



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
UNIVERSITY OF PIRAEUS

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
MBA – TOURISM MANAGEMENT

Διπλωματική εργασία: « Η έννοια της διαδρομής ως αναπόσπαστο κομμάτι της ταξιδιωτικής εμπειρίας και η συμπεριφορά του ταξιδιώτη κατά τη διάρκεια αυτής»

Αναστασία – Νεφέλη Μαργαλιά

Πειραιάς, 2022

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή -δεύτερη- σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)

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

..... « Η... έννοια... της... διαδρομής... ως... αναπόσπαστο... κομμάτι...
... της... ταξιδιωτικής... εμπειρίας... και... η... συμπεριφορά... των...
... ταξιδιωτών... κατά... τη... διάρκεια... αυτής... ».....

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/ τριας.....

Όνοματεπώνυμο... Αναστασία - Νεφέλη Μαργαλιά

Ημερομηνία... 24/2/2023

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματοποιήθηκε στο Πανεπιστήμιο Πειραιά, στο Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων και στα πλαίσια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος M.B.A - Tourism Management.

Παρόλο που η εκπόνηση της συνέπεσε χρονικά με μια δύσκολη και πρωτόγνωρη για όλη την ανθρωπότητα περίοδο (Covid-19), θα ήθελα πρωταρχικά να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κύριο Μάρκο-Μάριο Τσόγκα, για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγησή του από την αρχή μέχρι το τέλος της συγγραφής της παρούσας εργασίας.

Ένα θερμό ευχαριστώ και στους ανθρώπους που συμμετείχαν πρόσχαρα και με μεγάλο ενθουσιασμό στις συνεντεύξεις του ερευνητικού μέρους της εργασίας και μοιράστηκαν μαζί μου τα βιώματά τους .

Θα ήθελα επίσης να ευχαριστήσω την οικογένεια μου που αποτελεί πάντα ανεκτίμητο στήριγμα και ιδιαίτερος όλα τα χρόνια της ακαδημαϊκής μου πορείας, καθώς επίσης και τους καλούς φίλους που γνώρισα – τους συμφοιτητές μου, που όλοι μαζί βαδίσσαμε στο «μονοπάτι» του μεταπτυχιακού προγράμματος και με διάβασμα, κόπο και φιλότιμο το φέραμε εις πέρας.

Αθήνα, 2023

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία αποσκοπεί στην κατανόηση της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς ορισμένων τουριστών οι οποίοι επιλέγουν να μετακινηθούν σε διαφορετικά μέρη σε ένα ταξίδι τους και δεν παραμένουν σε έναν συγκεκριμένο προορισμό. Πιο αναλυτικά, ερευνώνται οι λόγοι για τους οποίους η διαδρομή για κάποιους ταξιδιώτες είναι πιο σημαντική από τον τελικό προορισμό και ποιες είναι οι διαφορές με τους τουρίστες που επιλέγουν να διαμένουν σε ένα μέρος καθ' όλη τη διάρκεια των διακοπών τους.

Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται ο εναλλακτικός τουρισμός και οι μορφές του, τα οφέλη του, οι διαφορές των εναλλακτικών και των μαζικών τουριστών καθώς και κάποια παγκόσμια στατιστικά στοιχεία του εναλλακτικού τουρισμού.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται ο τουρισμός περιπέτειας. Πιο συγκεκριμένα, οι δραστηριότητες που περιλαμβάνει, τα χαρακτηριστικά των ταξιδιωτών που επιλέγουν το συγκεκριμένο είδος τουρισμού και παρουσιάζονται και κάποια στατιστικά στοιχεία από όλο τον κόσμο. Επιπροσθέτως, γίνεται μια εκτενής αναφορά στο backpacking και το road trip αλλά και στις διαφορές μεταξύ των τουριστών που επιλέγουν έναν προορισμό και σε αυτούς που επισκέπτονται πολλές διαφορετικές περιοχές κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους.

Για να μπορέσει να διερευνηθεί ο σκοπός της παρούσας έρευνας πραγματοποιήθηκε ποιοτική έρευνα μέσω ατομικών συνεντεύξεων σε 8 άτομα, εκ των οποίων οι 5 είναι οι περιπετειώδεις τουρίστες και οι 3 οι περισσότερο συμβατικοί. Έτσι, στο τρίτο κεφάλαιο επισημαίνεται η ερευνητική μεθοδολογία όσον αφορά το δείγμα, η διάρκεια της έρευνας που ήταν 6 μήνες και οι δυσκολίες που προέκυψαν κατά την εκπόνησή της αλλά και η διαμόρφωση των συνεντεύξεων.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των συνεντεύξεων και εν τέλει τα συμπεράσματα της έρευνας.

Λέξεις κλειδιά: τουρισμός, πολλαπλοί προορισμοί, συμβατικοί τουρίστες, περιπέτεια, road trip, backpacking, μοναδικός προορισμός, εναλλακτικός τουρισμός, συνεντεύξεις

ABSTRACT

The present essay aims to the comprehension of tourists' behavior regarding the choice of moving to different places during their trips and not staying in a specific destination. In more details, the research investigates the reasons why the route is more important for some travelers than the final destination.

The first chapter presents the alternative tourism and its forms, its benefits, the differences between alternative and mass tourists as well as some global statistics of alternative tourism.

The second chapter analyzes adventure tourism. More specifically, it contains the activities of this kind of tourism, the characteristics of the travelers who choose the specific type and some statistics from all over the world. In addition, there is an extensive reference to backpacking and road trips and the differences between tourists who choose one destination and those who visit several areas during their trip.

In order to investigate the purpose of this research a qualitative research was carried out through individual interviews with 8 people, 5 of whom were adventurous tourists and the remaining 3 were more conventional. Thus, the third chapter highlights the research methodology regarding the sample, the conformation of the interviews, the duration of the research (6 months) and the difficulties that arose during its implementation.

The fourth chapter presents the results of the interviews and the conclusions of the research.

Key-words: tourism, multiple destinations, conventional tourists, adventure, road trip, backpacking, single destination, alternative tourism, interviews

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	1
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ABSTRACT.....	4
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	7
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ	8
ΜΕΡΟΣ Α: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	9
1.1 Εννοιολογική προσέγγιση	9
1.2 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού.....	10
1.3 Οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού.....	13
1.4 Διαφορές μαζικών και εναλλακτικών τουριστών.....	15
1.5 Στατιστικά στοιχεία του εναλλακτικού τουρισμού	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ	20
2.1 Εννοιολογική προσέγγιση	20
2.2 Δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στον τουρισμό περιπέτειας	21
2.3 Χαρακτηριστικά τουριστών που επιλέγουν τον τουρισμό περιπέτειας.....	26
2.4 Στατιστικά στοιχεία για τον τουρισμό περιπέτειας	29
2.5 Το backpacking και το road trip ως δραστηριότητες περιπέτειας.....	33
2.6 Διαφορές των τουριστών μεταξύ αυτών που επιλέγουν πολλαπλούς προορισμούς και αυτών που επιλέγουν ένα μοναδικό προορισμό.....	35
ΜΕΡΟΣ Β: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	38
3.1 Μεθοδολογία έρευνας.....	38
3.2 Προσδιορισμός του δείγματος.....	39
3.3 Διαμόρφωση των συνεντεύξεων	40
3.4 Περιορισμοί έρευνας	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ	42
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	54
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	59
Ελληνική	59
Ξένα	60
Διαδικτυακές πηγές	64

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Διαφορές μαζικού και εναλλακτικού τουρίστα	16
Πίνακας 2: Δημοφιλείς δραστηριότητες περιπέτειας ανά παγκόσμια περιοχή	31
Πίνακας 3: Προτίμηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως έμπνευση για τα επόμενα ταξίδια.....	32
Πίνακας 4: Δημογραφικά χαρακτηριστικά τουριστών περιπέτειας.....	42
Πίνακας 5: Δημογραφικά χαρακτηριστικά συμβατικών τουριστών.....	43
Πίνακας 6: Διαφορές και κοινά σημεία στα συμπεριφορικά χαρακτηριστικά των συνεντευξιζόμενων.....	54
Πίνακας 7: Διαφορές και κοινά σημεία στη δημιουργία πλάνου και στα συναισθήματα των συνεντευξιζόμενων.....	56
Πίνακας 8: Διαφορές και κοινά σημεία στην οργάνωση και στις προσδοκίες των συνεντευξιζόμενων.....	57
Πίνακας 9: Διαφορές και κοινά σημεία στα συναισθήματα και τους επόμενους προορισμούς των συνεντευξιζόμενων.....	58

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1: Κορυφαίοι προορισμοί θαλάσσιου τουρισμού, 2019	18
Γράφημα 2: Διεθνής ζήτηση για πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό, 2015-2019	
Γράφημα 3: Το συνεχές των σκληρών και ήπιων μορφών τουρισμού περιπέτειας....	21
Γράφημα 4: Σχέση Όγκου και Δυσκολίας στον τουρισμό περιπέτειας	28
Γράφημα 5: Αριθμός ευρωπαϊκών tour operators που προσφέρουν ταξίδια περιπέτειας	30
Γράφημα 6: Τρόποι προτίμησης της διαφήμισης των ταξιδιών περιπέτειας.....	32
Γράφημα 7: Τύποι διαδρομών	36

ΜΕΡΟΣ Α: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Εννοιολογική προσέγγιση

Για να μπορέσει να προσδιοριστεί ο εναλλακτικός τουρισμός θα πρέπει πρώτα να γίνει αναφορά στη γενικότερη έννοια του τουρισμού. Κατά καιρούς έχουν δοθεί πολλοί ορισμοί οι οποίοι αν και συγκλίνουν, παρουσιάζουν μικρές διαφοροποιήσεις μεταξύ τους. Παρ' όλα αυτά, σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο (2013), ο τουρισμός *«εμπεριέχει όλα τα ταξίδια τα οποία έχουν διάρκεια μεγαλύτερη των 24 ωρών και γίνονται για λόγους ψυχαγωγικούς, εργασίας, υγείας και σπουδών»*. Ο ορισμός όμως που είναι περισσότερο αποδεκτός είναι αυτός του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO) ο οποίος αναφέρει πως ο τουρισμός είναι *«οι δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε περιοχές μακριά από αυτές που είναι το συνηθισμένο περιβάλλον τους, για όχι παραπάνω από ένα έτος, με σκοπό την αναψυχή, την κάλυψη επαγγελματικών αναγκών κ.ά.»*.

Οι κυριότερες μορφές τουρισμού είναι αυτή του μαζικού και του εναλλακτικού. Ο μαζικός χαρακτηρίζεται από τη συμμετοχή των τουριστών σε τουριστικές δραστηριότητες σε ομάδες, αλλά δεν υπάρχει σύνδεση με τον τουρισμό διακοπών – αναψυχής τύπου μάρκας διαμονής (Ηγουμενάκης, 2004). Πρόκειται ουσιαστικά για ένα πρότυπο που βασίζεται στα οργανωμένα πακέτα διακοπών τα οποία διαχειρίζονται οι tour operators. Γενικά ο μαζικός τουρισμός είναι απρόσωπος, παθητικός και καθόλου φιλικός προς το περιβάλλον λόγω εκμετάλλευσης των φυσικών πόρων και της υπερανάπτυξης των υποδομών. Από την άλλη μεριά, ο εναλλακτικός τουρισμός ήρθε ως αμφισβήτηση στο μοντέλο του μαζικού τουρισμού, ο οποίος αναπτύχθηκε τις δεκαετίες του '70 και του '80.

Ως εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται αυτός που *«περιλαμβάνει μορφές τουρισμού οι οποίες δεν αντιβαίνουν τις ευρύτερες κοινωνικές και κοινοτικές αξίες, καθώς και τις αξίες που σχετίζονται με τη φύση, αλλά παρέχουν στους υποδοχείς και στους τουρίστες την ευκαιρία για θετικές αναδράσεις, καθώς και για απόκτηση κοινών εμπειριών»* (Eadington & Smith, 1992). Επιπροσθέτως, σύμφωνα με τον Κοκκώση και τον Τσάρτα (2019), ο εναλλακτικός τουρισμός συνδέεται άμεσα με τις κοινωνικές και τις περιβαλλοντικές αξίες, αναδεικνύει νέες περιοχές λόγω της έμφασης στα

χαρακτηριστικά των τοπικών κοινωνιών, εμβαθύνει στην προστασία του περιβάλλοντος και μπορεί να αναβαθμίσει οικονομικά και κοινωνικά καινούριους προορισμούς. Το εν λόγω είδος τουρισμού αποτελείται από πολλές μορφές οι οποίες θα αναλυθούν στην επόμενη ενότητα, αλλά το κοινό τους στοιχείο είναι η έμφαση στον άνθρωπο και στο περιβάλλον. Έτσι, παρακάτω θα αναφερθούν τα στοιχεία στα οποία ο ανθρώπινος παράγοντας είναι εμφανής στον εναλλακτικό τουρισμό (Gartner, 2001).

- Ευαισθησία και φιλικότητα προς τις κοινότητες υποδοχής και στο περιβάλλον
- Περισσότερη ενημέρωση σχετικά με τους επισκέπτες και την ποιότητα των εμπειριών τους
- Οι άνθρωποι που εμπλέκονται στις τουριστικές λειτουργικές δομές λαμβάνουν μεγαλύτερη ικανοποίηση

Σε αυτό το σημείο αξίζει να επισημανθεί πως ο εναλλακτικός τουρισμός τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει ραγδαία ανάπτυξη και φαίνεται πως τον προτιμούν όλο και περισσότεροι τουρίστες, λόγω της κοντινής επαφής με τη φύση, της αποφυγής της εποχικότητας και της ξεχωριστής εμπειρίας που τους αποφέρει.

1.2 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού

Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει ξεκινήσει να αναπτύσσεται ραγδαία τα τελευταία χρόνια, καθώς όλο και περισσότεροι άνθρωποι επιθυμούν να βιώσουν μια διαφορετική εμπειρία κατά τη διάρκεια των διακοπών τους και να ξεφύγουν από τον συμβατικό τρόπο τουρισμού. Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί πως ο μαζικός τουρισμός αποτελεί πλέον ένα ώριμο προϊόν μιας και η ανάπτυξή του έχει φτάσει εδώ και αρκετά χρόνια στο υψηλότερο σημείο του κύκλου ζωής του και πλέον ο ρυθμός ανάπτυξής του πραγματοποιείται σε βραδύ ρυθμό λόγω της αντικατάστασής του από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Βέβαια στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού έχουν παίξει ρόλο και κάποιοι σημαντικοί παράγοντες οι οποίοι είναι (Κοκκώσης et al., 2011):

- Η αύξηση στον ελεύθερο χρόνο που έχουν οι άνθρωποι, η ανάδειξη των νέων καταναλωτικών προτύπων, η αύξηση στα ετήσια ταξίδια, η αλλαγή στα τουριστικά κίνητρα λόγω της προτίμησης της παραδοσιακής ζωής και του φυσικού περιβάλλοντος αποτελούν σημαντικές κοινωνικές αλλαγές αλλά και η εξέλιξη στον τρόπο διεξαγωγής των ταξιδιών
- Η οργάνωση και οι επιλογές των επισκεπτών έχουν επίσης αλλάξει και πιο συγκεκριμένα υπάρχει περισσότερη ελευθερία και επιλογές στις υποδομές και στις υπηρεσίες, η ύπαρξη και η επέκταση χρήσης του διαδικτύου είναι ραγδαία, πραγματοποιούνται πολλαπλές μεταβολές σε τουριστικά στοιχεία όπως τα

ξενοδοχεία και οι tour operators και δίνεται έμφαση στην επαφή μεταξύ του ντόπιου και του τουρίστα

- Αμφισβητούνται τα οφέλη που μπορεί να έχει μια περιοχή λόγω του μαζικού τουρισμού, ο διεθνής ανταγωνισμός είναι σε υψηλά επίπεδα και υπάρχει έντονη ανάγκη για να αναδειχθεί η πολιτιστική κληρονομιά της εκάστοτε περιοχής

Στη συνέχεια θα αναφερθούν οι κυριότερες μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες έχουν ως κοινό τους την ικανοποίηση των διαφοροποιημένων κινήτρων των επισκεπτών, την αυτονομία στην οργάνωση των ταξιδιών και το σεβασμό στο φυσικό, κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον των περιοχών (Δέφνερ et al, 2014).

◇ Αγροτουρισμός

Οι τουρίστες επισκέπτονται μια περιοχή που επικεντρώνεται σε γεωργικές ασχολίες και παρατηρούν ή/και συμμετέχουν στις δραστηριότητες αυτές.

◇ Οικοτουρισμός

Αναδεικνύονται και αξιοποιούνται οι φυσικοί πόροι μιας περιοχής και μάλιστα στην επαρχία η ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού είναι ραγδαία.

◇ Επαγγελματικός τουρισμός

Οι άνθρωποι ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους και περιλαμβάνεται ο επιστημονικός τουρισμός, ο συνεδριακός, ο τεχνικός, των εκθέσεων και των σεμιναρίων.

◇ Ορεινός τουρισμός

Οι τουρίστες επισκέπτονται ορεινές περιοχές και περιλαμβάνονται δραστηριότητες όπως είναι η ορειβασία, η αναρρίχηση, η κατασκήνωση και η ορεινή ποδηλασία.

◇ Τουρισμός υγείας

Επικεντρώνεται στη συμμετοχή προγραμμάτων που είναι σχετικά με την υγεία. Περιλαμβάνονται ο τουρισμός φυσικοθεραπείας, ο ιαματικός, ο θεραπευτικός, ο θερμαλισμός και της υγιεινής διαβίωσης.

◇ Μαθησιακός τουρισμός

Είναι οι επισκέψεις που κάνουν οι τουρίστες με επίκεντρο τη μάθηση. Διακρίνεται στον εκπαιδευτικό, στον μαθητικό, στον μορφωτικό και στον προσκοπικό.

◇ Χειμερινός τουρισμός

Διακρίνεται στον χιονοδρομικό τουρισμό, τον ορειβατικό και της περιπέτειας και στο σύνολό του περιλαμβάνονται οι δραστηριότητες που σχετίζονται με τις ορεινές περιοχές.

◇ Πολιτιστικός τουρισμός

Οι τουρίστες ταξιδεύουν προκειμένου να έρθουν σε επαφή με την πολιτιστική, την πνευματική και την ιστορική κληρονομιά ενός τόπου. Γίνεται μέσω επίσκεψης σε αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία και πολιτιστικές εκδηλώσεις.

◇ Κοινωνικός τουρισμός

Πραγματοποιείται από ανθρώπους που το εισόδημά τους είναι χαμηλό μιας και το κράτος επιδοτεί τα άτομα αυτά για να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι σε ένα χαμηλού κόστους συνήθως προορισμό.

◇ Θαλάσσιος τουρισμός

Περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που αφορούν τη θάλασσα και τις ακτές. Διακρίνεται σε παράκτιο τουρισμό, στο yachting, στον αλιευτικό, στον καταδυτικό, στο θαλάσσιο αθλητικό και στην κρουαζιέρα.

◇ Τουρισμός περιπέτειας

Πρόκειται για δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα σε προορισμούς απρόσιτους, ασυνήθιστους και εξωτικούς, ενώ κύριο χαρακτηριστικό του είναι το ρίσκο και η συγκίνηση που προσφέρει στους ταξιδιώτες, όπως και η βαθύτερη γνώση της φύσης και του ανθρώπου.

◇ Θρησκευτικός τουρισμός

Πρόκειται ουσιαστικά για μια υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού η οποία στοχεύει σε επισκέψεις μνημείων θρησκευτικού ενδιαφέροντος μιας περιοχής όπως είναι οι εκκλησίες, τα μοναστήρια και οι θρησκευτικές εκδηλώσεις.

◇ Αθλητικός τουρισμός

Οι τουρίστες επιλέγουν να συμμετάσχουν ή/και να παρακολουθήσουν αθλητικά δρώμενα όπως είναι οι αθλητικές διοργανώσεις. Επίσης, διακρίνεται σε αθλητική αναψυχή και στον προπονητικό τουρισμό.

◇ Αστικός τουρισμός

Στην Ευρώπη αποτελεί μιας από τις πιο διαδεδομένες μορφές τουρισμού καθώς περιλαμβάνονται τα ταξίδια στα οποία οι τουρίστες θέλουν να γνωρίσουν εις βάθος την ιστορία, τον πολιτισμό και τη γαστρονομική παράδοση των περιοχών.

◇ Γαστρονομικός τουρισμός

Περιλαμβάνονται τα ταξίδια σε περιοχές με μεγάλο γαστρονομικό ενδιαφέρον ενώ οι δραστηριότητες ποικίλουν όπως είναι ενδεικτικά η επίσκεψη σε οινοποιεία, τα γεύματα σε εστιατόρια, η συμμετοχή σε μαθήματα μαγειρικής κ.α.

1.3 Οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού

Ο τουρισμός σε μια χώρα μπορεί να αποφέρει πολλαπλά οφέλη τόσο σε οικονομικό επίπεδο όσο και σε κοινωνικό. Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού παρουσιάζει ακόμα περισσότερα πλεονεκτήματα σε σχέση με το μαζικό, μιας και συμβάλλει στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος αλλά και στην ανάδειξη των πολιτιστικών στοιχείων του κάθε τόπου. Έτσι, παρακάτω θα αναφερθούν τα οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού στον οικονομικό, τον κοινωνικό και τον περιβαλλοντικό τομέα (Σωτηριάδης & Φάρσαρη, 2009).

Οικονομικά οφέλη

- Αυξάνονται τα έσοδα τόσο σε ατομικό όσο και σε συλλογικό επίπεδο
- Δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας σε κλάδους που σχετίζονται με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και κατά συνέπεια αναζωογονείται η τοπική οικονομία
- Η τιμολογιακή αξία της γης και τα προϊόντα της ανορθώνονται
- Ο τουρισμός συνδέεται και με άλλους οικονομικούς κλάδους όπως είναι η γεωργία
- Η οικογενειακή επιχειρηματικότητα και η βιοτεχνική παραγωγή αναπτύσσονται
- Η τουριστική εικόνα της περιοχής βελτιώνεται
- Οι τουριστικές ροές επεκτείνονται σε περιοχές ορεινού και αγροτικού χαρακτήρα
- Οι υποδομές αναπτύσσονται και βελτιώνονται
- Το βιοτικό επίπεδο παρουσιάζει βελτίωση
- Η εποχικότητα μειώνεται, γεγονός που οδηγεί στην επέκταση της τουριστικής περιόδου
- Δημιουργούνται νέες ζώνες τουριστικών δραστηριοτήτων λόγω της εισροής του τουρισμού στις τοπικές οικονομίες
- Γίνεται προσπάθεια συνεργασίας από τους τοπικούς φορείς για την καλύτερη δυνατή παροχή υπηρεσιών στους επισκέπτες

Κοινωνικό-πολιτισμικά οφέλη

- Εμπλουτίζεται η πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής λόγω της επαφής των ντόπιων με τα πολιτιστικά έθιμα των επισκεπτών και το αντίθετο
- Αναπτύσσεται ο σεβασμός προς την τοπική κοινωνία λόγω της αύξησης των εναλλακτικών ροών τουρισμού
- Οι εγκαταστάσεις και οι υποδομές είναι περισσότερο ήπιες, με σεβασμό στον άνθρωπο και στο περιβάλλον

- Αναπροσαρμόζονται τα δίκτυα διανομής
- Οι σχέσεις μεταξύ ντόπιων και τουριστών είναι περισσότερο άρτιες λόγω περιορισμού του μιμητισμού
- Αναδεικνύεται με καλύτερο τρόπο η τοπική ταυτότητα της εκάστοτε περιοχής
- Προκύπτουν περισσότερες καινοτόμες ιδέες και δραστηριότητες
- Η πολιτισμική κληρονομιά προωθείται με ουσιαστικό τρόπο και μάλιστα με μεγαλύτερη συχνότητα
- Το αίσθημα της ευαισθητοποίησης των τουριστών προς τον τόπο που επισκέπτονται είναι περισσότερο έντονο, με συνέπεια να προσέχουν και να σέβονται την περιοχή

Περιβαλλοντικά οφέλη

- Η βιώσιμη ανάπτυξη γίνεται αποδεκτή τόσο από τους ντόπιους όσο και από τους τουρίστες
- Η παράλογη και άσκοπη εκμετάλλευση των φυσικών πόρων ελαχιστοποιείται
- Το φυσικό περιβάλλον διαφυλάσσεται λόγω των χρήσεων εναλλακτικών μορφών ενέργειας αλλά και από τα περιβαλλοντικά έργα προστασίας
- Ο ντόπιος είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένος όσον αφορά την προστασία του φυσικού πλούτου
- Η περιβαλλοντική εκπαίδευση αναπτύσσεται
- Δημιουργούνται έργα ανάπλασης και προστασίας σε μέρη που παρουσιάζουν φυσικό ενδιαφέρον αλλά και σε οικισμούς παραδοσιακούς
- Αναβαθμίζονται οι βιότοποι και τα πολιτιστικά μνημεία

Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί πως η πανδημία του κορονοϊού επέφερε αρκετές αλλαγές στον τουριστικό κλάδο και μάλιστα αύξησε την τάση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Αυτό έγινε κυρίως λόγω επιθυμίας των τουριστών να αποφύγουν τον συγχρωτισμό αλλά και να προτιμήσουν δραστηριότητες που θα προσφέρουν νέες εμπειρίες και επαφή με τη φύση όπως είναι η ορειβασία, η πεζοπορία κλπ. Αυτό είχε ως συνέπεια την επέκταση της τουριστικής περιόδου, την ανάδειξη προορισμών που μέχρι πρότινος δεν ήταν στον τουριστικό χάρτη αλλά και την ανάπτυξη του αισθήματος της προστασίας του περιβάλλοντος.

1.4 Διαφορές μαζικών και εναλλακτικών τουριστών

Ο εναλλακτικός και ο μαζικός τουρισμός παρουσιάζουν αρκετές διαφορές μεταξύ τους σε κάθε επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα σύμφωνα με τον Krippendorf (1982), ο μαζικός τουρισμός δεν χαρακτηρίζεται από κάποιο συγκεκριμένο σχεδιασμό, η ανάπτυξή του είναι ραγδαία και μη ελεγχόμενη, εκμεταλλεύεται τους φυσικούς και τους ανθρώπινους πόρους στο έπακρον, μπορεί να προκαλέσει ζημιές σε κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο, προωθεί έναν εισαγόμενο τρόπο ζωής που μπορεί να μην ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα και ο βασικότερος σκοπός του είναι το οικονομικό όφελος. Από την άλλη μεριά, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού προσφέρουν νέες και ξεχωριστές εμπειρίες στους επισκέπτες, είναι οργανωμένες και ελεγχόμενες, προσφέρουν οικονομικά οφέλη σε πιο αργό αλλά σταθερό ρυθμό, κυριαρχεί ο σεβασμός απέναντι στον άνθρωπο και στο περιβάλλον, βελτιώνουν το επίπεδο διαβίωσης των ντόπιων και δίνουν τη δυνατότητα στους τουρίστες να επιλέξουν οι ίδιοι τον προορισμό και τις δραστηριότητες στις οποίες επιθυμούν να συμμετέχουν.

Οι λόγοι για τους οποίους αναπτύχθηκε ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ποικίλοι αλλά αξίζει να σημειωθεί πως οι τουρίστες άρχισαν να απορρίπτουν σταδιακά τα οργανωμένα πακέτα και ταυτόχρονα ξεκίνησαν να επαναπροσδιορίζουν τα ταξίδια τους, ώστε να ταιριάζουν περισσότερο με τις δικές τους επιθυμίες. Με αυτό τον τρόπο η ξεκούραση και η χαλάρωση των επισκεπτών δεν είναι πλέον το σημαντικότερο κίνητρο, αλλά ένας συμπληρωματικός παράγοντας στην επιλογή του τρόπου διακοπών (Ανδριώτης, 2008). Ακόμα, σύμφωνα με τον Sharpley (2009), οι κυριότεροι στόχοι των τουριστών που επιλέγουν τον εναλλακτικό τουρισμό είναι η ανάπτυξη και η διαφύλαξη του φυσικού περιβάλλοντος, η αποκόμιση νέων εμπειριών, η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, η γνωριμία τους με τα ήθη, τα έθιμα και τις πολιτιστικές παραδόσεις της εκάστοτε περιοχής και η ένδειξη σεβασμού στους ντόπιους, στο περιβάλλον και στην τοπική κοινωνία.

Στη συνέχεια στον πίνακα 1 θα παρουσιαστούν οι διαφορές του μαζικού και του εναλλακτικού τουρίστα σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2008).

Πίνακας 1: Διαφορές μαζικού και εναλλακτικού τουρίστα

Μαζικός τουρίστας	Εναλλακτικός τουρίστας
Δραστηριοποιείται σε αστικό περιβάλλον	Δραστηριοποιείται σε φυσικό περιβάλλον
Παθητικός	Ενεργητικός
Ποσοτικός	Ποιοτικός
Οργανωμένο ταξίδι	Μεμονωμένο ταξίδι
Επικεντρώνεται στο μοτίβο ‘Ήλιος & Θάλασσα’	Συμμετέχει σε ποικίλες δραστηριότητες
Προκαλεί μεγάλες επιπτώσεις	Προκαλεί μικρές επιπτώσεις
Η ανάπτυξη είναι εξωγενής	Η ανάπτυξη είναι ενδογενής
Δεν υπάρχει περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση	Υπάρχει περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση
Προτιμά τη ξεκούραση και την ηρεμία	Προτιμά να ζήσει νέες εμπειρίες
Δεν επιθυμεί να συνάψει σχέσεις με τους ντόπιους	Δημιουργεί κανάλια επικοινωνίας με τους ντόπιους

Πηγή: Ανδριώτης, 2008

Όπως φαίνεται και στον παραπάνω πίνακα οι διαφορές μεταξύ των δυο ειδών τουριστών είναι αρκετές και μάλιστα τα χαρακτηριστικά τους παρουσιάζουν έντονη αντίθεση. Πιο αναλυτικά, οι μαζικοί τουρίστες συνήθως επιλέγουν ένα πακέτο ταξιδιού στο οποίο η αναζήτηση πολιτιστικών και περιβαλλοντικών στοιχείων είναι ανύπαρκτη, ενώ ταυτόχρονα η επιθυμία τους για ξεκούραση αποτελεί καθοριστικό παράγοντα επιλογής προορισμού (Cohen, 1972). Από την άλλη μεριά, οι εναλλακτικοί τουρίστες προτιμούν περιοχές με μεγάλο πολιτιστικό και περιβαλλοντικό ενδιαφέρον, επιδιώκουν να αποκτήσουν νέες εμπειρίες, είναι ενεργητικοί, έχουν έντονη επιθυμία να συνάψουν σχέσεις με τον ντόπιο πληθυσμό, το ενδιαφέρον τους για την αυθεντικότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών είναι μεγάλο και έχουν καλή αγοραστική δύναμη λόγω του ότι οι επιλογές του βασίζονται στην ικανοποίηση των ενδιαφερόντων τους και όχι στο κόστος (Σπιλάνης, 2000).

Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί πως τα κίνητρα των ατόμων παίζουν μεγάλο ρόλο στην επιλογή του τρόπου διακοπών τους. Σύμφωνα με τους Belia et al. (2017), αυτά κατηγοριοποιούνται στα παρακάτω:

- Κίνητρα που σχετίζονται με τη ‘‘φυγή’’: οι σύγχρονοι άνθρωποι έχουν ανάγκη την απόδραση από την ρουτίνα και αποσκοπούν στην αναζήτηση της ηρεμίας αλλά και της ενασχόλησης με άλλους πολιτισμούς και κουλτούρες, ώστε να γυρίσουν αναζωογονημένοι στην καθημερινότητά τους
- Κίνητρα που σχετίζονται με την εκπαίδευση και την κουλτούρα: το κύριο κίνητρο των εν λόγω τουριστών για ένα ταξίδι είναι η γνωριμία διαφορετικών

πολιτισμών αλλά και ο εμπλουτισμός της εκπαίδευσής τους. Τα δυο αυτά στοιχεία παραμένουν ισχυρά, ακόμα και αν η αιτία του ταξιδιού είναι οι διακοπές ή οι επαγγελματικές υποχρεώσεις

- Κίνητρα που σχετίζονται με τη φαντασία και τη νοσταλγία: πολύ συχνά η επιθυμία των ανθρώπων να βιώσουν κάτι διαφορετικό είναι έντονη. Σε αυτή την κατηγορία οι τουρίστες επιδιώκουν να ζήσουν κάτι που έχουν φανταστεί ή που επιθυμούν πολύ. Έτσι, νιώθοντας ‘‘πλούσιοι’’ ή ακόμα και ‘‘αγρότες’’ αναζητούν προορισμούς και υποδομές που θα τους προσφέρουν αυτό που ονειρεύονται
- Κίνητρα που σχετίζονται με την κοινωνική και οργανωτική ενσωμάτωση του τουρισμού στο σύγχρονο τρόπο ζωής: αυτά τα κίνητρα προκύπτουν από το γεγονός ότι ο τουρισμός έχει γίνει πλέον αναπόσπαστο μέρος των σύγχρονων κοινωνικών και καταναλωτικών προτύπων. Αυτό φυσικά επηρεάζει τις επιλογές των τουριστών που βλέπουν μέσα από τον τουρισμό, μια δυνατότητα να επιδείξουν το κοινωνικό τους κύρος. Συμπερασματικά, το κίνητρο σε αυτή την περίπτωση σχετίζεται με την κοινωνική και επαγγελματική κινητικότητα των τουριστών

Σε γενικές γραμμές φαίνεται πως τα κίνητρα αλλά και τα προσωπικά χαρακτηριστικά ενός ατόμου είναι αυτά που καθορίζουν το είδος τουρισμού που θα επιλέξει. Παρ’ όλα αυτά, είναι εμφανές ότι τα κίνητρα που ωθούν κάποιον στο μαζικό τουρισμό διαφέρουν αρκετά με αυτά που ωθούν κάποιον στον εναλλακτικό τουρισμό, λόγω της διαφορετικότητας στην ικανοποίηση των αναγκών τους.

1.5 Στατιστικά στοιχεία του εναλλακτικού τουρισμού

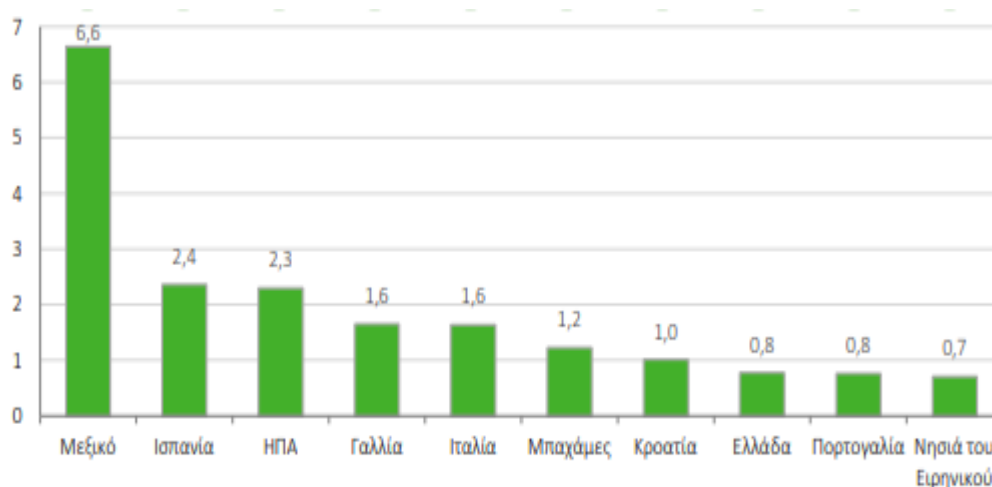
Η ανάπτυξη μιας υγιούς σχέσης

μεταξύ του τουρισμού και του περιβάλλοντος δημιουργήθηκε σταδιακά και έπειτα από πολλές προσπάθειες των κυβερνήσεων και των ανθρώπων στις τοπικές κοινωνίες. Η αναβίωση των δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο (γεωργία, οινοποιία κλπ.) αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως και η αύξηση στην προτίμηση του τουρισμού περιπέτειας, χειμερινού, αθλητικού και υγείας, ιδιαίτερα μετά την εμφάνιση της πανδημίας του COVID-19. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου (2009), από το 2000 μέχρι και τώρα ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού κάνει προσπάθειες να διασφαλίσει την εξέλιξη

του τουρισμού με την αειφόρο ανάπτυξη και την προστασία του περιβάλλοντος, καθώς ο μαζικός τουρισμός έχει προκαλέσει στις κοινωνίες και στο περιβάλλον αρκετές δυσμενείς συνέπειες. Επιπροσθέτως, οι τουρίστες τη σημερινή εποχή είναι δέκτες ποικίλων μηνυμάτων και καταναλωτικών ερεθισμάτων, με αποτέλεσμα να αναζητούν εναλλακτικές μορφές διακοπών, οι οποίες θα μπορούν να ανταποκριθούν στη ψυχογραφία τους, ενώ ταυτόχρονα θα απολαμβάνουν τη σύνδεση με τις παραδόσεις του εκάστοτε τόπου αλλά και των μόνιμων κατοίκων του. Στην Ελλάδα, η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού βρίσκεται ακόμα σε πρώιμο στάδιο, αλλά όλα δείχνουν πως η ανάπτυξή του θα είναι γρήγορη και εμφανής. Μάλιστα, στην Ευρώπη το 2018 παρατηρήθηκε πως οι τουρίστες που επέλεξαν εναλλακτικές μορφές τουρισμού ήταν περίπου 35 εκατ., ενώ προβλέφθηκε πως η αύξησή τους κάθε έτος θα αγγίζει το 20% (Λαμπριανίδου, 2018).

Σύμφωνα με στοιχεία του ΙΝΣΕΤΕ (2022), αν και η ζήτηση του θαλάσσιου τουρισμού αυξήθηκε το 2019 σε σχέση με το 2015, είχε το χαμηλότερο ρυθμό ανάπτυξης σε αντίθεση με άλλες μορφές τουρισμού. Στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκαν το 2019 περίπου 800.000 επισκέψεις που αφορούσαν το θαλάσσιο τουρισμό.

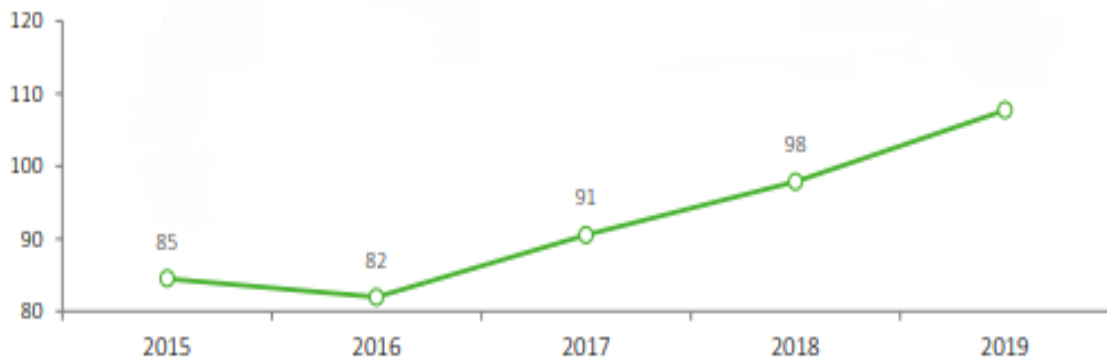
Γράφημα 1: Κορυφαίοι προορισμοί θαλάσσιου τουρισμού, 2019



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, 2022

Όσον αφορά τον θρησκευτικό και τον πολιτιστικό τουρισμό, παρουσίασαν μια σημαντική αύξηση το διάστημα 2015-2019 (6,3%), όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα, ενώ στην Ελλάδα καταγράφηκαν 2.4 εκατ. ταξίδια το 2019 (ΙΝΣΕΤΕ, 2022). Επίσης, η αγορά του αθλητικού τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο για το 2019 ήταν στα 678 εκατ.\$, με τις κυρίαρχες χώρες να είναι η Ισπανία, η Πορτογαλία και η Σλοβενία.

Γράφημα 2: Διεθνής ζήτηση για πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό, 2015-2019



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, 2022

Αξίζει ακόμα να σημειωθεί πως ο τουρισμός υγείας και ευεξίας σημείωσε το 2017 στην Ευρώπη 292 εκατ. ταξίδια, με τη Γερμανία, τη Γαλλία, την Αυστρία και το Ηνωμένο Βασίλειο να βρίσκονται στις πρώτες θέσεις. Επιπροσθέτως, η παγκόσμια αγορά του γαστρονομικού τουρισμού άγγιξε τα 1.1 τρισ.\$ το 2019 και αναμένεται να φτάσει τα 1.3 τρισ.\$ το 2025, μετά τη συρρίκνωσή του στα 607 δισ.\$ το 2020, ως αποτέλεσμα των επιπτώσεων του COVID-19 (ΙΝΣΕΤΕ, 2022). Όσον αφορά τον εκπαιδευτικό τουρισμό, το 2022 καταγράφηκαν 6 εκατ. ταξιδιώτες, ενώ προβλέπεται να αυξηθούν στους 2 δισ. μέχρι το 2031 (fmi.com). Τέλος, το 2019 στην Ευρώπη πραγματοποιήθηκαν 125 εκατ. ταξίδια που αφορούσαν τον επαγγελματικό τουρισμό, αντιπροσωπεύοντας το 11% του συνολικού αριθμού ταξιδιών (Eurostat, 2021).

Σε γενικές γραμμές είναι εμφανές ότι όλο και περισσότεροι άνθρωποι επιθυμούν για τις διακοπές τους μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, αγνοώντας το προϊόν ‘Ήλιος και Θάλασσα’. Σημαντικό ρόλο σε αυτό έπαιξε και η πανδημία, καθώς έχει παρατηρηθεί αύξηση στις προτιμήσεις εναλλακτικών ειδών τουρισμού, όπως είναι ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός υγείας και ευεξίας, ο αθλητικός και ο αγροτουρισμός.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ

2.1 Εννοιολογική προσέγγιση

Ο τουρισμός περιπέτειας αποτελεί μια ειδική μορφή τουρισμού, η οποία θα μπορούσε να θεωρηθεί και εναλλακτική. Το βασικότερο χαρακτηριστικό του είναι το αίσθημα που δημιουργεί στους επισκέπτες, ότι θα αντιμετωπίσουν κάτι άγνωστο και πρωτόγνωρο. Εξάλλου, οι άνθρωποι τη σημερινή εποχή τείνουν να προτιμούν τις πιο ριψοκίνδυνες δραστηριότητες από τον κλασικό τρόπο τουρισμού, ενώ τα κίνητρά τους βασίζονται περισσότερο στο συναίσθημα, παρά στη λογική. Επιπροσθέτως, σύμφωνα με τον Weber (2001), ο τουρισμός περιπέτειας βασιζόταν αρχικά σε άτομα που είχαν ως στόχο τους την επίσκεψη απομονωμένων περιοχών, ενώ πλέον φαίνεται ότι αναζητούν το ρίσκο μέσω συγκεκριμένων δραστηριοτήτων, το οποίο συνδυάζουν με τη διασκέδαση.

Υπάρχουν ποικίλοι ορισμοί για το συγκεκριμένο είδος τουρισμού. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο τουρισμός περιπέτειας ορίζεται ως *«ένα ταξίδι που περιλαμβάνει τουλάχιστον δύο από τα εξής στοιχεία: την αλληλεπίδραση με το φυσικό περιβάλλον, την εμπλοκή σε μια φυσική δραστηριότητα και την αλληλεπίδραση με τον πολιτισμό»* (UNWTO, 2014). Επίσης, οι Sung et al. (2016) ορίζουν πως είναι *«το άθροισμα των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από τις αλληλεπιδράσεις των τουριστικών δραστηριοτήτων που περιλαμβάνουν περιπέτεια, με το φυσικό περιβάλλον και μακριά από τη συνήθη περιοχή διαμονής του συμμετέχοντα»*. Όπως φαίνεται, οι ορισμοί έχουν εστιάσει στις ποικίλες υπαίθριες δραστηριότητες που περιλαμβάνει ο τουρισμός περιπέτειας, με το κυρίαρχο χαρακτηριστικό τους να είναι η εξερεύνηση άγνωστων περιοχών. Πράγματι, τους ανθρώπους από τα πολύ παλιά χρόνια τους χαρακτήριζε το αίσθημα της αδρεναλίνης και της εξερεύνησης, ενώ η συμμετοχή τους σε προγράμματα περιπέτειας αποτελούσε, και αποτελεί, ανθρώπινη ανάγκη (Buckley, 2010).

Ένας από τους βασικότερους σκοπούς του τουρισμού περιπέτειας είναι η προσφορά συγκινήσεων και βοήθειας στους ανθρώπους για να κατανοήσουν καλύτερα τους εαυτούς τους και το περιβάλλον. Επιπλέον, ικανοποιούνται τα κίνητρα που είναι σχετικά με τις αθλητικές δραστηριότητες, στις οποίες περιλαμβάνεται ένας βαθμός κινδύνου ή/και δυσκολίας ώστε να βιώσουν οι συμμετέχοντες μια πρωτόγνωρη εμπειρία (Κοκκώσης et al., 2011). Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί ότι η φυσική δραστηριότητα έχει καθοριστική σημασία στον τουρισμό περιπέτειας. Πιο συγκεκριμένα, απαιτείται πρακτική δέσμευση και σωματική προσπάθεια από τους τουρίστες, ώστε να είναι σε θέση να συμμετέχουν στις δραστηριότητες και να βελτιωθούν κάποιες από τις δεξιότητές τους (Naidoo et al., 2015).

2.2 Δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στον τουρισμό περιπέτειας

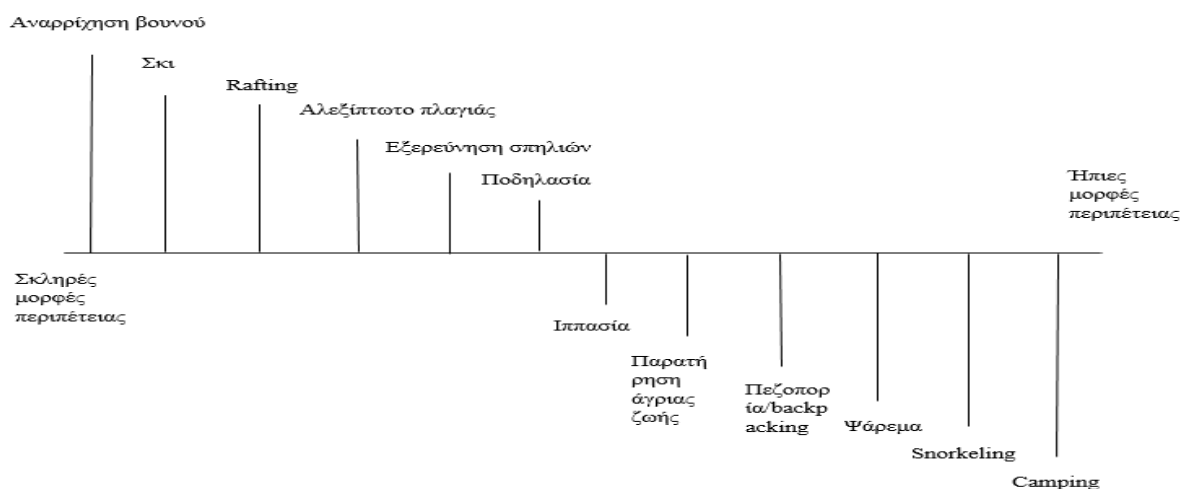
Ο τουρισμός περιπέτειας αναπτύσσεται όλο και περισσότερο τη σημερινή εποχή. Μάλιστα, έχουν αναδειχθεί προορισμοί που μέχρι πρόσφατα ήταν ανεξερεύνητοι ενώ ταυτόχρονα οι τουρίστες αποκομίζουν ξεχωριστές εμπειρίες. Στο συγκεκριμένο είδος τουρισμού περιλαμβάνονται πολλές δραστηριότητες, οι οποίες και θα αναλυθούν στη συνέχεια. Όμως, πρέπει πρώτα να αναφερθεί ότι ανάλογα με το είδος και την έντασή τους διαχωρίζονται σε δυο κατηγορίες.

Η πρώτη είναι ο τουρισμός σκληρής περιπέτειας (hard or extreme adventure), όπου προϋποθέτει ο τουρίστας να έχει εμπειρία, καλή φυσική και νοητική κατάσταση, μιας και πρέπει να είναι συνεχώς σε εγρήγορση, να διαχειρίζεται επιτυχώς δύσκολες καταστάσεις και να διαθέτει προηγμένες δεξιότητες, καθώς οι δραστηριότητες χαρακτηρίζονται από επίπεδα υψηλού κινδύνου οι οποίες απαιτούν έντονη δέσμευση (Patterson & Pan, 2007). Σε αυτή περιλαμβάνονται η ορειβασία των βουνών, οι αναρριχήσεις και οι εξερευνήσεις σπηλαίων και παγωμένων περιοχών. Επίσης, είναι απαραίτητη η συνοδεία επαγγελματιών.

Η δεύτερη κατηγορία είναι ο τουρισμός ήπιας περιπέτειας (soft adventure) η οποία αναφέρεται σε δραστηριότητες με αντιληπτό κίνδυνο, αλλά με χαμηλά επίπεδα επικινδυνότητας, στις οποίες δεν απαιτούνται ιδιαίτερες δεξιότητες και ικανότητες. Σε αυτή την κατηγορία εντάσσονται οι δραστηριότητες του κάμπινγκ, της πεζοπορίας, του καγιάκ κ.α. Πρόκειται για τη δημοφιλέστερη κατηγορία όχι μόνο του τουρισμού περιπέτειας αλλά του συνόλου των ειδών τουρισμού (Gross & Sand, 2019).

Το παρακάτω γράφημα παρουσιάζει το συνεχές των σκληρών και των ήπιων μορφών τουρισμού περιπέτειας.

Γράφημα 3: Το συνεχές των σκληρών και ήπιων μορφών τουρισμού περιπέτειας



Πηγή: Hudson, 2006

Στη συνέχεια θα παρουσιαστούν αναλυτικά οι δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στον τουρισμό περιπέτειας, σύμφωνα με την Βενετσανοπούλου (2006) και τον Βελισσαρίου (2000).

◇ Trekking/hiking/backpacking

Το trekking είναι η πεζοπορία ανάμεσα σε μονοπάτια, δασικούς δρόμους, ποτάμια, καλντερίμια και μονοπάτια στο βουνό, με συνοδεία επαγγελματιών οδηγών. Διακρίνεται σε δύο είδη, την απλή και την ορεινή. Η απλή πεζοπορία (hiking) περιλαμβάνει διαδρομές που είναι βατές και ομαλές και δεν ξεπερνούν τα 5 χλμ. Επιπλέον, οι τουρίστες διαθέτουν ελαφρύ και απλό εξοπλισμό. Η ορεινή πεζοπορία περιλαμβάνει διαδρομές μεγαλύτερου μήκους (15-20χλμ) οι οποίες γίνονται σε βουνό οποιαδήποτε εποχή. Ο εξοπλισμός θεωρείται απαραίτητος και είναι συγκεκριμένος. Ένα βασικό χαρακτηριστικό της πεζοπορίας είναι η διαφορά στα ύψη της διαδρομής τα οποία μπορεί να φτάσουν και τα 600 μέτρα. Μια ακόμα μορφή πεζοπορίας, η πιο δύσκολη, έχει ως στόχο την κορυφή του βουνού, όπου παίζει μεγάλο ρόλο η υψομετρική διαφορά και όχι η απόσταση. Πιο συγκεκριμένα, μια τέτοια διαδρομή μπορεί να διαρκέσει περίπου 7 ώρες. Οι τουρίστες που προτιμούν αυτές τις ειδικές δραστηριότητες επιλέγουν ανεξερεύνητες περιοχές που διαθέτουν φυσικό και οικολογικό ενδιαφέρον και ομορφιά. Το backpacking εντάσσεται στις παραπάνω δραστηριότητες και είναι η πεζοπορία με σακίδιο πλάτης στο οποίο οι τουρίστες μεταφέρουν τον εξοπλισμό τους ή τα πράγματά τους για να κατασκηνώσουν σε κάποιο σημείο της διαδρομής (camping). Να σημειωθεί ότι η Ελλάδα κατέχει ένα μικρό μερίδιο στην αγορά των δραστηριοτήτων αυτών, αλλά διοργανώνονται πολυήμερες πεζοπορίες από ποικίλους συλλόγους και τουριστικά γραφεία, όπως είναι η Trekking Hellas.

◇ River trekking

Πρόκειται για μια δραστηριότητα της υπαίθρου όπου οι τουρίστες διασχίζουν φαράγγια και ποτάμια χωρίς κάποιο μεταφορικό μέσο αλλά με τα πόδια ή με τη βοήθεια ειδικού εξοπλισμού. Η κατάλληλη περίοδος για τις πεζοπορίες αυτές είναι τους καλοκαιρινούς μήνες και συγκεκριμένα από το Μάιο μέχρι και τον Σεπτέμβριο, καθώς τα νερά είναι σε κανονική στάθμη. Να σημειωθεί ότι υπάρχουν δύσκολες και εύκολες διαδρομές, όπου στις πρώτες η διάσχιση μπορεί να διαρκέσει και παραπάνω από 6 ώρες και σε κάποιες περιπτώσεις μπορεί το πέρασμα να χρειαστεί να γίνει με σχοινί. Φυσικά η ασφάλεια είναι προτεραιότητα για αυτό και είναι αναγκαίο να τηρούνται οι απαραίτητοι κανόνες. Επιπροσθέτως, απαιτούνται κράνος και επιγονατίδες λόγω αποφυγής πιθανών τραυματισμών.

◇ Kayak

Το kayak ποταμού είναι η κατάβαση ποταμών με ειδικό μονοθέσιο σκάφος (kayak). Το σκάφος αυτό κατασκευάζεται από σκληρό PVC, έχει μακρόστενα κουπιά, το μήκος του είναι μεταξύ 2,5 και 4 μέτρων και η χωρητικότητά του είναι από 1 ως και 4 άτομα. Η δραστηριότητα γίνεται με συνοδεία επαγγελματία οδηγού και είναι αναγκαίος ο εξοπλισμός όπως είναι το κράνος, το σωσίβιο-γιλέκο, η κατάλληλη ένδυση και υπόδηση και τα αξεσουάρ όπως τα σχοινιά και τα αδιάβροχα. Το kayak λαμβάνει χώρο από τον Οκτώβρη ως και τον Μάιο. Επίσης, επισημαίνεται ότι στην Ελλάδα υπάρχουν περισσότερα από 30 ποτάμια με διαφορετικό επίπεδο δυσκολίας, αν και γενικά δεν παρουσιάζουν αυξημένη δυσκολία. Φυσικά, στη δραστηριότητα αυτή περιλαμβάνονται και οι βαρκάδες με σκοπό τη γνωριμία της χλωρίδας και της πανίδας της περιοχής, αλλά και το canoe kayak το οποίο είναι το ίδιο με το kayak, αλλά διατίθεται μεγαλύτερο σκάφος το οποίο είναι κλειστό στο πάνω μέρος, ενώ η κίνηση είναι πιο γρήγορη λόγω της λιγότερης εισχώρησης του νερού.

◇ Rafting

Πρόκειται για ένα ομαδικό άθλημα κατάβασης ποταμών, μέσω ενός ειδικά διαμορφωμένου φουσκωτού σκάφους (raft), το οποίο είναι αρκετά ευέλικτο και σχεδιασμένο ειδικά για κατάβαση εξαιρετικά δύσκολων ποταμών. Τα άτομα που συμμετέχουν μπορεί να είναι από 4 ως και 8, ενώ η κατάλληλη περίοδος για το rafting είναι από τον Οκτώβριο μέχρι τον Ιούνιο. Σε αυτό το άθλημα εντάσσεται και το monoraft όπου η κατάβαση γίνεται με μονοθέσιες φουσκωτές βάρκες. Ο επαγγελματίας οδηγός μπορεί να συνοδεύσει 5 με 6 σκάφη.

◇ Αναρρίχηση και καταρρίχηση

Η αναρρίχηση αφορά την ανάβαση βράχων και αναρριχητικών πεδίων υπό την καθοδήγηση συνοδών με εμπειρία και με ειδικό εξοπλισμό. Η δυσκολία ποικίλει ενώ οι συνήθεις βαθμοί είναι από το 1 έως το 7. Οι μεγαλύτεροι βαθμοί (12) είναι τα μέρη που είναι περισσότερο απόκρημνα τα οποία διαθέτουν αρνητική κλίση ή πιο λεία εδάφη χωρίς πολλά κρατήματα. Στην Ελλάδα συνηθίζονται οι βαθμοί δυσκολίας από 4 έως 6 και ύψος 20 έως 250 μέτρα. Τέτοιου είδους δραστηριότητες προσφέρονται κυρίως στα Μετέωρα, αλλά υπάρχουν σύλλογοι ορειβασίας και αναρρίχησης, ακόμα και τεχνητές πίστες, σε διάφορες άλλες περιοχές της χώρας όπως στα νησιά Βορείου Αιγαίου, στη Κάλυμνο, στα Δωδεκάνησα και στη Δυτική Μακεδονία. Η καταρρίχηση είναι το αντίθετο από την αναρρίχηση και πρόκειται για την κατάβαση από απότομα σημεία ή τεχνητές πίστες. Αυτές οι δυο δραστηριότητες μπορούν να γίνουν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

◇ Σκι

Το σκι είναι ένα πολύ δημοφιλές άθλημα και πραγματοποιείται τους χειμερινούς μήνες. Έχει συγκεκριμένο εξοπλισμό ο οποίος αποτελείται από πέδιλα, μπότες και μάσκα. Πρόκειται για ατομική δραστηριότητα, χωρίς κάποια συγκεκριμένη τεχνική, ενώ δεν είναι απαραίτητο ο αθλητής να διαθέτει συγκεκριμένα προσόντα. Οι πίστες του σκι έχουν διαφορετικές δυσκολίες, ανάλογα με το επίπεδο του κάθε επισκέπτη. Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια γνωρίζει μεγάλη ανάπτυξη και υπάρχουν πολλά χιονοδρομικά κέντρα, όπως είναι του Παρνασσού, το Βελούχι, των Καλαβρύτων κ.α. Στο σκι εντάσσονται και οι δραστηριότητες του backcountry skiing και του backcountry snowboarding τα οποία γίνονται εκτός πίστας και σε περιοχές χωρίς φύλαξη.

◇ Αλεξίπτωτο πλαγιάς (paragliding ή parapente)

Το αλεξίπτωτο πλαγιάς είναι η διαδικασία στην οποία το άτομο βρίσκεται σε ένα αλεξίπτωτο το οποίο απογειώνεται από το έδαφος τρέχοντας σε μια πλαγιά, ώστε να μπορέσει να πάρει ώθηση για να αιωρηθεί. Για να μπορέσει αυτό να πραγματοποιηθεί απαιτείται βοήθεια από τον αέρα αλλά και ενός ειδικού για το σωστό χειρισμό του. Να επισημανθεί ότι το συγκεκριμένο αλεξίπτωτο έχει βάρος περίπου 15 κιλά και μπορεί εύκολα να μαζευτεί για αποθήκευση σε σακίδιο. Βέβαια οι δυνατότητές του είναι περιορισμένες στις δυσμενείς καιρικές συνθήκες. Το Parapente είναι κατάλληλο για όλους και γίνεται όλο το έτος.

◇ Ιππασία

Η ιππασία είναι μια δραστηριότητα στην οποία η διαδρομή γίνεται μέσω ανάβασης σε άλογο. Μπορεί να γίνει σε στίβο ιππασίας, σε μονοπάτια, στο δάσος και σε σημεία κοντά σε ποτάμια και λίμνες. Είναι απαραίτητο να υπάρχει συνοδεία επαγγελματιών εκπαιδευτών, ειδικά αν ο τουρίστας δεν έχει εμπειρία, ενώ είναι απαραίτητος και ο κατάλληλος εξοπλισμός όπως το κράνος και οι ειδικές μπότες για την εξασφάλιση σταθερότητας και αποφυγής ατυχημάτων. Η ιππασία είναι μια ευκαιρία για τους αθλητές ώστε να γνωρίσουν τη φύση και μπορεί να γίνει όλο το χρόνο.

◇ Ποδηλασία (mountain bike)

Η ποδηλασία στο βουνό είναι μια αρκετά δημοφιλής δραστηριότητα και πρόκειται για την ποδηλασία σε ορεινές διαδρομές. Τα ποδήλατα για το βουνό, γνωστά ως mountain bikes, κατασκευάζονται ειδικά για τα δύσβατα εδάφη και διαθέτουν ειδικά φρένα, λάστιχα και αναρτήσεις. Φυσικά απαιτείται ο κατάλληλος εξοπλισμός ώστε οι αθλητές να είναι ασφαλείς. Επίσης, αν δεν έχουν εμπειρία είναι αναγκαία η συνοδεία ενός επαγγελματία οδηγού.

◇ Sky diving/bungee jumping

Το sky diving είναι η ελεύθερη πτώση με αλεξίπτωτο. Συγκεκριμένα το άτομο πηδάει από αεροπλάνο και χρησιμοποιεί αλεξίπτωτο για να προσγειωθεί. Το άθλημα μπορεί να είναι ατομικό και ομαδικό. Το bungee jumping αφορά το άλμα από κάπου υψηλά και ο αθλητής είναι δεμένος με ελαστικό σκοινί. Η συγκεκριμένη δραστηριότητα γίνεται από τη γέφυρα της Χαλκίδας αλλά και από τον Ισθμό της Κορίνθου.

◇ Κατάδυση (scuba diving)

Η κατάδυση είναι ένα άθλημα που γίνεται υποβρύχια με τη βοήθεια ειδικού εξοπλισμού αν τα άτομα επιθυμούν να πάνε πιο βαθιά, ή με τη χρήση μάσκας αν επιθυμούν να είναι στην επιφάνεια και να εξερευνούν τον βυθό (snorkeling). Σε αυτή τη δραστηριότητα εντάσσεται και το shark tourism στην οποία οι τουρίστες μπορούν σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους να καταδυθούν και να παρατηρήσουν από κοντά τους καρχαρίες.

◇ Παρατήρηση άγριας ζωής (wildlife viewing)

Στη συγκεκριμένη δραστηριότητα οι τουρίστες παρατηρούν τα ζώα που βρίσκονται στην εκάστοτε περιοχή. Σε αυτή εντάσσεται και το jeep safari όπου γίνεται κυρίως στην Αφρική και σε αυτό οι επισκέπτες παρακολουθούν και φωτογραφίζουν την άγρια ζωή, πάντα με τη συνοδεία επαγγελματιών. Επίσης, περιλαμβάνεται το ψάρεμα και το κυνήγι.

◇ Εξερεύνηση σπηλαίων (caving)

Αφορά την εξερεύνηση και τη ξενάγηση των σπηλαίων αλλά και των ορυχείων, όπου αυτό είναι δυνατό. Το άθλημα γίνεται με τη βοήθεια σπηλαιολόγων που διαθέτουν εμπειρία, ενώ ορισμένες φορές οι επισκέπτες πρέπει να έχουν γνώσεις αναρρίχησης και rappel. Το rappel είναι η κατάβαση απότομων βράχων σε μικρό αλλά και μεγάλο υψόμετρο, όπου χρησιμοποιούνται σκοινιά και ειδικός εξοπλισμός. Να σημειωθεί επίσης ότι αποτελεί ομαδικό άθλημα, καθώς είναι αρκετά επικίνδυνο να το κάνει κάποιος μόνος του.

2.3 Χαρακτηριστικά τουριστών που επιλέγουν τον τουρισμό περιπέτειας

Ο τουρισμός περιπέτειας έχει ως κύριο σκοπό του την προσφορά ξεχωριστών εμπειριών στους επισκέπτες μέσω των αθλητικών δραστηριοτήτων. Πλέον, όλο και περισσότεροι άνθρωποι επιλέγουν να συνδυάσουν τις διακοπές τους με τον αθλητισμό ή ακόμα και με τα extreme sports. Αν και σχετικά πρόσφατα αναγνωρίστηκε ο τουρισμός περιπέτειας ως ξεχωριστή αγορά, πολλοί είναι αυτοί που τον επιλέγουν, ιδιαίτερα τις ήπιες μορφές.

Όσον αφορά τα κίνητρα των επισκεπτών που επιλέγουν την εν λόγω μορφή τουρισμού αυτά είναι τα εξής (Sung et al., 1997):

- Εμπειρίες

Απόκτηση νέων εμπειριών, αίσθημα αύξησης της προσωπικής εξέλιξης, ευκαιρία για νέες γνώσεις

- Δραστηριότητες

Δημιουργία ευκαιριών για αναψυχή και συμμετοχή σε δραστηριότητες, έντονος ενθουσιασμός και αδρεναλίνη, οι δυνατότητες του ταξιδιού βελτιώνονται

- Περιβάλλον

Οι τουρίστες κατανοούν περισσότερο τον πολιτισμό και τη σημαντικότητα της προστασίας του περιβάλλοντος, η επίσκεψη τοποθεσιών έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, η επαφή με τη φύση είναι άμεση

- Διάφορα

Βελτίωση φυσικής κατάστασης και πνευματικής υγείας, αύξηση αυτοπεποίθησης και προσωπικής ανάπτυξης

Όσον αφορά το προφίλ των τουριστών περιπέτειας έχουν γίνει πολλές έρευνες για να σκιαγραφηθεί, αλλά ακόμα δεν έχει υπάρξει κάποιος ακριβής προσδιορισμός του. Παρόλο που δεν υπάρχει ομοιογένεια στα προσωπικά τους χαρακτηριστικά και στις προτιμήσεις τους, παρουσιάζονται ορισμένες διαφορές σε σχέση με τους υπόλοιπους τύπους τουριστών (Swarbrooke et al., 2003). Πιο συγκεκριμένα, επιδιώκουν να αναπτυχθούν πνευματικά και σωματικά, αναλαμβάνουν ρίσκα και η εμπλοκή τους στην περιπέτεια γίνεται για λόγους προσωπικής εξέλιξης ή/και αυτοεκτίμησης. Επιπλέον, σύμφωνα με τον Κουθούρη (2014), η βασικότερη επιδίωξή τους είναι να ξεφύγουν από την καθημερινότητα, να αναζητήσουν προκλήσεις, συγκινήσεις και νέες εμπειρίες με σκοπό να επιβεβαιωθεί η ικανότητά τους να ανταπεξέλθουν σε όποιες δυσκολίες προκύψουν αλλά και να αντιμετωπίσουν πρόθυμα τους κινδύνους που μπορεί να απειλούν τη σωματική τους ακεραιότητα.

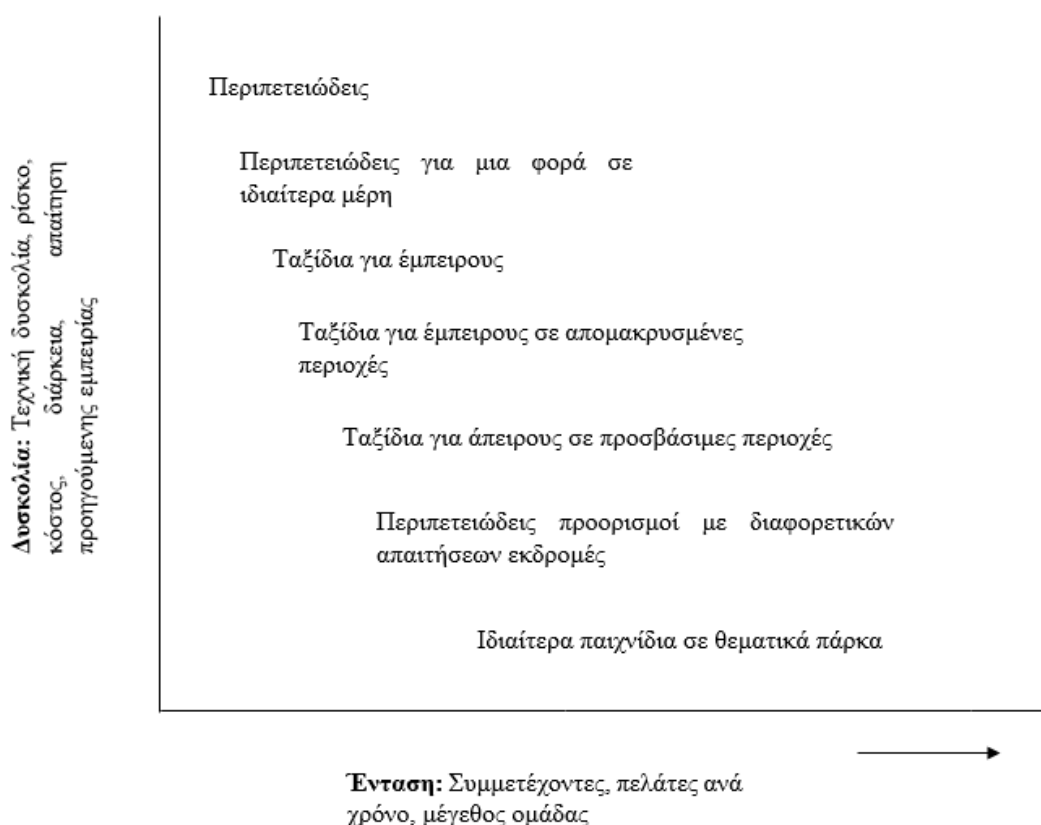
Στη συνέχεια θα αναφερθούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών περιπέτειας. Αρχικά, παρατηρήθηκε ότι η πλειοψηφία των ατόμων που επιλέγουν το συγκεκριμένο είδος τουρισμού είναι αρσενικού φύλου. Πιο αναλυτικά, έρευνα της ΑΤΤΑ (2014) αναφέρει ότι το 57% ήταν άντρες, χωρίς να υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ αυτών που επιλέγουν σκληρή και ήπια περιπέτεια, αν και το δεύτερο είδος επιλέγεται περισσότερο από γυναίκες. Η Sung (2004) επίσης επισήμανε ότι το 68% αυτών που προτιμούν τον τουρισμό περιπέτειας ήταν άντρες και μάλιστα επιλέγουν δραστηριότητες που ανήκουν στη σκληρή μορφή περιπέτειας. Όσον αφορά την ηλικία, παρατηρήθηκε ότι είναι νέοι, αν και η συμμετοχή των baby boomers έχει αρχίσει να αυξάνεται τα τελευταία χρόνια. Μάλιστα, οι baby boomers τείνουν να είναι πιο ευκατάστατοι, περισσότερο υγιείς, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και είναι πιθανό να αναζητήσουν ολοκληρωμένες εμπειρίες εκπαιδευτικής περιπέτειας, μέσω της συμμετοχής τους σε οργανωμένες και καθοδηγούμενες δραστηριότητες ήπιας περιπέτειας. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η έρευνα της ΑΤΤΑ (2010), όπου διέκρινε τους τουρίστες περιπέτειας κατά ηλικία, με τους Gen Y ηλικίας 18–30 ετών να είναι πρώτοι, τους Gen X ηλικίας 31–44 να είναι δεύτεροι και τους baby boomers ηλικίας 45–64 να είναι τελευταίοι. Στις δυο πρώτες κατηγορίες οι ταξιδιώτες είναι έμπειροι και ταξινομούνται είτε ως υψηλού διαθέσιμου εισοδήματος οι οποίοι τείνουν να κάνουν οργανωμένες διακοπές περιπέτειας, είτε ως χαμηλού εισοδήματος οι οποίοι αναζητούν πιο αυθεντικές εμπειρίες. Οι baby boomers είναι πρόθυμοι να διαθέσουν περισσότερα χρήματα από ότι οι άλλες δυο ομάδες, επιλέγουν να διαμείνουν περισσότερο διάστημα σε έναν προορισμό και ενδέχεται να είναι ‘νεοεισερχόμενοι’ σε αυτού του είδους τον τουρισμό ή να έχουν αρκετό καιρό να τον επιλέξουν. Επίσης, παρατηρήθηκαν διαφορές στις επιλογές των δραστηριοτήτων περιπέτειας μεταξύ των ηλικιών και του φύλου, όπως ότι οι γυναίκες μεγαλύτερης ηλικίας προτιμούν κυρίως την πεζοπορία και την παρατήρηση άγριας ζωής, ενώ οι άντρες επιλέγουν αναρρίχηση, εξερεύνηση σπηλιών και ράφτινγκ (Pomfret & Bramwell, 2016).

Αξίζει ακόμα να αναφερθεί, πως όσοι επιλέγουν τον τουρισμό περιπέτειας προτιμούν να ταξιδέψουν με φίλους ή την οικογένειά τους και είναι πρόθυμοι να επαναλάβουν ένα τέτοιο ταξίδι και στο μέλλον (Guliyev & Nuriyeva, 2017). Επίσης, παρατηρείται ότι σε γενικό επίπεδο οι τουρίστες περιπέτειας διαθέτουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο και είναι κάτοχοι πτυχίου, μεταπτυχιακού ακόμα και διδακτορικού (INΣΕΤΕ, 2022 ; Lötter et al., 2012). Μάλιστα οι συγκεκριμένοι ταξιδιώτες είναι πολύ ενεργοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και χρησιμοποιούν τα κινητά τους τηλέφωνα καθ’ όλη τη διάρκεια των διακοπών τους για να απαθανατίσουν τις εμπειρίες τους, να αναζητήσουν διαδικτυακά διαδρομές και δραστηριότητες περιπέτειας αλλά και για να μοιραστούν τις εμπειρίες τους με άλλους τουρίστες (CBI, 2023).

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα στοιχεία του Buckley (2007), όπου όπως φαίνεται και στο παρακάτω γράφημα υπάρχει μια σχέση μεταξύ της έντασης κινδύνου και της δυσκολίας των δραστηριοτήτων με τους τουρίστες περιπέτειας. Πιο συγκεκριμένα, ο όγκος της αγοράς αποτελείται από προϊόντα υψηλής έντασης-χαμηλής δυσκολίας για τους ταξιδιώτες που δεν έχουν τα απαραίτητα προσόντα. Αντιθέτως, στην κορυφή βρίσκονται προϊόντα χαμηλής έντασης αλλά υψηλού κόστους, στα οποία απαιτούνται

ειδικές δεξιότητες από τους τουρίστες, ενέχουν σημαντικό κίνδυνο και διαδραματίζονται σε αφιλόξενες περιοχές. Όμως, ακόμα και οι πιο εξειδικευμένες περιηγήσεις επισκιάζονται από περιπέτειες αναψυχής και μεμονωμένες αποστολές. Ακόμα, παρατηρείται ότι ανάμεσα στα άκρα υπάρχει μια ποικιλομορφία όσον αφορά το σχεδιασμό, τη διάρκεια, τα μέρη και τις τιμές για τις διαφορετικές δραστηριότητες περιπέτειας.

Γράφημα 4: Σχέση Όγκου και Δυσκολίας στον τουρισμό περιπέτειας



Πηγή: Buckley, 2007

Επιπροσθέτως, έρευνα των Laing και Frost (2014) επισήμανε ότι στα χαρακτηριστικά των τουριστών περιπέτειας κυριαρχούν τα προσωπικά στοιχεία (το “Εγώ”), η ανεξαρτησία, η λεπτομερής αναζήτηση του προορισμού που θα επιλέξουν αλλά και η έντονη επιθυμία για αποφυγή του μαζικού τουρισμού. Επιπλέον, οι εν λόγω ταξιδιώτες θεωρούν την προσωπική εξέλιξη, την ανάληψη ρίσκου, τη διέγερση και την κοινωνικότητα ως ισχυρά κίνητρα για να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι περιπέτειας (Swarbrooke et al., 2003). Έρευνα του Cater (2006) υπέδειξε ότι το πρωταρχικό κίνητρο των συγκεκριμένων τουριστών είναι η συγκίνηση και ο ενθουσιασμός, ενώ ο

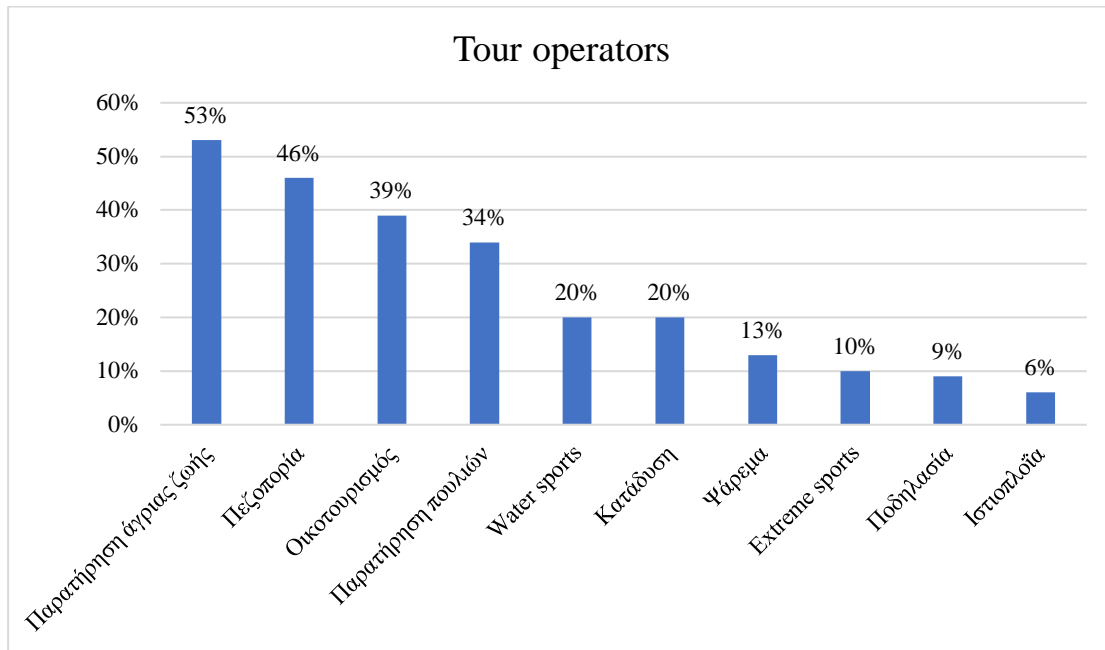
κίνδυνος που μπορεί να ακολουθεί αυτού του είδους τις δραστηριότητες δεν φαίνεται να τους επηρεάζει. Από την άλλη μεριά, παρατηρήθηκε ότι όσο πιο έντονα ταλαιπωρείται ο τουρίστας στις δραστηριότητες που επιλέγει, τόσο περισσότερο νιώθει πως το επίτευγμά του έχει σημασία (Le Breton, 2000).

2.4 Στατιστικά στοιχεία για τον τουρισμό περιπέτειας

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, ο τουρισμός περιπέτειας αναπτύσσεται όλο και περισσότερο κάθε χρόνο. Μάλιστα, σύμφωνα με τον οργανισμό Adventure Travel Trade Association (ATTA, 2021) η Ευρώπη αποτελεί τον κορυφαίο προορισμό για το συγκεκριμένο είδος τουρισμού από τις χώρες της Αφρικής (43%) και της Ασίας (30%). Την Νότια Αμερική επισκέπτονται ταξιδιώτες από τη Βόρεια Αμερική (54%) αλλά και την Ευρώπη (33%), ενώ πολλοί ευρωπαίοι τουρίστες προτιμούν τις ευρωπαϊκές χώρες για τα ταξίδια τους με ποσοστό 60%. Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι το μεγαλύτερο μέρος των χρημάτων δαπανώνται στην ίδια τοποθεσία που γίνονται τα ταξίδια περιπέτειας, ποσό που αγγίζει τα 350€ την ημέρα ανά επισκέπτη.

Παρ' όλα αυτά, οι περιορισμοί των μετακινήσεων λόγω του COVID-19 μείωσαν αρκετά την τουριστική κίνηση για τα έτη 2020 και 2021, γεγονός που επηρέασε και τα ταξίδια περιπέτειας. Όμως, σύμφωνα με το CBI (2023) ο τουρισμός περιπέτειας αναμένεται να ανακάμψει πιο γρήγορα σε σχέση με τα υπόλοιπα τμήματα για ποικίλους λόγους. Πιο συγκεκριμένα, περιλαμβάνονται πολλοί τουριστικοί πράκτορες μικρής κλίμακας στους οποίους οι ταξιδιώτες έχουν εμπιστοσύνη και τους θεωρούν αξιόπιστους όσον αφορά την εγγύηση της ασφάλειάς τους για έναν προορισμό. Στο γράφημα 5 παρουσιάζονται οι ευρωπαϊκοί tour operators για κάθε κατηγορία των ταξιδιών περιπέτειας σε ποσοστά για το 2021. Ο μεγαλύτερος αριθμός (53%) παρατηρείται στην παρατήρηση της άγριας ζωής και ακολουθεί η πεζοπορία (46%), ο οικοτουρισμός (39%) και η παρατήρηση πουλιών (34%).

Γράφημα 5: Αριθμός ευρωπαϊκών tour operators που προσφέρουν ταξίδια περιπέτειας



Πηγή: ETFI, 2021

Ακόμα ένας λόγος της γρήγορης ανάκαμψης του τουρισμού περιπέτειας από την πανδημία είναι ότι για τους τουρίστες περιπέτειας τα ταξίδια είναι πιο σημαντικά από ό,τι για τους πιο συμβατικούς τουρίστες. Ως εκ τούτου, θα είναι πιο πρόθυμοι να προγραμματίσουν και να πραγματοποιήσουν εκ νέου το ταξίδι τους. Ενδιαφέρον είναι το γεγονός ότι πριν από την πανδημία οι κάτοικοι της Ευρώπης πραγματοποιούσαν 10 εκατ. ταξίδια ετησίως σε άλλες χώρες, κυρίως για αθλητικές δραστηριότητες. Ο αριθμός των εξερχόμενων ευρωπαϊκών ταξιδιών όπου οι τουρίστες απολαμβάνουν αθλητικές δραστηριότητες στο εξωτερικό, αλλά δεν το βλέπουν ως τον κύριο λόγο για να πάνε διακοπές, είναι περίπου 100 εκατομμύρια (CBI, 2023). Επιπροσθέτως, να αναφερθεί ότι οι χώρες που προσφέρουν τις περισσότερες ευκαιρίες για τουρισμό περιπέτειας είναι το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία, οι Κάτω Χώρες, η Σουηδία, η Ισπανία και η Ιταλία.

Στη συνέχεια θα αναφερθούν κάποια από τα πιο σημαντικά στατιστικά στοιχεία για τον περιπετειώδη τουρισμό που αφορούν το έτος 2021 (Grucela, 2022).

- Η βιομηχανία του τουρισμού περιπέτειας κατέγραψε 282 δισ.\$ έσοδα παγκοσμίως
- Ο ρυθμός ανάπτυξης στον τουρισμό περιπέτειας είναι 15%, για αυτό και η αγορά του αναμένεται να αυξηθεί μέχρι το 2030 σε περισσότερα από 1 τρισ.\$
- Το 34% των παγκόσμιων ταξιδιωτών περιπέτειας είναι Αμερικανοί
- Οι δραστηριότητες ήπιας περιπέτειας αποτελούν το 60% των εσόδων του τουρισμού περιπέτειας

- Ο μέσος όρος των ημερών διανυκτέρευσης των τουριστών περιπέτειας είναι 8 βράδια
- Ο μέσος όρος του κόστους ενός ταξιδιού περιπέτειας ήταν 2.900\$, εξαιρουμένων των αεροπορικών εισιτηρίων
- Το 78% των τουριστών περιπέτειας δηλώνει ότι το βασικό κίνητρο για αυτά τα ταξίδια είναι η δυνατότητα της εξωτερικής σωματικής δραστηριότητας που τους προσφέρουν
- Οι τουρίστες περιπέτειας ξοδεύουν κατά μέσο όρο 240\$ σε αναμνηστικά
- Η Ελλάδα κατατάσσεται στη 12^η θέση ως ο καλύτερος προορισμός για ταξίδια περιπέτειας με βαθμολογία υπαίθριας περιπέτειας 71,9/100

Ο πίνακας 2 παρουσιάζει τις πιο δημοφιλείς δραστηριότητες περιπέτειας παγκοσμίως, όπου παρατηρείται ότι οι δυο επικρατέστερες είναι η ποδηλασία και η πεζοπορία.

Πίνακας 2: Δημοφιλείς δραστηριότητες περιπέτειας ανά παγκόσμια περιοχή

Περιοχή	Δραστηριότητα 1 ^η	Δραστηριότητα 2 ^η	Δραστηριότητα 3 ^η
Βόρεια Αμερική	Ποδηλασία	Παρατήρηση άγριας ζωής	Πεζοπορία
Νότια Αμερική	Πεζοπορία	Γαστρονομία	Ποδηλασία
Αφρική	Αρχαιολογία	Εκπαίδευση επιβίωσης	Rafting
Ευρώπη	Ποδηλασία	Γαστρονομία	Πεζοπορία
Ασία	Εξερεύνηση	Πεζοπορία	Ποδηλασία

Πηγή: Grucela, 2022

Όσον αφορά τον τρόπο που οι τουρίστες περιπέτειας επιλέγουν τα ταξίδια τους, φαίνεται πως προτιμούν την αναζήτηση στο διαδίκτυο και όχι τόσο τους tour operators, με ποσοστό 65%. Μάλιστα, το 85% των ταξιδιωτών περιπέτειας που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 30-40 ετών εμπνέονται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και περισσότερο από το Instagram (75%), το Facebook (70%) και το WhatsApp (62%), όπως φαίνεται και στον πίνακα 3.

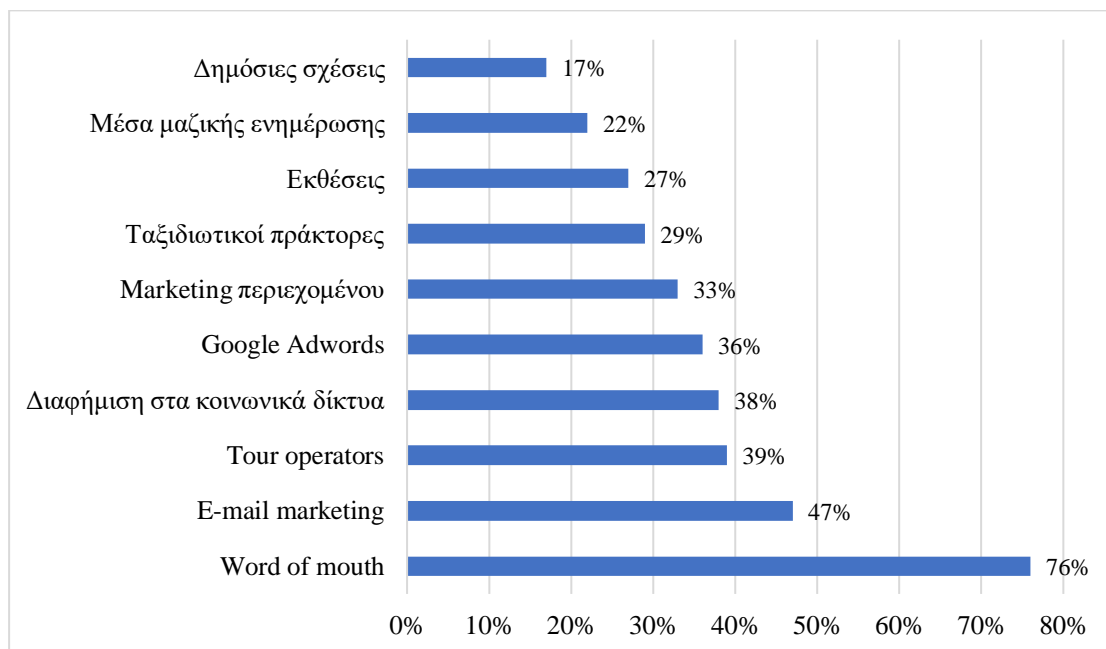
Πίνακας 3: Προτίμηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως έμπνευση για τα επόμενα ταξίδια

Μέσο κοινωνικής δικτύωσης	Ποσοστό προτίμησης
Instagram	75%
Facebook	70%
WhatsApp	62%

Πηγή: Grucela, 2022

Από την άλλη μεριά, το 76% των ατόμων που επιλέγουν τον τουρισμό περιπέτειας δήλωσαν πως η καλύτερη στρατηγική διαφήμισης είναι το Word Of Mouth (από στόμα σε στόμα), το 47% απάντησε το email marketing και το 38% τις διαφημίσεις των κοινωνικών δικτύων.

Γράφημα 6: Τρόποι προτίμησης της διαφήμισης των ταξιδιών περιπέτειας



Πηγή: ΑΤΤΑ, 2021

2.5 Το backpacking και το road trip ως δραστηριότητες περιπέτειας

Ο κόσμος συνεχώς αλλάζει και βρίσκεται σε μια διαρκή αναδιαμόρφωση κυρίως λόγω των ανθρώπινων κινητοποιήσεων και μεταναστεύσεων. Από την αρχαιότητα, οι άνθρωποι είχαν την ανάγκη να ανακαλύψουν, να εξερευνήσουν και να κατακτήσουν τον κόσμο. Η συμπεριφορά του backpacker μπορεί να συσχετιστεί με τους νεαρούς και υψηλά μορφωμένους ταξιδιώτες της περιόδου Grand Tour. Εκείνη την εποχή, οι νέοι άντρες έκαναν ταξίδια αναζητώντας περιπέτειες και το κάτι διαφορετικό και εξωτικό σε άγνωστες, μακρινές και μη συμβατικές χώρες. Αυτές οι διαδρομές θεωρήθηκαν ως στάδιο επίσημης εκπαίδευσης, καθώς έδιναν την ευκαιρία στα νεαρά άτομα να βελτιώσουν την πολυπλοκότητα και τις κοινωνικές τους ικανότητες (Loker-Murphy & Pearce, 1995). Για τον Cohen (2011) η προέλευση των backpackers χρονολογείται από τη δεκαετία του 1960-70 και αφορούσε κυρίως άτομα που δεν είχαν υψηλή θέση στη κοινωνία. Από την άλλη μεριά, ο O'Reilly (2006) εξηγεί ότι ο όρος backpacker είναι σχετικά πρόσφατος αλλά συμφώνησε με τον ορισμό που δόθηκε ως «*διεθνείς ταξιδιώτες με μακροπρόθεσμο προϋπολογισμό*». Λίγο μετά τη δεκαετία του '90, ο όρος backpacker έγινε δημοφιλής στη λογοτεχνία, ενώ η παγκοσμιοποίηση του τουρισμού και κυρίως η αύξηση των ανεξάρτητα οργανωμένων ταξιδιών οδήγησαν στο να γίνουν οι εν λόγω ταξιδιώτες ιδιαίτερα δημοφιλείς.

Σύμφωνα με τους Chitty et al. (2007), ο όρος backpackers χρησιμοποιείται για να περιγράψει τους τουρίστες που είναι ως επί το πλείστον νεαροί ταξιδιώτες, οι οποίοι σκέφτονται αρκετά τον προϋπολογισμό μιας διαδρομής και προετοιμάζονται για μακροπρόθεσμα ταξίδια. Έναν παρόμοιο ορισμό έδωσαν οι Loker-Murphy και Pearce (1995) όπου ορίζουν τους backpackers ως «*ταξιδιώτες που προτιμούν οικονομικά καταλύματα, δίνουν έμφαση στο να γνωρίσουν άλλους ανθρώπους, έχουν ένα ευέλικτο πρόγραμμα διακοπών, προτιμούν διαδρομές μεγάλης διάρκειας και επικεντρώνονται σε ανεπίσημες και συμμετοχικές δραστηριότητες αναψυχής*». Οι Pearce et al. (2009) κατηγοριοποίησαν τους backpackers σε διάφορους τύπους οι οποίοι είναι:

- Flashpacker: προτιμά τις οδικές διαδρομές και στα ταξίδια του έχει τον απαραίτητο ηλεκτρονικό εξοπλισμό
- Gap-packer: είναι οι τουρίστες που επισκέπτονται πολλές χώρες σε σύντομο χρονικό διάστημα έχοντας μόνο ένα σακίδιο
- Megaloring: οι τουρίστες χρησιμοποιούν ως κύριο μέσο μετακίνησής τους τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς
- Open trip (combined trip): είναι οι τουρίστες που συμμετέχουν σε μια κοινή περιήγηση με μια ομάδα ατόμων, με καθορισμένο δρομολόγιο, τιμή και ημερομηνίες αναχώρησης
- Share cost: το κόστος του ταξιδιού επιμερίζεται ισόποσα μεταξύ όλων των συμμετεχόντων

Στα δημογραφικά χαρακτηριστικά των backpackers παρατηρήθηκε ότι είναι κυρίως νέοι ηλικίας 15-30 ετών, με τους άντρες να προτιμούν αυτό του είδους τουρισμού περισσότερο από τις γυναίκες, αλλά χωρίς μεγάλη διαφορά στο σύνολό τους. Επιπλέον, διαμένουν για μεγάλο χρονικό διάστημα σε οικονομικά καταλύματα ή κάμπινγκ, χρησιμοποιούν σε υψηλό βαθμό τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τους αρέσει να εξερευνούν νέα μέρη και κουλτούρες και είναι πολύ προσεκτικοί με τον προϋπολογισμό του ταξιδιού τους (Dayour et al., 2017).

Όσον αφορά τους τουρίστες που επιλέγουν road trips πρόκειται για άτομα τα οποία πραγματοποιούν μακρινά ταξίδια μέσω αυτοκινήτου ή μηχανής (Thiel et al., 2015). Παρόλο που ο συγκεκριμένος τύπος τουρισμού έκανε την εμφάνισή του τον 20^ο αιώνα, μόλις τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να εξελίσσεται. Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του έπαιξε και η πανδημία του COVID-19, καθώς πολλοί άνθρωποι προτίμησαν να επισκεφθούν προορισμούς στην ηπειρωτική Ελλάδα αφενός λόγω του υψηλού κόστους μετακίνησης στα νησιά και αφετέρου για να αποφύγουν να έρθουν σε επαφή με αρκετό κόσμο. Ο οδικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από τους μελετητές ως μια ενδιάμεση κατάσταση στην οποία οι κοινωνικοί παράγοντες αναστέλλονται, καθώς οι τουρίστες μετακινούνται από το σπίτι τους σε ένα πολύ μακρινό μέρος και έπειτα επιστρέφουν πάλι στο οικείο περιβάλλον τους (Kerr, 2018). Σύμφωνα με έρευνες (Sykes & Kelly, 2016 ; Weddell, 2014) ανάμεσα στους οδικούς τουρίστες και ιδιαίτερα στους μοτοσυκλετιστές δεν παρατηρήθηκαν κάποια κοινά δημογραφικά χαρακτηριστικά και μάλιστα τα κίνητρά τους ποικίλαν καθώς άλλοι είχαν ως προτεραιότητα την κοινωνικοποίηση και άλλοι την περιπέτεια και τη φυγή. Σε γενικές γραμμές όμως φάνηκε ότι προτιμούν να ταξιδεύουν με εναλλακτικό τρόπο, μακριά από οργανωμένες εκδρομές και ξενοδοχεία all- inclusive. Επίσης, δεν ξέρουν πάντα που θα διαμείνουν, τι θα δουν στη διαδρομή ή ακόμα και πότε θα σταματήσουν. Το σίγουρο όμως είναι ότι όλοι αγαπούν την αίσθηση ελευθερίας που τους προσφέρει το όχημα και τα απροσδόκητα γεγονότα που θα σημαδέψουν το ταξίδι. Γιατί ο στόχος του οδικού ταξιδιού δεν είναι ο προορισμός, αλλά το ίδιο το ταξίδι (Ramoa et al., 2021). Επιπλέον, παρουσιάζουν κάποιες ομοιότητες με τα άτομα που προτιμούν τον οικοτουρισμό, καθώς οι πιο σημαντικοί παράγοντες για τους συμμετέχοντες σε road trips φάνηκε πως είναι το περιβάλλον και η τοπική κουλτούρα, ακολουθούμενα από την κατανάλωση τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών στον προορισμό. Αυτό το αποτέλεσμα υποδηλώνει ότι οι οδικοί τουρίστες μπορούν να ανήκουν στην κατηγορία των τουριστών της φύσης (Strasdas, 2006) οι οποίοι ενδιαφέρονται για πολιτιστικά στοιχεία και δραστηριότητες που βασίζονται στη φύση, αλλά και στην κατηγορία των οδικών οικοτουριστών που αναζητούν την άμεση αλληλεπίδραση με τη φύση (Sykes & Kelly, 2016). Τέλος, ενδιαφέρον παρουσιάζει έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Αμερική όπου το 80% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι μετά την πανδημία προτιμούν τα road trips ως τρόπο διακοπών. Μάλιστα, το 20% από αυτούς δήλωσε ότι είναι πρόθυμοι να ταξιδέψουν παραπάνω από 800 χλμ. και το 7% περισσότερο από 1.600 χλμ. (Christoff, 2022).

2.6 Διαφορές μεταξύ των τουριστών που επιλέγουν πολλαπλούς προορισμούς και αυτών που επιλέγουν ένα μοναδικό προορισμό





Η επιλογή των τουριστών σχετικά με έναν ή πολλούς διαφορετικούς προορισμούς σε ένα ταξίδι φαίνεται ότι ακόμα δεν έχει διερευνηθεί επαρκώς, παρόλο που αρκετοί ερευνητές κατέληξαν στο γεγονός ότι η συμπεριφορά και τα κίνητρα μεταξύ των δυο τύπων επισκεπτών διαφέρουν (Tussyadiah et al., 2006). Οι κύριοι λόγοι για αυτήν την έλλειψη οφείλονται τόσο στις δυσκολίες που σχετίζονται με τη συλλογή πληροφοριών (Lew & McKercher, 2002), όσο και στην έλλειψη σαφήνειας σχετικά με το τι σημαίνει «ταξίδι πολλαπλών προορισμών». Όσον αφορά τον ορισμό του ταξιδιού πολλαπλών προορισμών, η έλλειψη σαφήνειας αποδίδεται στον ίδιο τον ορισμό του προορισμού. Για παράδειγμα, ενώ ορισμένοι συγγραφείς (Stewart & Vogt, 1997) εστίασαν την προσοχή τους στις επισκέψεις στα αξιοθέατα ενός προορισμού, άλλοι συγγραφείς (Oppermann, 1995) όρισαν τον όρο «προορισμός» με μια ευρύτερη έννοια, συμπεριλαμβάνοντας ολόκληρη την περιοχή. Επιπλέον, ο Leiper (1989) επεσήμανε ότι για να χαρακτηριστεί μια στάση ως επίσκεψη είναι απαραίτητο ο τουρίστας να αφιερώσει λίγο χρόνο σε αυτόν τον προορισμό ή να υπάρχει κάποιο συγκεκριμένο τουριστικό ενδιαφέρον για τη στάση αυτή.

Υπάρχουν κάποιοι παράγοντες που επηρεάζουν την τελική επιλογή των ταξιδιωτών σχετικά με το αν θα επισκεφθούν πολλούς προορισμούς ή έναν και διακρίνονται σε φυσικούς, ανθρώπινους και διαθεσιμότητα χρόνου και εισοδήματος. Όσον αφορά τους φυσικούς παράγοντες, ορισμένοι συγγραφείς (Lew & McKercher, 2006) έχουν επισημάνει τη σημασία των «σφαιρικών αξιοθέατων» που σε ένα ταξίδι πολλαπλών προορισμών μπορεί να προκαλέσει περισσότερο ενδιαφέρον από τη ξεχωριστή επίσκεψη κάθε αξιοθέατου σε διαφορετικά ταξίδια. Αυτό συνεπάγεται ότι ένα σύνολο προορισμών θα μπορούσε να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες όταν βρίσκονται ο ένας κοντά στον άλλο, παρά όταν είναι απομακρυσμένοι. Η προσβασιμότητα είναι ακόμα ένας σημαντικός παράγοντας στην απόφαση των τουριστών να κάνουν ένα ταξίδι πολλαπλών προορισμών. Όσον αφορά τους ανθρώπινους παράγοντες, η αρχική διάκριση μπορεί να γίνει μεταξύ πλήρως ανεξάρτητων τουριστών και οργανωμένων τουριστών. Οι οργανωμένοι τείνουν να περιορίζονται περισσότερο στην «περιβαλλοντική φούσκα» τους (Cohen, 1972) και να προτιμούν σταθερά δρομολόγια. Αντίθετα, οι ανεξάρτητοι τουρίστες θέλουν να εξερευνήσουν τον προορισμό πιο ολοκληρωμένα και να έχουν περισσότερες ευκαιρίες να αλλάξουν δρομολόγια κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Όσο για τη διαθεσιμότητα χρόνου και εισοδήματος, φαίνεται ότι επηρεάζουν αρκετά την τελική επιλογή των ταξιδιωτών σχετικά με τους προορισμούς. Πιο συγκεκριμένα, ο συνολικός χρόνος που δαπανάται για διακοπές είναι γενικά σταθερός, με πιθανές παρατάσεις ή μειώσεις που σχετίζονται με την οικονομική άνεση των τουριστών για δραστηριότητες αναψυχής. Ωστόσο, προκύπτουν σημαντικές διαφορές στους τρόπους με τους οποίους οι ταξιδιώτες επιλέγουν να περάσουν το χρόνο τους. Μερικοί τουρίστες μπορεί να αποφασίσουν να αφιερώσουν περισσότερο χρόνο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού επισκεπτόμενοι πολλούς ενδιάμεσους

προορισμούς, ενώ άλλοι μπορεί να αποφασίσουν να μεγιστοποιήσουν τον χρόνο που περνούν στον κύριο προορισμό και να ελαχιστοποιήσουν τον χρόνο που απαιτείται για να φτάσουν εκεί (Parraco et al., 2012).

Η αρχή για τη διερεύνηση των τουριστικών μετακινήσεων έγινε πριν από περίπου 40 χρόνια αλλά όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, οι μελέτες που έχουν διεξαχθεί από το 1990 μέχρι και σήμερα είναι λίγες. Αξίζει να αναφερθεί, ότι οι ερευνητές προσδιόρισαν συλλογικά 26 διαφορετικούς τύπους δρομολογίων διαφοροποιημένους ως προς τον τρόπο μεταφοράς, την απόσταση, τον αριθμό των στάσεων και το αν είναι ταξίδια εσωτερικού ή διεθνή. Οι McKercher και Lew (2004) υποστήριξαν ότι με μια πιο προσεκτική εξέταση, τα πρότυπα μπορούν να ταξινομηθούν σε τέσσερα γενικά θέματα, τα οποία παρουσιάζονται στο γράφημα 7.

Γράφημα 7: Τύποι διαδρομών

 <p>Ένας προορισμός με ή χωρίς εκδρομές</p>	<p>Lue <i>et al.</i> (1993) × 2 Mings and McHugh (1992) × 1 Oppermann (1995) × 2 Flognfeldt (1999) × 1 Lew and McKercher (2002) × 1</p>
 <p>Μετάβαση και κυκλική περιήγηση σε έναν προορισμό</p>	<p>Mings and McHugh (1992) × 2 Lue <i>et al.</i> (1993) × 1 Oppermann (1995) × 1 Lew and McKercher (2002) × 2</p>
 <p>Κυκλική περιήγηση με ή χωρίς πολλαπλή πρόσβαση, σημεία εξόδου ; διαφορετικές εκδρομές σε διαφορετικούς προορισμούς</p>	<p>Mings and McHugh (1992) × 1 Lue <i>et al.</i> (1993) × 1 Oppermann (1995) × 3 Flognfeldt (1999) × 1 Lew and McKercher (2002) × 2</p>
 <p>Hub and spoke (από το σπίτι ή την περιοχή προορισμού)</p>	<p>Lue <i>et al.</i> (1993) × 1 Oppermann (1995) × 1 Flognfeldt (1999) × 2 Lew and McKercher (2002) × 1</p>

Πηγή: McKercher & Lew, 2004

Το πρώτο και το πιο απλό δρομολόγιο περιλαμβάνει έναν μόνο κύριο προορισμό, από την αφετηρία του τουρίστα μέχρι εκεί και πίσω στο οποίο μπορεί να ενταχθεί και ένα παράπλευρο ταξίδι. Ο δεύτερος τύπος δρομολογίου περιλαμβάνει τη διαδρομή προς την περιοχή προορισμού, ακολουθούμενη από μια κυκλική περιήγηση στην οποία οι ταξιδιώτες μπορεί να διανυκτερεύσουν σε διάφορα σημεία και στη συνέχεια επιστρέφουν από την αρχική διαδρομή. Στο τρίτο στυλ φαίνεται πως το ταξίδι είναι κυκλικό καθώς οι στάσεις είναι πολλές και ο τουρίστας δεν επαναλαμβάνει καμία διαδρομή. Η κυκλική διαδρομή μπορεί να είναι συνεχής, όταν η μεταφορά γίνεται μέσω οδικού μέσου ή μπορεί να είναι ανοιχτού άκρου όταν γίνεται μέσω αεροπλάνου. Το τελικό μοτίβο είναι ένα μοτίβο hub and spoke, όπου οι τουρίστες έχουν ως βάση τους μια περιοχή αλλά πραγματοποιούν εκδρομές και σε άλλους προορισμούς. Επίσης, οι McKercher & Lew (2004) αναφέρουν πως το σχετικά απλό έργο της χαρτογράφησης της διαδρομής από το σημείο Α στο σημείο Β στην πραγματικότητα γίνεται εξαιρετικά περίπλοκο λόγω της τεκμηρίωσης και στη συνέχεια της προσπάθειας για να βγάλουν νόημα εκατοντάδες ή χιλιάδες μεμονωμένες ταξιδιωτικές διαδρομές. Πιο αναλυτικά, ορισμένοι ταξιδιώτες πηγαίνουν απευθείας από το σημείο Α στο Β, ενώ άλλοι χρησιμοποιούν διαφορετικές διαδρομές για να κάνουν το ταξίδι και κάποιοι κάνουν στάση στα σημεία C, D ή E.

Τέλος, σύμφωνα με τους Walmsley & Jenkins (1991), οι τουρίστες γενικά διακρίνονται σε δύο τύπους και συγκεκριμένα σε αυτούς που εξερευνούν την περιοχή διακοπών τους (space searchers) και σε αυτούς που διαμένουν στα όρια της περιοχής (space sitters). Στην πρώτη κατηγορία οι τουρίστες επιδεικνύουν μια πιο ενεργή συμμετοχή και επίσκεψη σε τοποθεσίες, είναι πιο δραστήριοι, ταξιδεύουν παντού και επισκέπτονται περισσότερα μέρη. Στη δεύτερη κατηγορία οι επισκέπτες ταξιδεύουν σε μια περιοχή που συνήθως αισθάνονται οικεία, είναι πιο παθητικοί στα πρότυπα εξερεύνησής τους και δεν είναι διατεθειμένοι να ξεφύγουν από τον "κύκλο" στον οποίον νιώθουν άνετα.

ΜΕΡΟΣ Β: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

3.1 Μεθοδολογία έρευνας

Αρχικά να αναφερθεί πως ο κύριος σκοπός της εν λόγω έρευνας είναι η διερεύνηση της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς των τουριστών που επιλέγουν να μετακινούνται από μέρος σε μέρος και δεν παραμένουν σε ένα συγκεκριμένο προορισμό. Πιο συγκεκριμένα, ερευνώνται οι λόγοι για τους οποίους η διαδρομή για κάποιους ταξιδιώτες είναι περισσότερο σημαντική από τον τελικό προορισμό και ποιες είναι οι διαφορές με τους πιο συμβατικούς τουρίστες που επιλέγουν να διαμένουν σε ένα μέρος καθ' όλη τη διάρκεια των διακοπών τους.

Για να μπορέσουν να διερευνηθούν τα παραπάνω, πραγματοποιήθηκε ποιοτική έρευνα μέσω ατομικών συνεντεύξεων σε 8 άτομα, εκ των οποίων οι 5 είναι οι περιπετειώδεις τουρίστες και οι 3 οι περισσότερο συμβατικοί. Σε αυτό το σημείο αναφέρεται ότι οι in-depth interviews είναι μια ποιοτική μέθοδος που αφορά 'σκόπιμες αλληλεπιδράσεις κατά τις οποίες ένας ερευνητής προσπαθεί να μάθει τι γνωρίζει ένα άλλο άτομο για κάποιο θέμα, να ανακαλύψει και να καταγράψει τι έχει βιώσει αυτό το άτομο, τι σκέφτεται και τι αισθάνεται για αυτό το θέμα και τι σημασία μπορεί να έχει για αυτόν'' (Arthur et al., 2012). Επιπλέον, αποτελούν σημαντική πηγή δεδομένων, καθώς διερευνώνται οι αντιλήψεις και οι απόψεις των συμμετεχόντων εις βάθος, εκφράζονται οι εμπειρίες αλλά και η γνώμη τους με περισσότερες λεπτομέρειες και παρέχονται πληροφορίες για θέματα στα οποία η πρόσβαση είναι δύσκολη (Tracy, 2019). Στην εν λόγω εργασία επιλέχθηκε η ποιοτική έρευνα για τους εξής λόγους. Πρώτον, η διαδικασία των συνεντεύξεων μπορεί να εκμαιεύσει πληροφορίες πιο εύκολα σχετικά με τα συναισθήματα που έχουν οι συμμετέχοντες στις διακοπές τους, καθώς αισθάνονται πιο άνετα να μιλήσουν για αυτά. Δεύτερον, οι εμπειρίες των ερωτηθέντων εκφράζονται με τις δικές τους λέξεις, χρησιμοποιώντας την ορολογία και τα στυλ ομιλίας που έχουν νόημα για αυτούς (Daymon & Holloway, 2011). Έτσι, τα αποτελέσματα των συνεντεύξεων είναι περισσότερο λεπτομερή και προσδίδεται μια προσωπική χροιά. Τρίτον, καθώς ο βασικότερος στόχος της έρευνας ήταν να εντοπιστούν τα αίτια επιλογής ενός περιπετειώδη ή ενός πιο συμβατικού τρόπου διακοπών, δηλαδή να γίνει κατανοητός ο τρόπος σκέψης των συμμετεχόντων, και οι συνεντεύξεις αποτελούν τον ιδανικό τρόπο για αυτό (Belk, 2007).

Έτσι, η ακριβής μεθοδολογία που ακολουθήθηκε έχει ως εξής:

- Αναπτύχθηκε μια δειγματοληπτική στρατηγική
- Συντάχθηκε ένας οδηγός συνέντευξης
- Πραγματοποιήθηκαν οι συνεντεύξεις
- Αναλύθηκαν τα δεδομένα

Στην παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις εις βάθος για τις οποίες συντάχθηκε ένα ημιδομημένο ερωτηματολόγιο για τους συνεντευξιαζόμενους. Οι ημιδομημένες ερωτήσεις υποδηλώνουν ότι η σειρά των ερωτήσεων δεν είναι ίδια για κάθε συμμετέχοντα αλλά εξαρτάται από τη διαδικασία της συνέντευξης και τις απαντήσεις του κάθε ατόμου. Ωστόσο, ο οδηγός συνεντεύξεων διασφαλίζει ότι συλλέγονται παρόμοια δεδομένα από τους ερωτηθέντες (Daymon & Holloway, 2011).

3.2 Προσδιορισμός του δείγματος

Στην παρούσα εργασία το δείγμα επιλέχθηκε σκόπιμα για να ανταποκρίνεται στους σκοπούς της έρευνας και για να επιτευχθεί η εξόρυξη των κατάλληλων δεδομένων. Πιο συγκεκριμένα, κάποιοι ερωτηθέντες έπρεπε να ανήκουν στους περιπετειώδεις τουρίστες και άλλοι στους συμβατικούς. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν μέσω skype και όλοι οι συμμετέχοντες προέρχονταν από το φιλικό και το οικογενειακό περιβάλλον του ερευνητή. Σύμφωνα με τους Blichfeldt και Heldbjerg (2011), οι συνεντεύξεις που πραγματοποιούνται μεταξύ του ερευνητή και των διαπροσωπικών του σχέσεων έχουν πολλά πλεονεκτήματα, όπως είναι η εμπιστοσύνη και η ειλικρίνεια των συμμετεχόντων σε όλη τη διάρκεια της διαδικασίας. Στην προκειμένη περίπτωση, τα άτομα επιλέχθηκαν με αυτό τον τρόπο γιατί οι πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο διακοπών αλλά και των συναισθημάτων που τους δημιουργούνται είναι πιο προσωπικές. Ταυτόχρονα κάποιες από τις ερωτήσεις, όπως οι προσδοκίες από τα ταξίδια ή η αφήγηση ενός απρόβλεπτου γεγονότος κατά τη διάρκεια του ταξιδιού μπορούν να απαντηθούν πιο εύκολα και ειλικρινά όταν ο συνεντευκτής είναι οικείο πρόσωπο.

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, το σύνολο των συμμετεχόντων στην έρευνα ήταν 8 άτομα. Ο αριθμός αυτός επιλέχθηκε γιατί ο διαθέσιμος χρόνος για την εκπόνηση της έρευνας ήταν περιορισμένος (6 μήνες), ενώ ταυτόχρονα κρίθηκε ότι οι πληροφορίες που δόθηκαν από τους 8 ερωτηθέντες ήταν αρκετές για να διεξαχθούν βάσιμα συμπεράσματα σχετικά με τους ερευνητικούς στόχους. Έτσι, στην κατηγορία των περιπετειώδη τουριστών το σύνολο των συνεντευξιαζόμενων ήταν 5 και στην κατηγορία των συμβατικών ήταν 3. Να διευκρινιστεί πως δεν έπαιξε ρόλο η ηλικία, το επάγγελμα, το φύλο, το εκπαιδευτικό υπόβαθρο και η οικογενειακή κατάσταση στην επιλογή.

3.3 Διαμόρφωση των συνεντεύξεων

Οι συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν είχαν τη μορφή της συνέντευξης εις βάθος. Πιο αναλυτικά, υπήρχε μια δομή συγκεκριμένων ερωτήσεων, αλλά προέκυψαν και κάποιες επιπρόσθετες ερωτήσεις με βάση τις απαντήσεις των συμμετεχόντων. Συγκεκριμένα, υπήρχαν 4 ενότητες όπου η κάθε μία είχε διαφορετικό σκοπό.

Στην πρώτη ενότητα μελετήθηκαν τα συμπεριφορικά χαρακτηριστικά των ταξιδιωτών και υπήρχαν ερωτήσεις του τύπου “Ξεκινώντας θα ήθελα να σε ρωτήσω ποιο είναι για εσένα το πιο συνηθισμένο στυλ ταξιδιών/εκδρομών που επιλέγεις να κάνεις” και “Έχεις αποφασίσει ποτέ να οργανώσεις ένα ταξίδι όπου δεν σε ενδιαφέρει τόσο ο προορισμός καθ’αυτός αλλά σε ενδιαφέρει και η διαδρομή που θα ακολουθήσεις για να φτάσεις εκεί;”. Έτσι, προσδιορίστηκε κατά πόσο κάποιος συμμετέχων είναι “πιστός” στο είδος του ταξιδιού που επιλέγει να κάνει.

Στη δεύτερη ενότητα μελετήθηκαν οι συγκεκριμένες εμπειρίες που είχαν οι συμμετέχοντες, αλλά και οι προσδοκίες τους για αυτά τα ταξίδια. Υπήρχαν ερωτήσεις όπως “Μπορείς να μου περιγράψεις το πιο αξιοσημείωτο ταξίδι που έχεις κάνει;” και “Συμπίπτουν ποτέ οι προσδοκίες σου με αυτά που συναντάς κατά τη διάρκεια του ταξιδιού;”.

Η τρίτη ενότητα αναφερόταν στη δημιουργία πλάνου για ένα ταξίδι και στην εκτέλεσή του. Οι ερωτήσεις ήταν “Υπάρχει κάποιο κριτήριο που μπορεί να σε επηρεάσει ως προς ποια μέρη θα επισκεφθείς κατά τη διάρκεια του ταξιδιού σου;” και “Υπάρχει περίπτωση να αλλάξεις το αρχικό πλάνο; Έχει συμβεί ποτέ;”.

Η τελευταία ενότητα επικεντρώθηκε στα συναισθήματα και στην ωφέλεια που αποκόμισαν οι συνεντευξιαζόμενοι από αυτού του είδους τα ταξίδια. Κάποιες από τις ερωτήσεις ήταν “Ποια συναισθήματα βιώνεις στη μετακίνησή σου από μέρος σε μέρος;” και “Ποια είναι η σημαντικότερη ωφέλεια που κερδίζεις από ένα τέτοιο ταξίδι;”.

Τέλος, οι συνεντευξιαζόμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις δημογραφικού χαρακτήρα όπως η ηλικία, το φύλο, το μορφωτικό επίπεδο και το επάγγελμά τους.

Σε αυτό το σημείο να αναφερθεί πως οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν στην αρχή μέσω ηλεκτρονικού μηνύματος για τη διαδικασία και αφού αποδέχθηκαν την πρόσκληση, κανονίστηκε η ημέρα και η ώρα της συνέντευξης. Η κάθε συνέντευξη διήρκεσε 45 λεπτά και η συνολική διάρκεια της έρευνας ήταν 6 μήνες. Ο οδηγός της συνέντευξης της παρούσας εργασίας παρουσιάζεται στο παράρτημα 1.

3.4 Περιορισμοί έρευνας

Ένας περιορισμός της παρούσας έρευνας ήταν το μέγεθος του δείγματος, το οποίο θα μπορούσε να είναι λίγο μεγαλύτερο, προκειμένου να μπορέσουν τα αποτελέσματα να είναι περισσότερο ακριβή. Σύμφωνα με τον Seidman (2006), ένα επαρκές δείγμα σε μια ποιοτική έρευνα μέσω συνεντεύξεων είναι τα 25 άτομα, ενώ σημαντικό ρόλο παίζει και ο κορεσμός των πληροφοριών, όταν δηλαδή ο ερευνητής δεν μπορεί να εκμαιεύσει κάποια καινούρια πληροφορία από τις επιπλέον συνεντεύξεις και θεωρείται άσκοπο. Επιπλέον, η πανδημία του Covid-19 τα δυο τελευταία χρόνια επηρέασε τις μετακινήσεις των ταξιδιωτών από μέρος σε μέρος, καθώς σε κάθε χώρα υπήρχαν και διαφορετικά μέτρα αντιμετώπισης και περιορισμοί όπως η απαγόρευση εισόδου και οι αυστηρές καραντίνες. Τέλος, επισημαίνεται ότι η βιβλιογραφία για τα αίτια επιλογής πολλαπλών ή ενός μοναδικού προορισμού από ταξιδιώτες είναι ελλιπής, καθώς δεν εντοπίστηκαν αρκετά άρθρα και βιβλία που να διερευνούν το συγκεκριμένο θέμα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ

Σε αυτή την ενότητα θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα των συνεντεύξεων με βάση τις ερωτήσεις που έγιναν στους συμμετέχοντες. Συγκεκριμένα, θα γίνει ανάλυση και σύγκριση των απαντήσεων μεταξύ των τουριστών περιπέτειας και των περισσότερο συμβατικών τουριστών σε κάθε μια από τις 4 ενότητες που περιείχε η διαδικασία της συνέντευξης.

Αρχικά, θα εξεταστούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων τα οποία και παρουσιάζονται στους παρακάτω πίνακες. Ο μέσος όρος ηλικίας των τουριστών περιπέτειας είναι 28 χρονών, το 60% είναι γυναίκες, το 80% των ερωτηθέντων έχει στην κατοχή του έναν μεταπτυχιακό τίτλο, ενώ η επαγγελματική τους κατάσταση ποικίλει.

Πίνακας 4: Δημογραφικά χαρακτηριστικά τουριστών περιπέτειας

Όνομα	Φύλο	Ηλικία	Επάγγελμα	Μορφωτικό επίπεδο
Χρύσα	Γυναίκα	27	Δασκάλα εικαστικών	Μεταπτυχιακό
Δώρα	Γυναίκα	27	Ξενοδοχοϋπάλληλος	Μεταπτυχιακό
Κωνσταντίνος	Ανδρας	30	Προγραμματιστής	Μεταπτυχιακό
Άννα	Γυναίκα	25	Υπάλληλος σε κατάστημα ένδυσης	Τριτοβάθμια εκπαίδευση
Χρήστος	Ανδρας	31	Ιδιοκτήτης μαγαζιού εστίασης	Μεταπτυχιακό

Στη συνέχεια ακολουθούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμβατικών τουριστών. Ο μέσος όρος ηλικίας είναι 30 χρονών, το 66% είναι γυναίκες, ο κλάδος απασχόλησης των συμμετεχόντων επίσης ποικίλει και το 66% έχει αποκτήσει μεταπτυχιακό δίπλωμα.

Πίνακας 5: Δημογραφικά χαρακτηριστικά συμβατικών τουριστών

Όνομα	Φύλο	Ηλικία	Επάγγελμα	Μορφωτικό επίπεδο
Μαρία	Γυναίκα	29	Υπάλληλος σε μαγαζί εστίασης	Τριτοβάθμια εκπαίδευση
Βασίλης	Ανδρας	35	Λογιστής	Μεταπτυχιακό
Ελένη	Γυναίκα	27	Υπεύθυνη μάρκετινγκ	Μεταπτυχιακό

1^η ενότητα: Συμπεριφορικά χαρακτηριστικά

Αρχικά να αναφερθεί πως ο σκοπός της εν λόγω ενότητας είναι να εντοπιστεί ο βαθμός στον οποίο οι συμμετέχοντες είναι πιστοί στο είδος του ταξιδιού που επιλέγουν να κάνουν, όπως επίσης και ποιο είναι το βασικό τους κίνητρο για αυτή την επιλογή.

Έτσι, οι ερωτηθέντες που προτιμούν να επισκεφθούν πολλούς προορισμούς κατά την περίοδο των διακοπών τους επιλέγουν το island hopping, το camping, το road trip και το backpacking. Με αυτούς τους τρόπους μπορούν να περιηγηθούν σε διάφορες περιοχές και να εξερευνήσουν πολλά μέρη, ενώ ταυτόχρονα έρχονται σε άμεση επαφή με τη φύση, τους ανθρώπους και την κουλτούρα τους. Επιπλέον, οι συνεντευξιαζόμενοι δήλωσαν ότι σε αυτά τους τα ταξίδια δεν τους ενδιαφέρει τόσο ο προορισμός, αλλά κυρίως ο τρόπος που θα φτάσουν μέχρι εκεί. Ενδεικτικά ακολουθούν κάποιες από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων.

“Το road trip μου δίνει τη δυνατότητα να γυρίσω πάνω από 10 προορισμούς κάθε φορά.” (Δώρα, 27)

“Συνήθως όταν κάνω island hopping επιλέγω να δω τουλάχιστον 2 νησιά.” (Κωνσταντίνος, 30)

Από την πλευρά των συμβατικών τουριστών, παρατηρήθηκε ότι επιλέγουν αποκλειστικά έναν προορισμό για τις διακοπές τους. Σε γενικές γραμμές φάνηκε πως δεν επιθυμούν να επισκέπτονται πολλά διαφορετικά μέρη και αναζητούν κυρίως την ξεκούραση.

“Συνήθως επιλέγω έναν προορισμό. Μου αρέσει να ξεκουράζομαι στις διακοπές μου.” (Μαρία, 29)

“Γενικά επιλέγω έναν προορισμό για τις διακοπές μου, αλλά και στις εκδρομές.” (Ελένη, 27)

Όσον αφορά το κίνητρο που υπάρχει για τον περιπετειώδη τρόπο τουρισμού, οι περισσότεροι δήλωσαν ότι τον επιλέγουν κυρίως για οικονομικούς λόγους, καθώς εξοικονομούν χρήματα λόγω της αποφυγής διαμονής σε καταλύματα. Από την άλλη μεριά, τόνισαν το γεγονός ότι προτιμούν να αποκτήσουν νέες εμπειρίες και να επισκεφθούν όσο το δυνατόν περισσότερα μέρη μπορούν, ενώ σημαντικό κίνητρο αποτελεί και η επαφή με τη φύση και το αίσθημα της ελευθερίας που αισθάνονται. Επιπλέον, αξίζει να αναφερθεί ότι οι ερωτηθέντες που προτιμούν έναν πιο περιπετειώδη τύπο τουρισμού επηρεάστηκαν από τις εμπειρίες και τις εντυπώσεις κοντινών τους ανθρώπων, όπως ήταν η οικογένειά τους αλλά και οι συμφοιτητές ή οι φίλοι.

“Το βασικότερο κίνητρο ήταν το οικονομικό και ότι θέλω να είμαι κοντά στη φύση.”
(Άννα, 25)

“Οι διακοπές με τους γονείς μου κάθε καλοκαίρι ήταν τύπου road trip, οπότε ήμουν εξοικειωμένη με αυτό από 10 χρονών. Πηγαίναμε σε τουλάχιστον 4 προορισμούς διαφορετικούς, στην Ελλάδα πάντα. Στα 20 έκανα πρώτη φορά μόνη μου, μαζί με φίλες δηλαδή.” (Δώρα, 27)

Όσον αφορά τους συμβατικούς τουρίστες, τα κίνητρα επιλογής για αυτό τον τύπο των διακοπών φαίνεται πως είναι η επιθυμία για ξεκούραση, οι λίγες μέρες που διαθέτουν για διακοπές, η ανυπομονησία της άφιξης στον προορισμό αλλά και η δυσκολία μετακίνησης λόγω μικρών παιδιών. Βέβαια, οι συμμετέχοντες δήλωσαν πως τους αρέσει να εξερευνούν τον τόπο στον οποίο βρίσκονται, αλλά επιθυμούν να διαμένουν στον ίδιο καθ’ όλη τη διάρκεια των διακοπών τους.

“Γενικά είμαι και πολύ ανυπόμονη και μάλιστα θέλω να φτάνω εκεί που επιλέγω σε λίγες ώρες αν γίνεται.” (Μαρία, 29)

“Το βασικότερο κίνητρο ήταν τα παιδιά. Είναι 4 και 6 ετών οπότε προς το παρόν δεν μπορούμε να ταξιδεύουμε σε πολλά διαφορετικά μέρη μέσα σε λίγες μέρες γιατί εκτός του ότι είναι μεγάλη διαδικασία, τλαιπωρούνται και τα παιδιά είτε αυτό είναι αμάξι, είτε πλοίο.” (Βασίλης, 35)

Επίσης, οι 3 από τους 5 συμμετέχοντες που επιλέγουν πολλαπλούς προορισμούς δήλωσαν πως διάλεξαν το camping και το road trip από την αρχή της ενήλικης ζωής τους, ενώ οι υπόλοιποι 2 ξεκίνησαν το backpacking και το island hopping σχετικά πρόσφατα. Ακόμα, είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι όλοι οι συνεντευξιζόμενοι από τη στιγμή που επέλεξαν το συγκεκριμένο είδος τουρισμού, συνεχίζουν μέχρι και σήμερα να το προτιμούν, παραμένοντας πιστοί στην επιλογή τους.

“Ξεκίνησε από όταν ήμουν 24. Όταν σπούδαζα είχα μείνει ένα διάστημα στην Ισπανία για Erasmus και είχα γνωρίσει πολλούς που έκαναν backpacking. Από τις ιστορίες που μου έλεγαν μαγεύτηκα και είπα θα το δοκιμάσω και εγώ. [...] Πλέον όχι δεν επιλέγω άλλο είδος τουρισμού, μόνο backpacking. Έχω κερδίσει τόσα πολλά πράγματα, εμπειρίες, γνωριμίες με ανθρώπους που δεν θα το άλλαζα.” (Χρήστος, 31)

“Την επιλογή αυτή τη ξεκίνησα όταν ήμουν 16-17. Έτυχε να είμαι σε μία ομάδα σαν σύλλογο και το καλοκαίρι πηγαίναμε όλοι μαζί διακοπές σε κάμπινγκ. Οπότε πρώτη φορά που έκανα κάμπινγκ ήταν οργανωμένο στην Κεφαλλονιά με άλλα 40 άτομα και αυτό συνεχίστηκε μετά επειδή και η αδερφή μου που είναι μεγαλύτερη το επέλεγε σαν τρόπο διακοπών. Οπότε πηγαίναμε και λίγο μαζί και έτσι ξεκίνησε.” (Χρύσα, 27)

Από την πλευρά των συμβατικών τουριστών, οι δυο από τους τρεις συμμετέχοντες δήλωσαν ότι είναι πιστοί στην επιλογή ενός πιο συμβατικού τρόπου διακοπών και ενός μόνο προορισμού, είτε γιατί θέλουν να εξερευνήσουν όλη την περιοχή είτε γιατί θέλουν να ξεκουράζονται. Ο τρίτος συνεντευξιαζόμενος ανέφερε πως στο παρελθόν πραγματοποιούσε λιγότερο συμβατικά ταξίδια, ενώ στο μέλλον θα ήθελε να επιλέγει πιο περιπετειώδεις τύπους τουρισμού.

“Πλέον όχι θεωρούμαι πολύ συμβατικός τουρίστας. Αλλά στο μέλλον θα ήθελα να πηγαίνουμε με τα παιδιά σε πολλά μέρη.” (Βασίλης, 35)

“Πάντα έκανα πιο συμβατικά ταξίδια. Οι πολλές διαδρομές νιώθω ότι με εξαντλούν και όταν είναι να πάω κάπου θέλω οπωσδήποτε να ξεκουραστώ, καθώς έχω μια πολύ απαιτητική δουλειά.” (Ελένη, 27)

2^η ενότητα: Ανάλυση εμπειριών και προσδοκιών

Ο στόχος της 2^{ης} ενότητας των συνεντεύξεων είναι να μελετηθούν οι εμπειρίες αλλά και οι προσδοκίες που έχουν οι συμμετέχοντες ανάλογα με το είδος του ταξιδιού που επιλέγουν.

Όσον αφορά τους τουρίστες που επιλέγουν να επισκεφθούν διαφορετικούς προορισμούς, οι εμπειρίες τους ποικίλουν, αλλά σε όλες κυριαρχεί το στοιχείο του αυθορμητισμού και της περιπέτειας. Ένα ακόμα κοινό στοιχείο τους είναι ότι δεν υπήρχε κάποιος προγραμματισμός ή προετοιμασία πριν την αναχώρησή τους. Σε κάποιες περιπτώσεις, οι συνεντευξιαζόμενοι δήλωσαν πως είχαν να μην επιλέξει τον τελικό τους προορισμό, αλλά κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους είτε κατέληξαν σε άλλες περιοχές είτε τυχαία επισκέφθηκαν μέρη που δεν είχαν καμία σχέση με τη διαδρομή τους μέχρι εκεί. Έτσι, μπορεί κανείς να συμπεράνει ότι χαρακτηρίζονται

έντονα από το στοιχείο της περιπέτειας και ότι η επιθυμία τους για ξεχωριστές εμπειρίες είναι αρκετά μεγάλη.

“Λοιπόν ήταν πριν 2 χρόνια όπου πήγα στη Δρακόλιμνη Τύμφης. Δεν είχαμε σκοπό να ανέβουμε μέχρι εκεί και εν τέλει η πεζοπορία αποφασίστηκε τελευταία στιγμή. Μάλιστα, επειδή δεν απαιτείται κανένας τρομερός εξοπλισμός είπαμε πάμε. Και κατασκηνώσαμε εκεί το βράδυ. Ήταν πραγματικά μοναδική εμπειρία.” (Άννα, 25)

“Ήταν πριν 3 χρόνια όταν πήγα στα Ιμαλία μόνος μου αρχικά αλλά τελικά κατέληξα να είμαι με άλλα 4 άγνωστα άτομα και να κάνουμε παρέα. Το περίεργο είναι ότι δεν είχα σκοπό να ανέβω εκεί αλλά μάζεψα δυο πράγματα σε μια τσάντα και ανέβηκα, δεν είχα καν μπότες ορειβασίας. Εντάξει δεν έφτασα μέχρι κορυφή αλλά και μόνο που ζύπναγα και κοιμόμουν ανάμεσα σε αυτά τα τεράστια βουνά ήταν τρομερή εμπειρία.” (Χρήστος, 31)

Αντιθέτως, οι συμβατικοί τουρίστες φαίνεται ότι προετοιμάζουν από αρκετό καιρό πριν τη διαδικασία του ταξιδιού τους, όπως είναι το κλείσιμο των εισιτηρίων (ακτοπλοϊκά, αεροπορικά), η προπληρωμή στο κατάλυμα της επιλογής τους, αλλά και η κράτηση εισιτηρίων σε μουσεία και γενικότερα σε σημεία ενδιαφέροντος. Ο κυριότερος λόγος που γίνεται αυτό είναι ο οικονομικός, καθώς εξασφαλίζουν καλύτερες τιμές αλλά και το γεγονός ότι δεν επιθυμούν να αντιμετωπίσουν κάποιο απρόοπτο κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

“Κλείσαμε φυσικά ένα πολύ καλό ξενοδοχείο δυο μήνες πριν σχεδόν για να μην έχουμε τίποτα απρόοπτα και να βρούμε μια καλύτερη τιμή.” (Ελένη, 27)

“Πέρσι πήγα με τον σύντροφό μου στην Ιθάκη για 7 μέρες τον Σεπτέμβριο. [...] Όσον αφορά τις προετοιμασίες, κλείσαμε ξενοδοχείο και ακτοπλοϊκά γιατί αν και Σεπτέμβρης πιστεύαμε ότι δεν θα βρίσκαμε εύκολα και θέλαμε να βρούμε και πιο οικονομικές τιμές.” (Μαρία, 29)

Οι συμμετέχοντες κλήθηκαν επίσης να περιγράψουν το πιο αξιοσημείωτο ταξίδι που έχουν κάνει μέχρι τώρα. Σε αυτό το σημείο οι περιγραφές είχαν αρκετή ποικιλία και οι εμπειρίες των ταξιδιωτών ήταν πραγματικά μοναδικές. Και οι 5 ερωτηθέντες που επιλέγουν πολλούς προορισμούς ανέφεραν πως το ταξίδι που τους έκανε την περισσότερη εντύπωση ήταν στο εξωτερικό και μάλιστα σε χώρες ιδιαίτερες όπως η Ισλανδία, η Ινδία, η Τσεχία, η Πορτογαλία και η Ιορδανία. Επιπλέον, οι περισσότεροι συνεντευξιζόμενοι επισήμαναν ότι η κυριότερη αφορμή των επισκέψεών τους στις εν λόγω περιοχές ήταν λόγω πρόσκλησης φίλων και όχι λόγω επηρεασμού από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ή των κοινωνικών δικτύων.

“Το πιο αξιοσημείωτο ταξίδι ήταν στην Ισλανδία. Όταν σπούδαζα στο μεταπτυχιακό ήταν ένα παιδί από εκεί και κάναμε πολύ παρέα. Ε και πριν 4 χρόνια με προσκάλεσε στη χώρα και πήγα μόνος μου. Έμεινα 10 μέρες και πήγαμε σε μέρη μοναδικά, ενώ έτυχε και είδα και το Βόρειο Σέλας, μια εμπειρία που δεν θα ξεχάσω ποτέ πραγματικά.” (Κωνσταντίνος, 30)

“Στην Πολωνία έκανα Erasmus και ήθελα να πάω στην Τσεχία επειδή εκεί μένανε κάτι φίλες. Οπότε ξεκίνησα μόνη μου. Είχα πάρα πολύ άγχος στην αρχή αλλά πήγε τέλεια. Με άγχωνε το γεγονός ότι ήμουν σε μια ξένη χώρα και έπρεπε να πάω σε μια άλλη ξένη χώρα. Όμως στην Τσεχία το ξεπέρασα γρήγορα γιατί ένιωσα αρκετά φιλόξενα.” (Χρύσα, 27)

Όσον αφορά τους συμβατικούς τουρίστες, επίσης ανέφεραν ότι το πιο αξιοσημείωτο ταξίδι τους ήταν σε χώρες του εξωτερικού, όπως η Ιταλία, η Κροατία και η Ρωσία. Μάλιστα, ο Βασίλης (35 ετών) επισήμανε πως το ταξίδι στο οποίο είχε τις καλύτερες εντυπώσεις ήταν ένα road trip στην Κροατία, το οποίο πραγματοποίησε πριν επιλέξει το συμβατικό τουρισμό.

“Ναι, ήταν στην Ιταλία, στη Βενετία. Είχα ταξιδέψει με δυο πολύ καλές μου φίλες. Είχε μια φοβερή αύρα αυτή η πόλη. Πήγαμε βόλτα με τις γόνδολες, φάγαμε υπέροχο φαγητό, είχε μοναδικά μέρη για βραδινές εξόδους. Ήταν από τις πιο ωραίες εμπειρίες που έχω ζήσει.” (Ελένη, 27)

“Ναι ήταν στη Ρωσία πριν 4 χρόνια. Είχαμε πάει Αγία Πετρούπολη και ήταν χειμώνας και ήταν όλα τόσο όμορφα. [...] Ήμουν με άλλες δυο φίλες μου και πραγματικά μου έκανε εντύπωση πόσο φιλικοί ήταν όλοι, αλλά πραγματικά φιλικοί, όχι επειδή είμασταν τουρίστριες. Μείναμε 5 μέρες και είδαμε πολλά αξιοθέατα όπως το Ermitage και πήγαμε σε πολλούς καθεδρικούς ναούς και δοκιμάσαμε την ντόπια κουζίνα.” (Μαρία, 29)

Στη συνέχεια οι συνεντευξιαζόμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν σχετικά με τις προσδοκίες που έχουν από τα ταξίδια τους και αν αυτές εν τέλει συμπίπτουν με αυτά που συναντούν. Οι ερωτηθέντες που επιλέγουν να πάνε σε πολλούς προορισμούς ανέφεραν ότι λόγω έλλειψης προγραμματισμού έχουν βρεθεί αντιμέτωποι με αρκετά απρόοπτα κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, είτε ευχάριστα είτε δυσάρεστα. Επιπλέον, όλοι ανέφεραν ότι οι προσδοκίες τους περιστρέφονται γύρω από την απόκτηση νέων εμπειριών, τη γνωριμία και την απόκτηση σχέσεων με ντόπιους, την εξερεύνηση νέων περιοχών αλλά και την επιλογή να ξεφύγουν από τη ρουτίνα της καθημερινότητας δοκιμάζοντας καινούρια πράγματα.

“Φυσικά κερδίζω πολλές εμπειρίες, γνωρίζω πολύ ενδιαφέρον άτομα και μαθαίνω τις άλλες κουλτούρες που αν δεν τις ζήσεις δεν τις καταλαβαίνεις.” (Χρήστος, 31)

“Το κάνω γιατί θέλω να δω καινούργια μέρη. Γενικά δεν ταξιδεύω πολύ για οικονομικούς λόγους κυρίως για αυτό δεν διαλέγω τον ίδιο προορισμό. Θέλω να δω κάτι νέο να ξεφύγω από τη ρουτίνα.” (Χρύσα, 27)

Από την άλλη πλευρά, οι τουρίστες που επιλέγουν έναν προορισμό για τις διακοπές τους ανέφεραν ως κύρια προσδοκία τους τη ξεκούραση, τη χαλάρωση αλλά και την επιθυμία για αποφυγή απροόπτων. Για τους παραπάνω λόγους, η έρευνά τους είναι αρκετά εκτενής πριν την τελική επιλογή του προορισμού τους και αφορά τα καταλύματα, τον τρόπο πρόσβασης αλλά και τα αξιοθέατα και τις παραλίες που υπάρχουν εκεί.

“Δεν μου αρέσουν τα απρόοπτα, ειδικά τα δυσάρεστα. Για αυτό κάνω έρευνα πριν αποφασίσω τον προορισμό και όταν κατασταλάξω, κλείνω εισιτήρια, ξενοδοχεία, ακόμα και για τα μουσεία και για τα αξιοθέατα αν υπάρχει η δυνατότητα.” (Ελένη, 27)

“Προσδοκίες ναι έχω, ειδικά τώρα με τα παιδιά. Θέλουμε να περάσουμε όμορφα σίγουρα και να χαλαρώσουμε όσο γίνεται. Τώρα αν συμπίπτουν αυτά που περιμένω με αυτά που συναντώ σε γενικές γραμμές ναι ευτυχώς.” (Βασίλης, 35)

Η τελευταία ερώτηση της παρούσας ενότητας αφορούσε το τι περιλαμβάνει μια τυπική μέρα ενός ταξιδιού των συμμετεχόντων. Όλοι οι περιπετειώδεις τουρίστες απάντησαν πως δεν υπάρχει κάποιο πρόγραμμα και πως αν έχουν κανονίσει κάτι είναι πολύ πιθανό αυτό να αλλάξει. Επιπλέον, η πλειοψηφία ανέφερε ότι η αναχώρησή τους από κάποια περιοχή μπορεί να γίνει και την ίδια μέρα, με αποτέλεσμα την επόμενη να βρίσκονται αλλού και μάλιστα να κάνουν δραστηριότητες εντελώς διαφορετικές.

“Τυπική μέρα; Δεν υπάρχει γιατί κάθε μέρα θα κάνω κάτι διαφορετικό. Ούτε το μέρος είναι ίδιο, ούτε οι άνθρωποι κανείς και τίποτα.” (Κωνσταντίνος, 30)

“Λόγω του road trip δεν υπάρχει αυτό που λέμε τυπική μέρα και για αυτό μου αρέσει και τόσο πολύ αυτό το είδος. Είναι πάντα όλα διαφορετικά, οι άνθρωποι, τα μέρη, η κουζίνα, μέχρι και η διάλεκτος σε κάθε τόπο είναι ξεχωριστή. Μπορεί ας πούμε να πάμε για μπάνιο σε κάποια απομονωμένη παραλία, να κοιμηθούμε μέσα στο αμάξι, να καταλήξουμε να τρώμε μαζί με αγνώστους κλπ.” (Δώρα, 27)

Όσο για τους συμμετέχοντες που επιλέγουν έναν προορισμό, φαίνεται πως υπάρχουν κάποιες συνήθειες ή ένα πρόγραμμα που ακολουθούν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, όπως είναι η επίσκεψη σε παραλίες, το μεσημεριανό φαγητό, η περιήγηση σε αξιοθέατα κλπ.

“Το πρωί πάμε για μπάνιο σε κάποια παραλία. Δεν μας νοιάζει να είναι κοντά ή μακριά από το ξενοδοχείο, αρκεί να είναι όμορφη και κατάλληλη για τα παιδιά. Μόλις αρχίσει να μεσημεριάζει θα πάμε συνήθως κάπου για φαγητό και μετά γυρνάμε στο ξενοδοχείο και ξεκουραζόμαστε. Απογευματάκι προς βράδυ κάνουμε βόλτες στη χώρα αν είμαστε σε νησί ή αν είμαστε στην ηπειρωτική χώρα, εκεί στην περιοχή όπου μένουμε ή σε κάποια κοντινή πόλη ή χωριό.” (Βασίλης, 35)

“Αφού ξυπνήσω, θα πάω για μπάνιο στη θάλασσα. Έπειτα θα γυρίσω στο ξενοδοχείο να ετοιμαστώ να πάω κάπου για φαγητό. Βέβαια μπορεί να κάτσω στην παραλία μέχρι και το απόγευμα, εξαρτάται από τη διάθεση. Αν πάω κάπου που έχει αξιοθέατα και μουσεία, τότε θα τα επισκεφθώ φυσικά, το πρωί συνήθως. Το βράδυ βόλτες, φαγητό, ποτό, ότι έχει όρεξη η παρέα.” (Ελένη, 27)

3^η ενότητα: Δημιουργία πλάνου και εκτέλεσή του

Στην παρούσα ενότητα ο στόχος είναι η καταγραφή των απαντήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με την ύπαρξη κριτηρίων που λαμβάνουν υπόψη τους για την εκτέλεση του ταξιδιού αλλά και με τη δημιουργία πλάνου και την εκτέλεσή του.

Η πρώτη ερώτηση αφορούσε την ύπαρξη κάποιων κριτηρίων που ενδέχεται να επηρεάσουν την απόφαση σχετικά με τα μέρη στα οποία θα περιηγηθούν οι ταξιδιώτες. Έτσι, καταγράφηκε πως οι τουρίστες που επιλέγουν να ταξιδέψουν σε διαφορετικούς προορισμούς κατά τη διάρκεια των διακοπών τους λαμβάνουν υπόψη τους κάποια κριτήρια. Πιο συγκεκριμένα, αρκετοί είναι αυτοί που ανέφεραν πως ο οικονομικός παράγοντας παίζει ρόλο στην τελική τους απόφαση. Μάλιστα, ένας από τους συνεντευξιζόμενους επισήμανε ότι λόγω των αυξήσεων στις τιμές των εισιτηρίων στα πλοία, δεν θα μπορέσει να περιηγηθεί σε πολλά νησιά, όπως έκανε τα προηγούμενα χρόνια. Επιπλέον, παρατηρήθηκε ότι οι γυναίκες ανέφεραν την ασφάλεια ως ένα σημαντικό κριτήριο στην επιλογή των προορισμών τους. Επιπλέον, κάποιοι από τους συμμετέχοντες δήλωσαν πως τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς παίζουν ρόλο στην απόφαση της μετακίνησης από μέρος σε μέρος, όσον αφορά την ευκολία σύνδεσης των περιοχών. Τέλος, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων ανέφερε ότι ένα σημαντικό κριτήριο που εξετάζεται πριν τον τελικό σχεδιασμό του ταξιδιού τους είναι η επιθυμία τους για διακοπές σε διαφορετικά και καινούρια μέρη, τα οποία δεν έχουν επισκεφθεί στο παρελθόν.

“Υπάρχει το οικονομικό κυρίως, δηλαδή με το κάμπινγκ εξοικονομώ πολλά χρήματα. Παίζει ρόλο και η ασφάλεια βέβαια δηλαδή αν είμαι μόνη μου με μια άλλη κοπέλα δεν θα επιλέξουμε να κατασκηνώσουμε σε πολύ απομονωμένα μέρη.” (Αννα, 25)

“Ναι συνήθως κοιτάω με ποιο μέσο θα κινηθώ πιο εύκολα προς το σημείο που θέλω να πάω. Προτιμώ περισσότερο το καράβι γιατί με τα υπόλοιπα δεν μπορώ, έχω ένα αίσθημα εγκλωβισμού. Οπότε αν είναι ένα πολύωρο ταξίδι προτιμώ να το κάνω με πλοίο ή να το κάνω σε κομμάτια.” (Χρύσα, 27)

Από την πλευρά των συμβατικών τουριστών, και οι 3 ερωτηθέντες υπογράμμισαν τη σημαντικότητα του οικονομικού παράγοντα στην τελική επιλογή του προορισμού. Επίσης, αναφέρθηκε ως κριτήριο και η αίσθηση της ασφάλειας, τόσο από τις δυο γυναίκες όσο και από τον άντρα συνεντευξιαζόμενο.

“Σίγουρα η ασφάλεια παίζει κάποιο ρόλο, ειδικά όταν ταξιδεύω με τις φίλες μου, αλλά επειδή πάμε Ελλάδα κυρίως νιώθουμε πιο ασφαλείς. Επίσης, νοικιάζω αμάξι, αν δεν έχω το δικό μου, οπότε τα ΜΜΜ δεν αποτελούν κάποιο καθοριστικό παράγοντα για μένα. Το οικονομικό είναι ένα κομμάτι που με επηρεάζει παρ’ όλα αυτά.” (Ελένη, 27)

“Ναι κοίτα σίγουρα παίζει ρόλο το οικονομικό κομμάτι. Δεν επιλέγουμε ας πούμε πολύ ακριβά ξενοδοχεία, προτιμάμε τα χρήματα αυτά να τα διαθέσουμε στο μέρος που θα πάμε, σε φαγητό, βόλτες κλπ. Επίσης, σημαντικό για εμάς είναι το μέρος να είναι κατάλληλο για τα παιδιά.” (Βασίλης, 35)

Η επόμενη ερώτηση σχετίζεται με την περίπτωση της αλλαγής του αρχικού πλάνου των συμμετεχόντων κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Οι τουρίστες που επιλέγουν πολλαπλούς προορισμούς, εκτός του ότι επισήμαναν πως δεν υπάρχει κάποιος συγκεκριμένος σχεδιασμός πριν πραγματοποιήσουν το ταξίδι τους, ανέφεραν ότι τους έχουν συμβεί αρκετά απρόοπτα τα οποία τους έχουν ωθήσει να αλλάξουν την πορεία τους. Πιο συγκεκριμένα, οι 3 από τους 5 συμμετέχοντες δήλωσαν πως έχουν μείνει εν τέλει περισσότερες μέρες από αυτές που υπολόγιζαν σε μια περιοχή, είτε λόγω περιστατικών τα οποία δεν επέτρεπαν την αναχώρησή τους, είτε επειδή τους άρεσε τόσο πολύ το μέρος που δεν ήθελαν να φύγουν.

“Ναι υπάρχει περίπτωση. Ας πούμε οι απεργίες πλοίων ή να μαγευτώ τόσο πολύ από ένα μέρος και να κάτσω σε αυτό τελικά και να μην πάω αλλού. Μου έτυχε αυτό όταν ήμουν Αλόνησο. Ήταν να πάω μετά Σκόπελο και μου άρεσε τόσο το νησί που δεν πήγα ποτέ Σκόπελο τελικά.” (Κωνσταντίνος, 30)

“Όπως σου είπα δεν υπάρχει κανένα πλάνο. Απλά παίρνουμε το αμάξι και πάμε όπου νιώθουμε. Αν αποφασίσουμε ότι θέλουμε να καταλήξουμε σε κάποιο προορισμό τότε κοιτάμε λίγο από ποιους δρόμους να περάσουμε και αν υπάρχει κάποιο αξιοθέατο στη διαδρομή που αξίζει να δούμε.” (Δώρα, 27)

Διάφορα απρόοπτα συνέβησαν και στην περίπτωση των τουριστών που επιλέγουν ένα μέρος για τις διακοπές τους, με αποτέλεσμα να αλλάξει το αρχικό τους πλάνο ως ένα βαθμό. Πιο αναλυτικά, τα συμβάντα αφορούσαν κυρίως το ξενοδοχείο (βρώμικα δωμάτια, αλλαγή δωματίου ή καταλύματος) και τα εισιτήρια στα αξιοθέατα (λάθος στην κράτηση).

“Ναι είχε συμβεί όταν είχα πάει Ισπανία. Όπως σου είπα γενικά προσπαθώ να οργανώσω σχεδόν τα πάντα από πριν. Φτάνοντας στην Βαρκελώνη, είχα κλείσει εισιτήρια για τη Σαγράδα Φαμίλια. Και όταν έφτασα δεν το δεχόντουσαν και ήθελαν να πληρώσω και άλλα λεφτά για να βγάλω νέο εισιτήριο.” (Ελένη, 27)

“Συνήθως είναι τα ξενοδοχεία και δεν ξέρω γιατί μου τυχαίνει συχνά. Μάλλον δεν κάνω καλή έρευνα πριν. [...] Μου έχει τύχει να κλείσω ξενοδοχείο, εδώ Ελλάδα, και να φαίνεται φοβερό στις φωτογραφίες και πήγαμε εκεί και ήταν τόσο βρώμικο. Σηκωθήκαμε και φύγαμε εννοείται αφού τσακωθήκαμε για να μας δώσουν την προκαταβολή πίσω.” (Μαρία, 29)

4^η ενότητα: Συναισθήματα και ωφέλεια

Η παρούσα ενότητα αποσκοπεί στην καταγραφή των συναισθημάτων και των εμπειριών που κερδίζουν οι συμμετέχοντες, τόσο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους όσο και στην επιστροφή τους από αυτό.

Έτσι, οι τουρίστες που επισκέπτονται πολλές διαφορετικές περιοχές δήλωσαν πως το κυριότερο συναίσθημα που βιώνουν είναι αυτό της ελευθερίας. Πιο αναλυτικά, αισθάνονται ότι μπορούν να ταξιδέψουν σε οποιοδήποτε μέρος επιθυμούν χωρίς να δεσμεύονται από κάτι, ενώ έχουν τη δυνατότητα να αλλάξουν το πρόγραμμα και τη διαδρομή τους όποτε το επιθυμούν. Ένα ακόμα κοινό συναίσθημα που βιώνουν οι εν λόγω ταξιδιώτες είναι αυτό της περιέργειας για να ζήσουν νέες εμπειρίες και να εξερευνήσουν όσα περισσότερα μέρη μπορούν αλλά και να γνωρίσουν νέους ανθρώπους.

“Κυρίως η περιέργεια, να δω καινούρια μέρη και ανθρώπους, να εξερευνήσω ότι υπάρχει εκεί.” (Κωνσταντίνος, 30)

“Αυτό που κυριαρχεί είναι η αίσθηση της ελευθερίας, ότι μπορώ να πάω όπου θέλω και μάλιστα χωρίς να με δεσμεύει κάτι. Επίσης, είναι έντονη η περιέργεια για το τι θα συναντήσω στη διαδρομή κυρίως, είτε καλά είτε κακά.” (Δώρα, 27)

Από την πλευρά των ταξιδιωτών που επιλέγουν έναν μοναδικό προορισμό για τις διακοπές τους, το κυριότερο συναίσθημα που βιώνουν είναι κυρίως αυτό της ανυπομονησίας να φτάσουν στην επιλεγμένη περιοχή. Κάποιοι συμμετέχοντες ανέφεραν την επιθυμία τους για ξεκούραση, αλλά και του ενθουσιασμού.

“Μου αρέσει να κάθομαι σε έναν προορισμό όταν κάνω διακοπές. Νιώθω ότι ξεκουράζομαι. Με αγχώνει το γεγονός ότι θα πρέπει να ζαναμπώ σε καράβι ή σε αεροπλάνο και να πάω κάπου αλλού.” (Μαρία, 29)

“Ανυπομονώ κάθε φορά να φτάσω στον προορισμό που έχω επιλέξει και ο ενθουσιασμός μου είναι μεγάλος.” (Ελένη, 27)

Η επόμενη ερώτηση αφορούσε τη σημαντικότερη ωφέλεια που κερδίζουν οι ερωτηθέντες. Οι τουρίστες που επέλεξαν να μετακινηθούν σε διαφορετικά μέρη ανέφεραν τις εμπειρίες που αποκτούν, τις εικόνες και τα συναισθήματα που αυτές τους δημιουργούν και τις ιστορίες που έχουν να διηγηθούν λόγω αρκετών απροόπτων που τους συμβαίνουν. Επιπλέον, όλοι οι συνεντευξιαζόμενοι τόνισαν τη σημαντικότητα της γνωριμίας με νέους ανθρώπους, ντόπιους και μη, ενώ μάλιστα ορισμένοι έχουν κρατήσει επαφή ακόμα και μετά το πέρας του ταξιδιού τους.

“Έχει τύχει να έχω γνωρίσει ανθρώπους στις διακοπές και να μιλάμε ακόμα και να έχουν περάσει 10 χρόνια από τότε οποίο είναι τέλειο γιατί ανοίγεις και πόρτες για άλλα μέρη ταυτόχρονα. [...] Αλλά πιο πολύ μου μένουν οι εικόνες γιατί τραβάω και φωτογραφίες και μένει το συναίσθημα που έχεις νιώσει σε κάθε μέρος. Το θυμάσαι αυτό μετά δηλαδή αν ανατρέξεις πίσω θυμάσαι πώς ένιωθες.” (Χρύσα, 27)

“Η ελευθερία, η αίσθηση του να γνωρίζει άλλους λαούς [...] οι εικόνες που μαζεύεις, οι εμπειρίες, όλα.” (Χρήστος, 31)

Όσον αφορά τους συμβατικούς τουρίστες, ανέφεραν πως η σημαντικότερη ωφέλεια που αποκομίζουν από το ταξίδι τους είναι η ξεκούραση και η χαλάρωση. Βέβαια υπογράμμισαν και τη σημασία της απόκτησης νέων εμπειριών αλλά και την επιθυμία τους να περάσουν ποιοτικό χρόνο με την οικογένεια και να ξεφύγουν από τη ρουτίνα της καθημερινότητας.

“Η χαλάρωση και η ξεκούραση νομίζω. Και ότι βλέπω καινούρια μέρη εννοείται, δοκιμάζω τα ντόπια φαγητά. Παίρνω πολλές εικόνες, και ας είμαι μια πιο συμβατική τουρίστρια.” (Ελένη, 27)

“Είναι πολύ σημαντικό για μένα τα παιδιά να έχουν ωραίες αναμνήσεις και να αγαπήσουν τα ταξίδια όπως εγώ. Επίσης, θέλω να χαλαρώσω, όσο γίνεται, και να περάσω ποιοτικό χρόνο με την οικογένειά μου.” (Βασίλης, 35)

Η τελευταία ερώτηση στη διαδικασία των συνεντεύξεων αφορά το επόμενο ταξίδι που θα ήθελαν να κάνουν οι συμμετέχοντες. Έτσι, οι απαντήσεις των τουριστών που επιλέγουν πολλούς προορισμούς στις διακοπές τους είναι αρκετά διαφορετικές μεταξύ τους. Πιο αναλυτικά, κάποιος από τους συνεντευξιαζόμενους ανέφερε την Κούβα, άλλος την κατασκήνωση κοντά στο Grant Canyon, άλλος τον γύρο της Ευρώπης με τρένο κλπ. Όλοι όμως επέλεξαν προορισμούς ξεχωριστούς και αρκετά μακρινούς από την Ελλάδα, οι οποίοι όμως φημίζονται για τις ξεχωριστές εμπειρίες που μπορεί ένας ταξιδιώτης να αποκομίσει.

“Θα ήθελα να πάω Αμερική βασικά και πιο συγκεκριμένα στο Γκραν Κάνιον και να κατασκηνώσω εκεί κοντά. Θα ήταν μοναδική εμπειρία πιστεύω.” (Άννα, 25)

“Το επόμενο ταξίδι θα ήθελα να είναι ο γύρος της Ευρώπης με τρένο. Για την ακρίβεια λέμε να το κυνηγήσουμε για του χρόνου με την παρέα μου.” (Δώρα, 27)

Από την άλλη πλευρά, οι τουρίστες που προτιμούν να πάνε στις διακοπές τους σε έναν προορισμό, ανέφεραν πως το επόμενο ταξίδι τους θα ήθελαν να είναι σε νησιά της Ελλάδας και μάλιστα σε περιοχές όπως είναι η Λήμνος και η Ικαρία, ώστε να χαλαρώσουν και να είναι ήρεμοι. Με εξαίρεση έναν από τους 3 συνεντευξιαζόμενους που θα ήθελε να επισκεφθεί σε λίγα χρόνια με τα παιδιά του το Παρίσι και συγκεκριμένα τη Disneyland.

“Θα ήθελα να πάω Ικαρία καθώς έχω ακούσει πόσο χαλαρά και ήρεμα κυλάνε όλα εκεί. Πιστεύω ότι θα γίνει ο επόμενος αγαπημένος μου προορισμός.” (Ελένη, 27)

“Θα σου πω ότι θα ήθελα σε δυο-τρία χρόνια που τα παιδιά θα είναι λίγο μεγαλύτερα να τους πάμε στο Παρίσι στην Disneyland. Πιστεύω ότι η εμπειρία θα είναι μοναδική.” (Βασίλης, 35)

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Αρχικά να αναφερθεί πως ο βασικός σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η κατανόηση της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς των τουριστών που επιλέγουν να μετακινούνται από μέρος σε μέρος κατά τη διάρκεια των διακοπών τους και η σύγκρισή τους με τη ταξιδιωτική συμπεριφορά των τουριστών που επιλέγουν ένα μόνο μέρος. Πιο αναλυτικά, διερευνώνται τα αίτια για τα οποία η διαδρομή παίζει σημαντικότερο ρόλο από τον τελικό προορισμό για κάποιους ταξιδιώτες.

Οι Lew και McKercher (2006) κατηγοριοποίησαν τους τουρίστες με βάση την απόσταση που είναι διατεθειμένοι να διανύσουν και φαίνεται ότι υπάρχουν δυο είδη. Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει τους ταξιδιώτες που τα μοτίβα της μετακίνησής τους είναι πολύ περιορισμένα και επιλέγουν κοντινές διαδρομές από το σπίτι τους ή δυσκολεύονται να εγκαταλείψουν το κατάλυμα στο οποίο διαμένουν στις διακοπές τους. Στη δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνονται οι τουρίστες που επιδιώκουν μακρινές διαδρομές στις οποίες θα μπορούν να περιηγηθούν χωρίς περιορισμούς. Όπως φάνηκε στην παραπάνω έρευνα, οι τουρίστες που επιλέγουν να επισκεφθούν πολλές περιοχές στις διακοπές τους και προτιμούν μορφές όπως το road trip, το backpacking και το camping ανέφεραν πως η διαδρομή τους ενδιαφέρει περισσότερο από τον προορισμό, καθώς έχουν τη δυνατότητα να περιηγηθούν και να εξερευνήσουν πολλά διαφορετικά μέρη. Από την άλλη μεριά, οι τουρίστες που προτιμούν έναν μοναδικό προορισμό νιώθουν έντονη ανυπομονησία κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους και μάλιστα εξέφρασαν πως το να περιηγηθούν σε ποικίλες περιοχές τους φαίνεται κουραστικό. Επιπλέον, αξίζει να αναφερθεί πως και οι δυο κατηγορίες τουριστών είναι πιστοί στο είδος ταξιδιού που επιλέγουν, ενώ διαπιστώθηκε ότι κάποιοι από τους συμμετέχοντες από τη στιγμή που προτίμησαν μια πιο περιπετειώδης μορφή τουρισμού, παραμένουν πιστοί σε αυτή (πίνακας 6). Το εν λόγω εύρημα έρχεται σε συμφωνία με τις έρευνες των Huyen & Nghi (2019) και των Almeida-Santana & Moreno-Gil (2018) καθώς κατέγραψαν ότι οι τουρίστες που επιλέγουν μια περιπετειώδης δραστηριότητα είναι πιθανό να την προτιμήσουν ξανά και μάλιστα να επισκεφθούν πάλι την ίδια τοποθεσία.

Πίνακας 6: Διαφορές και κοινά σημεία στα συμπεριφορικά χαρακτηριστικά των συνεντευξιζόμενων

Περιπετειώδεις τουρίστες	Περισσότερο ενδιαφέρον για τον προορισμό	Έντονο το αίσθημα της περιπέτειας	Πιστοί στο είδος τουρισμού
Συμβατικοί τουρίστες	Ανυπομονησία για την άφιξη στον προορισμό	Έντονο το αίσθημα της κούρασης για περιήγηση	Πιστοί στο είδος τουρισμού

Όσον αφορά τις προετοιμασίες πριν το ταξίδι, υπήρχε έντονη διαφορά στον τρόπο προγραμματισμού μεταξύ των ταξιδιωτών που επιλέγουν πολλούς προορισμούς και των ταξιδιωτών που προτιμούν μόνο έναν προορισμό. Για την ακρίβεια, στην πρώτη κατηγορία οι συμμετέχοντες ανέφεραν πως πριν το ταξίδι τους δεν κάνουν σχεδόν καμία προετοιμασία, σε αντίθεση με τους συνεντευξιζόμενους της δεύτερης κατηγορίας που προσπαθούν να οργανώσουν τα πάντα από αρκετό καιρό πριν. Το εν λόγω εύρημα έρχεται σε συμφωνία με την έρευνα των Murphy et al. (2007) όπου αναφέρεται πως οι ταξιδιώτες που αγαπούν την περιπέτεια δεν ψάχνουν πολλές πληροφορίες για τον προορισμό. Ταυτόχρονα έρευνα της Amara (2012) επισήμανε πως οι τουρίστες που αποφεύγουν τον κίνδυνο όχι μόνο συγκέντρωναν πληροφορίες από ποικίλες πηγές, αλλά αναζητούσαν συγκεκριμένους τύπους διακοπών και ξενοδοχείων. Αυτό συμβαίνει επειδή η επιθυμία τους για αποφυγή απρόοπτων είναι μεγάλη, ενώ σίγουρα παίζει ρόλο και ο οικονομικός παράγοντας, μιας και με αυτό τον τρόπο έχουν τη δυνατότητα να εξασφαλίσουν καλύτερες τιμές. Επιπλέον, μπορεί κανείς να συμπεράνει ότι τους τουρίστες που επιλέγουν το backpacking, το road trip κλπ. τους διακατέχει έντονα το αίσθημα της περιπέτειας, του αυθορμητισμού και της επιθυμίας για προσωπικής εξέλιξης. Σύμφωνα με τον Cohen (2015), οι συγκεκριμένοι τουρίστες δεν αναζητούν μόνο την διαφορετική ταξιδιωτική εμπειρία αλλά και μια πιο ουσιαστική διαπροσωπική επικοινωνία με άλλους, την τόνωση της αυτοπεποίθησής τους και το να γίνουν περισσότερο τολμηροί.

Ενδιαφέρον παρουσίασε και η καταγραφή των προσδοκιών που έχουν οι συμμετέχοντες σχετικά με τα ταξίδια τους. Οι τουρίστες που επιλέγουν πολλούς προορισμούς ανέφεραν ότι όταν πραγματοποιούν ένα ταξίδι επιθυμούν κυρίως να αποκτήσουν νέες εμπειρίες και να γνωρίσουν καινούριους ανθρώπους. Μάλιστα, ενώ κατανοούν ότι υπάρχει πιθανότητα να συμβούν αρκετά απρόοπτα στην πορεία του ταξιδιού δεν φαίνεται να τους επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό, μιας και η επιθυμία τους για περιήγηση είναι αρκετά έντονη. Από την άλλη μεριά, οι τουρίστες που προτιμούν έναν προορισμό, ανέφεραν ως κύρια προσδοκία τους τη ξεκούραση και τη χαλάρωση, ενώ δίνουν σημασία στην περιοχή και όχι στη διαδρομή μέχρι εκεί. Επιπλέον, δήλωσαν ότι επιθυμούν η διαδρομή να είναι όσο το δυνατόν συντομότερη, καθώς είτε αισθάνονται μεγάλη ανυπομονησία, είτε νιώθουν έντονο το αίσθημα της κούρασης και του άγχους (πίνακας 7). Μάλιστα, επιλέγουν προορισμούς με ελλιπή καινοτομία και μεγάλο βαθμό εξοικείωσης, ώστε να αποφευχθούν οι απρόοπτες καταστάσεις (Qiu et al., 2018).

Πίνακας 7: Διαφορές και κοινά σημεία στη δημιουργία πλάνου και στα συναισθήματα των συνεντευξιζόμενων

Περιπετειώδεις τουρίστες	Καμία προετοιμασία πριν το ταξίδι	Απόκτηση νέων εμπειριών	Έντονος αυθορμητισμός και περιπέτεια
Συμβατικοί τουρίστες	Η οργάνωση είναι εξαιρετικά σημαντική πριν ταξιδέψουν	Ξεκούραση και χαλάρωση	Προσπάθεια αποφυγής απρόοπτων

Ένα ακόμα σημαντικό εύρημα ήταν τα διαφορετικά κριτήρια που θέτουν στην επιλογή του προορισμού οι δυο κατηγορίες τουριστών που εξετάζονται. Πιο αναλυτικά, οι ταξιδιώτες που προτιμούν να επισκέπτονται πολλές περιοχές ανέφεραν ότι ο οικονομικός παράγοντας είναι σημαντικός, για αυτό και επιλέγουν να μη δαπανήσουν χρήματα σε διαμονή. Πράγματι οι τουρίστες που επιλέγουν μορφές ταξιδιών όπως το backpacking έχουν ως βασικό τους στόχο τον χαμηλό προϋπολογισμό ταξιδιών και την εξοικονόμηση χρημάτων (Wiweka et al., 2019 ; Huxley, 2004). Επίσης, οι γυναίκες που συμμετείχαν στη συνέντευξη επισήμαναν ότι η ασφάλεια είναι πολύ σημαντική, καθώς δεν θα προτιμήσουν κακόφημους προορισμούς, ενώ δεν θα επιχειρούσαν ένα τέτοιου είδους ταξίδι μόνες τους. Έρευνα των Hall et al., (2003) αναφέρει ότι η αντίληψη της ασφάλειας είναι υψίστης σημασίας στη διαδικασία λήψης απόφασης για τον προορισμό, όπως και η πολιτική αστάθεια αλλά και η ενδεχόμενη προϊστορία μιας τρομοκρατίας. Ακόμα ένας παράγοντας που αναφέρθηκε ήταν αυτός των Μέσων Μαζικής Μεταφοράς, ιδιαίτερα από άτομα που δεν χρησιμοποιούν αμάξι για τις περιηγήσεις τους. Μάλιστα, σύμφωνα με τους Mc Kercher και Lau (2008), το κόστος και τα ΜΜΜ αποτελούν βασικούς παράγοντες μετακίνησης των τουριστών από περιοχή σε περιοχή. Από την πλευρά των τουριστών που επιλέγουν έναν προορισμό για τις διακοπές τους, φάνηκε πως ο οικονομικός παράγοντας είναι εξίσου σημαντικός και για τους ίδιους, αλλά αντί να περιηγηθούν σε διάφορα μέρη ή να κατασκηνώσουν, επιλέγουν να κλείσουν εισιτήρια για το κατάλυμά τους αρκετά νωρίτερα από την ημερομηνία αναχώρησης. Σημαντικό είναι το γεγονός ότι όλοι οι συμβατικοί τουρίστες ανέφεραν πως επιλέγουν περιοχές που θα έχουν τη δυνατότητα να ξεκουραστούν και μάλιστα όχι ιδιαίτερα μακρινούς, λόγω της επιθυμίας τους για σύντομα ταξίδια. Αν και η απόσταση μπορεί να μην αποτελεί από μόνης της κάποιο ρητό εμπόδιο, αντιπροσωπεύει έναν συνδυασμό παραγόντων (ανυπομονησία, άγχος για τη διαδρομή) ο οποίος κάνει τον προορισμό μη ελκυστικό για κάποιους (McKercher, 2010). Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί ότι τα αρχικά πλάνα των ταξιδιωτών, ανεξαρτήτου του είδους τουρισμού που επιλέγουν, έχει τύχει να αλλάξουν αρκετές φορές, απλά στην περίπτωση των τουριστών που επικεντρώνονται στη διαδρομή και όχι στον προορισμό,

αυτό συμβαίνει περισσότερες φορές, με αποτέλεσμα το αρχικό τους πλάνο να διαμορφωθεί εντελώς διαφορετικά ή ακόμα και να εξαλειφθεί (πίνακας 8).

Πίνακας 8: Διαφορές και κοινά σημεία στην οργάνωση και στις προσδοκίες των συνεντευξιαζόμενων

Περιπετειώδεις τουρίστες	Σημαντικό ρόλο παίζει ο οικονομικός παράγοντας	Μακρινοί και πολλαπλοί προορισμοί	Τα πλάνα έχει τύχει να αλλάξουν
Συμβατικοί τουρίστες	Σημαντικό ρόλο παίζει ο οικονομικός παράγοντας	Κοντινοί προορισμοί	Τα πλάνα έχει τύχει να αλλάξουν

Κατά τη διάρκεια της έρευνας κρίθηκε σημαντικό να μελετηθούν τα συναισθήματα αλλά και τα οφέλη που αποκομίζουν οι συμμετέχοντες από τα ταξίδια τους. Συνεπώς, φάνηκε πως οι τουρίστες που προτιμούν πολλούς προορισμούς ενθουσιάζονται περισσότερο με τη διαδρομή παρά με τον προορισμό καθώς βιώνουν έντονα το αίσθημα της ελευθερίας και της περιπέτειας και τους δίνεται η δυνατότητα να αλλάξουν το πρόγραμμά τους όποτε το επιθυμούν. Μάλιστα, σύμφωνα με τους Jones et al. (2003), οι τουρίστες περιπέτειας νιώθουν μια κατάσταση ευφορίας όταν βιώνουν τέτοιου είδους καταστάσεις και φαίνεται πως η καθημερινότητά τους φαντάζει ανιαρή σε σχέση με τις δραστηριότητες που απολαμβάνουν στις διακοπές τους. Εντελώς διαφορετικά είναι τα συναισθήματα που βιώνουν οι ταξιδιώτες που επιλέγουν έναν προορισμό, μιας και αποσκοπούν στη χαλάρωση και στην ηρεμία που θα τους προσφέρει η περιοχή, εξ ου και προτιμούν για τις διακοπές τους αποκλειστικά ένα μέρος για διαμονή, ενώ αποφεύγουν τις πολλές διαδρομές. Έντονη είναι η αντίθεση και μεταξύ των προορισμών που θα ήθελαν οι συνεντευξιαζόμενοι να επισκεφθούν στο μέλλον. Οι περισσότερο συμβατικοί τουρίστες ανέφεραν πως το επόμενο ταξίδι τους θα επιθυμούσαν να είναι σε νησιά της Ελλάδας στα οποία μάλιστα δεν υπάρχει η μαζική μορφή τουρισμού και είναι ιδανικά για ξεκούραστες διακοπές. Από την άλλη πλευρά, οι τουρίστες που επικεντρώνονται στη διαδρομή, θα επιλέξουν διαφορετικού είδους ταξίδια στα οποία και οι προορισμοί αλλά και η διαδικασία της άφιξης μέχρι εκεί είναι αρκετά ξεχωριστά, όπως για παράδειγμα ο γύρος της Ευρώπης με τρένο και η περιήγηση στην Κούβα (πίνακας 9). Βέβαια, να αναφερθεί ότι σημαντικό ρόλο παίζουν και τα συναισθήματα που δημιουργεί ένας προορισμός στους επισκέπτες, καθώς αν αισθανθούν ότι “δέθηκαν” συναισθηματικά με την περιοχή, είναι πολύ πιθανό να την επισκεφθούν ξανά και μάλιστα πολλές φορές μέσα στο έτος (Aledo & Domínguez-Gómez, 2020).

Πίνακας 9: Διαφορές και κοινά σημεία στα συναισθήματα και τους επόμενους προορισμούς των συνεντευξιαζόμενων

Περιπετειώδεις τουρίστες	Ενθουσιασμός με τη διαδρομή όχι με τον προορισμό	Έντονο το αίσθημα της ελευθερίας και της αλλαγής προγράμματος	Επιλογή ξεχωριστών προορισμών για τα επόμενα ταξίδια
Συμβατικοί τουρίστες	Προτιμούν τον προορισμό από τη διαδρομή	Επιθυμία για χαλάρωση και καμία αλλαγή προγράμματος	Επιλογή ήρεμων ελληνικών νησιών για τα επόμενα ταξίδια

Τέλος, όσον αφορά τα δημογραφικά στοιχεία και το είδος του τουρισμού που προτιμούν οι συμμετέχοντες, δεν εντοπίστηκε κάποια συσχέτιση μεταξύ τους. Πιο συγκεκριμένα, φάνηκε πως η ηλικία, το επαγγελματικό υπόβαθρο αλλά και το εκπαιδευτικό επίπεδο δεν παίζουν κάποιο σημαντικό ρόλο στην επιλογή του είδους των ταξιδιών. Παρ' όλα αυτά, παρατηρήθηκε ότι τα παιδικά βιώματα και γενικότερα οι συνήθειες της οικογένειας σχετικά με τις διακοπές επηρέασαν σε μεγάλο βαθμό τους συνεντευξιαζόμενους όσον αφορά το είδος του ταξιδιού που ακολουθούν. Έρευνα των Kara και Mkwizu (2020) αναφέρει ότι οι κυριότεροι παράγοντες επιλογής προορισμού αφορούν το αίσθημα της ελευθερίας, τον πολιτισμό της περιοχής, την άγρια ζωή, τα αξιοθέατα και τα MMM και όχι τόσο τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ταξιδιωτών. Βέβαια στην παρούσα έρευνα έπαιξε σημαντικό ρόλο η οικογενειακή κατάσταση των ατόμων, καθώς ένας από τους συμμετέχοντες από τη στιγμή που απέκτησε δική του οικογένεια επέλεξε έναν πιο συμβατικό τρόπο τουρισμού. Όμως, λόγω του ότι το δείγμα είναι αρκετά μικρό δεν μπορεί να διεξαχθεί ένα σίγουρο και βάσιμο συμπέρασμα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Ανδριώτης, Κ. (2008). Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός, Εκδόσεις Σταμούλη. Αθήνα

Βαρβαρέσος, Σ. (2013). Οικονομική του Τουρισμού. Εννοιολογικές, Θεωρητικές και Μεθοδολογικές Προσεγγίσεις. Εκδόσεις Προπομπός. Αθήνα

Βελισσαρίου, Ε. (2000). Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων, Τόμος Δ, Πάτρα: Ομάδα Εκτέλεσης Έργου ΕΑΠ/1997-2000

Βενετσανοπούλου, Μ. (2006). Η Κρατική Συμβολή στον Τουρισμό - Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού. Εκδόσεις Interbooks. Αθήνα

Δέφνερ, Α., Κυριακάκη, Α., Ψαθά, Ε. (2014). 14η Διδακτική ενότητα. Τα σύγχρονα πρότυπα ανάπτυξης τουριστικών προορισμών, η περίπτωση του προτύπου ανάπτυξης των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Εκπαιδευτικό υλικό. Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Ηγουμενάκης, Ν.Γ., Κραβαρίτης, Κ.Ν. (2004). Τουρισμός – Βασικές έννοιες. Εκδόσεις Interbooks

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας Π., Γκριμπα, Ε., (2011), Ειδικές και Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ζήτηση και Προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού, Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. (2019). Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον. Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ. Αθήνα

Κουθούρης, Χ. (2014). Υπαίθριες Δραστηριότητες Αναψυχής, Ακραία Αθλήματα, Θεσσαλονίκη: Χριστοδουλίδης

Λαμπριανίδου, Ο. (2018). Alternative tourism in Greece. Urania Travel

Σπιλάνης, Ι. (1995). Τουρισμός & Περιβάλλον στις Νησιωτικές Περιφέρειες, Ομιλία-Παρουσίαση σε Συνέδριο. Ηράκλειο Κρήτης

Σωτηριάδης, Μ., Φάρσαρη, Ι. (2009). (Επιμ.), Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού - Σχεδιασμός Management και Marketing. Εκδόσεις INTERBOOKS. Αθήνα

Ξένη

Adventure Travel Trade Association (ATTA), George Washington University & Xola Consulting. (2010). Adventure tourism market report. Seattle

Aledo, A., Domínguez-Gómez, J. A. (2020). Socio-Emotional Reasons and Loyalty to Mass Tourism Destinations. In *Regional Intelligence: Spatial Analysis and Anthropogenic Regional Challenges in the Digital Age* (pp. 175-190). Cham: Springer International Publishing

Almeida-Santana, A., Moreno-Gil, S. (2018). Understanding tourism loyalty: Horizontal vs. destination loyalty. *Tourism management*. 65. 245-255

Amara, D. (2012). Tourists' risk aversion and willingness to take risks: the case of tourists visiting Egypt after 25th January revolution. 6th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure.22. Fethiye: Routledge.

Arthur, J., Waring, M., Coe, R., Hedges, V.L. (2012). *Research methods and methodologies in education*. Sage Publications Inc. London

Belias, D., Velissariou, E., Kiriakou, D., Vasiliadis, L. (2017). The differences on consumer behavior between mass tourism and sustainable tourism in Greece. Conference: 5th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM). 176-182

Belk, R. W. (Ed.). (2007). *Handbook of qualitative research methods in marketing*. Edward Elgar Publishing

Blichfeldt, B. S., Heldbjerg, G. (2011). Why Not?: The interviewing of friends and acquaintances (pp. 1399-7203). Department of Entrepreneurship and Relationship Management, University of Southern Denmark

Buckley, R. (2007). Adventure tourism products: Price, duration, size, skill, remoteness. *Tourism Management*. Vol.28. Issue: 6. 1428-1433

Buckley, R. (2010). *Adventure Tourism Management*, Elsevier. UK

Cater, I.C. (2006). Playing with risk? participant perceptions of risk and management implications in adventure tourism. *Tourism Management*. Vol.27. Issue:2. 317-325

Chitty, B., Ward, S., Chua, C. (2007). An application of the ECSI model as a predictor of satisfaction and loyalty for backpacker hostels. *Marketing Intelligence & Planning*, 25(6), 563-580

Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Journal of Social Research*. 39. 164-182

Cohen, S. (2011). Backpacking as a way of life. *Annals of Tourism Research*, 8(4), 1535-1555

- Cohen, S. (2015). Lifestyle travelers: Backpacking as a way of life. Acedemia.edu. Academia.edu. n.d.
- Daymon, C., Holloway, I. (2011). Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications. 2nd Edition. Routledge. Taylor & Francis Group. London and New York
- Dayour, F., Kimbu, A.N., Park, S. (2017). Backpackers: The need for conceptualization. *Annals of Tourism Research*. 66. 191-193
- Eadington, W. R., Smith, V.L. (1992). Introduction: The Emergence of Alternative Forms of Tourism. In Smith, V. L., and Eadington, W. R. (Eds.), *Tourism Alternatives*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press. 1- 12
- Gartner, W. (2001). Τουριστική ανάπτυξη – Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές, Έλλην, Αθήνα
- Gross, S., Sand, M. (2019). Adventure tourism: A perspective paper. *Tourism Review*
- Guliyev, S. Nuriyeva, K. (2017). Adventure Tourism Marketing: A Research in the Tourists Behaviours Regarding to Adventure Tourism in Azerbaijan. *International Journal of Business and Management Studies*, v. 9 (1). 64-79
- Hall, C. M., Timothy, D. J., Duval, D. J. (2003). *Safety & Security in Tourism: Relationships, Management and Marketing*. New York: Haworth Hospitality Press
- Huxley, L. (2004). Western backpackers and the global experience: An exploration of young people's interaction with local cultures. *Tourism Culture & Communication* 5(1):37-44
- Huyen, K., Nghi, N. (2019). Impacts of the tourists' motivation to search for novelty to the satisfaction and loyalty to a destination of kien giang marine and coastal adventure tourism. *Journal of Social Science and Economic Research*. 4(4). 2807-2818
- Jones, C. D., Hollenhorst, S. J., Perna, F. (2003). An empirical comparison of the four-channel flow model and adventure experience paradigm. *Leisure Sciences*. 25. 17–31
- Kara, N. S., Mkwizu, K. H. (2020). Demographic factors and travel motivation among leisure tourists in Tanzania. *International Hospitality Review*. 34(1). 81-103
- Kerr, R. (2018). *Roads, Tourism and Cultural History: On the Road in Australia*. Channel View Publications
- Krippendorf, J. (1982). Towards new tourism policies: The importance of environmental and sociocultural factors. *Tourism management*, 3(3), 135–148
- Laing, J., Frost, W. (2014). *Explorer Travelers and Adventure Tourism*. UK: Channel View Publications
- Le Breton, D. (2000). Playing symbolically with death in extreme sports. *Body & Society*, 6, 1-11

- Leiper, N. (1989). Main destination ratios. Analyses of tourist flows. *Annals of Tourism Research*. 16: 530–541
- Lew, A.A., McKercher, B. (2002). Trip destinations, gateways and itineraries: The example of Hong Kong. *Tourism Management*. 23(6): 609–621
- Lew, A.A., McKercher, B. (2006). Modeling tourist movements: A local destination analysis. *Annals of tourism research*, 33(2), 403-423
- Loker-Murphy, L., Pearce, P. (1995). Young budget travelers: backpackers in Australia. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 819-43
- Lötter, J.M., Geldenhuys, S., Potgieter, M. (2012). Demographic profile of adventure tourists in Pretoria. *Global journal of business research*. Vol.6. N.4. 97-109
- Mckercher, B. (2010). The Implicit Effect of Distance on Tourist Behavior: A Comparison of Short and Long-Haul Pleasure Tourists to Hong Kong. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. Vol.25. Issue:3-4. 367-381
- Mckercher, B., Lau, G. (2008). Movement patterns of tourists within a destination. *Tourism geographies*. 10(3). 355-374
- McKercher, B., Lew, A. (2004) Tourist flows, itineraries and factors affecting the spatial distribution of tourists, in: A. Lew, C. Hall and A. Williams (Eds) *A tourism companion to geography*. 36–48. Oxford: Blackwell
- Murphy, L., Mascardo, G., Benckendorff, P. (2007). Exploring word-of-mouth influences on travel decisions: friends and relatives vs. other travelers. *International Journal of Consumer Studies*. 31(5). 517-527
- Naidoo, P., Ramseook-Munhurrin, P., Seebaluck, N., Janvier, S. (2015). Investigating the motivation of baby boomers for adventure tourism. *Procedia-Social Behavioral Sciences*, 175, 244–251
- Oppermann, M. (1995). A model of travel itineraries. *Journal of Travel Research*. 33: 57–61
- O'Reilly, C. (2006). From drifter to gap year tourist: Mainstreaming backpacker travel. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 998-1017
- Parroco, A.M., Vaccina, F., De Cantis, S., Ferrante, M. (2012). Multi-Destination Trips and Tourism Statistics: Empirical Evidences in Sicily. *Journal of Economics*. Vol.6. 1-27
- Patterson, I.R. Pan, R. (2007). The motivations of baby boomers to participate in adventure tourism and the implications for adventure tourism providers. *Annals of Leisure Research*, 10(1). 26-53
- Pearce, P.L., Murphy, L., Brymer, E. (2009). Evolution of the backpacker market and the potential for Australian tourism. Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism

- Pomfret, G. Bramwell, B. (2016). The characteristics and motivational decisions of outdoor adventure tourists: a review and analysis. *Current Issues in Tourism*. 19:14. 1447-1478
- Qiu, R. T., Masiero, L., Li, G. (2018). The psychological process of travel destination choice. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 35(6). 691-705
- Ramoia, C. E. A., Pires, P. S., Añaña, E. S. (2021). Motorcycle tourism and nature: An analysis of motorcyclists' motivations to travel. *Leisure Studies*, 40(3), 407-423
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as qualitative research. A guide for researchers in Education and the Social Sciences*. 2nd Edition. Teachers College. Columbia University. New York and London
- Sharpley, R. (2009). *Tourism development and the environment: Beyond sustainability?* Routledge
- Stewart, S. I., Vogt, C. A. (1997). Multi-destination travel trip pattern. *Annals of Tourism Research*. 24(2)
- Strasdas, W. (2006). The global market for nature-based tourism. In H. Job & J. Li (Eds.), *Natural Heritage, Ecotourism, and Sustainable Development* (pp. 55–64). M. Lassleben
- Sung, H., Morrison, A.M., O'Leary, J.T. (1997). Definition of Adventure Travel: Conceptual Framework for Empirical Application from the Providers' Perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1(2), 47-67
- Sung, H. (2004). Classification of Adventure Travelers: Behavior, Decision Making, and Target Markets. *Journal of Travel Research*, v. 42 (4), 343-356
- Sung, Y. K., Chang, K. C., Sung, Y. F. (2016). Market segmentation of international tourists based on motivation to travel: A case study of Taiwan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(8), 862-882
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., Pomfret, G. (2003). *Adventure Tourism: the new frontier*. UK: Butterworth-Heinemann publications
- Sykes, D., Kelly, K. (2016). Motorcycle drive tourism leading to rural tourism opportunities. *Tourism Economics*. 22 (3). 543–557
- Thiel, S.K., Foth, M., Schroeter, R. (2015). Ad hoc Communities on the Road: Serendipitous Social Encounters to Enhance Tourist Experiences. Conference: The Annual Meeting of the Australian Special Interest Group for Computer Human Interaction
- Tracy, S. J. (2019). *Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact*. John Wiley & Sons
- Tussyadiah, I. P., Kono, T., Morisugi, H. (2006). A model of multi-destination travel: implications for marketing strategies. *Journal of Travel Research*. 44:407–417

- UNWTO. (2014). Global report on adventure tourism. Vol. 9. ATTA
- Walmsley, D. J., Jenkins, J. M. (1991). Mental maps, locus of control, and activity: A study of business tourists in Coffs Harbour. *The Journal of Tourism Studies*. 2(2). 36–42
- Weber, K. (2001). Outdoor adventure tourism: A Review of Research Approaches. *Annals of Tourism Research*. Vol.28. Issue:2. 360-377
- Weddell, M. (2014). Travel Preferences of Recreational Motorcyclists. *Journal of Tourism Insights*. 5(1). 1–11
- Wiweka, K., Wachyuni, S.S., Simawang, P.S., Adnyana, P.P., Wihartaty, E. (2019). Current Issues of Backpacking Tourism Development: Profile and Characteristics of “Sharecost” and “Opentrip” Tourist. *Journal of Education, Society and Behavioural Science*. 30(2). 1-12

Διαδικτυακές πηγές

- ATTA. (2021). Understanding the U.S. adventurer traveler. Doi: <https://learn.adventuretravel.biz/research/what-kind-of-adventure-traveler-are-you/>
- CBI. (2023). The European market potential for adventure tourism. Doi: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/adventure-tourism/adventure-tourism/market-potential>
- Christoff, J. (2022). Road Trips Will Be the Most Popular Type of Travel This Summer. Doi: <https://www.travelpulse.com/news/features/road-trips-will-be-the-most-popular-type-of-travel-this-summer.html>
- ETFI. (2021). Opportunities for attracting tourists from Europe. Doi: <https://www.etfi.nl/en/projects/opportunities-for-attracting-tourists-from-europe-2/>
- Eurostat. (2021). Tourism Statistics – characteristics of tourism trips. Doi: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_characteristics_of_tourism_trips
- FMI. (2021). Educational Tourism Market. Doi: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/educational-tourism-market>

Grucela, A. (2022). Adventure Tourism: 60+ Statistics, Facts, and Trends. Passport-photo online. Doi: <https://passport-photo.online/blog/adventure-tourism-statistics/>

Hudson, S. (2006). Tourism Marketing for Ski & Mountain Resorts: Crucial Issues for the Future. University of South Carolina. Doi: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/49344/9.1 - simon hudson - tourism marketing for ski and mountain resorts 0.pdf

WTO. (2009). Global Challenges at the Intersection of Trade, Energy and the Environment. Doi: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/energy_oct09_e/energy_oct09_e.htm

INΣETE. (2022). Greek Tourism – Action Plans 2030. Executive Summary. Doi: https://insete.gr/wp-content/uploads/2022/08/GREEK_TOURISM2030.pdf

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – ΟΔΗΓΟΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

1^η ενότητα (Συμπεριφορικά χαρακτηριστικά)

- Ξεκινώντας θα ήθελα να σε ρωτήσω ποιο είναι για εσένα το πιο συνηθισμένο στυλ ταξιδιών/εκδρομών που επιλέγεις να κάνεις (διαλέγεις έναν προορισμό, πολλαπλούς κλπ.) – έχεις αποφασίσει ποτέ να οργανώσεις ένα ταξίδι όπου δεν σε ενδιαφέρει τόσο ο προορισμός αλλά σε ενδιαφέρει και η διαδρομή που θα ακολουθήσεις για να φτάσεις εκεί;
- Πώς ξεκίνησες το συγκεκριμένο στυλ ταξιδιού και ποιο ήταν το βασικό σου κίνητρο;
- Επιλέγεις και άλλα είδη ταξιδιών πέρα από αυτό; Υπάρχει συγκεκριμένος λόγος;

2^η ενότητα (Ανάλυση εμπειριών και προσδοκιών)

- Θα ήθελα να μου πεις λίγα πράγματα για το πιο πρόσφατο ταξίδι που έκανες. (Πώς το αποφάσισες, αν ταξίδεψες μόνος/η ή με παρέα, τι προετοιμασίες έκανες πριν ταξιδέψεις κλπ.
- Μπορείς να μου περιγράψεις το πιο αξιοσημείωτο ταξίδι που έχεις κάνει;
- Έχεις προσδοκίες για τα ταξίδια που οργανώνεις; Τι περιμένεις να κερδίσεις σαν εμπειρία; Συμπίπτουν ποτέ με αυτά που συναντάς κατά τη διάρκεια του ταξιδιού; Αυτό συμβαίνει πάντα;
- Μπορείς να μου περιγράψεις τι περιλαμβάνει μια τυπική μέρα ενός ταξιδιού σου;

3^η ενότητα (Δημιουργία πλάνου και εκτέλεσή του)

- Υπάρχει κάποιο κριτήριο/κριτήρια (π.χ. ο οικονομικός παράγοντας, τα ΜΜΜ, η ασφάλεια) που μπορούν να επηρεάσουν το σε ποια μέρη θα περιηγηθείς κατά τη διάρκεια του ταξιδιού σου;
- Υπάρχει περίπτωση να αλλάξεις κατά τη διάρκεια του ταξιδιού το αρχικό πλάνο σου; Τι μπορεί να είναι αυτό που θα αλλάξει την πορεία σου; Έχει συμβεί ποτέ;

4^η ενότητα (Συναισθήματα και ωφέλεια)

- Ποια είναι τα συναισθήματα που βιώνεις κατά τη διάρκεια του ταξιδιού σου;
- Ποια είναι η σημαντικότερη ωφέλεια που αποκομίζεις το ταξίδι;
- Ποιο θα ήταν το επόμενο ταξίδι που θα ήθελες να κάνεις;
- Θα ήθελες να συμπληρώσεις κάτι εσύ;