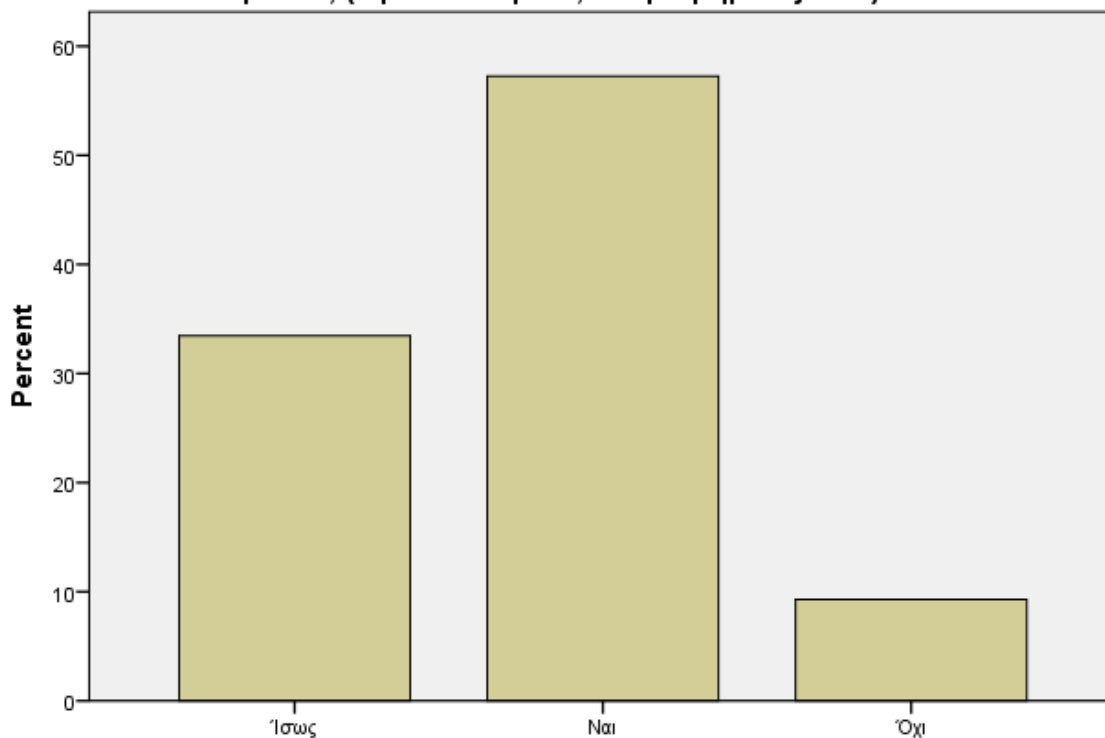


Επίσης, επιβεβαιώνεται ότι μπορεί να επιλεγεί ένας προορισμός εξαιτίας της ύπαρξης ενός ιδιαίτερου τρένου, καθώς το 57,2% δήλωσε «ΝΑΙ» και σωρευτικά το 90,7% δήλωσε ή ναι ή ίσως.

Θα επιλέγατε έναν τουριστικό προορισμό εξαιτίας της ύπαρξης ενός ιδιαίτερου τρένου; (Τρενάκι Πηλίου, Υπερσιβηρικός κλπ.)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ίσως	90	33,5	33,5	33,5
	Ναι	154	57,2	57,2	90,7
	Όχι	25	9,3	9,3	100,0
	Total	269	100,0	100,0	

Θα επιλέγατε έναν τουριστικό προορισμό εξαιτίας της ύπαρξης ενός ιδιαίτερου τρένου; (Τρενάκι Πηλίου, Υπερσιβηρικός κλπ.)



Θα επιλέγατε έναν τουριστικό προορισμό εξαιτίας της ύπαρξης ενός ιδιαίτερου τρένου; (Τρενάκι Πηλίου, Υπερσιβηρικός κλπ.)

Συνοπτικά από τον παρακάτω πίνακα αντιλαμβανόμαστε ότι το δείγμα μας βλέπει θετικά και θεωρεί κίνητρο και το μειωμένο εισιτήριο στους νέους και στους ηλικιωμένους και στους φοιτητές αλλά και το οικονομικό εισιτήριο μέσω προσφορών όπως και τη μειωμένη τιμή στους κατόχους Ευρωπαϊκής κάρτας νέων καθώς η μέση τιμή από τις απαντήσεις τους σε αυτές τις ερωτήσεις είναι μεγαλύτερη του 4 ενώ η τυπική απόκλιση είναι κάτω της μονάδας, επομένως είναι πολύ θετικές οι απαντήσεις. Από αυτή την εικόνα διαφοροποιείται ελάχιστα η αντίληψη για τις Web προσφορές και κατά πόσο επηρεάζει την επιλογή του τρένου ως μέσο διότι η μέση τιμή είναι 3,73 και η τυπική απόκλιση είναι 1,12 που δείχνει ότι το δείγμα έχει μια πιο ουδέτερη στάση. Τέλος, το δείγμα φαίνεται να αναγνωρίζει ότι η νέα γραμμή Αθήνα Θεσσαλονίκη θα είναι καθοριστική για την αύξηση της τουριστικής κίνησης μεταξύ των δυο πόλεων.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Θεωρείτε κίνητρο το μειωμένο εισιτήριο για τους κατόχους της Ευρωπαϊκής Κάρτας Νέων ή της Διεθνούς Φοιτητικής Κάρτας ISIC ; (για τη χρήση τρένου για τουριστικούς σκοπούς)	269	1,0	5,0	4,141	,8949
Θεωρείτε κίνητρο το Οικονομικό Εισιτήριο; (είναι εισιτήρια στα οποία έχουν εφαρμοστεί ειδικές τιμολογιακές προσφορές, αποκλειστικά και μόνο μέσω της εφαρμογής για κινητά τηλέφωνα)	269	1,0	5,0	4,145	,9129
Θεωρείτε κίνητρο για την χρήση του τρένου την έκπτωση που υπάρχει για νέους κάτω των 24 ετών καθώς και για ενήλικες άνω των 65 ετών;	269	1,0	5,0	4,178	,9373
Θεωρείτε κίνητρο την έκπτωση που υπάρχει για τους φοιτητές (για τη χρήση τρένου για τουριστικούς σκοπούς);	269	1,0	5,0	4,290	,9211
Οι Web Προσφορές, οι ειδικές εκπτώσεις και το σύστημα πόντων ανά ταξίδι του Ο.Σ.Ε στα εισιτήρια θα σας κινητοποιούσαν στο να επιλέγεται το τρένο για τουρισμό;	269	1,0	5,0	3,732	1,1176
Με βάση τη σπουδαιότητα της σύνδεσης Αθήνας – Θεσσαλονίκης θεωρείτε ότι η νέα γραμμή Αθήνα – Θεσσαλονίκη, που θα συνδέει τις δύο πόλεις σε τρεις ώρες και πενήντα πέντε λεπτά, θα αυξήσει την τουριστική επιβατική κίνηση ανάμεσα τους;	269	1,0	5,0	4,178	,8540
Valid N (listwise)	269				

Από τους διασταυρωτικούς ελέγχους διαπιστώνεται ότι το 40% πάει διακοπές 8-14 μέρες ενώ πάνω από το 50% από αυτούς ανήκει στην ηλικία 25-40 ετών. Τα άτομα ηλικίας 18-24 ετών δρουν ως τουρίστες 4-7 ημέρες το 26% και 8-14 ημέρες επιπλέον 26%, ενώ το 38% αυτής της ηλικιακής κατηγορίας δρα ως τουρίστας από 15 ημέρες και πάνω. Τα άτομα ηλικίας 41-55 ετών και 56 και άνω κατά πλειοψηφία έχουν την ευκαιρία και δρουν ως τουρίστες μέχρι 14 ημέρες.

Ηλικία * Πόσες μέρες το χρόνο έχετε τη δυνατότητα να δράσετε ως τουρίστας; Crosstabulation

Count

		Πόσες μέρες το χρόνο έχετε τη δυνατότητα να δράσετε ως τουρίστας;					Total
		1 - 3 μέρες	4 - 7 μέρες	8 - 14 μέρες	15 - 30 μέρες	31 και περισσότερες μέρες	
Ηλικία	18-24	5	13	13	10	9	50
	25-40	10	34	57	21	2	124
	41-55	1	16	23	15	4	59
	56 και άνω	3	10	15	3	5	36
Total		19	73	108	49	20	269

Διασταυρωτικά επίσης διαπιστώνεται ότι ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματος έχει ετήσιο εισόδημα έως 9000 € και μπορεί να λειτουργεί και να δρα ως τουρίστας κατά πλειοψηφία από 4 έως 14 ημέρες. Η κατηγορία με το μεγαλύτερο εισόδημα, δηλαδή από 45.000 € και πάνω αποτελείται από μόλις 6 άτομα τα οποία μας απάντησαν ότι έχουν αυτή τη δυνατότητα από 8 μέρες και πάνω. Για το διάστημα 8 έως 14 ημέρες που έχει και τις περισσότερες απαντήσεις τα άτομα με εισοδήματα από 9.001 € έως και 30.000 € περίπου μοιράζονται με τον ίδιο τρόπο.

Ετήσιο Εισόδημα (ατομικό σε €) * Πόσες μέρες το χρόνο έχετε τη δυνατότητα να δράσετε ως τουρίστας; Crosstabulation

Count

		Πόσες μέρες το χρόνο έχετε τη δυνατότητα να δράσετε ως τουρίστας;					Total
		1 - 3 μέρες	15 - 30 μέρες	31 και περισσότερες μέρες	4 - 7 μέρες	8 - 14 μέρες	
Ετήσιο Εισόδημα (ατομικό σε €)	0 - 9000	10	24	13	37	34	118
	12.001 - 15.000	1	6	2	12	25	46
	15.001 - 30.000	5	12	3	7	22	49
	30.001 - 45.000	1	0	1	2	3	7

45.001 και άνω	1	2	0	0	3	6
9.001 - 12.000	1	5	1	15	21	43
Total	19	49	20	73	108	269

Σχετικά με τους επόμενους δυο πίνακες συγκρίνουν την ηλικία με την προτίμηση στο είδος του τουρισμού και πιο συγκεκριμένα Κλασσικού και εναλλακτικού. Είναι άξιο αναφοράς το γεγονός ότι για τον κλασσικό τουρισμό ανεξαρτήτως ηλικίας υπάρχει γενικότερα μια θετική αντίληψη. Αυτό φαίνεται από το γεγονός ότι σχεδόν όλες οι απαντήσεις δέχθηκαν τιμές από 3 και πάνω.

Ηλικία * Κλασσικός Crosstabulation

Count

		Κλασσικός					Total
		1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	
Ηλικία	18-24	0	5	19	17	9	50
	25-40	2	9	30	36	47	124
	41-55	0	1	12	27	19	59
	56 και άνω	2	7	9	12	6	36
Total		4	22	70	92	81	269

Από την άλλη πλευρά, στον εναλλακτικό τουρισμό συναντάμε και τιμές που υποδηλώνουν αρνητικές αντιλήψεις σε όλες τις ηλικίες. Σημαντικό είναι το γεγονός ότι για όλες σχεδόν τις ηλικιακές κατηγορίες, με εξαίρεση την 18-24 χρόνων, τα άτομα έδειξαν περισσότερο των αρνητισμό τους δίνοντας τιμές 1 και 2, ενώ μεγάλο ποσοστό κράτησε πιο ουδέτερη στάση δίνοντας 3. Μόνο η ηλικία 18-24 ετών φαίνεται να έχει μια πιο θετική στάση-προτίμηση στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

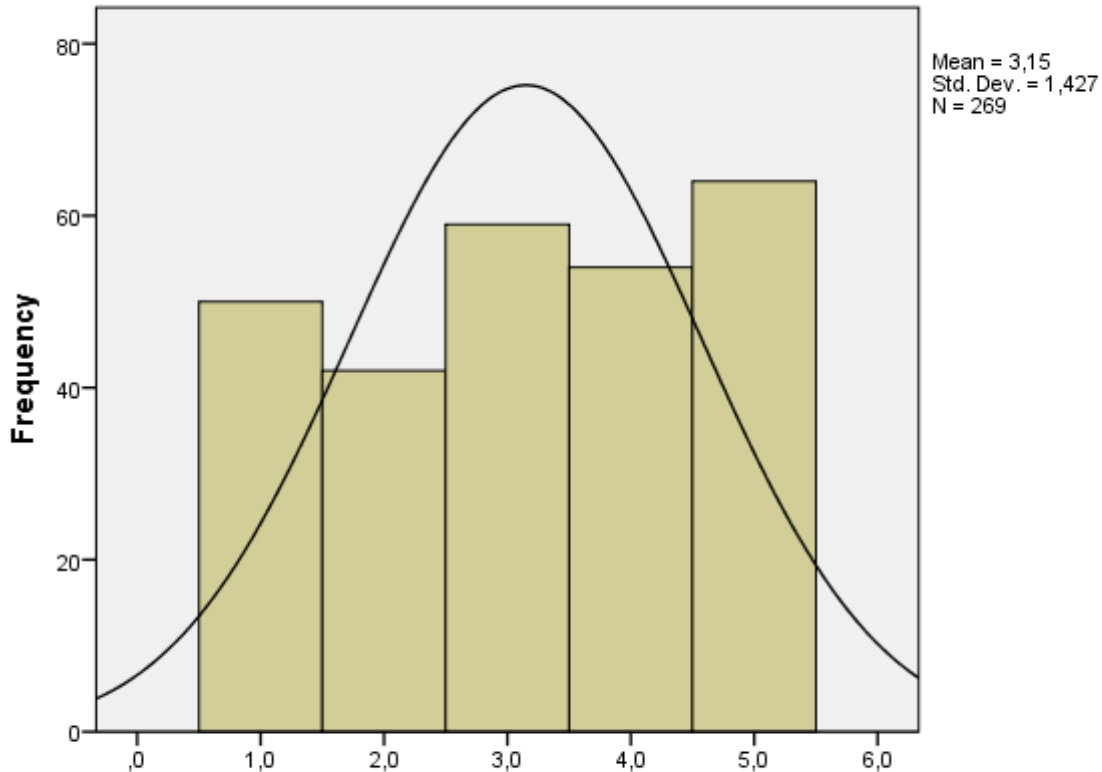
Ηλικία * Εναλλακτικός Crosstabulation

Count

		Εναλλακτικός					Total
		1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	
Ηλικία	18-24	2	9	18	15	6	50
	25-40	22	42	27	17	16	124
	41-55	9	20	11	14	5	59
	56 και άνω	4	11	7	7	7	36
Total		37	82	63	53	34	269

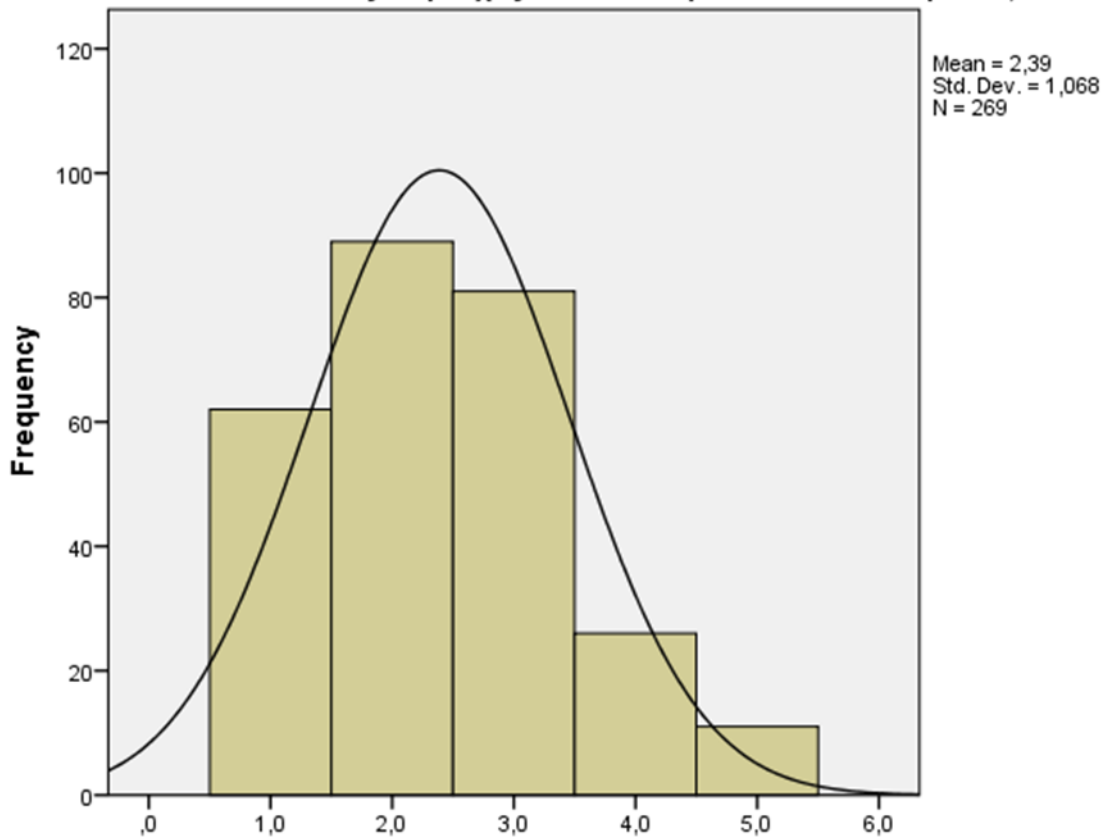
Παρακάτω παρατίθενται όλα τα διαγράμματα που αφορούν τις απαντήσεις όλων των ερωτήσεων μεμονωμένα και όχι συνδυαστικά με άλλη ερώτηση του ερωτηματολογίου.

Πόσο σας επηρεάζει η κάλυψη του σιδηροδρομικού δικτύου για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τις διακοπές σας;



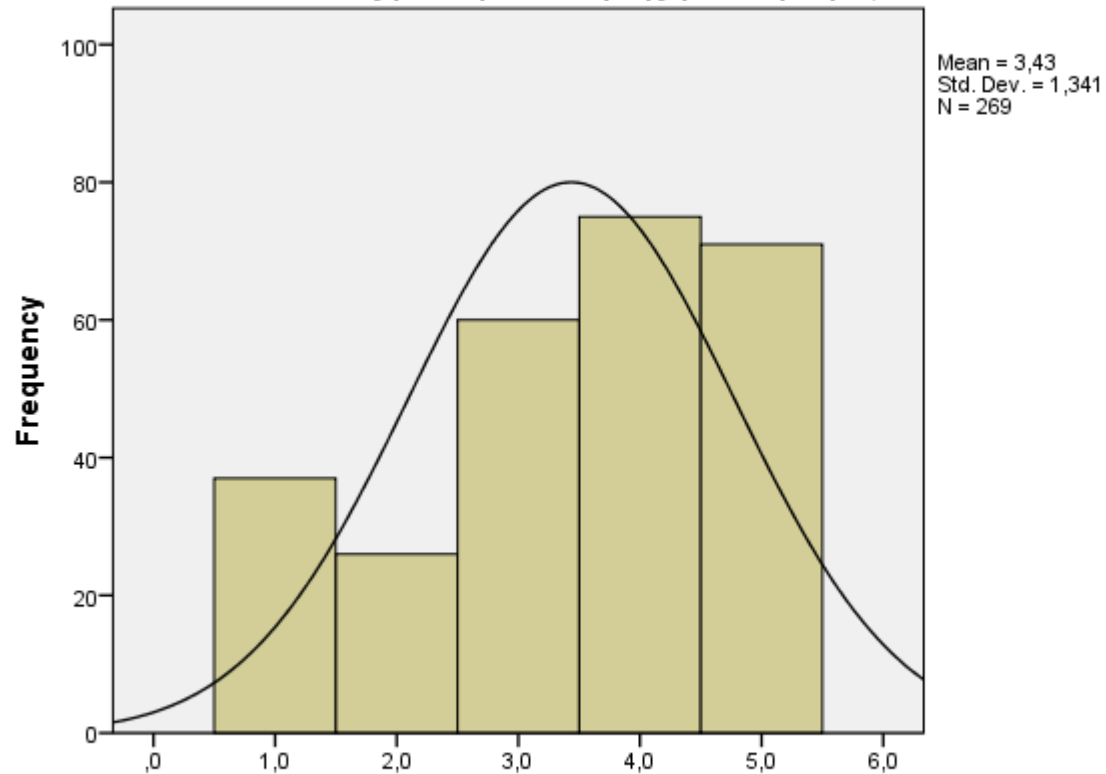
Πόσο σας επηρεάζει η κάλυψη του σιδηροδρομικού δικτύου για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τις διακοπές σας;

Καλύπτει τις περιοχές που επιθυμείτε να επισκεφτείτε;



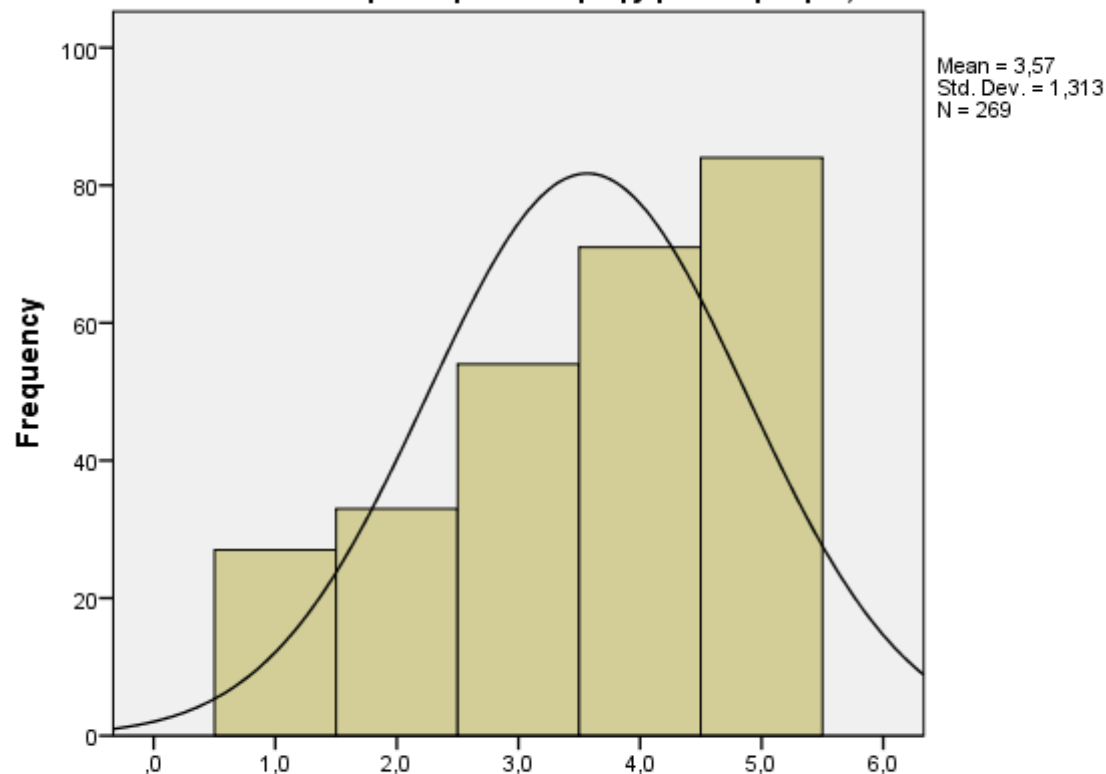
Καλύπτει τις περιοχές που επιθυμείτε να επισκεφτείτε;

Πόσο σας επηρεάζει η συχνότητα των δρομολογίων για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό;



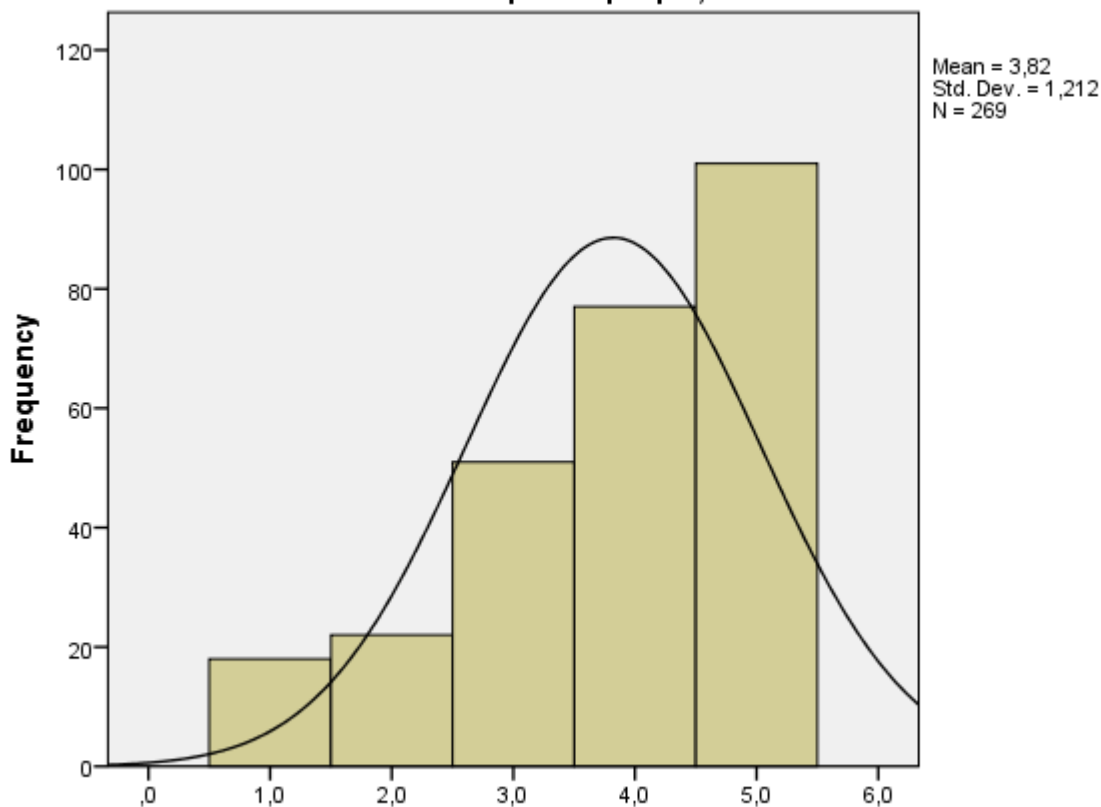
Πόσο σας επηρεάζει η συχνότητα των δρομολογίων για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό;

Πόσο σας επηρεάζει το κόστος του εισιτηρίου για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό;



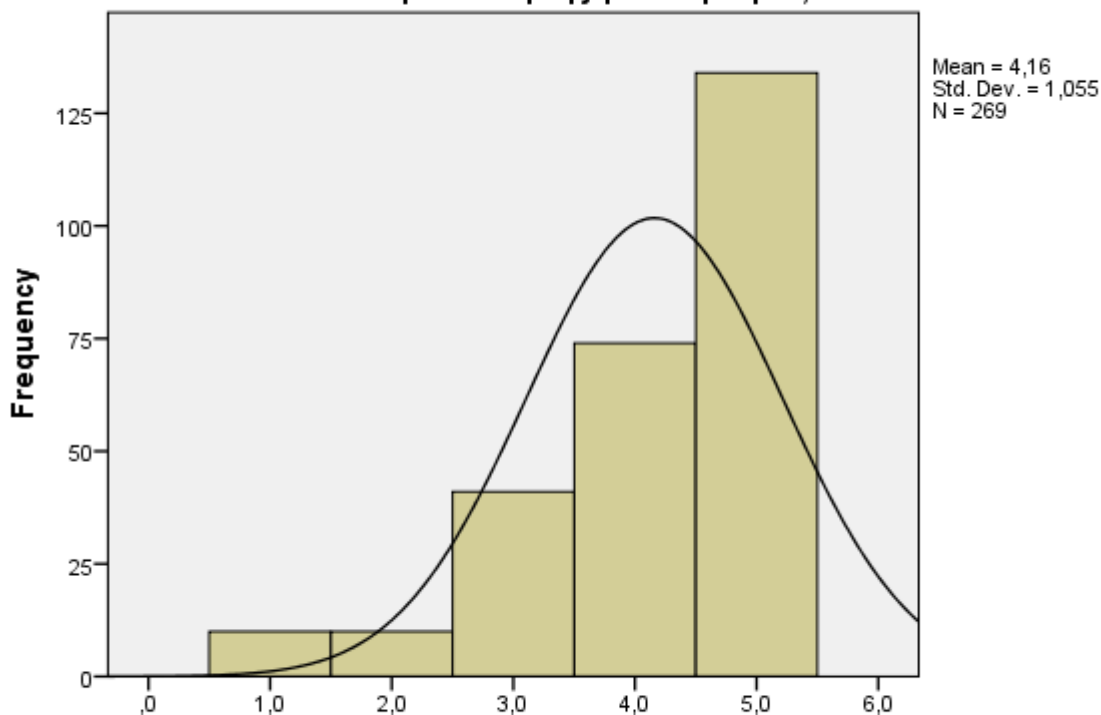
Πόσο σας επηρεάζει το κόστος του εισιτηρίου για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό;

Πόσο σας επηρεάζει η άνεση για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό;



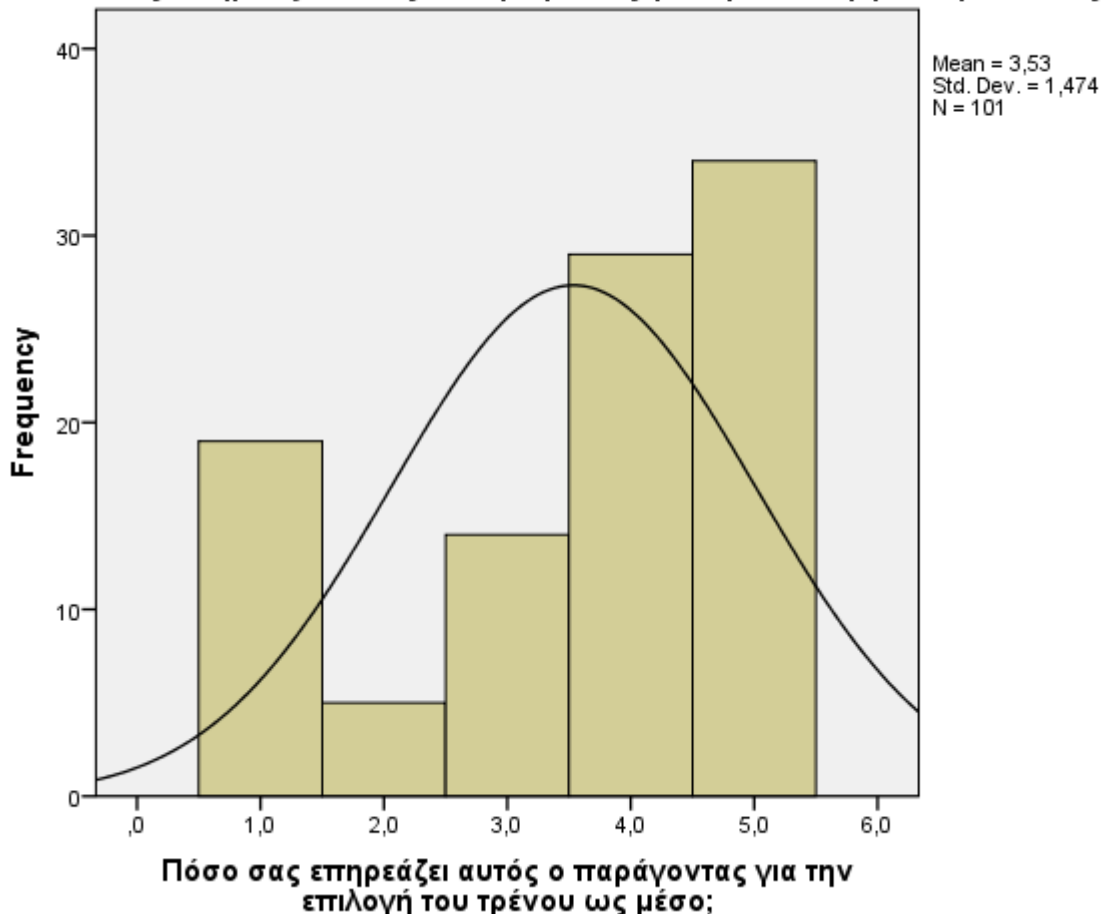
Πόσο σας επηρεάζει η άνεση για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό;

Πόσο σας επηρεάζει η ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας (κατάσταση βαγονιών, καθαριότητα βαγονιών κλπ) για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό ;



Πόσο σας επηρεάζει η ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας (κατάσταση βαγονιών, καθαριότητα βαγονιών κλπ) για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό ;

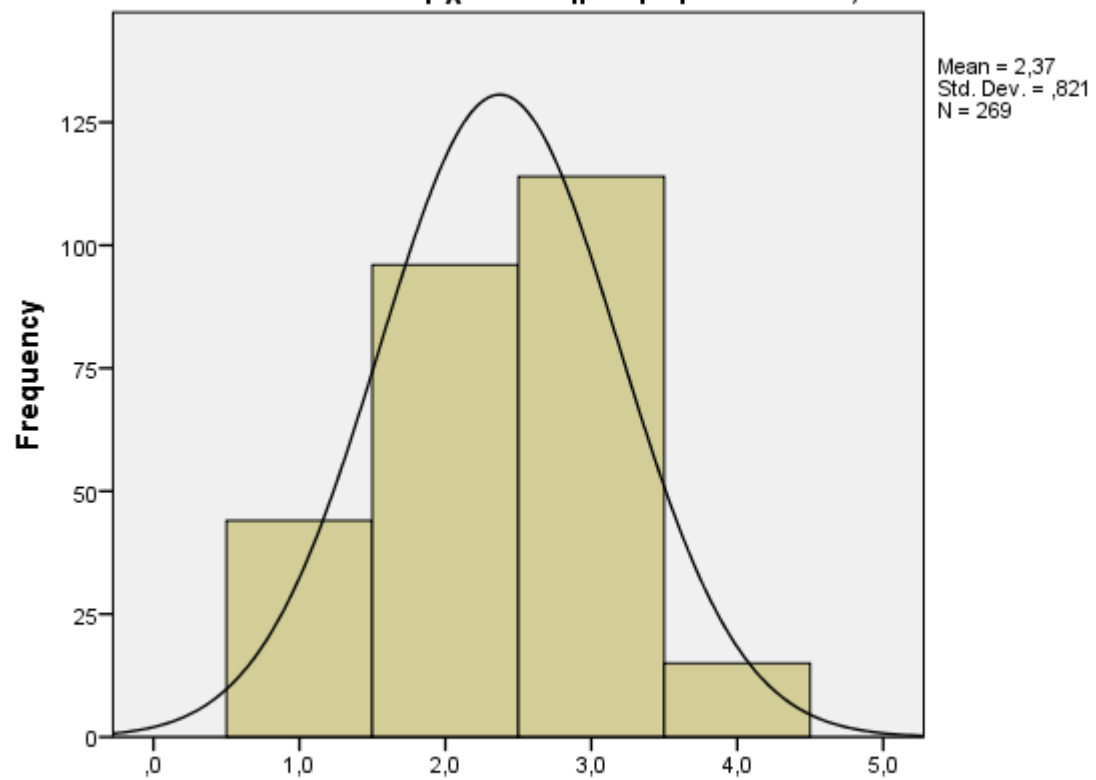
Πόσο σας επηρεάζει αυτός ο παράγοντας για την επιλογή του τρένου ως μέσο;



Θα διαλέγατε το τρένο για να ζήσετε την ταξιδιωτική εμπειρία, δηλαδή να γνωρίσετε πώς είναι ένα ταξίδι με τρένο;

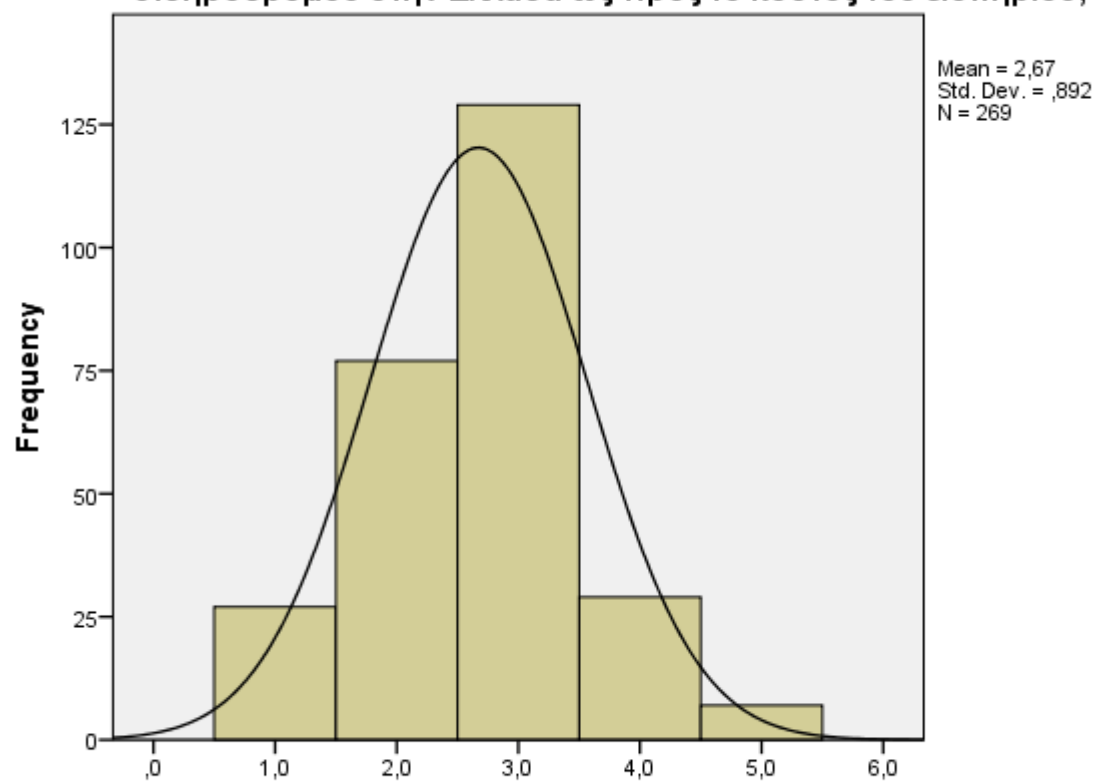


Πώς χαρακτηρίζετε την κατάσταση του σιδηροδρόμου στην Ελλάδα ως προς το υπάρχον σιδηροδρομικό δίκτυο;



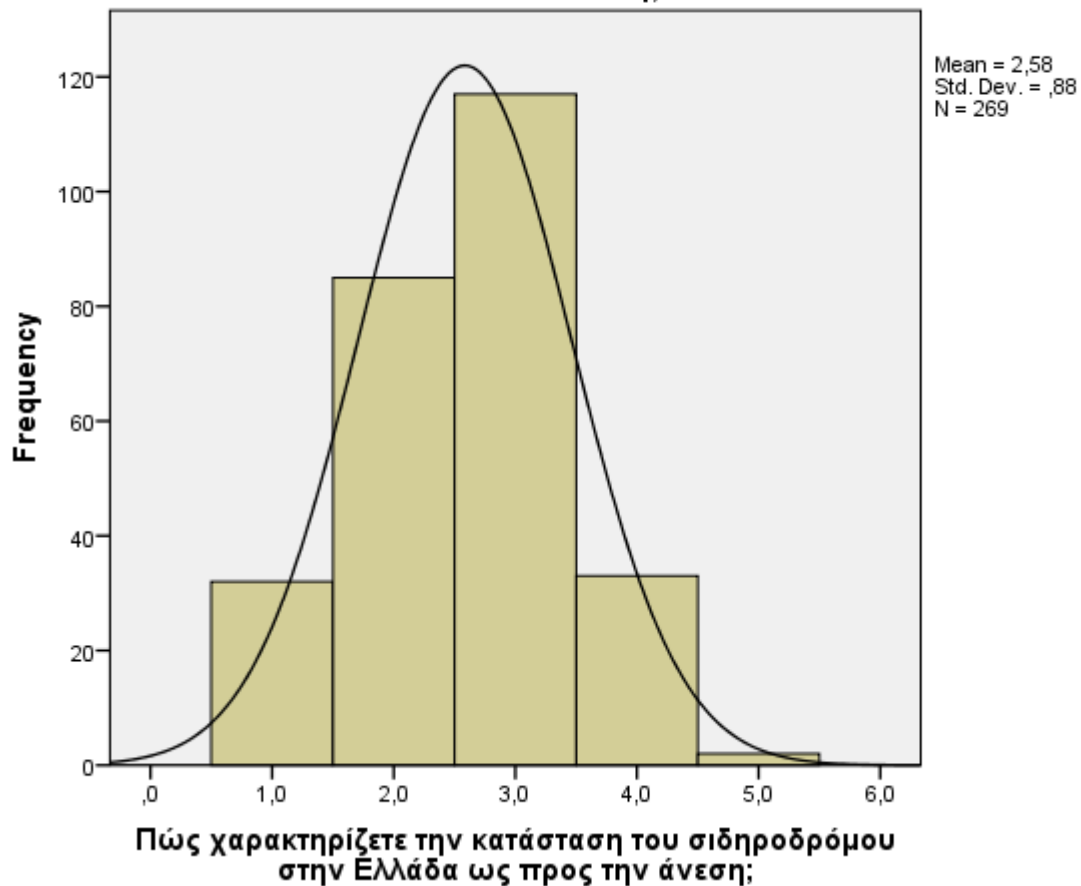
Πώς χαρακτηρίζετε την κατάσταση του σιδηροδρόμου στην Ελλάδα ως προς το υπάρχον σιδηροδρομικό δίκτυο;

Πώς χαρακτηρίζετε τις παρεχόμενες/προσφερόμενες υπηρεσίες του σιδηροδρόμου στην Ελλάδα ως προς το κόστος του εισιτηρίου;

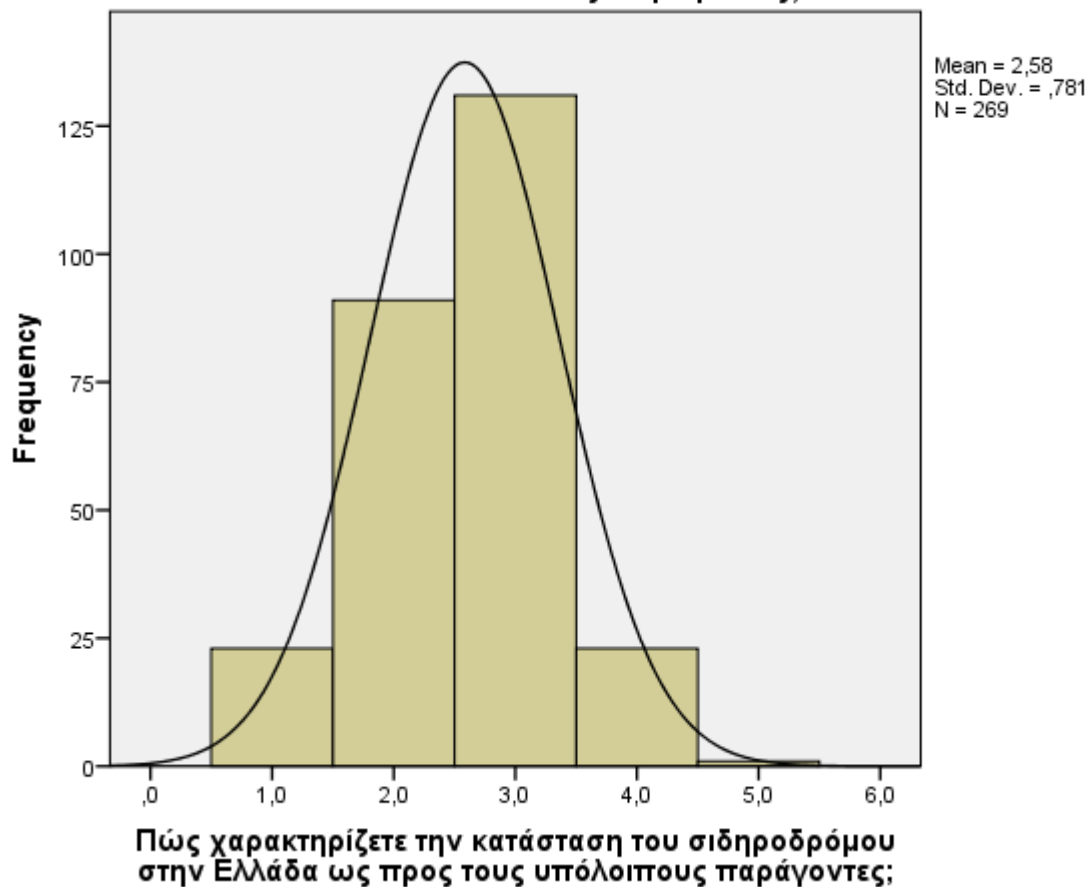


Πώς χαρακτηρίζετε τις παρεχόμενες/προσφερόμενες υπηρεσίες του σιδηροδρόμου στην Ελλάδα ως προς το κόστος του εισιτηρίου;

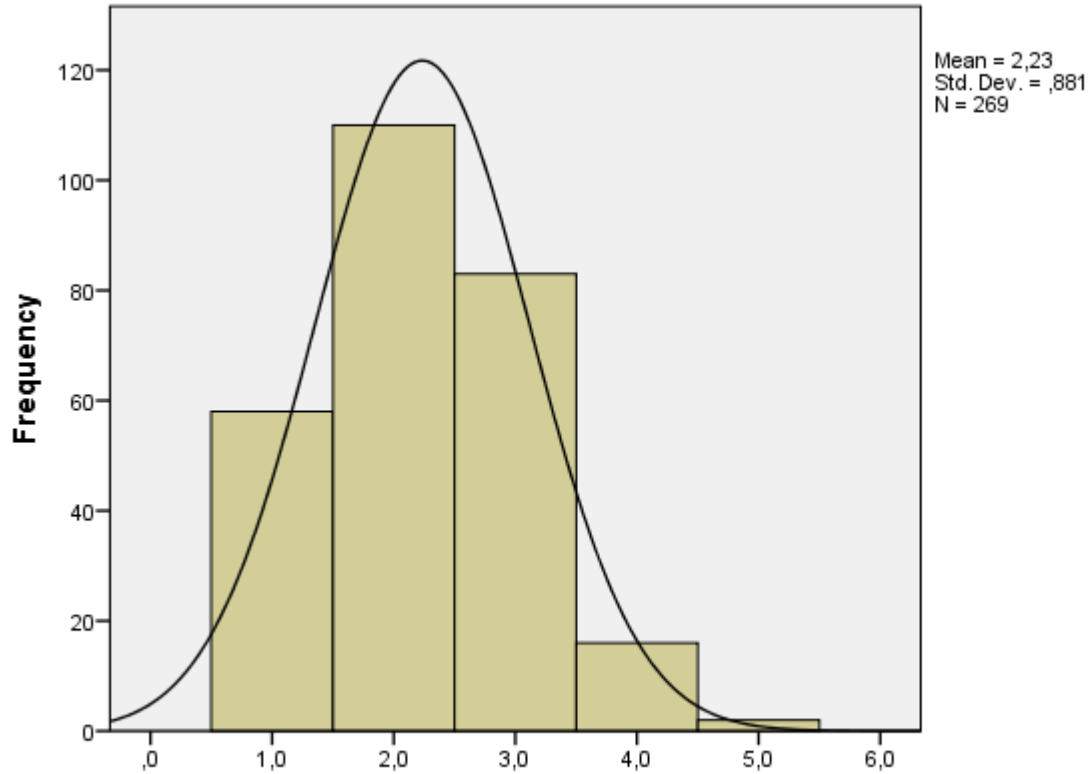
Πώς χαρακτηρίζετε την κατάσταση του σιδηροδρόμου στην Ελλάδα ως προς την άνεση;



Πώς χαρακτηρίζετε την κατάσταση του σιδηροδρόμου στην Ελλάδα ως προς τους υπόλοιπους παράγοντες;

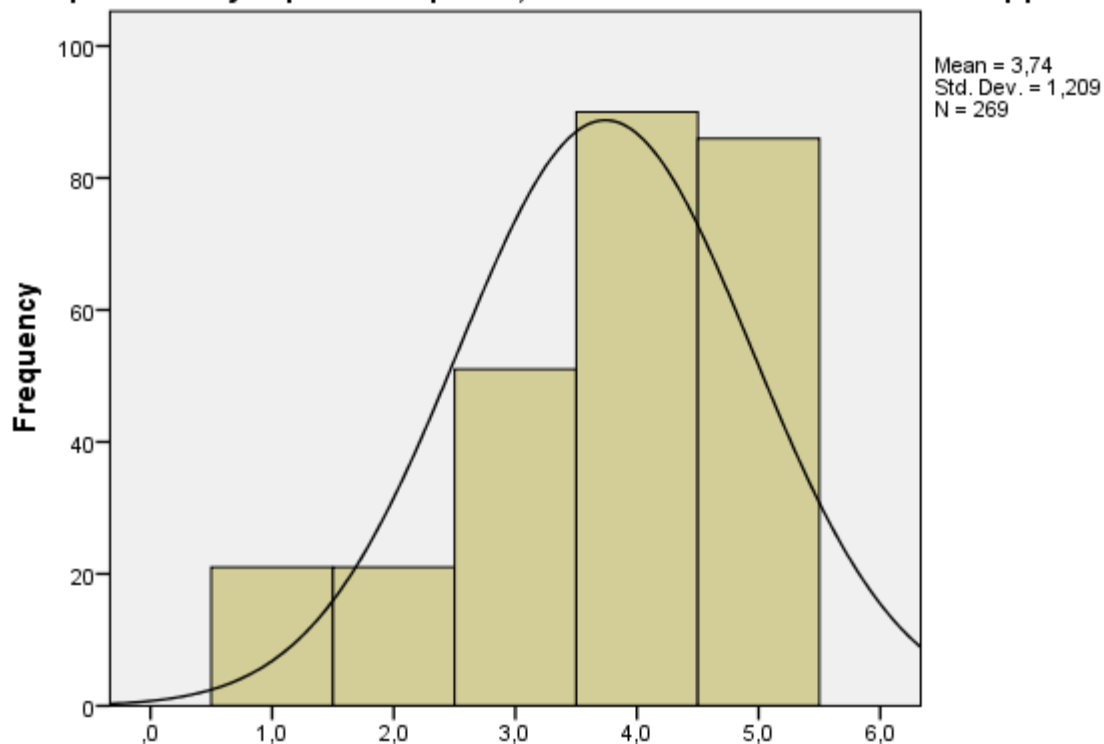


Είστε ικανοποιημένοι γενικά από τις υποδομές (σιδηροδρομικό δίκτυο, κατάσταση βαγονιών, εστιατόριο, τουαλέτες κλπ);



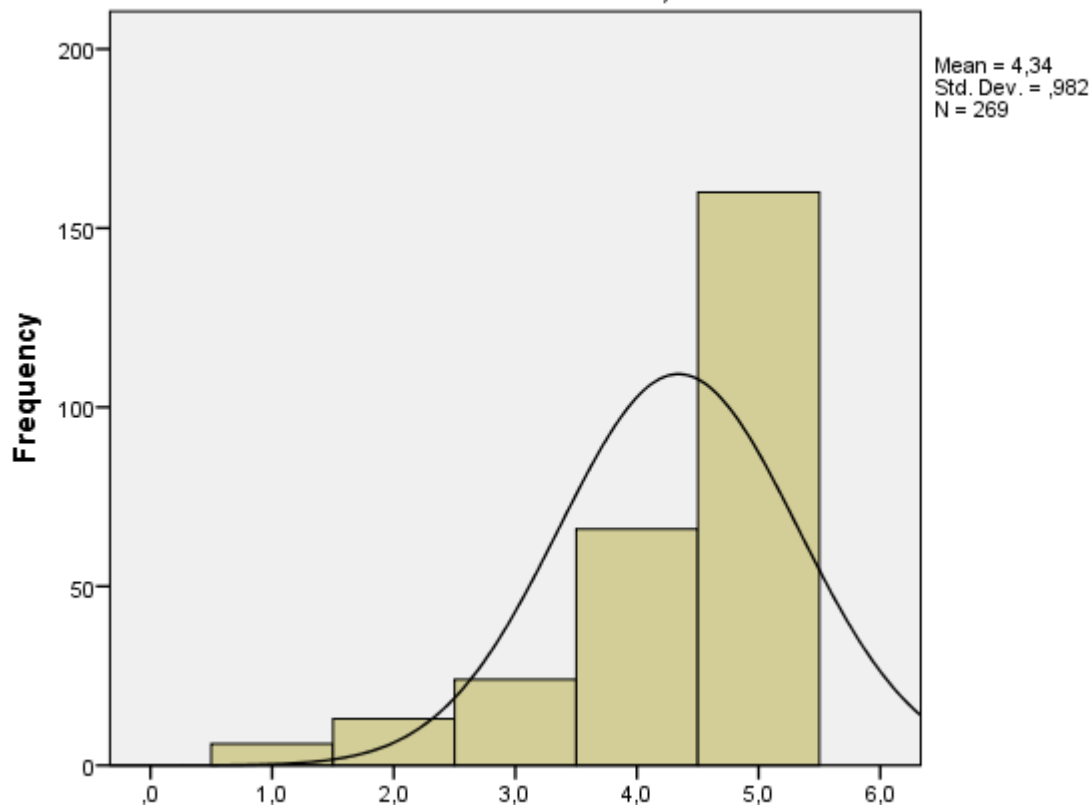
Είστε ικανοποιημένοι γενικά από τις υποδομές (σιδηροδρομικό δίκτυο, κατάσταση βαγονιών, εστιατόριο, τουαλέτες κλπ);

Θεωρείτε πιο πιθανό να χρησιμοποιήσετε στη διάρκεια του ταξιδιού σας ιδιαίτερα τρένα όπως «Τρενάκι πηλίου», «Οδοντωτό» κλπ έναντι των συμβατικών;



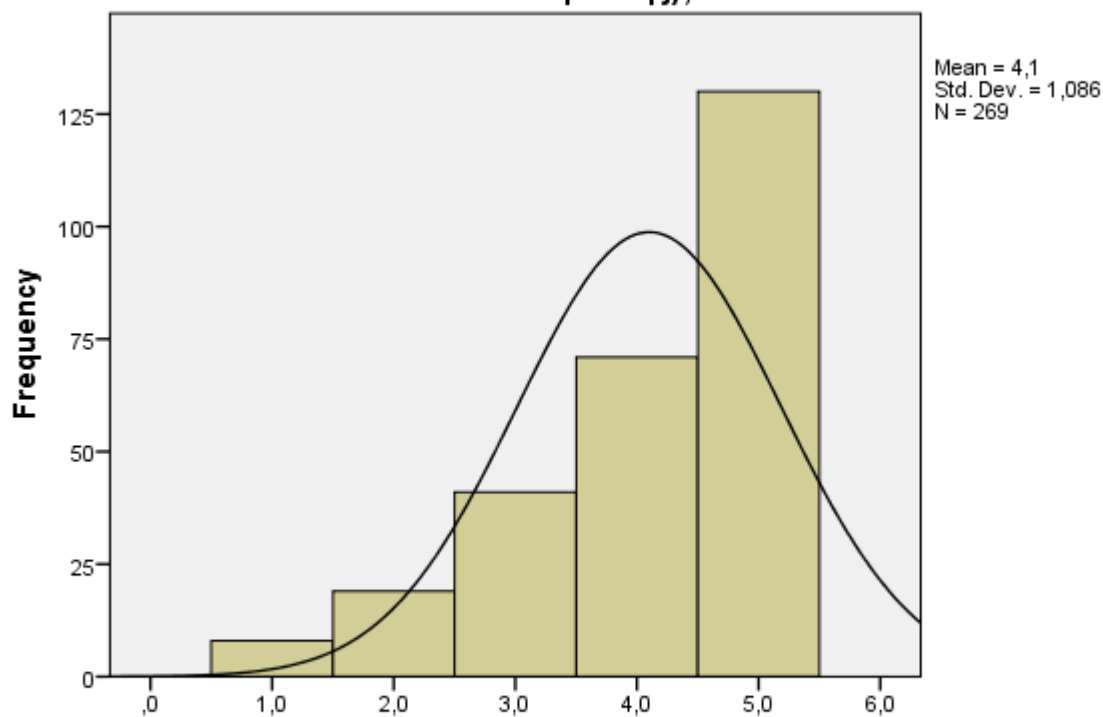
Θεωρείτε πιο πιθανό να χρησιμοποιήσετε στη διάρκεια του ταξιδιού σας ιδιαίτερα τρένα όπως «Τρενάκι πηλίου», «Οδοντωτό» κλπ έναντι των συμβατικών;

Θα θέλατε να ζήσετε την εμπειρία ενός τρένου όπως τα παραπάνω και στην Ελλάδα;



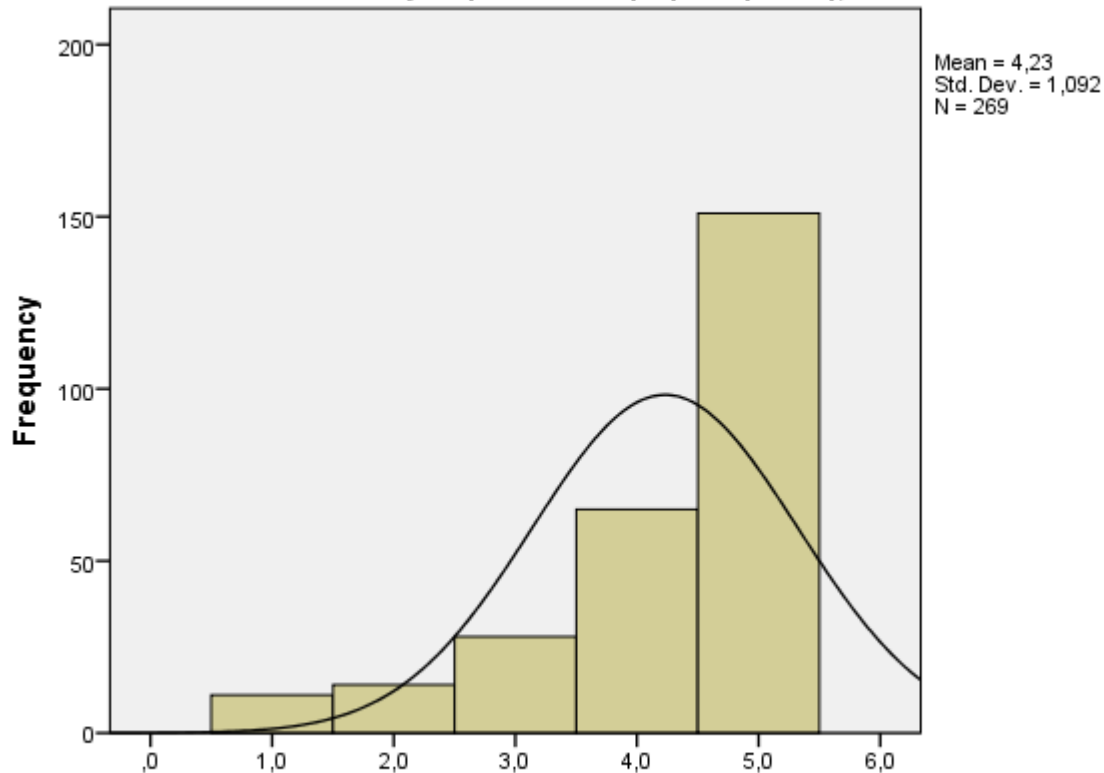
Θα θέλατε να ζήσετε την εμπειρία ενός τρένου όπως τα παραπάνω και στην Ελλάδα;

Θα θέλατε να κάνετε το γύρο της Ευρώπης με εισιτήρια τύπου interrail (Το Interrail είναι ένα ταξιδιωτικό πάσο για φτηνά ταξίδια με τρένο σε πάνω από 30 χώρες της Ευρώπης);



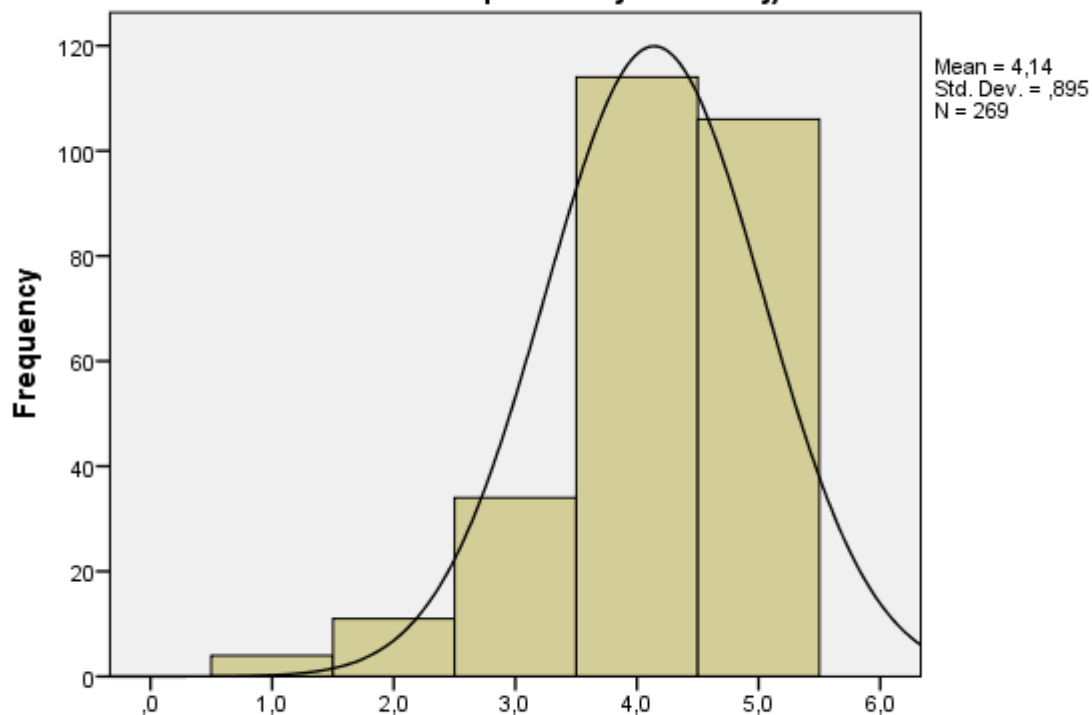
Θα θέλατε να κάνετε το γύρο της Ευρώπης με εισιτήρια τύπου interrail (Το Interrail είναι ένα ταξιδιωτικό πάσο για φτηνά ταξίδια με τρένο σε πάνω από 30 χώρες της Ευρώπης);

Θα σας ενδιέφερε να υπήρχε ένα εισιτήριο, που να διαρκεί ένα μήνα, για να ταξιδέψετε σε όλη την Ευρώπη;



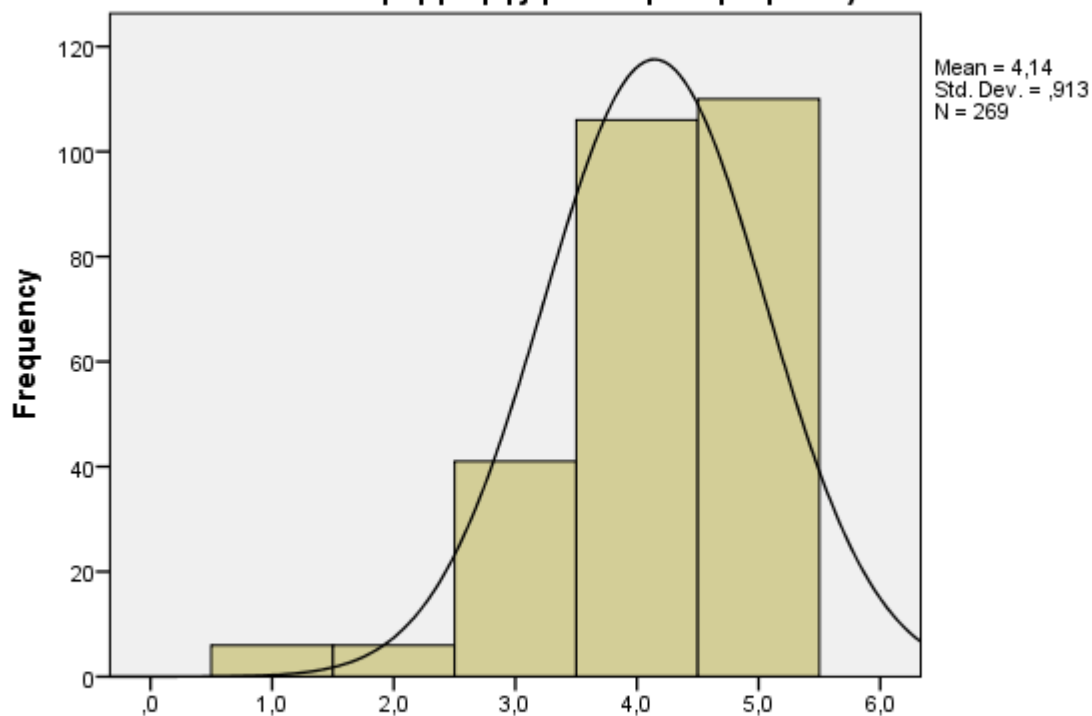
Θα σας ενδιέφερε να υπήρχε ένα εισιτήριο, που να διαρκεί ένα μήνα, για να ταξιδέψετε σε όλη την Ευρώπη;

Θεωρείτε κίνητρο το μειωμένο εισιτήριο για τους κατόχους της Ευρωπαϊκής Κάρτας Νέων ή της Διεθνούς Φοιτητικής Κάρτας ISIC ; (για τη χρήση τρένου για τουριστικούς σκοπούς)



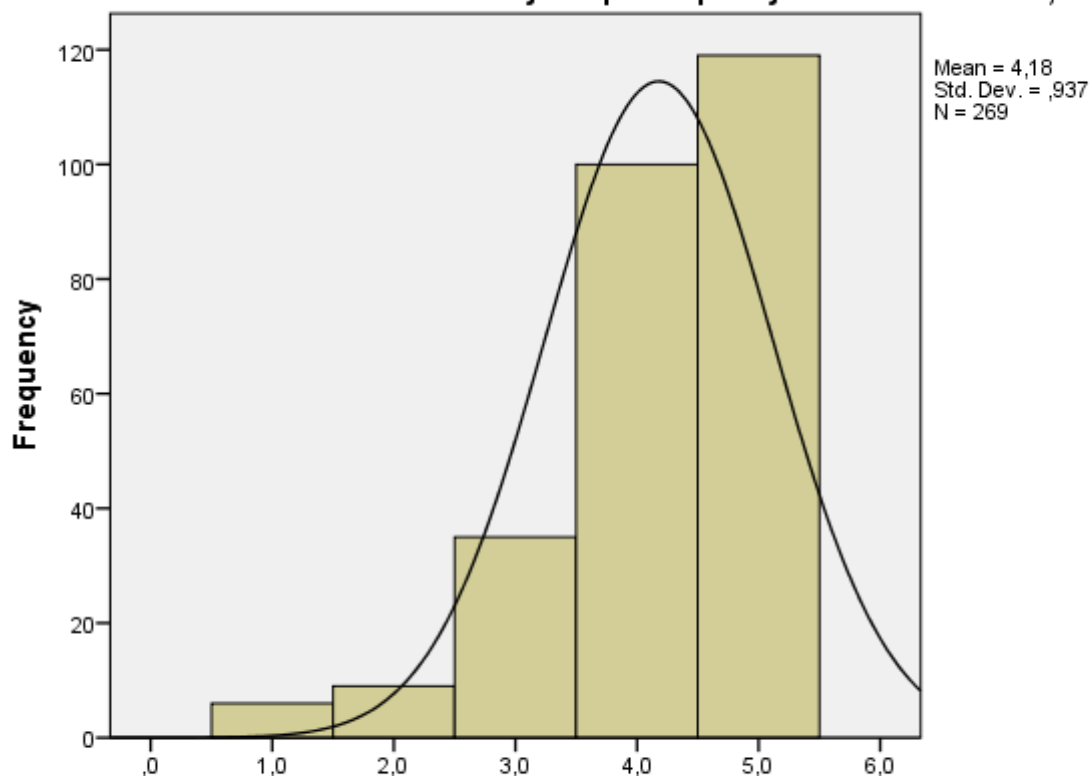
Θεωρείτε κίνητρο το μειωμένο εισιτήριο για τους κατόχους της Ευρωπαϊκής Κάρτας Νέων ή της Διεθνούς Φοιτητικής Κάρτας ISIC ; (για τη χρήση τρένου για τουριστικούς σκοπούς)

Θεωρείτε κίνητρο το Οικονομικό Εισιτήριο; (είναι εισιτήρια στα οποία έχουν εφαρμοστεί ειδικές τιμολογιακές προσφορές, αποκλειστικά και μόνο μέσω της εφαρμογής για κινητά τηλέφωνα)



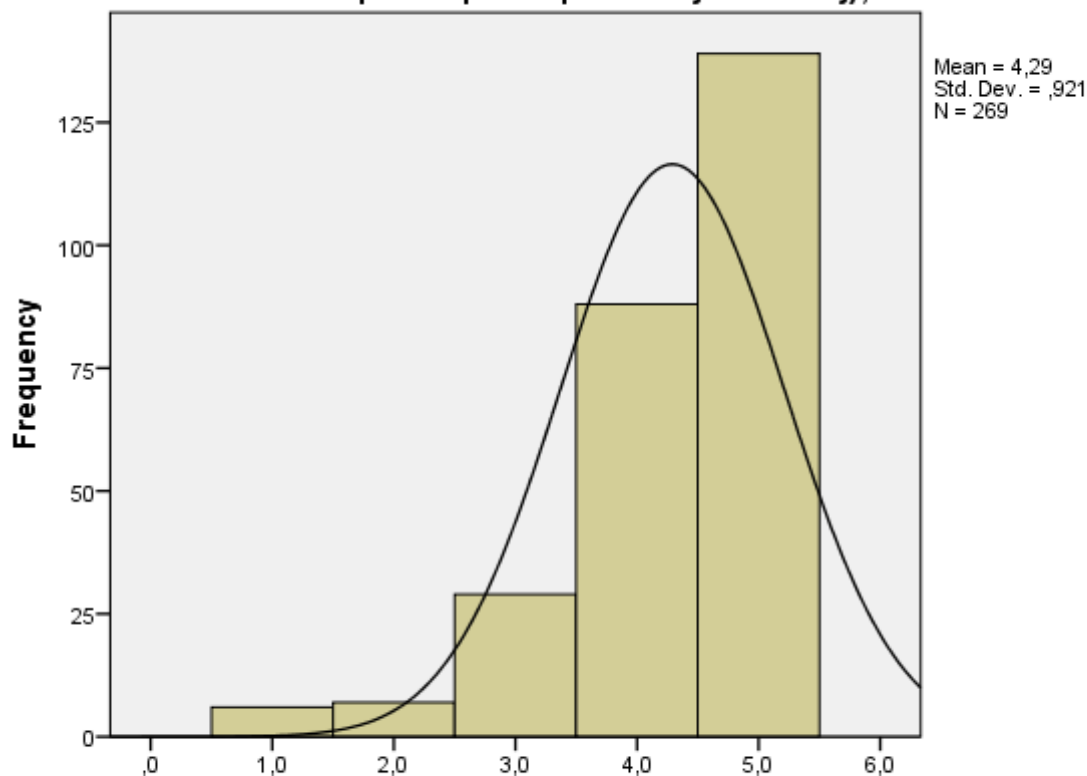
Θεωρείτε κίνητρο το Οικονομικό Εισιτήριο; (είναι εισιτήρια στα οποία έχουν εφαρμοστεί ειδικές τιμολογιακές προσφορές, αποκλειστικά και μόνο μέσω της εφαρμογής για κινητά τηλέφωνα)

Θεωρείτε κίνητρο για την χρήση του τρένου την έκπτωση που υπάρχει για νέους κάτω των 24 ετών καθώς και για ενήλικες άνω των 65 ετών;



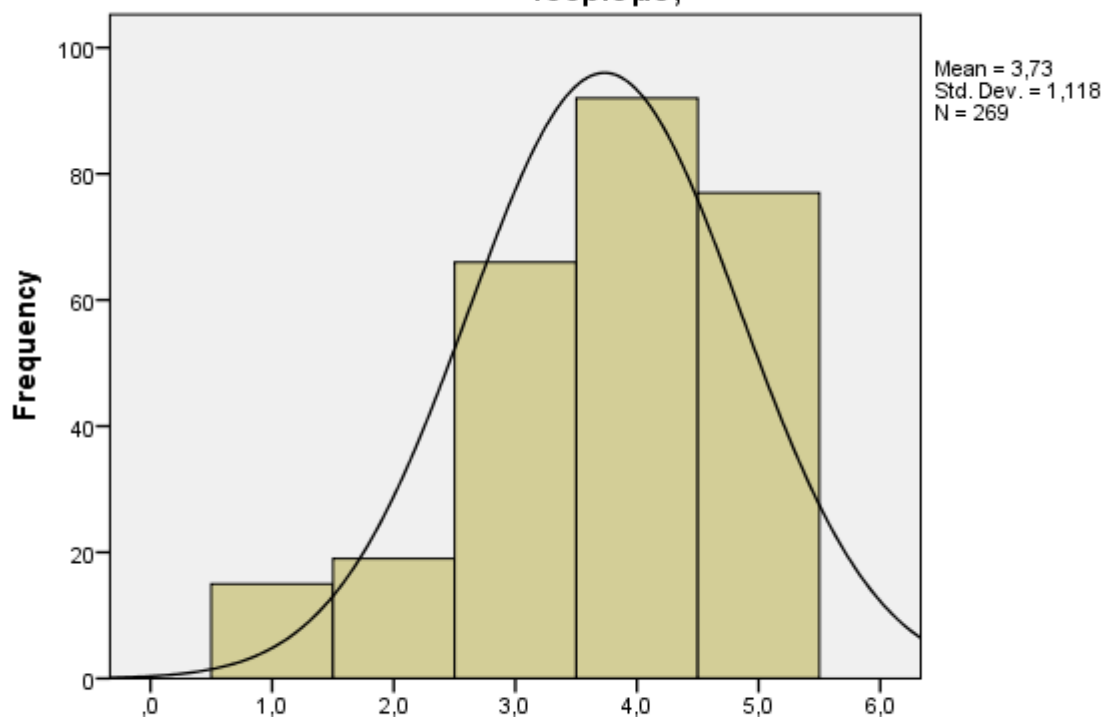
Θεωρείτε κίνητρο για την χρήση του τρένου την έκπτωση που υπάρχει για νέους κάτω των 24 ετών καθώς και για ενήλικες άνω των 65 ετών;

Θεωρείτε κίνητρο την έκπτωση που υπάρχει για τους φοιτητές (για τη χρήση τρένου για τουριστικούς σκοπούς);



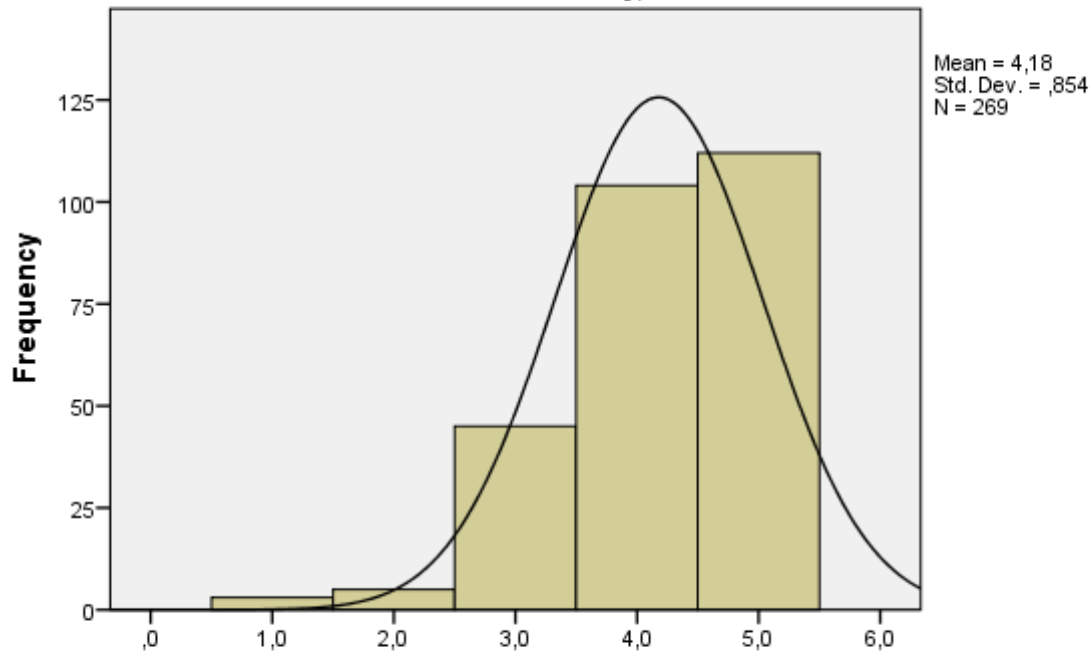
Θεωρείτε κίνητρο την έκπτωση που υπάρχει για τους φοιτητές (για τη χρήση τρένου για τουριστικούς σκοπούς);

Οι Web Προσφορές, οι ειδικές εκπτώσεις και το σύστημα πόντων ανά ταξίδι του Ο.Σ.Ε στα εισιτήρια θα σας κινητοποιούσαν στο να επιλέγεται το τρένο για τουρισμό;



Οι Web Προσφορές, οι ειδικές εκπτώσεις και το σύστημα πόντων ανά ταξίδι του Ο.Σ.Ε στα εισιτήρια θα σας κινητοποιούσαν στο να επιλέγεται το τρένο για τουρισμό;

Με βάση τη σπουδαιότητα της σύνδεσης Αθήνας – Θεσσαλονίκης θεωρείτε ότι η νέα γραμμή Αθήνα – Θεσσαλονίκη, που θα συνδέει τις δύο πόλεις σε τρεις ώρες και πενήντα πέντε λεπτά, θα αυξήσει την τουριστική επιβατική κίνηση ανάμεσα τους;



Με βάση τη σπουδαιότητα της σύνδεσης Αθήνας – Θεσσαλονίκης θεωρείτε ότι η νέα γραμμή Αθήνα – Θεσσαλονίκη, που θα συνδέει τις δύο πόλεις σε τρεις ώρες και πενήντα πέντε λεπτά, θα αυξήσει την τουριστική επιβατική κίνηση ανάμεσα τους;

6. Επίλογος - Συμπεράσματα και κάποιες προτάσεις βελτιστοποίησης του σιδηροδρόμου (Μίγμα Μάρκετινγκ)

Με την ολοκλήρωση της συγκεκριμένης εργασίας και της ανασκόπησης της σχετικής βιβλιογραφίας οδηγούμαστε εύκολα στο συμπέρασμα ότι ο σιδηροδρομικός τουρισμός αποτελεί σημαντική ευκαιρία ανάπτυξης εναλλακτικού τουρισμού. Το συγκεκριμένο είδος που μελετήσαμε, ο σιδηροδρομικός τουρισμός, μπορεί να αποφέρει πιο γρήγορα αποτελέσματα χωρικής, πράσινης και οικονομικής ανάπτυξης. Οι τουρίστες που θα το επιλέξουν έχουν συνήθως μεγαλύτερη οικολογική συνείδηση και ο σιδηρόδρομος ως μέσο μεταφοράς θα τους δώσει την δυνατότητα να ταξιδέψουν περισσότερο με φθηνότερο μεταφορικό κόστος.

Από την έρευνα μας, είναι άξιο αναφοράς το γεγονός ότι για τον κλασσικό τουρισμό ανεξαρτήτως ηλικίας υπάρχει γενικότερα μια θετική αντίληψη και συνήθως τα άτομα νεαρότερης ηλικίας έχουν μια τάση προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Επίσης, φαίνεται ότι το δείγμα δεν προτιμά ιδιαίτερα το τρένο ως μέσο μετακίνησης για τις διακοπές του και ότι ο πιο σημαντικός παράγοντας που συμβάλει αρνητικά σε αυτό είναι η ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας. Ωστόσο, σημαντικό είναι το γεγονός ότι πάνω από το 50% του δείγματος δεν είναι ικανοποιημένο από τις υποδομές που υπάρχουν σήμερα γύρω από το τρένο. Στον αντίποδα όμως ένας στους τέσσερις που χρησιμοποιεί το τρένο το κάνει για οικονομικούς λόγους ενώ λίγο μεγαλύτερο είναι το ποσοστό που το κάνει για επαγγελματικούς λόγους. Σε σχέση με το εισόδημά τους είναι γεγονός ότι μεγαλύτερα εισοδήματα συναντάμε σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας και με πιο έντονο ρυθμό σε σχέση με το εισόδημα και την ηλικία αυξάνονται και οι μέρες που είναι διαθέσιμες για τουρισμό.

Σημαντική είναι επίσης η θετική στάση, ανεξαρτήτως ηλικίας, ως προς το μειωμένο εισιτήριο σε συγκεκριμένες ομάδες και μεγάλη αναγνώριση συναντάμε στην πιθανή αύξηση της τουριστικής κίνησης μεταξύ της πρωτεύουσας και της συμπρωτεύουσας μέσω της νέας γραμμής. Θα ήταν παράλειψη να μην αναφερθεί η αλλαγή της πρόθεσης της χρήσης του τρένου αν πρόκειται για πιο «ιδιαίτερα» τρένα όπως το «Τρενάκι του Πηλίου» ή ο «Οδοντωτός» καθώς και ότι παίζει καθοριστικό ρόλο στην επιλογή ενός προορισμού για 9 στα 10 άτομα του δείγματος. Σημαντικό είναι επίσης και θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματος μας θα ήθελε να ζήσει την εμπειρία ενός ιδιαίτερου τρένου όπως ο "Υπερσιβηρικός", το «The Blue Train» ή το «The Ghan train» και στην Ελλάδα.

Σε αυτό το σημείο θα ήθελα να παραθέσω κάποιες προσωπικές προτάσεις σχετικά με την βελτιστοποίηση του παρεχόμενου προϊόντος «ταξίδι με τρένο» με σκοπό την αύξηση της επιλογής του από τους ταξιδιώτες.

Οι προτάσεις αυτές αποτελούν αποτέλεσμα τόσο της βιβλιογραφικής έρευνας όσο φυσικά και των ευρημάτων του ερωτηματολογίου.

1. Βελτιστοποιήσεις που αφορούν το τρένο (Προϊόν τρένο):

- Καλύτερη αξιοποίηση του υπάρχοντος δικτύου
- Συντήρηση και επέκταση του
- Αναβάθμιση των υποδομών
- Αναβίωση διαδρομών κυρίως τους δικτύου της Πελοποννήσου
- Μεγαλύτερη προσοχή στην καθαριότητα των σταθμών και των βαγονιών
- Ενίσχυση της γραμμής Κατάκολο-Πύργος-Ολυμπία , ειδικά το καλοκαίρι, που η Καλαμάτα πλέον έχει αναπτύξει τον τουρισμό κρουαζιέρας.
- Αναβίωση των δρομολογίων προς το Λουτράκι

2. Προτάσεις ως προς την οικονομική προσέγγιση (Τιμή):

- Ευρύτερη χρήση πόντων από τις διαδρομές (με την χρήση της κάρτας Hellenic train card) , όπως γίνεται με την κάρτα μιλίων για τα αεροπλάνα.
Ανάλογα με το επίπεδο των πόντων να μπορεί ο ταξιδιώτης να επωφελείται πέρα από χαμηλότερο εισιτήριο και με εκπτώσεις σε υπηρεσίες του σταθμού ή των βαγονιών (έκπτωση στα φαγώσιμα-ποτά στο καφέ του τρένου).
- Την χρήση flash προσφορών (όπως υπήρχε παλαιότερα), δηλαδή οικονομικών εισιτηρίων 15-20 € που θα παρέχονται δύο (2) βδομάδες πριν το προγραμματισμένο δρομολόγιο για την ενίσχυση της πληρότητας (εφόσον το δρομολόγιο πραγματοποιείται ανεξάρτητα του αριθμού των επιβατών).

3. Προτάσεις ως προς την επικοινωνία του προϊόντος στον καταναλωτή-ταξιδιώτη (Promotion) :

- Αξιοποίηση του κινήματος του αργού τουρισμού καθώς και ενίσχυση της συμβολής του τρένου στην καθυστέρηση της κλιματικής αλλαγής.
- Μεγαλύτερη επικοινωνία στο κοινό των ειδικού τύπου τρένων και διαδρομών (κυρίως στα σχολεία και τους πολιτιστικούς συλλόγους).
- Ενημέρωση των φοιτητών στα πανεπιστήμια για την ύπαρξη του Interrail για νέους και της δυνατότητας με τη χρήση του να γυρίσουν, κατά τη διάρκεια των φοιτητικών διακοπών με χαμηλό χρηματικό αντίτιμο, όλη την Ευρώπη. Υπογράμμιση της

σημαντικότητας των αποκτώμενων εμπειριών για την μετέπειτα πνευματική τους εξέλιξη. Καθώς και η σημαντικότητα του να γνωρίσουν τόσους διαφορετικούς τόπους κι ανθρώπους.

- Καλύτερη επικοινωνία της διαδρομής Κατάκολο-Πύργος-Ολυμπία με σκοπό κυρίως την επίσκεψη στην αρχαία Ολυμπία. Ειδικά από την Hellenic Train και τον δήμο Καλαμάτας (που έχει συνεχόμενα αυξανόμενο τουρισμό κρουαζιέρας) για την σημαντικότητα της επίσκεψης στην Αρχαία Ολυμπία.
- Χρήση των συμβόλων της τέχνης για την ενίσχυση της νοσταλγίας σχετικά με το τρένο, όπως εμβληματικών βιβλίων και ταινιών (Harry Potter, Έγκλημα στο Όριεντ εξπρές, Polar express, Τα παιδιά που έβλεπαν τα τρένα να περνούν, Πολίτικη Κουζίνα, Όταν είναι να φύγει το τρένο, Ο γύρος του κόσμου, The railway children, Πριν το ξημέρωμα και πολλά άλλα).
Θα μπορούσε με βάση αυτό να δημιουργηθεί μια δανειστική βιβλιοθήκη σε κάποια βαγόνια του τρένου που θα περιέχει βιβλία που θα αναφέρουν το τρένο και θα μπορεί ο επιβάτης να τα διαβάσει κατά την διάρκεια της διαδρομής. Και ακόμη στο καφέ του τρένου να παίζεται κάποια σειρά ή ταινία που να αφορά τα τρένα.
- Περισσότερες εκδηλώσεις στην Καλαμάτα σχετικά με το τρένο που υπάρχει το Πάρκο του σιδηροδρόμου.
- Αναβάθμιση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης του τρένου (Facebook, Instagram, Blog) με συχνές αναρτήσεις κειμένων και φωτογραφιών. Θεμιτό θα ήταν και η δυνατότητα ανάρτησης τους από τους ταξιδιώτες καθώς και η δημιουργία κάποιου hashtag για τον ελληνικό σιδηρόδρομο.
- Αξιοποίηση του Youtube για την προώθηση του τρένου με ποιοτικά βίντεο (επαγγελματικών λήψεων) των υπέροχων διαδρομών. Καθώς και η παροχή δωρεάν εισιτηρίων σε youtubers για την βιντεοσκόπηση και επικοινωνία των διαδρομών στο κοινό τους και κυρίως των ειδικών τρένων.

4. Προτάσεις ως προς το πως θα γίνει η επικοινωνία (Κανάλια Διανομής – Place) :

- Συνεργασία με εγχώρια τουριστικά γραφεία για απευθείας έκδοση εισιτηρίων για τρένα με ειδικά για αυτούς προνόμια και δικαίωμα χρήσης κατά την έκδοση του εισιτηρίου (για τους πόντους) της Hellenic Train κάρτας του πελάτη-ταξιδιώτη.
- Επίσης, χρήσιμο θα ήταν η ενημέρωσή τους για ένταξη των ειδικών δρομολογίων για τα σχολικά και εκδρομικά γκρουπ.

Καταληκτικά, η Ελλάδα στο σύνολό της ,ακόμη και σε πιο περιφερειακές και λιγότερο αναπτυγμένες περιοχές της (όπου υπάρχει ήδη σιδηροδρομικό δίκτυο, ενεργό ή μη), έχει τα εφόδια που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως εφελκυστικό για την ανάδειξή της ως προορισμός σιδηροδρομικού τουρισμού και για τη περαιτέρω βελτίωση της σχετικά καλής της θέσης αναλογικά με τις υπόλοιπες περιοχές στην παγκόσμια και ευρωπαϊκή κατάταξη.

Βιβλιογραφία

Camilleri, M. A. (2018). the tourism industry: An overview. In *Travel marketing, tourism economics and the airline product* (pp. 3-27). Springer, Cham.

Sharpley, R., & Harrison, D. (2017). 20 Conclusion: Mass Tourism in the Future. *Mass Tourism in a Small World*

Tom Chesshyre (2016) *Ticket to Ride*

Prof. Michael V. Conlin and Geoffrey R. Bird (2014) *Railway Heritage and Tourism: Global Perspectives*

Dr. Simone Fullagar ,Kevin Markwell and Dr. Erica Wilson (2012) *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*

Annette Rocholl (2012) *Business Travel Management Strategies*

Janet Dickinson and Les Lumsdon (2010) *Slow Travel and Tourism*

Dreyer A.,Menzel A., Endress M. (2010), *Wandertourismus Μόναχο: Εκδόσεις Oldenbourg*

Pandy,H.D.2010. Concept of Tourist: Meaning, Components and Elements of Tourism, article published in book *Readings in Rural Tourism*, Sunlight Publication, Kirtipur, Kathmandu.

Middleton, V. T., Fyall, A., Morgan, M., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in travel and tourism*. Routledge.

P. Williams,G.Soutar (2009) Value, Satisfaction and Behavioral Intentions in an Adventure Tourism Context, *Annals of Tourism Research*, Vol. 36, No. 3, pp. 413–438, UK, doi:10.1016/j.annals.2009.02.002

Rodrigues, Á., Kastenholz, E. & Rodrigues, A. (2008), “Walking trails in recreational and protected areas: an exploratory study of the tourist’s perception of natural areas”, *Management for Protection and Sustainable Development*, 4: 203-208.

Hansmann, R., Hug, S. M., & Seeland, K. (2007). Restoration and stress relief through physical activities in forests and parks. *Urban forestry & urban greening*, 6(4), 213-225.

Buckley, R. (2006) *Adventure Tourism*, UK: Cabi

Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., & Pomfret, G. (2003). *Adventure tourism: The new frontier*. Routledge.

Jafari, J. (2003). Research and scholarship: the basis of tourism education.[Reprint of original article published in v. 1, no. 1, 1990: 33-41.]. *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 6Medlik, S., & Middleton, V. T. (1973). Product formulation in tourism. *Tourism and marketing*, 13(4), 75-84.

Priest, S., & Gass, M., A., (1997) *Effective Leadership in Adventure Programming*, USA: Human Kinetics

Ceballus, L. (1996) *Tourism, Ecotourism, and Protected Areas: The State of Naturebased Tourism around the World and Guidelines for its Development*. IUCN-World Conservation Union, Gland, Switzerland.

Hunziker, W., & Krapf, K. (1941). *Tourism as the sum of the phenomena and relationships arising from the travel and stay of non-residents*. Publications Aiest Association International expert scientific tourism.

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., & Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αθήνα, Κριτική.

Κραβαρίτης, Κ. (1992) «Επαγγελματικός Τουρισμός Συνεδρίων Κινήτρων Εκθέσεων -Οργάνωση Συνεδρίων στα Ξενοδοχεία», Εκδ. Interbooks, Αθήνα

Κραβαρίτης, Κ., & Παπαγεωργίου, Α. (1992). Επαγγελματικός τουρισμός. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Παπαγεωργίου, Αθ. (2015), «Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελληνική περιφέρεια: η περίπτωση του Νομού Μεσσηνίας», Τουριστική Επιστημονική Επιθεώρηση, Τεύχος, 3.

Σωτηριάδης, Μ. και Φαρσάρη, Ι., 2009. Εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού. Αθήνα: Interbooks.

<https://www.unwto.org/why-tourism> Tourism an economic and social phenomenon.

<https://www.unwto.org/global/publication/UNWTO-Tourism-definitions> UNWTO Tourism Definitions

https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=21 Glossary of tourism terms

<https://timeandnavigation.si.edu/navigating-air/challenges/flying-boats-cross-seas> Τα ιπτάμενα πλοία διασχίζουν τις θάλασσες.

<https://www.britannica.com/biography/Thomas-Cook> Thomas Cook

<https://www.britannica.com/topic/tourism> Οι Ρίζες Του Τουρισμού

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A5%CF%80%CE%B5%CF%81%CF%83%CE%B9%CE%B2%CE%B7%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82_%CF%83%CE%B9%CE%B4%CE%B7%CF%81%CF%8C%CE%B4%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%BF%CF%82 Υπερσιβηρικός σιδηρόδρομος

[https://en.wikipedia.org/wiki/Blue_Train_\(South_Africa\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Blue_Train_(South_Africa)) Blue Train (South Africa)

<https://www.journeybeyondrail.com.au/the-ghan/>

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9F%CF%81%CE%B9%CE%AC%CE%BD_%CE%95%CE%BE%CF%80%CF%81%CE%AD%CF%82 Οριάν Εξπρές

<https://www.belmond.com/trains/europe/venice-simplon-orient-express/about>

<https://www.hellenictrain.gr/treno-toy-pilioy-mia-mythiki-diadromi>

<https://www.hellenictrain.gr/odontotos-diakoptoy-kalabryton-mia-mageytiki-diadromi>

<https://www.hellenictrain.gr/etaireia>

<https://www.hellenictrain.gr/> (Μενού Πληροφορίες Ταξιδίου)

<https://www.hellenictrain.gr/eisitiria-prosofores>

<https://www.hellenictrain.gr/egkairi-ilektroniki-kratisi>

<https://www.hellenictrain.gr/agora-eisitirion>

Ερωτηματολόγιο "Η συμβολή του σιδηρόδρομου στον τουρισμό"

Το παρόν ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στα πλαίσια της μεταπτυχιακής μου εργασίας με θέμα: «Η συμβολή του σιδηρόδρομου στον τουρισμό» για την απόκτηση του μεταπτυχιακού με τίτλο Διοίκηση Επιχειρήσεων - Management Τουρισμού (M.B.A.- Tourism Management) του Πανεπιστημίου Πειραιώς. Οι απαντήσεις σας θα είναι ανώνυμες και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για το σκοπό της έρευνας.

Ευχαριστώ για το χρόνο σας.

*** Απαιτείται (ότι είναι με αυτή τη σήμανση είναι υποχρεωτικό)**

Μέρος Α: Δημογραφικά Στοιχεία

1. Φύλο *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

Γυναίκα

Άνδρας

2. Ηλικία *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

18-24

25-40

41-55

56 και άνω

3. Οικογενειακή Κατάσταση *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

Άγαμος-η

Έγγαμος-η

Διαζευγμένος-η

Άλλο _____

4. *Μορφωτικό Επίπεδο **

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ΓΥΜΝΑΣΙΟ
- ΛΥΚΕΙΟ
- ΑΕΙ / ΤΕΙ
- ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟ
- Άλλο:

5. *Εργασιακή Κατάσταση **

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Άνεργος/η
- Φοιτητής/τρια
- Ιδ. Υπάλληλος
- Ελ. Επαγγελματίας
- Δημόσιος Υπάλληλος
- Άλλο: _____

6. Σε ποια ταξιδιωτική κατηγορία ανήκετε; *

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- Ταξιδεύω μόνος/η
- Ταξιδεύω ζευγάρι
- Ταξιδεύω οικογενειακά (σύζυγος, παιδιά)
- Ταξιδεύω με παρέα/φίλους
- Ταξιδεύω με γκρουπ

7. *Ετήσιο Εισόδημα (ατομικό σε €) **

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- 0 - 9000
- 9.001 - 12.000
- 12.001 - 15.000
- 15.001 - 30.000
- 30.001 - 45.000
- 45.001 και άνω

Μέρος Β

8. *Πόσες μέρες το χρόνο έχετε τη δυνατότητα να δράσετε ως τουρίστας; **

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- 1 - 3 μέρες
- 4 - 7 μέρες
- 8 - 14 μέρες
- 15 - 30 μέρες
- 31 και περισσότερες μέρες

9. *Ποιο είδος τουρισμού προτιμάτε περισσότερο; **

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	1 (καθόλου)	2 (λίγο)	3 (αρκετά)	4 (πολύ)	5 (πάρα πολύ)
Κλασσικός Τουρισμός (παραδοσιακός ή αναψυχής όπως ονομάζεται)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Εναλλακτικός Τουρισμός (όλες οι μορφές τουρισμού,, οι οποίες προσελκύουν τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Ποιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού γνωρίζετε; (μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μια απάντηση) *

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- Επαγγελματικός Τουρισμός
- Τουρισμός Ευεξίας
- Σιδηροδρομικός Τουρισμός
- Περιπατητικός Τουρισμός
- Τουρισμός Κρουαζιέρας
- Αγροτουρισμός
- Θρησκευτικός Τουρισμός
- Άλλο: _____

11. Γενικά πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το τρένο; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Πολύ συχνά (τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα)
- Αρκετά συχνά (3-4 φορές το μήνα)
- Συχνά (1 φορά το μήνα)
- Σπάνια (1 Φορά το χρόνο)
- Σχεδόν ποτέ
- Ποτέ (πάνω από 3 χρόνια χωρίς να το χρησιμοποιήσω)

12. Αν στην παραπάνω ερώτηση δεν απαντήσατε «ποτέ» για ποιον λόγο μετακινήθηκατε με τρένο;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Επαγγελματικοί λόγοι
- Τουρισμός
- Περιβαλλοντικοί λόγοι
- Οικονομικός παράγοντας
- Άλλο: _____

13. Προτιμάτε το τρένο ως μέσο μετακίνησης για τις διακοπές σας; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ				ΠΑΝΤΑ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Πόσο σας επηρεάζει η κάλυψη του σιδηροδρομικού δικτύου για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τις διακοπές σας; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ				ΠΟΛΥ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Καλύπτει τις περιοχές που επιθυμείτε να επισκεφτείτε; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ				ΠΟΛΥ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Πόσο σας επηρεάζει η συχνότητα των δρομολογίων για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ				ΠΟΛΥ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Πόσο σας επηρεάζει το κόστος του εισιτηρίου για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό;*

Na επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ				ΠΟΛΥ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Πόσο σας επηρεάζει η άνεση για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης * για τουρισμό;

Na επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ				ΠΟΛΥ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Πόσο σας επηρεάζει η ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας (κατάσταση βαγονιών, καθαριότητα βαγονιών κλπ.) για την επιλογή του τρένου ως μέσο μετακίνησης για τουρισμό ; *

Na επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ				ΠΟΛΥ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Υπάρχει κάποιος άλλος παράγοντας που να σας επηρεάζει στο να επιλέξετε το ^{*} τρένο ως μέσο για τουρισμό;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ

21. Αν απαντήσατε ναι στην προηγούμενη ερώτηση, παρακαλώ αναφέρετε ενδεικτικά τον παράγοντα επιρροής:

22. Πόσο σας επηρεάζει αυτός ο παράγοντας για την επιλογή του τρένου ως μέσο;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ΚΑΘΟΛΟΥ | | | | ΠΟΛΥ |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

23. Θα διαλέγατε το τρένο για να ζήσετε την ταξιδιωτική εμπειρία, δηλαδή να γνωρίσετε πώς είναι ένα ταξίδι με τρένο; ^{*}

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ΣΙΓΟΥΡΑ ΟΧΙ | | | | ΣΙΓΟΥΡΑ ΝΑΙ |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

24. Πώς χαρακτηρίζετε την κατάσταση του σιδηροδρόμου στην Ελλάδα ως προς το υπάρχον σιδηροδρομικό δίκτυο; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΠΟΛΥ ΚΑΚΗ				ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. Πώς χαρακτηρίζετε τη συχνότητα των υφιστάμενων δρομολογίων; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Καθόλου Ικανοποιητική
- Ελάχιστα Ικανοποιητική
- Μέτρια Ικανοποιητική
- Πολύ Ικανοποιητική
- Άκρως Ικανοποιητική
- Δεν ξέρω/ Δεν απαντώ

26. Πώς χαρακτηρίζετε τις παρεχόμενες/προσφερόμενες υπηρεσίες του σιδηροδρόμου στην Ελλάδα ως προς το κόστος του εισιτηρίου; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΠΟΛΥ ΚΑΚΕΣ				ΠΟΛΥ ΚΑΛΕΣ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. Πώς χαρακτηρίζετε την κατάσταση του σιδηροδρόμου στην Ελλάδα ως προς την άνεση;

*

Na επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΠΟΛΥ ΚΑΚΗ				ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

28. Πώς χαρακτηρίζετε την κατάσταση του σιδηροδρόμου στην Ελλάδα ως προς τους υπόλοιπους παράγοντες;

*

Na επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΠΟΛΥ ΚΑΚΗ				ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

29. Είστε ικανοποιημένοι γενικά από τις υποδομές (σιδηροδρομικό δίκτυο, κατάσταση βαγονιών, εστιατόριο, τουαλέτες κλπ.);

*

Na επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ				ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Το «Τρενάκι του Πηλίου» και ο «Οδοντωτός»

Ο σιδηρόδρομος Βόλου-Μηλεών, ή το «Τρενάκι του Πηλίου», όπως πιο γνωστό, είναι ένα τρένο-τουριστικό αξιοθέατο των χωριών του Πηλίου.

Η Σιδηροδρομική Γραμμή Διακοπτού - Καλαβρύτων, ευρύτερα γνωστή ως «Οδοντωτός Σιδηρόδρομος Διακοπτού - Καλαβρύτων», είναι οδοντωτή σιδηροδρομική γραμμή στενού εύρους στην Αχαΐα που συνδέει το Διακοπτό με τα Καλάβρυτα.

30. Θεωρείτε πιο πιθανό να χρησιμοποιήσετε στη διάρκεια του ταξιδιού σας ιδιαίτερα τρένα όπως «Τρενάκι Πηλίου», «Οδοντωτό» κλπ. έναντι των συμβατικών;

*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1
ΚΑΘΟΛΟΥ

2

3

4

5

ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

Ο "Υπερσιβηρικός", *The Blue Train*, *The Ghan train*

Ο Υπερσιβηρικός σιδηρόδρομος, είναι σιδηροδρομικός άξονας που συνδέει τη Μόσχα και την ευρωπαϊκή Ρωσία με τις ρωσικές επαρχίες της Άπω Ανατολής, τη Μογγολία, την Κίνα και τη Θάλασσα της Ιαπωνίας.

Το Blue Train ταξιδεύει περίπου 1.600 χιλιόμετρα στη Νότιο Αφρική μεταξύ Πρετόρια και Κέιπ Τάουν. Είναι ένα από τα πιο πολυτελή ταξίδια με τρένο στον κόσμο.

Το Ghan Train ταξιδεύει περίπου 2.979 χιλιόμετρα και είναι μια αυστραλιανή υπηρεσία επιβατικών σιδηροδρομικών γραμμών μεταξύ της σιδηροδρομικής γραμμής Αδελαΐδα-Ντάργουιν.

31. Θα θέλατε να ζήσετε την εμπειρία ενός τρένου όπως τα παραπάνω και στην Ελλάδα;

*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1
ΚΑΘΟΛΟΥ

2

3

4

5

ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

32. Θα επιλέγατε έναν τουριστικό προορισμό εξαιτίας της ύπαρξης ενός ιδιαίτερου *
τρένου; (Τρενάκι Πηλίου, Υπερσιβηρικός κλπ.)

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ
 ΙΣΩΣ

33. Θα θέλατε να κάνετε το γύρο της Ευρώπης με εισιτήρια τύπου interrail (Το *
Interrail είναι ένα ταξιδιωτικό πάσο για φτηνά ταξίδια με τρένο σε πάνω από 30 χώρες
της Ευρώπης);

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ΚΑΘΟΛΟΥ | | | | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

34. Θα σας ενδιέφερε να υπήρχε ένα εισιτήριο, που να διαρκεί ένα μήνα, για να *
ταξιδέψετε σε όλη την Ευρώπη;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ΚΑΘΟΛΟΥ | | | | ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

35. Αν ναι, πόσα χρήματα θα ήσασταν διατεθειμένοι να δώσετε για ένα ταξίδι ενός * μήνα με
ελεύθερη πρόσβαση - μετακίνηση με όλα τα τρένα; (ενδεικτικά χρηματικά ποσά σε €)

Ευρωπαϊκή Κάρτα Νέων και Διεθνής Φοιτητική Κάρτας ISIC

Η Ευρωπαϊκή Κάρτα Νέων απευθύνεται σε νέους ηλικίας 13 - 30 ετών και προσφέρει στους κατόχους της εκπτώσεις σε συγκεκριμένες υπηρεσίες και προϊόντα, τόσο στην Ελλάδα όσο και σε 35 ακόμα χώρες της Ευρώπης.

Διεθνής Φοιτητική Κάρτας ISIC

Η International Student Identity Card (ISIC) είναι ταυτότητα που πιστοποιεί τη φοιτητική ιδιότητα και αναγνωρίζεται σε ολόκληρο τον κόσμο. Προσφέρει πάνω από 42 χιλ. εκπτώσεις στην Ελλάδα, την Ευρώπη και σε ολόκληρο τον κόσμο με εκπτώσεις σε εισιτήρια μουσείων, σε θεάματα, θέατρα και κινηματογράφους, σε μπαρ, εστιατόρια, καταστήματα ρούχων / αθλητικών, ξενοδοχεία, camping, λεωφορεία, τρέινα, καράβια, αεροπλάνα κ.α.

36. Θεωρείτε κίνητρο το μειωμένο εισιτήριο για τους κατόχους της Ευρωπαϊκής Κάρτας Νέων ή της Διεθνούς Φοιτητικής Κάρτας ISIC ; (για τη χρήση τρένου για τουριστικούς σκοπούς) *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ				ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

37. Θεωρείτε κίνητρο το Οικονομικό Εισιτήριο; (είναι εισιτήρια στα οποία έχουν εφαρμοστεί ειδικές τιμολογιακές προσφορές, αποκλειστικά και μόνο μέσω της εφαρμογής για κινητά τηλέφωνα) *

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ				ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

38. Θεωρείτε κίνητρο για την χρήση του τρένου την έκπτωση που υπάρχει για νέους κάτω των 24 ετών καθώς και για ενήλικες άνω των 65 ετών; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ				ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

39. Θεωρείτε κίνητρο την έκπτωση που υπάρχει για τους φοιτητές (για τη χρήση τρένου για τουριστικούς σκοπούς); *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ				ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

40. Οι Web Προσφορές, οι ειδικές εκπτώσεις και το σύστημα πόντων ανά ταξίδι του Ο.Σ.Ε στα εισιτήρια θα σας κινητοποιούσαν στο να επιλέγεται το τρένο για τουρισμό; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ				ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

41. Με βάση τη σπουδαιότητα της σύνδεσης Αθήνας – Θεσσαλονίκης θεωρείτε ότι η νέα γραμμή Αθήνα – Θεσσαλονίκη, που θα συνδέει τις δύο πόλεις σε τρεις ώρες και πενήντα πέντε λεπτά, θα αυξήσει την τουριστική επιβατική κίνηση ανάμεσα τους; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ				ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

42. Ποιος από τους κάτωθι θα ήταν ο κύριος λόγος για να επιλέξετε το τρένο έναντι του αεροπλάνου; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Τιμή
- Άνεση
- Ταξιδιωτική Εμπειρία
- Συχνότητα Δρομολογίων
- Ασφάλεια
- Εύκολη προσβασιμότητα σταθμών
- Άλλο:_____.

43. Με ποιο τρόπο ταξιδεύετε συνήθως όταν πάτε διακοπές; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Αεροπλάνο
- Τρένο
- Πλοίο
- Λεωφορείο/κτελ
- Αυτοκίνητο
- Άλλο:_____.

Ευχαριστούμε για τη συμμετοχή σας.