

## **Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στη Ναύπακτο**

Μαγδαληνή Καλτσά

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία που υποβάλλεται στο καθηγητικό σώμα για τη μερική εκπλήρωση των υποχρεώσεων απόκτησης Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στην «Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων» του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού του Παν/μίου Πελοποννήσου στην κατεύθυνση «Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών & Επιχειρήσεων»**

**Σπάρτη**

**2022**

Εγκεκριμένο από την Εξεταστική Επιτροπή:

---

Επιβλέπων: Κυπραίος Γεώργιος, καθηγητής

---

2<sup>ο</sup> Μέλος: Γδοντέλη Κρινάνθη, Επίκουρη καθηγήτρια

---

3<sup>ο</sup> Μέλος: Περρέα Αναστασία, Ε.Ε.Π

## **Υπεύθυνη Δήλωση**

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 18 (Λόγοι και διαδικασία διαγραφής από το ΠΜΣ) του Κανονισμού Λειτουργίας Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, δηλώνω υπεύθυνα ότι για τη συγγραφή της Μεταπτυχιακής Διπλωματικής μου Εργασίας (ΜΔΕ) δεν χρησιμοποίησα ολόκληρο ή μέρος έργου άλλου δημιουργού ή τις ιδέες και αντιλήψεις άλλου δημιουργού χωρίς να γίνεται αναφορά στην πηγή προέλευσης (βιβλίο, άρθρο από εφημερίδα ή περιοδικό, ιστοσελίδα κλπ.).

Ημερομηνία: 13/02/2022

Η Δηλούσα

**ΚΑΛΤΣΑ ΜΑΓΔΑΛΗΝΗ**

**Copyright © Μαγδαληνή Καλτσά, 2022**

**Με επιφύλαξη κάθε δικαιώματος. Allrightsreserved.**

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Καλτσά Μαγδαληνή: Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στη Ναύπακτο  
(Με την επίβλεψη του Γεώργιου Κυπραίου, Καθηγητή)

Η παρούσα εργασία αφορά τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην περιοχή της Ναύπακτου. Αρχικά δίνεται η εισαγωγή προκειμένου να εισάγει τον αναγνώστη στο θέμα και στη συνέχεια η βιβλιογραφική ανασκόπηση, κατά την οποία δίνονται οι ορισμοί τουρίστα και του τουρισμού, καθώς και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Επιπλέον, γίνεται μία εκτενής αναφορά στην περιοχή της Ναύπακτου και στα είδη τουρισμού που προσφέρονται στη περιοχή. Τελικά ακολουθεί η έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε πολίτες προκειμένου να διερευνηθούν οι απόψεις τους αναφορικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού γενικά και ειδικά στη Ναύπακτο, το κατά πόσον γνωρίζουν ποιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού προσφέρονται στην περιοχή, καθώς και η γνώμη τους αναφορικά με το εάν θα πρέπει η Ναύπακτος να στραφεί πλήρως προς σε αυτές και να μειώσει το ενδιαφέρον της προς τον μαζικό τουρισμό. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, οι συμμετέχοντες φάνηκαν να έχουν θετική στάση απέναντι στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και να γνωρίζουν πληθώρα εναλλακτικών μορφών που διενεργούνται στην περιοχή της Ναύπακτου. Ωστόσο, δεν φαίνεται να συμφωνεί μεγάλο ποσοστό ατόμων ότι η Ναύπακτος θα πρέπει να στραφεί προς τον εναλλακτικό τουρισμό.

Λέξεις κλειδιά: *Τουρισμός, Εναλλακτικός τουρισμός, Ναύπακτος*

## **ABSTRACT**

Kaltsa Magdalini: Alternative types of tourism in the city of Naupactus.

(With the supervision of George Kipreos, Professor)

The present paper is about alternative types of tourism in the city of Naupactus. The introduction and literature review are been given, in the beginning of this paper, in which, the definitions of tourism and the tourist, in general, are appeared. Furthermore, there is an extended report about the city of Naupactus, as well as the different kinds of tourism, the region, provides. Additionally, there follows the research, that was held, on citizens, in order to explore their views, according to alternative types of tourism, in general, as well as in Naupactus. The research explores how familiar, the citizens are, about which kinds, of alternative tourism, their region has to offer, plus they are giving their opinion, if their city must embrace the idea of the alternativities in tourism completely and reduce interest in mass tourism. According to the results, most of the people, who were participated in this research, seemed to have, a rather positive attitude about alternative tourism. Moreover, the people seemed to acknowledge plenty of the alternative types of tourism, that being held in Naupactus and the region around. However, a rather small presentence of people agrees with the idea of Naupactus should turn to alternative tourism.

**Keywords:** *Tourism, Alternative types of tourism, Naupactus*

## Ευχαριστίες

*Θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για τη στήριξη της καθόλη τη διάρκεια του μεταπτυχιακού προγράμματος.*

*Ιδιαίτερος θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου κύριο Κυπραίο για την υπομονή την βοήθεια και τις πολύτιμες συμβουλές του για τη συγγραφή της παρούσας διπλωματικής εργασίας.*

*Επιπλέον θα ήθελα να ευχαριστήσω και όλο το διδακτικό προσωπικό για τις γνώσεις που μας μετέδωσαν υπό ιδιαίτερες συνθήκες λόγω πανδημίας.*

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	IV
ABSTRACT.....	V
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	1
Προσδιορισμός και οριοθέτηση του προβλήματος .....	2
ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ .....	3
ΜΕΘΟΔΟΣ.....	24
Δείγμα.....	24
Μέσα συλλογής δεδομένων .....	24
Διαδικασία συλλογής δεδομένων.....	25
Στατιστική ανάλυση .....	25
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	26
ΣΥΖΗΤΗΣΗ/ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ & ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ .....	34
ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ .....	34
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	36
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ .....	39
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: ΠΙΝΑΚΕΣ .....	45

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ-ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Πίνακας 1: Κατανομή δείγματος σύμφωνα με το φύλο .....	26
Σχήμα 1: Διάγραμμα πίτας για το φύλο .....	26
Πίνακας 2: Κατανομή δείγματος σύμφωνα με την ηλικία.....	27
Σχήμα 2: Ραβδόγραμμα για την ηλικία.....	27
Πίνακας 3: Κατανομή δείγματος σύμφωνα με το μορφωτικό επίπεδο.....	28
Σχήμα 3: Διάγραμμα πίτας για το μορφωτικό επίπεδο .....	28
Σχήμα 4: Διάγραμμα πίτας για την εργασιακή κατάσταση .....	29
Πίνακας 4: Σημαντικότητα και Ποιότητα τουρισμού.....	29
Πίνακας 5: Γενική άποψη δείγματος για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	30
Πίνακας 6: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην περιοχή της Ναυπάκτου.....	31
Πίνακας 7: Βαθμός ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην περιοχή της Ναυπάκτου.....	32
Σχήμα 5: Ραβδόγραμμα για τα οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού .....	33



## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Είναι γνωστό πως ο τουρισμός αποτελεί, για την Ελλάδα, την λεγόμενη βαριά της βιομηχανία. Είναι το «αγαθό» το οποίο «εξάγει» η χώρα μας περισσότερο, σε παγκόσμιο επίπεδο, στο οποίο επενδύουμε διαχρονικά και αποφέρει τεράστια οικονομικά οφέλη κάθε χρόνο. Το 2017, η βιομηχανία του τουρισμού, επέφερε άμεσα, στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της Ελλάδας, 14,3 δισεκατομμύρια Ευρώ, δηλαδή περίπου το 8% του ΑΕΠ. Οι αφίξεις τουριστών από το εξωτερικό, αυξήθηκαν κατά 9,7%, με αντίστοιχη αύξηση εσόδων, από το συγκεκριμένο τομέα, της τάξης του 11,7%, γεγονός που αποτέλεσε ρεκόρ. Παράλληλα σημειώθηκε αύξηση στο ποσοστό των διανυκτερεύσεων, η οποία έφθασε έως το 10,2% (Ικκος, 2018). Η φιλοξενία των ανθρώπων, η ελληνική κουζίνα, η ιστορία κάθε τόπου, οι φυσικές ομορφιές, οι παραλίες της, οι αρχαιολογικοί της χώροι είναι μερικοί πολλοί βασικοί λόγοι για να επισκεφτείς την Ελλάδα και να περάσεις τις διακοπές σου εκεί. Αυτά τα χαρακτηριστικά της έχουν επίδραση στην ψυχολογία και στην διάρθρωση των τουριστών που χαρακτηρίζονται από πληθώρα καλυμμάτων με χωρική διάχυση στο σύνολο της χώρας με κύριο όγκο στα νησιά ιδίως τους καλοκαιρινούς μήνες. Επίσης, η Ελλάδα, αποτελεί και έναν πολύ ασφαλή και δημοφιλή προορισμό για τους τουρίστες λόγω της εκτεταμένης ακτογραφής, της φυσικής της ομορφιάς και των πολυάριθμων νησιών της κάτι που δίνει και ένα παραπάνω κίνητρο και μάλιστα αρκετά σημαντικό. Στην Ελλάδα συναντάμε κυρίως δυο βασικά είδη τουρισμού το μαζικό και τον εναλλακτικό με τον δεύτερο να ανεβαίνει σημαντικά τα τελευταία χρόνια αν και ο μαζικός τουρισμός είναι το πρώτο μοντέλο τουρισμού στην Ευρώπη και όχι μόνο. Ωστόσο, το συγκεκριμένο μοντέλο τουρισμού έχει προκαλέσει και αρνητικές συνέπειες, πλήττοντας, ουσιαστικά, τις, εκάστοτε, περιοχές, οι οποίες τον υφίστανται. Ο μαζικός τουρισμός επιδρά αρνητικά, στην κοινωνική δομή ενός τόπου, αλλοιώνοντας τον πολιτισμό των κατοίκων του, τα ήθη και έθιμα, οδηγώντας στην εμπορευματοποίησή τους. Παράλληλα επιφέρει την πλήρη απασχόληση του εργατικού δυναμικού της περιοχής, κατά κύριο λόγο, στον συγκεκριμένο τομέα. Με τον τρόπο αυτό εγκαταλείπονται οι υπόλοιποι τομείς, όπως, για παράδειγμα, η γεωργία και η κτηνοτροφία. Επίσης αυξάνεται και η εγκληματικότητα στην περιοχή κατά την περίοδο της μαζικής προσέλευσης τουριστών, κυρίως λόγω της υπερβολικής κατανάλωσης αλκοόλ, με ότι αποτέλεσμά, αυτή, μπορεί να επιφέρει (π.χ. εξάρσεις βίας). Αρνητικά αποτελέσματα, όμως, επιφέρει και στο φυσικό περιβάλλον μίας περιοχής. Ο μαζικός τουρισμός είναι η αιτία για την οποία, σχεδόν κάθε χρόνο, επέρχονται στην χώρα μας, πυρκαγιές σε τεράστιες

δασικές εκτάσεις (ή αποψιλώσεις δασών) και κατόπιν ανέγερση, στον ίδιο χώρο, τουριστικών μονάδων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, καταρχάς, ανεκτίμητη φυσική καταστροφή, για το περιβάλλον της χώρας μας, με ανυπολόγιστες συνέπειες. Δευτερευόντως αλλοιώνει το συνολικό τοπίο στην εν λόγω περιοχή, καθώς στη θέση του φυσικού και όμορφου δάσους ανεγείρεται μια ξενοδοχειακή μονάδα. Περιβαλλοντικό πρόβλημα, ακόμα, αποτελεί και η αύξηση των ρύπων που προκαλείτε στις τουριστικές περιοχές την περίοδο προσέλευσης μεταφοράς και μετακίνησης των τουριστών σε αυτές την διάρκεια της διαμονής τους. Η εκτεταμένη ρύπανση, που προκαλείτε λόγω της αύξησης των οχημάτων, την εποχή της μαζικής προσέλευσης, πέραν από το κακό που, σαφώς επιφέρει στο περιβάλλον, καταστρέφει και τα αρχαιολογικά αξιοθέατα, όπως αγάλματα, ναούς, επιφέροντας τη λεγόμενη “γυψοποίηση” του μαρμάρου, μέσω της όξινης βροχής.

Φαίνεται πως, ο μαζικός τουρισμός, ειδικά στις περιπτώσεις εκείνες στις οποίες απαιτούνται τεράστιες, κοινωνικές, πολιτισμικές και περιβαλλοντικές θυσίες, στον βωμό του κέρδους, δεν αποτελεί, ούτε την καλύτερη, ούτε και την πιο σοφή επιλογή. Γενικότερα εκεί όπου δεν επικρατεί το μέτρο και η λογική υπεισέρχονται αρνητικά αποτελέσματα. Παρόλα ταύτα, υπάρχει λύση, η οποία μάλιστα εφαρμόζεται ολοένα και συχνότερα πλέον και η οποία τείνει από “μόδα” να μετατραπεί σε θεσμό. Ο λόγος, όπως είπαμε και πιο πάνω γίνεται για τον εναλλακτικό τουρισμό. Αποτελεί μία εναλλακτική μορφή τουρισμού που δίνει προτεραιότητα στην αποτελεσματική παρουσία των τουριστών στην εκάστοτε περιοχή και στην διατήρηση του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου της περιοχής αυτής.

### ***Προσδιορισμός και οριοθέτηση του προβλήματος***

Στόχος της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού οι οποίες προσφέρονται στην περιοχή της Ναύπακτου. Συγκεκριμένα, στο θεωρητικό πλαίσιο αποσαφηνίζονται έννοιες όπως αυτή του τουρισμού, μαζικού και εναλλακτικού, του σύγχρονου τουρίστα, καθώς και της αθλητικής αναψυχής. Η εργασία εστιάζει στην περιοχή της Ναυπάκτου και στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που προσφέρονται εκεί. Στην έρευνα που ακολουθεί πραγματοποιείται μία προσπάθεια διερεύνησης των απόψεων των κατοίκων και των τουριστών της Ναυπάκτου σχετικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

## ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Αρχικά, για να μπορέσουμε πλήρως να κατανοήσουμε το θέμα με το οποίο θα ασχοληθούμε, θα ήταν χρήσιμο να ορίσουμε την έννοια του τουρισμού. Γεγονός αποτελεί ότι έχουν δοθεί κατά καιρούς, διάφορες ερμηνείες στον τουρισμό. Οι Burkat&Medlik (1981), ορίζουν τον τουρισμό ως φαινόμενο κατά το οποίο πραγματοποιούνται «προσωρινές επισκέψεις ή διανυκτερεύσεις εκτός της μόνιμης κατοικίας, για οποιονδήποτε λόγο εκτός από τη διεκπεραίωση αμειβόμενων εργασιών στον τόπο επίσκεψης». Παρόλα αυτά έχουν καταγραφεί και δοθεί και έτεροι ορισμοί, στους οποίους δίνεται περισσότερη έμφαση στη φύση και τον σκοπό ενός ταξιδιού (Lickorish&Jenkins, 2004). Γενικώς, ο τουρισμός ως έννοια και ως φαινόμενο έχει προσεγγίσει το ενδιαφέρον αρκετών μελετητών, με σκοπό να προσδώσουν, σε αυτόν, τον, όσο το δυνατόν, κατάλληλο ορισμό ο οποίος θα αποδίδει καλύτερα τα χαρακτηριστικά του. Η βάση, βεβαίως, όλων εκείνων των ορισμών, που έχουν διατυπωθεί μέχρι σήμερα, είναι τα ταξίδια διάρκειας, άνω της μίας ημέρας με σκοπό την ψυχαγωγία αυτού που τα πραγματοποιεί (Βαρβαρέσος, 2013).

Οι Hunziker&Krapf (1942) έθεσαν την έννοια του τουρισμού ως εξής: *«Ο τουρισμός είναι η πραγματοποίηση μίας, σύντομης διάρκειας, διακοπών στην οποία αποκομίζετε ένα σύνολο σχέσεων και φαινομένων από τους τουρίστες η οποία δεν καθορίζεται από την εκτέλεση κάποια δραστηριότητας από αυτούς με σκοπό να ανταμειφθούν με ένα χρηματικό ποσό»*. Ο συγκεκριμένος ορισμός κάνει κατανοητό πως ο τουρισμός προϋποθέτει ταξίδι, διαμονή εξαιρεί τις ημερήσιες εκδρομές και τα επαγγελματικά ταξίδια (Λαγός, 2005). Σύμφωνα με τους Ρούπα και Λαλούμη (1998) ο τουρισμός ορίζεται ως: *«Η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης κατοικίας τους σε κάποιο άλλο, με σκοπό την ψυχική τους ευχαρίστηση»* (Βαρβαρέσος, 2013).

Άλλος ένας ορισμός προκύπτει από τον Ηγουμενάκη (1999): *«Η έννοια του τουρισμού αφορά την πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους σε κάποιον άλλον, με κύριο στόχο την ικανοποίηση τουριστικών αναγκών ή / και επιθυμιών, οι οποίες ωστόσο, δεν είναι πάντοτε ανάγκες ή / και επιθυμίες ξεκούρασης και αναψυχής, καθώς και στην καλύτερη δυνατή εξυπηρέτησή τους»*. Παρόμοιος, αν και μεταγενέστερος, είναι ο ορισμός του Κούτουλα (2001): *«Ο τουρισμός είναι μία ανθρώπινη δραστηριότητα που συνίσταται στο ταξίδι, δηλαδή στην μετάβαση και την προσωρινή παραμονή σε έναν ή περισσότερους τόπους οι οποίοι διαφέρουν από αυτόν της μόνιμης κατοικίας, καθώς και στις επιμέρους δραστηριότητες που ασκεί ο άνθρωπος, στο ταξίδι του αυτό, με σκοπό την ικανοποίηση των αναγκών του»*.

Ο τουρισμός, ως έννοια, βασίζεται εν πολλύς, στην αξιοποίηση της εμπορευματοποιημένης παροχής υπηρεσιών, με απώτερο σκοπό τη ψυχαγωγία, την ευχαρίστηση και τη χαλάρωση του ατόμου που την απολαμβάνει. Οι ορισμοί που δίδονται στο τουρισμό, άλλοτε περιγράφουν το κομμάτι που αφορά στη προσφορά (αγαθά και παροχές που προσφέρονται στο τουρίστα) και άλλοτε εκείνο που αφορά στη ζήτηση (συμπεριφορά τουριστών, απαιτήσεις και ανάγκες που έχουν). Ο τουρισμός, ωστόσο, δεν μπορεί να οριστεί ως μία μεμονωμένη δραστηριότητα, καθώς σαν έννοια αποτελεί ένα μείγμα διαφορετικών δραστηριοτήτων, οι οποίες τροποποιούν τον όρο, ανάλογα με το είδος του. Παραδείγματος χάριν, αλλιώς περιγράφεται, ο αθλητικός, αλλιώς ο επαγγελματικός και αλλιώς ο ιατρικός τουρισμός (Walton, 2021).

Τέλος, υπάρχει και ο ορισμός ο οποίος δίνεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού και αναφέρει τα εξής: «Ο τουρισμός είναι το κοινωνικό, το πολιτισμικό και το οικονομικό φαινόμενο που συνδέεται με την μετακίνηση των ατόμων σε κάποιες τοποθεσίες οι οποίες βρίσκονται εκτός από τους συνηθισμένους τόπους διαμονής τους, ενώ ως σημαντικότερο κίνητρο αποτελεί η απόλαυση» (Department of Economics and Social Affairs, 2010).

Για την περαιτέρω, εμβάθυνση και καλύτερη κατανόηση του φαινομένου του τουρισμού θα ήταν σωστό να κάνουμε μια ιστορική αναδρομή. Στις μέρες μας η γενικότερη ανάπτυξη, σε διαφορετικές καινοτομίες και εφευρέσεις, σαφώς δεν άφησε τον τουρισμό ανεπηρέαστο. Οι ευκολότερες και πιο άνετες μετακινήσεις και η βελτιωμένη οργάνωση ενός ταξιδιού σήμερα, έδωσαν ώθηση και στον εν λόγω τομέα. Πέραν όμως της βελτίωσης των μεταφορικών μέσων, κυρίαρχου στοιχείου για την μετακίνηση ενός ανθρώπου από ένα μέρος σε ένα άλλο, βασικές προϋποθέσεις αποτελούν ο πλούτος, ο τρόπος ζωής, ο ελεύθερος χρόνος. Ακόμα και η μόδα, ενδεχομένως μπορεί να χαρακτηριστεί ως προϋπόθεση για να αποφασίσει κάποιος να κάνει τουρισμό.

Ένα πρώιμο στάδιο τουρισμού, ο προϊστορικός τουρισμός, αντιστοιχεί από τα μεσαιωνικά έτη έως και τις αρχές του 17ου αιώνα. Η βιομηχανική έξαρση ανάπτυξη της περιόδου εκείνης, ουσιαστικά αποτέλεσε την απαρχή όσων αφορά στον τουρισμό. Η έξαρση της βιομηχανίας επηρέασε τον μέχρι τότε υφιστάμενο, τρόπο ζωής, επιφέροντας σταδιακή, συν τω χρόνων, αύξηση στον πλούτο, σε συγκεκριμένους επαγγελματικούς κλάδους, ιδίως στις τάξεις των εμπόρων της εποχής. Ακόμη επηρεάστηκε, η εκπαίδευση, η οποία απλοποιήθηκε και εκλαϊκεύτηκε. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, τα ταξίδια να χρησιμοποιηθούν

και ως εκπαιδευτικό μέσο για την εποχή, συμβάλλοντας στην «γνωριμία» άλλων πολιτισμών και μάλιστα δια ζώσης.

Επόμενο «βήμα» στην πρόοδο του τουρισμού, φυσικά, αποτέλεσε η εξέλιξη των μέσων μεταφοράς. Η επονομαζόμενη «εποχή των σιδηροδρόμων», με την ανάπτυξη που συντελείται στις ατμομηχανές και στα ατμόπλοια, προσδίδει νέες δυνατότητες όσων αφορά στα ταξίδια, αλλάζοντας πλέον ουσιαστικά, μια για πάντα, το τρόπο με τον οποίο αυτά θα πραγματοποιούνται από εκείνη την εποχή και έπειτα. Παράλληλα συντελείτε ραγδαία ανάπτυξη στον πληθυσμό η οποία, σε συνδυασμό με την αύξηση του πλούτου, δημιουργεί μία μεγάλη αγορά, αναφορικά με τον τουρισμό, σε μικρό χρονικό διάστημα. Κατά τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο επινοείται η έννοια των μαζικών ταξιδιών, ενώ δημιουργούνται οι λεγόμενοι τουριστικοί προορισμοί, οι οποίοι δεν υπήρχαν έως τότε. Δημιουργούνται, επίσης, νέοι επαγγελματικοί κλάδοι, όπως για παράδειγμα, το τουριστικό εμπόριο, αλλά και τα τουριστικά πρακτορεία - γραφεία, καθώς πλέον ο τουρισμός αποτελεί βασική πηγή εσόδων και βαριά βιομηχανία, για πολλές χώρες ανά τον κόσμο. Μάλιστα πολλά πρακτορεία χρησιμοποιούν, μία πρόιμη μορφή μάρκετινγκ, όπως, φέρει ειπείν, την δημιουργία τουριστικών πακέτων για τους πελάτες τους, ή τη διανομή διαφημιστικών φυλλαδίων (Lickorish&Jenkins, 2004).

Ο πρωτοπόρος, στον τομέα του τουρισμού, ThomasCook διεξήγαγε την πρώτη οργανωμένη εκδρομή το 1841, προσφέροντας το πρώτο, ολοκληρωμένο, τουριστικό πακέτο, συμπεριλαμβανομένης της μετακίνησης, διαμονής, αλλά και διάφορες δραστηριότητες στις οποίες, οι τουρίστες, θα μπορούσαν να πάρουν μέρος, σε διάφορους προορισμούς. Αυτό ήταν το πρώτο, ολοκληρωμένο, τουριστικό προϊόν προσφερόμενο από το πρώτο τουριστικό πρακτορείο. Η εταιρεία γνώρισε, σαφώς, ραγδαία ανάπτυξη, ενώ, το 1851, διοργάνωσε την μεταφορά, για 165.000 εκδρομείς, από το Γιορκσαιρ, έως την Μεγάλη Βιομηχανική Έκθεση, που διεξήχθη στο Λονδίνο. Επιπροσθέτως, η ίδια εταιρία, οργάνωσε και εκτέλεσε την πρώτη εκδρομή στην Ηπειρωτική Ευρώπη το 1856, ενώ το 1865, στις Ηνωμένες Πολιτείες(Kershaw&Lickorish, 1958).

Η συνέχεια, στην ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς και κατ' επέκταση, η ανάπτυξη του τουρισμού, δίνεται κατά την περίοδο του μεσοπολέμου, δηλαδή, από το 1918 έως και το 1939. Στην περίοδο αυτή, ναι μεν διακόπτεται απότομα η άνοδος των σιδηροδρόμων, λόγω της επέλευσης του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου, επέρχονται, όμως, νέες καινοτομίες, οι οποίες θα βοηθήσουν πάρα πολύ το μέλλον του τουρισμού. Ο λόγος για την ανάπτυξη των οδικών δικτύων και μεταφορών, καθώς και των αερομεταφορών. Η εποχή εκείνη αποτελεί

και την απαρχή στην εξέλιξη των αυτοκινήτων. Παράλληλα, την περίοδο αυτή, κάνουν την εμφάνισή τους, διάφοροι άλλοι τρόποι διακοπών, όπως, τα κάμπινγκ, οι ξενώνες, τα τροχόσπιτα, οι μετακινήσεις με πούλμαν. Τα ταξίδια στο εξωτερικό, αποτελούν και εκείνα επιλογή, καθώς διοργανώνονται από φιλανθρωπικούς ή μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Παρόλα αυτά, η οικονομική ύφεση, η οποία έλαβε χώρα την δεκαετία του 30', περιόρισε την ανάπτυξη του τουρισμού, με τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, ο οποίος συντελείται από το 1939 έως το 1945, να επιφέρει την οριστική διακοπή όλων των διεργασιών.

Η λεγόμενη «απογείωση της τουριστικής δραστηριότητας», ξεκινάει από το 1945 και, ουσιαστικά, συνεχίζει έως τις μέρες μας. Οι ραγδαίες και πολυποίκιλες τεχνολογικές εξελίξεις, η αύξηση του καθαρού, κατά κεφαλήν, εισοδήματος και, φυσικά, η ανάπτυξη της βιομηχανίας, συντελούν στην άνθηση πολλών τομέων και ο τουρισμός δεν θα μπορούσε να αποτελεί εξαίρεση. Η τεχνολογική ανάπτυξη, σε όλα τα μέσα μεταφοράς, αλλά και στις διάφορες μορφές επικοινωνίας, συντελούν στην, συνεχή, ανοδική πορεία που παρουσιάζει ο τουρισμός κάθε χρόνο (Lickorish&Jenkins, 2004).

Οι ρίζες του τουρισμού όμως, βρίσκονται, ιστορικά, ακόμη παλαιότερα. Ιστορικοί, έχουν ανακαλύψει δεδομένα, για τους λόγους που οι άνθρωποι πήραν την απόφαση να ταξιδέψουν και για το πως αυτό αποτέλεσε προοίμιο στην εξέλιξη του τουρισμού. Οι πιο ανεπτυγμένοι πολιτισμοί της αρχαιότητας, μεταβίβαζαν τα στρατεύματά τους, προκειμένου να κατακτήσουν περιοχές. Απώτερος σκοπός τους ήταν ο έλεγχος εμπορικών οδών και των διαθέσιμων πόρων. Δημιουργήθηκαν, καθ' αυτό το τρόπο, διάφοροι ταξιδιωτικοί προορισμοί, οι οποίοι τέθηκαν αργότερα προς εκμετάλλευση. Με την εμφάνιση μεγάλων αυτοκρατοριών, όπως της Αιγύπτου ή της Ρωμαϊκής, οι κατακτητικές εκστρατείες μετατρέπονται σε τουριστικά ταξίδια. Ακόμη και πιο σύγχρονοι πολιτισμοί, όπως αυτός των Μάγια στο Μεξικό, ταξιδεύαν με σκοπό να ανακαλύψουν τι βρίσκονταν πέραν των συνόρων τους, αλλά και να διαδώσουν τον πολιτισμό τους. Υπάρχουν καταγεγραμμένες αναφορές που σχετίζονται με την πραγματοποίηση ταξιδιών, στην αρχαιότητα, καθώς επίσης έχουν ανακαλυφθεί αντικείμενα από διαφορετικούς τόπους, τα οποία καταμαρτυρούν μία πολύ πρώιμη μορφή τουρισμού, στον αρχαίο κόσμο (Dr. Stainton, 2020).

Πέραν από την έννοια του τουρισμού, καλό θα ήταν να μελετήσουμε και την έννοια του τουριστικού προϊόντος. Μία έννοια άρρηκτα συνδεδεμένη με τον τουρισμό, η οποία, σύμφωνα με την UNWTO, ορίζεται ως εξής: *<<ένας συνδυασμός απτών και άυλων στοιχείων, όπως φυσικοί, πολιτιστικοί και ανθρωπογενείς πόροι, αξιοθέατα, εγκαταστάσεις, υπηρεσίες και δραστηριότητες γύρω από ένα συγκεκριμένο κέντρο ενδιαφέροντος που*

*αντιπροσωπεύει το πυρήνα του μάρκετινγκ προορισμού, συνδυάζει και δημιουργεί μια συνολική εμπειρία επισκεπτών, συμπεριλαμβανομένων συναισθηματικών πτυχών για τους πιθανούς πελάτες. Ένα τουριστικό προϊόν τιμολογείται και πωλείται μέσω καναλιών διανομής και έχει κύκλο ζωής>>(UNWTO, 2021).*

Η πανδημία του COVID-19 έχει επηρεάσει όλους τους τομείς της ζωής μας. Όπως είναι λογικό, ο τουρισμός δεν θα μπορούσε να παραμείνει ανεπηρέαστος. Οι κυβερνήσεις, στη προσπάθειά τους να διασφαλίσουν την υγεία των πολιτών, εφάρμοσαν διάφορα περιοριστικά μέτρα, έως και πολύμηνη καραντίνα, με αποτέλεσμα τη ραγδαία μείωση μετακινήσεων, σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Ταυτοχρόνως, υπήρξε και η απόφαση των περισσότερων πολιτών, να σταματήσουν εντελώς τα ταξίδια τους. Όλο αυτό, φυσικά οδήγησε στη κατακόρυφη πτώση της αγοράς του τουριστικού προϊόντος, επιφέροντας σημαντικότερο οικονομικό πλήγμα, ειδικά σε χώρες βασιζόμενες στο συγκεκριμένο τομέα. Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών, για το 2020, περιορίστηκαν κατά 74%, συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Στις περισσότερες από τις λεγόμενες αναπτυσσόμενες χώρες, η αντίστοιχη μείωση, ήταν της τάξης του 80-90%. Κατά τους πρώτους μήνες του 2021, η κατάσταση επιδεινώθηκε, για τις περισσότερες των περιπτώσεων, ενώ η πτώση, σε παγκόσμιο επίπεδο, έφθασε το 88%, συγκριτικά με τη κατάσταση, πριν τη πανδημία. Η υφιστάμενη κατάσταση, για όσο διαρκεί, επισύρει και μία σειρά από έμμεσα προβλήματα, τα οποία χαρακτηρίζονται ως και τα πιο καταστροφικά. Ραγδαία αύξηση περικοπών, σε εργατικό δυναμικό και υπάρχων διαθέσιμο κεφάλαιο, καθώς επίσης και παρουσίαση έλλειψης στη ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών τουρισμού, μελλοντικά (UNCTAD, 2021).

Ο τουρισμός, σήμερα, είναι μια έννοια, η οποία διακρίνεται, από δυο βασικές και διαφορετικές, μεταξύ τους, κατηγορίες. Υπάρχει ο μαζικός τουρισμός και ο εναλλακτικός τουρισμός. Θεμελιώδης διαφορά, των δυο αυτών κατηγοριών, αποτελεί ο τρόπος διεξαγωγής τους. Ο μαζικός τουρισμός είναι, στην βάση του, η πλέον παραδοσιακή και πιο συμβατική μορφή τουρισμού, από τις απαρχές εμφάνισης της έννοιας έως τις μέρες μας. Αντίθετα, ο εναλλακτικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από ένα σύνολο διαφορετικών μορφών, τουριστικών δραστηριοτήτων, (εναλλακτικές μορφές) με στόχο έναν πιο εναλλακτικό τρόπο αναψυχής. Η διαφοροποίηση προκύπτει, κυρίως, από το εισόδημα, καθώς, άτομα με υψηλότερα εισοδηματικά κριτήρια, είναι πιθανότερο να, προτιμήσουνε περισσότερες ανέσεις και για τον λόγο αυτό να ακολουθήσουν την πατροπαράδοτη μορφή, του μαζικού τουρισμού. Η αλήθεια, ωστόσο, είναι, πως με τον εναλλακτικό τουρισμό, δίνεται περισσότερη έμφαση στην διατήρηση, αξιοποίηση και ανάδειξη, τόσο του φυσικού, όσο και του πολιτιστικού

πλούτου μιας τουριστικής περιοχής. Με τον εναλλακτικό τουρισμό, επιφέρεται μείωση των αρνητικών συνεπειών που αποφέρει ο μαζικός τουρισμός και σχετίζονται με το περιβάλλον, τον πολιτισμό και την τοπική κουλτούρα.

Ο εναλλακτικός τουρισμός συναντάται σε διάφορες μορφές και έχει ευρύ φάσμα εφαρμογής, αναλόγως με την αιτία που πραγματοποιείται. Υπάρχει λόγου χάριν, ο θαλάσσιος και υποθαλάσσιος τουρισμός, ο θεραπευτικός - ιαματικός τουρισμός, ο οίνο-τουρισμός, οικό-τουρισμός, τα ταξίδια περιπέτειας, η αναρρίχηση, τα θεματικά πάρκα, χιονοδρομικά κέντρα, ο κοινωνικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός.

Επιπλέον μορφές εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες, λόγω εξειδίκευσης είναι λιγότερο διαδεδομένες είναι: Ο εκθεσιακός τουρισμός, με αιτία μια μεγάλη έκθεση, ανεξαρτήτου θέματος, που πραγματοποιείται σε κάποιο μεγάλο αστικό κέντρο. Καθώς επίσης και ο τουρισμός τρίτης ηλικίας ο οποίος αφορά σε ταξίδια ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας, σε μέρη τα οποία διαθέτουν τις κατάλληλες υποδομές. Υπάρχει, ακόμη και ο οικογενειακός τουρισμός, όπου και εδώ απαιτούνται υποδομές όπως παιδικές χαρές, εξειδικευμένο, στην διαχείριση των παιδιών, προσωπικό κ.λπ.. Φυσικά και πάντα με γνώμονα τις κατάλληλες υποδομές, υπάρχουν και τουριστικά πακέτα για άτομα με ειδικές ανάγκες (Χαλκιαδάκης και Χανιωτάκης, 2010).

Ένας, κατά βάση νεότερος, τρόπος κατηγοριοποίησης του τουρισμού διαχωρίζει την έννοια σε, πολλές παραπάνω από δυο, ομάδες. Στον μαζικό, τον ατομικό, τον εγχώριο, διεθνή, εποχιακό, στατικό, κινητικό, νεανικό, τρίτης ηλικίας, κοινωνικό, αναλόγως με την εκάστοτε περίπτωση. Ενώ παράλληλα, διασπά τον εναλλακτικό τουρισμό σε άλλες, δικές του, υποκατηγορίες: Αγρό-τουρισμό -γεωργ.-τουρισμό, - συνεδριακό τουρισμό, τουρισμό κινήτρων, άθλησης, υγείας, περιπέτειας, θρησκευτικό, εκθέσεων, πόλης, οικογενειακό χειμερινών σπορ, γενικό, θαλάσσιο, επιλεκτικό, οικολογικό, κοσμοπολίτικο, αρχαιολογικό, ιαματικό, μορφωτικό, πολιτιστικό, γαστρονομικό και αλιευτικό τουρισμό([www.paskedi.gr](http://www.paskedi.gr)).

Μαζικός, αποκαλείται ο τουρισμός ο οποίος πληροί κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά στοιχεία. Απευθύνεται στο ευρύ κοινό και συμβαίνει οργανωμένα, συνήθως με την βοήθεια παροχών τουριστικών πακέτων, όπως είναι τα τουριστικά - ταξιδιωτικά γραφεία και επιχειρήσεις. Από την άλλη πλευρά, ο εναλλακτικός τουρισμός, αποτελείται από πολυπλοκότερα, τουριστικά προϊόντα τα οποία αντιστοιχούν σε ειδικότερα κίνητρα. Παράλληλα, η εναλλακτική μορφή τουρισμού, διαφοροποιείται από το αντίστοιχο μοντέλο του μαζικού τουρισμού και στους πόρους που αξιοποιεί και στο βαθμό χωρικής



συγκέντρωσης, καθώς και στη χρονική περίοδο ανάπτυξής του (Άρθρο 3: Ορισμοί. Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας).

Αναλύοντας τους ορισμούς που δίνει το Υπουργείο, αναφορικά με τις δυο μορφές τουρισμού, γίνεται αντιληπτό ότι, από τη μία ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται, ως επί το πλείστον, από ομαδική (μαζική) συμμετοχή ατόμων, στις εκάστοτε, τουριστικές δραστηριότητες, ενώ ταυτόχρονα παρατηρείτε, αξιοποίηση των τουριστικών πακέτων, τα οποία προέρχονται από τα διάφορα τουριστικά γραφεία. Με άλλα λόγια, διατίθενται τουριστικά “πακέτα”, τα οποία αντιστοιχούν σε κάθε περίπτωση. Επίσης, έχει αποδειχθεί καθοριστική η συμβολή, του μαζικού τουρισμού, στην ανάπτυξη πολλών περιοχών ανά τον κόσμο. Ταυτόχρονα, η ύπαρξη και η εξάπλωση του εναλλακτικού τουρισμού, έχει ως στόχο να αντιμετωπιστούν και, εν καιρώ, να εκλείψουν, τα κακώς κείμενα που επιφέρει ο μαζικός τουρισμός, σε περιβαλλοντικό και κοινωνικό επίπεδο. Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει πλέον κερδίσει το τουριστικό κοινό σε όλο τον κόσμο και συνεχώς αναπτύσσεται. Στην Ελλάδα συναντάται όλο και συχνότερα, καθώς, η χώρα μας, βρίθει από σπάνια φυσική ομορφιά, υπέροχα τοπία και μεγάλη αγροτική ανάπτυξη (Καραμπουρνιώτης, 2018).

Πολλοί ξένοι συγγραφείς όπως ο Cazes και ο Mader θεωρούν τον εναλλακτικό τουρισμό σύγχρονη μορφή ανάπτυξης γιατί είναι φιλικός προς το περιβάλλον και μη συμβατικός αντίθετα με τον μαζικό τουρισμό που βρίσκουν μη σεβαστά στοιχεία. Ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται αντίθετος του μαζικού τουρισμού εναντιώνεται στις μέχρι πρότινες μορφές παραδοσιακού μαζικού τουρισμού.

Το στοιχείο που μπορούμε να πούμε ότι χαρακτηρίζει τον μαζικό τουρισμό είναι η συγκεντροτικότητα υποδομής και πελατών – τουριστών στον ίδιο τόπο και χρόνο. Εμφανίζεται έτσι ως σκληρός συγκριτικά με τον εναλλακτικό τουρισμό που εμφανίζεται ως ήπιος αφήνοντας στους πελάτες – τουρίστες την δυνατότητα επιλογής στις αναπτυξιακές δεξιότητες και στους γενικούς κανόνες της αγοράς ως προς την εξυπηρέτηση και την εναλλακτική φιλοξενία.

Η ανάθεση της τουριστικής ανάπτυξης στο μαζικό τουρισμό μετατίθεται σε εξωγενής παράγοντες που δεν σέβονται, ή δεν ενδιαφέρονται για την ντόπια κουλτούρα, γη, περιβάλλον και επανδρώνεται με προσωπικό, εγχώριο και ξένο, ενώ στον εναλλακτικό τουρισμό υπάρχει καθορισμός ορίων για εξάπλωση. Η ανάπτυξη του τουρισμού γίνεται σε περιοχές και τοποθεσίες που σέβονται την ντόπια παραγωγή τα ήθη και έθιμα, δίνονται ευκαιρίες στους ντόπιους για θέσεις εργασίας και μαζί με την τοπική κοινωνία, παίρνονται οι λήψεις αποφάσεων. Ο μαζικός τουρισμός φαίνεται να είναι επιθετικός απέναντι στο

περιβάλλον, βάζοντας ως δευτερογενή παράγοντα την προστασία του, σε αντίθεση με τον εναλλακτικό, που εμφανίζεται επιφυλακτικός και φιλικός προς το περιβάλλον και αυτό συμβαίνει γιατί, ο πρώτος αναπτύσσεται χωρίς σχεδιασμό (μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα δίπλα στο κύμα), ενώ ο δεύτερος θέτει ως στόχο, πρώτα τον σχεδιασμό και μετά την ανάπτυξη. Διαφορές επίσης συναντάει κανείς στο ρυθμό ανάπτυξης, με τον πρώτο να έχει υψηλούς ρυθμούς και στόχους με έμφαση στην ποσότητα και ο δεύτερος χαμηλούς ρυθμούς με σημασία στην ποιότητα. Στον μαζικό τουρισμό συναντάς έναν εισαγόμενο τρόπο ζωής που έχει να κάνει με θεάματα αλλά και προσχεδιασμένα δρομολόγια, με ταχύτητα μέσα μεταφοράς, οργανωμένη διασκέδαση και έλλειψη χρόνου, από την άλλη μεριά, στον εναλλακτικό τουρισμό, συνδυάζεται ο εγχώριος τρόπος ζωής και διασκέδασης με την κουλτούρα και τα βιώματα του τουρίστα έχοντας την δυνατότητα της απόφασης για το που θες να πας τι να δεις και τι να φας. Αυθόρμητα δρομολόγια τοπικά μέσα μεταφοράς και απεριόριστο χρόνο. Στον εναλλακτικό τουρισμό, η οποία πώληση γίνεται ‘από την καρδιά’ στα συνοικιακά, τοπικά καταστήματα ενώ στον μαζικό τουρισμό, τα προϊόντα προς πώληση είναι προκαθορισμένα στα καταστήματα, που βρίσκονται στους χώρους του ξενοδοχειακού συγκροτήματος. Ελεγχόμενος από τους ντόπιους ο εναλλακτικός τουρισμός, ελεγχόμενος από εξωτερικούς παράγοντες ο μαζικός. Αναπτυσσόμενος ο πρώτος, αυξανόμενος ο δεύτερος. Μικρής κλίμακας επένδυσης ο πρώτος, μεγάλης κλίμακας ο δεύτερος. Ενεργητικός ο εναλλακτικός τουρισμός και άρτια συνδεδεμένος με το φυσικό περιβάλλον. Παθητικός ο μαζικός τουρισμός, ο οποίος στοχεύει στο αστικό περιβάλλον.

Ο Fennel (2001) σημειώνει ότι, με τον εναλλακτικό τουρισμό, οι χώρες έχουν την δυνατότητα να απαλλαγούν από εξωτερικούς χρηματοδότες, να αναβαθμίσουν τις υποδομές τους και τις εγκαταστάσεις τους, έτσι ώστε να είναι σε θέση οι ίδιες να αναπτυχθούν θετικά προς όφελος τους, αντί να δίνουν το επιχειρείν, σε ξένους παράγοντες του τουρισμού (Krippendorf, 1982).

Όπως ήδη έχουμε αναφέρει, υπάρχουν αρνητικές συνέπειες στον μαζικό τουρισμό σε ότι έχει να κάνει με το φυσικό περιβάλλον. Στον κοινωνικοοικονομικό τομέα τα θετικά στοιχεία είναι βραχυπρόθεσμα σε σχέση με τον εναλλακτικό τουρισμό και αυτό γιατί ο τουρίστας που θα επιλέξει να πραγματοποιήσει τις διακοπές του, βάση προκαθορισμένου πακέτου διακοπών, δεν είναι σε θέση να διαμορφώσει τον τρόπο διασκέδασης του, γιατί αυτό είναι ήδη προγραμματισμένο από πριν. Άρα εδώ μιλάμε για παθητικό τουρισμό, που δεν μπορεί να εκμεταλλευτεί όλα τα ντόπια προϊόντα, ούτε τα όποια αξιοθέατα μπορεί να διαθέτει η περιοχή που επέλεξε να περάσει τις διακοπές, του όπως λίμνες, ποτάμια, βουνά.

Για το λόγο αυτό παρατηρείται εποχιακή αύξηση στην τουριστική αγορά τους καλοκαιρινούς μήνες, που τα πακέτα είναι πιο δελεαστικά για τον μαζικό τουρισμό (Σπιλάνης, 2000).

Σύμφωνα με τον Butter (1990), συναντάμε λιγότερες αρνητικές συνέπειες στους εναλλακτικούς τουρισμούς, σε ότι αφορά τα κέντρα υποδοχής, χωρίς να μειώνονται τα οικονομικά οφέλη. Υπάρχουν βέβαια και στον εναλλακτικό τουρισμό αρνητικές συνέπειες, που τις βλέπουμε σπάνια, αλλά δεν μπορούμε να μην τις επισημάνουμε, όπως, την ηχορύπανση, την αλλοίωση του οικοσυστήματος και την οικολογική επιβάρυνση, σε περιοχές που δεν υπάρχουν οι σωστές υποδομές από την πολιτεία (Dodds, 2007). Ένα μεγάλο πλήγμα, από τον εναλλακτικό τουρισμό, είναι και η εγκληματικότητα που παρουσιάζεται λόγω των τουριστών που το οικονομικό τους πακέτο μπορεί να είναι μεγαλύτερο ή πιο εύκολα προσβάσιμο για κλοπή. Βέβαια, δεν ξεχνάμε ότι, τα θετικά είναι περισσότερα από τα αρνητικά σε ότι έχει να κάνει με τον εναλλακτικό τουρισμό εφόσον επιτρέπει και με μεγάλη επιτυχία τα τελευταία χρόνια, την εξάπλωση του σε όλους τους μήνες του χρόνου δημιουργώντας ευκαιρίες δράσης, εναλλακτικούς τρόπους διασκέδασης κοντά στη φύση, ενισχύει την οικολογική συνείδηση, δημιουργεί θέσεις εργασίας και τους δώδεκα μήνες του χρόνου και βελτιώνει το βιοτικό επίπεδο των μόνιμων κατοίκων των περιοχών (Σφακιανάκης, 2004).

Με λίγα λόγια, μπορούμε να πούμε πως, αν και στις επιπτώσεις του τουρισμού με οποια μορφή μαζικού ή εναλλακτικού υπάρχουν και οι αρνητικές, τα κράτη εστιάζουν στις θετικές που σαφώς υπερτερούν. Η σωστή επιχειρηματικότητα, η σχετική ενημέρωση και ευαισθητοποίησή των ντόπιων, αλλά και των τουριστών, για το σεβασμό στο φυσικό περιβάλλον και στο κομμάτι της οικολογίας, δημιουργούν αισιόδοξα μηνύματα, που μόνο θετικά αποτελέσματα μπορούν να έχουν, για τον προορισμό (τόπο) αλλά και για τους επισκέπτες.

Ο εναλλακτικός τουρίστας αυτό-προσδιορίζεται ως ταξιδευτής. Ο Cohen (1973,1979), αναφέρει ότι, οι νέοι ταξιδιώτες του περασμένου αιώνα δεν αποδέχονταν τον όρο τουρίστας αλλά «ταξιδιώτης» και «κοσμογυρισμένος», γιατί τους αρέσει να ταξιδεύουν, προς αναζήτηση του αυθεντικού. Ο εναλλακτικός τουρίστας, δεν θέλει να λέγεται πελάτης ή καταναλωτής γιατί διαφέρει από το μοντέλο του μαζικού τουρισμού. Είναι ενεργητικός, γιατί στην διάρκεια του ταξιδιού του αρέσει να εξερευνάει, να βρίσκεται μέσα στην φύση, με σεβασμό στον τόπο. Ο εναλλακτικός τουρίστας στηρίζει την συμπεριφορά του, σε ένα συγκεκριμένο κώδικα, που του υπαγορεύει τη συμμόρφωση, στις αρχές για την προστασία του περιβάλλοντος (Κοκκώσης κ.α., 2011). Αποφύγει τον πολιτισμό, δεν ενδιαφέρεται

ιδιαίτερα για τις ανέσεις, γνωρίζει από πριν για τον προορισμό του και εμπλουτίζει τις γνώσεις του και εν μέσω του ταξιδιού του, ταξιδεύει μόνος του, αλλά και σε ομάδες, μπορεί να παραμείνει σε μια χώρα περισσότερο χρόνο από ότι ο παραδοσιακός τουρίστας, επειδή έχει περισσότερα έσοδα από τον μέσο όρο(Ανδριώτης).

Ας δούμε τώρα ποιες κατηγορίες τουριστών επιλέγουν τις εναλλακτικές μορφές για τις διακοπές τους. Τουρίστας περιπέτειας. Οι άνθρωποι που αναζητούν την περιπέτεια και στις διακοπές τους θέλουν δραστηριότητες ριψοκίνδυνες όπως αναρρίχηση, ελεύθερη πτώση, σκι, bungeejumping και αυτό είναι στις βασικές τους προτεραιότητες. Πολιτιστικός τουρίστας. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν οι άνθρωποι που τους ελκύει η κουλτούρα των άλλων λαών η τέχνη, τα μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς ο πολιτισμός μιας χώρας. Επισκέπτονται χώρες που να έχουν ιστορία και αρχαιολογικούς προορισμούς.

Εco τουρίστας. Εδώ ανήκουν οι φυσιολάτρες, προορισμός τους είναι μέρη με οικολογικέςπροδιαγραφές και τους αρέσει να διαμένουν κοντά στην φύση (σκηνές). Θρησκευτικός τουρίστας. Ταξιδιώτες με θρησκευτικό προορισμό Μέκκα, Ινδία, Βατικανό, Άγιο Όρος. Επαγγελματικός τουρίστας. Οργανώνονται ή από εταιρείες εκπαιδευτικά ταξίδια για τις ανάγκες των επιχειρήσεων ή σε ατομικό επίπεδο προς όφελος του επαγγελματία. Τουρίστας Θέμα υγείας .Αναζητά ιαματικές πηγές που θα του παρέχουν ίαση ή μέρη για χαλάρωση και ηρεμία με κάλο φαγητό και ξεκούραση Μικρούς τόπους εύκολα προσβάσιμους. Ο εναλλακτικός τουρίστας. Γοητεύεται από το νέο παρθένο ή ανεξερεύνητο τοπίο ή προορισμό ένα ιδανικό γαλήνιο και μοναδικό για αυτόν περιβάλλον. Τουρίστας αναψυχής. Σε αυτή την κατηγορία ανήκει το μεγαλύτερο μέρος τουριστών που θέλουν να ανανεωθούν να ξεκουραστούν να απολαύσουν τις διακοπές τους σε ένα μέρος που θα τους παρέχει τις ανέσεις αλλά και την απόλαυση της βόλτας, της παραλίας, της επιλογής στην γεύση και την διασκέδαση. Τουρίστας εξειδικευμένου τουριστικού ενδιαφέροντος. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν οι άνθρωποι που τα ενδιαφέροντα τους επικεντρώνονται σε συγκεκριμένους τομείς όπως μια έκθεση ζωγραφικής ή ένα μέρος με συγκεκριμένο είδος κρασιού ή το πέταγμα των πουλιών ή η αλιεία (<http://www.myvenue.gr>).

Ένα μεγάλο όμως θέμα (κεφάλαιο), για να μπορούν όλα τα παραπάνω να λειτουργούν σωστά προς όφελος της ανθρωπότητάς, είναι να διαφυλάξουμε, να αγκαλιάσουμε και να προστατεύσουμε το περιβάλλον από τις κλιματικές αλλαγές. Αυτό μπορεί να γίνει εφικτό μέσα από την αειφόρο ανάπτυξη.

Ο όρος αειφόρος ανάπτυξη κάνει την εμφάνιση του για πρώτη φορά στη Γερμανία σε βιβλίο σχετικό με τα δάση στις αρχές του 18<sup>ου</sup> αιώνα αλλά έγινε ευρέως γνωστό έναν αιώνα αργότερα με αφορμή την διαχείριση των δασικών εκτάσεων(Ντάφης, 1994).

Στον ελλαδικό χώρο, άρχισε να χρησιμοποιείται λίγο αργότερα ως όρος, συγκεκριμένα την δεκαετία το '70, όπου ξεκινά και η ανάπτυξη της Οικολογίας. Η αειφόρος ανάπτυξη προκύπτει από την μετάφραση του όρου 'sustainabledevelopment' που σημαίνει και «Βιώσιμη ανάπτυξη» (Παπαδημητρίου, 1998).

Ο τουρισμός είναι αλληλένδετα συνδεδεμένος με την αειφόρο ανάπτυξη. Η έννοια της αναφέρεται σε ένα πρότυπο ανάπτυξης που δεν υπονομεύει τις ικανότητες των ανθρώπων του μέλλοντος να ικανοποιούν τις ανάγκες τους αλλά φροντίζει ώστε να βελτιώσει τις συνθήκες της διαβίωσης των ανθρώπων προστατεύοντας όμως το περιβάλλον σε τρία στάδια βραχυπρόθεσμα, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα. Η αειφόρος ανάπτυξη στοχεύει σε τρεις τομείς ανάπτυξης – οικονομική ανάπτυξη, περιβαλλοντικά βιώσιμη ανάπτυξη και αποτελεσματική κοινωνικά δίκαιη. Το Μάιο του 2001 εγκρίθηκε, από την Ε.Ε., στρατηγική υπέρ της αειφόρου ανάπτυξης και αναθεωρήθηκε ξανά το 2005 δίνοντας νέα ώθηση στον συγκεκριμένο τομέα. Το 2002 η Ε.Ε. τής προσέδωσε μια εξωτερική διάσταση. Είναι μεγάλο βήμα το ότι το περιβαλλοντικό ζήτημα ενσωματώθηκε μαζί με άλλες πολιτικές εφαρμογές για την επίτευξη των στόχων της αειφόρου ανάπτυξης. Η αρχή αυτή εγκρίθηκε από την συνθήκη του Μάαστριχτ και την σύνοδο κορυφής που έγινε στο Κάρντιφ το 1988 θεμελίωσε τη δράση σε επίπεδο κοινοτήτων και ενσωμάτωσε το περιβαλλοντικό ζήτημα στα κράτη μέλη της Ε.Ε.

Για να μπορέσουν όμως να προωθηθούν οι ίδιες πρέπει να παρθούν μέτρα κατάλληλα για το περιβάλλον όπως η βελτίωση της διαχείρισης των φυσικών πόρων η καλυτέρευση των κλιματικών αλλαγών οι ρύποι από τις μεταφορές που συνδέονται άμεσα με την υγεία η αντικατάσταση των φυτοφαρμάκων που επηρεάζουν το περιβάλλον(ΕΣΠΑ, 2014-2020).

Όσον αφορά τον τουριστικό κλάδο είναι σε θετική σκέψη να δεχτεί την αειφόρο ανάπτυξη για τους εξής λόγους: Ο τουρισμός συμβάλει στην αναζωογόνηση της πολιτισμικής ταυτότητας ,δίνει οικονομικά κίνητρα για την διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, δεν απαιτεί την κατανάλωση των μη-ανανεώσιμων πηγών ενέργειας εκτός των συγκοινωνιακών μέσων που απαιτούνται για τις μεταφορές ,συμβάλει στην μείωση της ανεργίας γιατί δημιουργεί νέες θέσει εργασίας και προάγει στην φιλία των λαών.

Υπάρχει όμως και μια μερίδα που δεν ανταποκρίνεται θετικά στην μετατροπή του τουρισμού σε αειφόρο για τους εξής λόγους: Αρκετοί ξένοι έχουν επενδύσει σε

ξενοδοχειακές επιχειρήσεις χωρίς να ενδιαφέρονται για το φυσικό περιβάλλον έτσι δύσκολα κατανοούν το για ποιο λόγο να γίνουν οι αλλαγές. Ένας άλλος λόγος είναι ότι προκυμμένον να εξυπηρετηθούν οι πελάτες μπαίνουν σε δεύτερη μοίρα οι ανάγκες των ντόπιων (McKercher, 2003).

Ας δώσουμε ένα παράδειγμα σ αυτό το θέμα. Η κατανάλωση νερού στην χώρα μας είναι περίπου στα 150 λίτρα ανά άτομο την ημέρα. Αυτό όμως παύει να ισχύει την τουριστική περίοδο που τότε φτάνει γύρω στα 400 λίτρα την ημέρα. Τα μέτρα που λαμβάνονται όχι μόνο δεν επαρκούν αλλά και δεν φαίνεται οι αρμόδιες επιχειρήσεις να υιοθετούν τεχνολογίες εξοικονόμησης νερού ούτε οι τουρίστες να ενημερώνονται. Έχουν καταγραφεί τουριστικές μονάδες που μπόρεσαν και μείωσαν 40% την κατανάλωση νερού εισάγοντας ειδικές τάπες στις βρύσες.

Αν χρησιμοποιήσουμε φωτοβολταϊκά θα μειωθεί η κατανάλωσή ενέργειας κατά 30%. Με την μέθοδο της κομποστοποίησης μπορούν να μειωθούν τα σκουπίδια κατά 30% και να παραχθεί φυτόχωμα. Προσπάθειες σαν αυτές συντονισμένες και συλλογικές οδηγούν στον αειφόρο τουρισμό. Ο βουλευτής Χέρμαν Σέερ της γερμανικής βουλής λέει σχετικά για την οικονομία: *«Η οικονομία στηρίζεται σήμερα ανεξέλεγκτα στα εξαντλημένα αποθέματα. Η προσδοκία πως μπορούμε να συνεχίζουμε να ζούμε όπως τώρα είναι αυταπάτη»*. Σε έναν πλανήτη που υποβαθμίζεται από τις κλιματικές αλλαγές και μια οικονομία που κλυδωνίζεται η αειφόρος ανάπτυξη στον τουρισμό είναι ο μόνος δρόμος (Ξένια Ι Λοϊζίδου. Ακτή Κέντρο Μελετών και Έρευνας; [www.akti.org.ey](http://www.akti.org.ey)).

Ας δούμε τώρα πως λειτουργούν όλα τα παραπάνω στον τουρισμό σε μια πόλη της Ελλάδας που μπορεί να συνδυαστεί άνετα βουνό και θάλασσα.

Η Ναύπακτος είναι μια ωραία πόλη, χτισμένη στους πρόποδες της Πίνδου, πάνω σε πυκνότετη πλαγιά από πεύκα. Έχει 18,231 μόνιμους κατοίκους και έρχεται δεύτερη σε πληθυσμό στο νομό της Αιτωλοακαρνανίας.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια άνοδος στον εκσυγχρονισμό και αυτό της δίνει τις δυνατότητες να μπορεί να ικανοποιήσει τις απαιτήσεις όλων των επισκεπτών της εγχώριων και ξένων, ενώ παράλληλά να μπορεί να κρατεί και την πολιτιστική της ταυτότητα. Άλλωστε, δεν είναι τυχαίο που, οι θαυμαστές της, την αποκαλούν «Μύκονο της Στερεάς Ελλάδας». Στην είσοδο της πόλης συναντάμε το παλιό λιμάνι, με τους δυο γραφικούς πυργίσκους, που γοητεύει όσους το επισκέπτονται. Στον ανατολικό πυργίσκο βρίσκεται ο παλιός ναυτικός φάρος και το Φετχίε Τζαμί του 1499. Το Βενετσιάνικο κάστρο της είναι από τα πιο εντυπωσιακά της Ελλάδας και στολίδι της πόλης. Το 1571, η ναυμαχία του Ieranto,

έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην αναχαίτηση της εξάπλωσης του Οθωμανικού στόλου προς την δύση και έμεινε στην ιστορία. Ο ναός του Άγιου Δημητρίου του 11<sup>ου</sup> αιώνα με μεγάλο αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον ένα ακόμα κόσμημα διατηρεί μέχρι και σήμερα την αρμονία της σύνθεσης μέσα από γραμμές, γωνίες και τόξα. Ο Άγιος είναι ο πολιούχος της πόλης τιμάται στις 26 Οκτωβρίου με πολυήμερες εκδηλώσεις και εμποροπανήγυρη. Το ποτάμι της Ναύπακτου με τα ορμητικά νερά του ο Εύηνος ελκύει όσους θέλουν να κάνουν extremesport (καγιάκ, rafting). Φίλοι του kitesurfing υποδέχονται με χαρά όσους νέους επισκέπτες θέλουν να δοκιμάσουν το Watersport. Για να εξυπηρετηθεί ο σκοπός αυτός, υπάρχουν οργανωμένες εγκαταστάσεις. Το δάσος Ρουμπάκια (δρυόδασος) με ύψος 820μ. και εξαιρετική βιοποικιλότητα είναι ιδανικός προορισμός για τους λάτρεις της φύσης. Άλλος ένας κοντινός προορισμός είναι η ορεινή Ναυπακτία με βελανιδιές, έλατα, οξιές, καστανιές συναρπαστικός παράδεισός για όσους προτιμούν την πεζοπορία. Τα γραφικά χωριουδάκια όπως ο Πλάτανος, η Σύμη, η Άνω και Κάτω Χώρα κ.α., μαζεύουν τουρισμό, όλες τις εποχές. Χειμώνα, συναντάς ζευγάρια και οικογένειες, που απολαμβάνουν το χιονισμένο τοπίο, την άνοιξη κάνουν ορειβασία – πεζοπορία, στα καταπράσινα βουνά και το καλοκαίρι, στιγμές χαλάρωσης.

Η πόλη της Ναύπακτου διαθέτει, υπέροχες παραλίες. Εκτός από τις κοντινές, όπως την Ψανή και τον Γρίμποβο, που βρίσκονται στα δεξιά και αριστερά της, έχει και γύρω της, σε ζώνες. Δυτικά της πόλης, έχει τις παραλίες Ναύπακτου – Αντιρρίου, Χαλκεία και ανατολικά τις παραλίες, Ευπαλίου, Τολοφώνας. Προς Φωκίδα, πιο έξω από την πόλη, οι παραλίες Μοναστηράκι, Χιλιαδού, Σκάλωμα, Μαραθιάς, Σέργουλα και στα 30 χιλιόμετρα από την Ναύπακτο, μπορεί ο επισκέπτης να πάρει, αν θέλει, το караβάκι, για να πάει στο μαγευτικό νησάκι της Τριζονιάς, ένα καταπράσινο, μικρό, νησί, επίγειος παράδεισος. Εκτός από το κολύμπι ο τουρίστας θα βρει και άλλα θαλάσσια σπορ όπως θαλάσσιο σκι, ιστιοσανίδα ή σκάφος, αν θέλει να διασχίσει τον Κορινθιακό Κόλπο που, οφείλουμε να πούμε, ότι βραβεύεται κάθε χρόνο με δυο γαλάζιες σημαίες. Ο επισκέπτης θα βρει ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, σαλέ, όπως είναι φυσικό, όχι μόνο για το καλοκαίρι, αλλά και για τον χειμώνα, λόγω του ότι, στην Ναύπακτο, η προσέλευση των τουριστών πραγματοποιείται και τους δώδεκα μήνες του χρόνου. Θα βρει επίσης, πληθώρα ταβερνάκια και ουζερί για γαστρονομικές απολαύσεις και τσιπουρομεζέδες με θαλασσινά εδέσματα.

Πλούσια και έντονη είναι και η διασκέδαση στην πόλη με πολλά νυχτερινά μαγαζιά και μπαράκια. Επίσης η πολιτιστική δραστηριότητά με αθλητικές εκδηλώσεις, θεατρικές παραστάσεις που συμμετέχουν καλλιτέχνες, με μουσικές βραδιές στο κάστρο της πόλης

,στον Πύργο του Μπότσαρη ένα αρχοντικό που χρονολογείται τον 15<sup>ο</sup> αιώνα και φυσικά στο γραφικό λιμάνι. Το κλίμα είναι εύκρατο μεσογειακό με ήπιο χειμώνα και δροσερό καλοκαίρι με μεγάλη ηλιοφάνεια (GREEKTRAVELPAGES) (diakopes.gr).

Στο σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμο να αναφερθούν κάποια βασικά θέματα τα οποία σχετίζονται με την αθλητική αναψυχή, καθώς αυτή αποτελεί μία βασική μορφή του εναλλακτικού τουρισμού και έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια.

Αναλυτικά, ο αθλητισμός ορίζεται ως την ενασχόληση των ανθρώπων με δραστηριότητες οι οποίες περιλαμβάνουν κάποιου είδους σωματική προσπάθεια. Συνεπώς στον αθλητισμό αναψυχής δεν περιλαμβάνονται παιχνίδια όπως για παράδειγμα το σκάκι, καθώς να μην απαιτείται πνευματική προσπάθεια, δεν απαιτείται όμως κάποια ιδιαίτερη φυσική προσπάθεια. Διάφορα αθλήματα όπως είναι τα Ολυμπιακά αθλήματα, προτιμώνται από τους αθλητές καθαρά για θέματα διάκρισης και για αγωνιστικούς λόγους, ωστόσο μετατρέπονται και σε αθλήματα αναψυχής ή σε χόμπι για την διατήρηση μίας καλής φυσικής κατάστασης. Η αναψυχή περιλαμβάνει τόσο πνευματική όσο και φυσική ξεκούραση, με τον τουρισμό να εμπεριέχει την συγκεκριμένη έννοια και να σχετίζεται με την ευχαρίστηση που απολαμβάνει ο εκάστοτε τουρίστας από την τουριστική δραστηριότητα. Ο αθλητισμός αναψυχής αφορά την προσωπική ικανοποίηση, ενώ παράλληλα σχετίζεται και με την μετακίνηση στον προορισμό στον οποίο θα ενασχοληθεί κάποιος με την εν λόγω δραστηριότητα.

Επιπλέον, ο αθλητισμός αναψυχής αναφέρεται και στις ζητούμενες για το άθλημα εγκαταστάσεις, ενώ διακρίνονται τρεις κατηγορίες μέσω αυτού του θέματος. Συγκεκριμένα, ο αθλητισμός αναψυχής ο οποίος απαιτεί σημαντικές εγκαταστάσεις, όπως για παράδειγμα το χειμερινό σκι. Ο αθλητισμός αναψυχής που απαιτεί λίγες εγκαταστάσεις, όπως για παράδειγμα η τοξοβολία και αυτός που δεν απαιτεί καθόλου εγκαταστάσεις, όπως είναι για παράδειγμα το ψάρεμα και η πεζοπορία. Υπάρχει ο αθλητισμός αναψυχής ο οποίος πραγματοποιείται με εύκολο ή σχετικά εύκολο μετακινούμενο εξοπλισμό, όπως είναι για παράδειγμα το ποδήλατο βουνού και αυτός που απαιτεί ειδική μέριμνα, όπως είναι για παράδειγμα η ιστιοπλοΐα (Κυπραίος, 2017).

Οι έννοιες του αθλητισμού και του τουρισμού συνδέονται στενά μεταξύ τους, ενώ η παράλληλη προβολή τους είναι δυνατόν να επιφέρει πληθώρα θετικών στοιχείων τόσο σε ατομικό επίπεδο, όσο και σε συλλογικό επίπεδο ως χώρα. Τα πλεονεκτήματα είναι δίπλευρα, καθώς παρατηρούνται ευεργετικά στοιχεία για την κοινωνική υγεία, τονώνεται η ενασχόληση με τα αθλήματα κ.λπ., ενώ παράλληλα συμπληρώνεται το τουριστικό προϊόν



από την τάση των ανθρώπων να ασχολούνται με τα αθλήματα, κάτι το οποίο μπορεί να ενδυναμώσει την προώθηση των τουριστικών προορισμών και να προσεγγίσει επισκέπτες.

Η συμμετοχή των ανθρώπων στην αθλητική αναψυχή είναι μία ψυχολογική διαδικασία κατά την οποία διεγείρεται, κατευθύνεται, δεσμεύεται και διατηρείται μία συμπεριφορά. Η φύση του αθλήματος, τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας, το περιβάλλον που πραγματοποιείται η αθλητική δραστηριότητα, η ύπαρξη της πρόσκλησης, της περιπέτειας του ρίσκου, της αδρεναλίνης κ.λπ. είναι κάποιοι από τους παράγοντες οι οποίοι καθορίζουν την υποκίνηση. Τα κίνητρα είναι προσωπικά και ατομικά, ενώ αναφέρονται στους λόγους που ωθούν κάποιον να συμπεριφέρεται με συγκεκριμένο τρόπο. Συνεπώς, τα κίνητρα χαρακτηρίζονται από πολυπλοκότητα, καθώς και από μεγάλο εύρος. Η απλή ευχαρίστηση και η χαλάρωση μέχρι τον ενθουσιασμό, η συγκίνηση και η έντονη αδρεναλίνη, η ανάληψη κινδύνου και η υπερνίκηση του φόβου, αποτελούν μερικά από τα κίνητρα των ανθρώπων οι οποίοι προτιμούν τις διάφορες δραστηριότητες ήπιας και ακραίας αθλητικής αναψυχής.

Είναι γεγονός ότι η ήπια αθλητική αναψυχή συντελεί θετικά στην απόδραση από την μονοτονία και την ρουτίνα, στην αποφυγή πλήξης, στη σωματική δραστηριοποίηση, τη χαλάρωση, ενώ παράλληλα προωθεί την κοινωνική αλληλεπίδραση και βοηθά τον άνθρωπο να διαχειριστεί τα στρεσογόνα συναισθήματα. Η ήπια αθλητική αναψυχή συνδέεται στενά με την αναζήτηση νέων ευχάριστων εμπειριών. Ιδιαίτερα στα αθλήματα ήπιας περιπέτειας, η συμμετοχή για ευχαρίστηση, χαρά και απόλαυση, αποτελούν σημαντικά χαρακτηριστικά της εσωτερικής υποκινούμενης συμπεριφοράς. Όσον αφορά τα αθλήματα ακραίας περιπέτειας, η βίωση έντονων συγκινήσεων και η αδρεναλίνη αποτελούν τα κυριότερα κίνητρα για τους συμμετέχοντες. Στα αθλήματα αυτά ικανοποιείται η ανάγκη των ανθρώπων να ζουν στα όρια, ενώ παράλληλα γίνεται μία προσπάθεια από αυτούς να ανακαλύψουν τα προσωπικά τους όρια και να τα ξεπεράσουν. Η ανάληψη κινδύνου συντελεί θετικά στην ανάπτυξη τεχνικών αντιμετώπισης του φόβου, της διαχείρισης των στρεσογόνων καταστάσεων, της αίσθησης ολοκλήρωσης, καθώς και αποτελεσματικής αντιμετώπισης των νέων προκλήσεων «αγγίζοντας τα όρια». Συνεπώς, το ρίσκο αποτελεί το κύριο κίνητρο για την συμμετοχή κάποιου στα ακραία αθλήματα (Κυπραίος, 2017).

Οι υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής διαφέρουν ουσιαστικά στο σύστημα αξιών τους συγκριτικά με αυτό της αστικής ζωής. Η περιβαλλοντική ευαισθησία, η προσήλωση στον οικολογικό ιδεαλισμό και την πράσινη κουλτούρα, καθορίζουν τις δραστηριότητες αυτές. Τα κίνητρα για την συμμετοχή των ατόμων στην αθλητική αναψυχή είναι η αίσθηση

της φυσικής ομορφιάς, η απόλαυση της υπαίθρου, η ηρεμία, η βίωση νέων εμπειριών στο φυσικό περιβάλλον, τα βιώματα στην ανεξερεύνητη φύση, καθώς και η διαφυγή από τα αστικά κέντρα. Συγκεκριμένα, όσον αφορά την συμμετοχή των ατόμων σε δραστηριότητες rafting, έχει διαπιστωθεί βάση ερευνών ότι τα κίνητρά τους είναι ο τόπος προορισμού, η απόδραση στη φύση και η επιθυμία για απόκτηση εμπειριών σε αυτήν, καθώς και η επιθυμία συνύπαρξης με άλλα άτομα στο φυσικό περιβάλλον. Όλα αυτά οδηγούν στο συμπέρασμα ότι υπάρχει ένα συναισθηματικό δέσιμο των ατόμων με την τοποθεσία. Εδώ έρχεται η έννοια της προσκόλλησης με την τοποθεσία, δηλαδή το συναισθηματικό δέσιμο του ατόμου με τον συγκεκριμένο τόπο, το οποίο καθορίζεται τόσο από τα συναισθήματα κάποιου για τον προορισμό, όσο και από τα λειτουργικά χαρακτηριστικά του προορισμού.

Υπάρχουν δύο διαστάσεις της εν λόγω έννοιας, η ταύτιση με τον προορισμό και η εξάρτηση από τον προορισμό. Η πρώτη αφορά στον βαθμό με τον οποίο ο προορισμός αναψυχής αποκτά μία δυνατή συναισθηματική και συμβολική αξία για το άτομο, κατά την οποία οι πεποιθήσεις, οι αντιλήψεις, οι αξίες και τα πιστεύω κάποιου ταυτίζονται με τον συγκεκριμένο τόπο. Η δεύτερη αφορά στη λειτουργική σημασία που αποκτά ο τόπος προορισμού για κάποιον. Οι χιονοδρομικές πλαγιές, τα αναρριχητικά πεδία, τα ορμητικά νερά των ποταμών κ.λπ., δηλαδή τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά μίας τοποθεσίας, έχουν υψηλή αξία για κάποιον, τόσο σημαντική που τον αποτρέπουν να μεταβεί σε κάποιον διαφορετικό προορισμό. Οι δραστηριότητες της αθλητικής αναψυχής συνδέονται στενά τόσο με την ταύτιση στον προορισμό, όσο και με την εξάρτηση από τον προορισμό, καθώς υπάρχει συσχέτιση με την πρόθεση του αθλητικού καταναλωτή να επισκεφτεί ξανά τον ίδιο προορισμό προκειμένου να επαναλάβει τις συγκεκριμένες δραστηριότητες. Η προσκόλληση είναι δυνατόν να μετρηθεί με πληθώρα οργάνων και ερωτηματολογίων. Ωστόσο, το πλέον δημοφιλές είναι το ερωτηματολόγιο των Kyle, Graefe, Manning & Bacon (2004). Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο αποτιμά την προσκόλληση με την βοήθεια των δύο παραπάνω διαστάσεων (Κυπραίος, 2017).

Τα χαρακτηριστικά των ατόμων τα οποία τους ωθούν στο να συμμετέχουν είτε στην ήπια είτε στην ακραία αθλητική αναψυχή είναι συγκεκριμένα. Η εξωστρέφεια, η δεκτικότητα σε νέες εμπειρίες, η συναισθηματική σταθερότητα και η συμμόρφωση με κοινωνικές νόρμες, είναι τα χαρακτηριστικά εκείνα που έχουν όσοι συνηθίζουν να εμπλέκονται σε δραστηριότητες υψηλού ρίσκου. Ως εξωστρέφεια νοείται η τάση για κοινωνικές επαφές, αξιολόγησης της διαπροσωπικής αλληλεπίδρασης, του προσανατολισμού στη δράση και του βαθμού της ενεργητικότητας. Η δεκτικότητα σε νέες εμπειρίες αφορά στην πνευματική

διαθεσιμότητα, καθώς και στην άντληση ευχαρίστησης από νέες εμπειρίες και ιδέες. Η συναισθηματική σταθερότητα αφορά στη συναισθηματική ισορροπία, την ηρεμία, καθώς και στην έλλειψη στρεσογόνων συναισθημάτων. Σε γενικές γραμμές, όσοι συμμετέχουν είτε στην ήπια είτε στην ακραία αθλητική αναψυχή είναι κοινωνικοί, ανήσυχοι, διεκδικητικοί, δραστήριοι, με έντονο συναίσθημα αποφυγής της πλήξης, της ανίας και της μονοτονίας. Διαθέτουν αυξημένη την ανάγκη για δράση, ανάληψη κινδύνου, ύπαρξης αδρεναλίνης, καθώς και έντονης επιθυμίας για δραπέτευση από την ρουτίνα της καθημερινής ζωής.

Προκειμένου να διερευνηθούν τα κίνητρα τα οποία ωθούν τους ανθρώπους να συμμετέχουν σε ήπια και ακραία αθλήματα αναψυχής έχουν διαμορφωθεί πληθώρα οργάνων τα οποία στοχεύουν στην αποσαφήνιση των λόγων εμπλοκής τους στα αθλήματα περιπέτειας, καθώς και στην γενικότερη μελέτη της αναψυχικής του συμπεριφοράς. Αναλυτικά, η κλίμακα αναζήτησης διέγερσης συναισθημάτων του Zuckerman(1994) διερευνά την προδιάθεση κάποιου να αναλαμβάνει ρίσκο σε δράσεις της ζωής του, μέσα από την μελέτη των ψυχολογικών χαρακτηριστικών όσων εμπλέκονται σε ακραία αθλήματα. Η κλίμακα αυτή περιέχει τέσσερις υπό-κλίμακες οι οποίες δημιουργούνται με την κατάλληλη ταξινόμηση των σαράντα θεμάτων της. Συγκεκριμένα, είναι η αναζήτηση διέγερσης και περιπέτειας η οποία αποδίδει την επιθυμία κάποιου για εμπλοκή στις δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής οι οποίες περιλαμβάνουν την πρόκληση, την διέγερση, το ρίσκο και την περιπέτεια. Η αναζήτηση νέων εμπειριών η οποία αφορά στην έλξη που αισθάνεται κάποιος να βιώσει νέες εμπειρίες, αλλά και στην τάση του να λαμβάνει ευχαρίστηση και απόλαυση από τις νέες δραστηριότητες, είτε αυτές είναι ήπιας είτε ακραίας αθλητικής αναψυχής. Η μη αναστολή διερευνά την τάση κάποιου να έχει εξωστρεφή συμπεριφορά, να αξιολογεί τον προσανατολισμό στη δράση, καθώς και τον βαθμό της ενεργητικότητάς του. Η τέταρτη υπό-κλίμακα είναι η αποφυγή της ανίας η οποία και αξιολογεί την αποστροφή και την απέχθεια κάποιου να βιώνει τις ίδιες επαναλαμβανόμενες εμπειρίες, ενώ παράλληλα αξιολογεί την αναζήτηση πρόκλησης και περιπέτειας (Κυπραίος, 2017).

Η κλίμακα μέτρησης ανάμειξης των McQuarrie&Munson (1987), αναφέρεται στην προσωπική σύνδεση κάποιου με την δραστηριότητα η οποία έχει ως βάση τις ανάγκες, τις αξίες και τα ενδιαφέροντά του. Η κλίμακα αυτή περιέχει δύο διαστάσεις, τη σημαντικότητα και την ευχαρίστηση, με την πρώτη να αφορά το γνωστικό επίπεδο και την δεύτερη το συναισθηματικό. Ωστόσο, υπάρχουν αντιθέσεις όσον αφορά την πληρότητα περιγραφής όλων των παραγόντων που ωθούν κάποιον να εμπλακεί σε μία δραστηριότητα, των δύο

αυτών μόνο διαστάσεων της κλίμακας, καθώς υπάρχουν ερευνητές οι οποίοι θεωρούν ότι είναι λίγες οι δύο διαστάσεις.

Οι Laurent&Kapferer(1985) δημιούργησαν την πολυδιάστατη κλίμακα μέτρησης προφίλ ανάμειξης η οποία διαμορφώνεται από πέντε παράγοντες που περιέχουν τη σημαντικότητα του προϊόντος, τη σημαντικότητα του κινδύνου, την πιθανότητα του κινδύνου, το σήμα και την ευχαρίστηση. Αναλυτικά, ο πρώτος παράγοντας αφορά στον βαθμό σημαντικότητας για την δραστηριότητα και ο οποίος αποδίδεται από τον συμμετέχοντα, ο δεύτερος αποδίδει τον βαθμό που ο συμμετέχοντας αντιλαμβάνεται τον κίνδυνο, ενώ ο τρίτος αφορά στην πιθανότητα να κάνει λάθος επιλογή, καθώς και στο ενδεχόμενο να εμφανιστεί ο κίνδυνος. Όσον αφορά τον τέταρτο παράγοντα αποτιμάται η αξία που αποδίδεται στο προϊόν από τον καταναλωτή και ο πέμπτος και τελευταίος παράγοντας αφορά στην ευχαρίστηση που λαμβάνει ο συμμετέχοντας από την συμμετοχή του στην δραστηριότητα. Οι McIntyre&Pigram(1992) μετέτρεψαν την εν λόγω κλίμακα προκειμένου να αποτυπώνει καλύτερα τα κίνητρα στην αθλητική αναψυχή, δημιουργώντας ένα μοντέλο με τρεις διαστάσεις, την ελκυστικότητα, την αυτό-έκφραση και την κεντρικότητα. Η έλξη που προκαλεί η ίδια η δραστηριότητα και η ευχαρίστηση που λαμβάνει κάποιος κατά την συμμετοχή του σε αυτήν, αναφέρεται στην διάσταση ελκυστικότητα. Η εικόνα που επιθυμεί να προβάλλει κάποιος στο κοινωνικό σύνολο, ενώ συμμετέχει στην δραστηριότητα αυτή, αναφέρεται στην αυτό-έκφραση. Η τρίτη και τελευταία διάσταση, αυτή της κεντρικότητας, σχετίζεται με την αξία, τη σημαντικότητα και τον ρόλο της δραστηριότητας για το άτομο που συμμετέχει σε αυτήν.

Η κλίμακα προτίμησης με βάση την αναψυχική εμπειρία των Manfreda, Driver&Tarrant (1996) είναι ένα πολυδιάστατο, πολυεπίπεδο και πολυπαραγοντικό μοντέλο το οποίο διαμορφώνεται μέσω δεκαεννέα κατηγοριών κινήτρων. Ορισμένες από τις κατηγορίες αυτές περιλαμβάνουν και υπό-κατηγορίες. Οι κύριες κατηγορίες είναι η επίτευξη – ώθηση, η αυτονομία – ηγεσία, η ανάληψη κινδύνου, ο εξοπλισμός, η συνεύρεση με την οικογένεια, οι άνθρωποι με τα ίδια ενδιαφέροντα, η γνωριμία με νέους ανθρώπους, η μάθηση, η απόλαυση της φύσης, η ενδοσκόπηση – αυτοέλεγχος, η δημιουργικότητα, η νοσταλγία, η εξάσκηση, η ξεκούραση – χαλάρωση, η απόδραση από τις προσωπικές κοινωνικές πιέσεις, η απόδραση από την σωματική πίεση, η κοινωνική ασφάλεια, η εκπαίδευση των άλλων και η μείωση του κινδύνου (Κυπραίος, 2017).

Δεδομένου της στενής σχέσης ανάμεσα στα αθλήματα ήπιας και ακραίας αναψυχής με τον τουρισμό, κρίνεται σκόπιμη η σύμπραξη του αθλητισμού με τον τουρισμό. Αυτό

μπορεί να επιτευχθεί μέσω των αθλητικών σωματείων και συγκεκριμένα της προσφοράς κινητικών προγραμμάτων αναψυχής. Σημαντικό είναι να γίνει σωστή επιλογή των αθλημάτων εκείνων που προσφέρονται για τον σκοπό αυτό. Μερικά παραδείγματα είναι η ορειβασία, η αναρρίχηση, η χιονοδρομία, το κανόε καγιάκ, η ιστιοπλοΐα, η ιππασία, η παγοδρομία, η ορεινή ποδηλασία, το τουριστικό θαλάσσιο σκι κ.λπ. Σημαντικό είναι, ωστόσο, και η διερεύνηση της βούλησης των ομοσπονδιών να παρέχουν έναντι αμοιβής τέτοιου είδους υπηρεσίες, διασφαλίζοντας ότι δεν στρεβλώνονται με τον τρόπο αυτό οι όροι του ανταγωνισμού, ενώ παράλληλα δεν θα επηρεαστεί ο αθλητικός σκοπός του σωματείου ή αθλητική του αναγνώριση. Στη συνέχεια κρίνεται αναγκαίο να διασφαλιστεί ότι οι παροχές αυτές οι οποίες απευθύνονται στον καταναλωτή ο οποίος δεν είναι αθλητής, συμβαδίζουν με την αθλητική τουριστική νομοθεσία. Σε διαφορετική περίπτωση θα πρέπει να εξεταστεί το ενδεχόμενο νομοθετικών ρυθμίσεων και αλλαγών.

Επιπλέον, κρίνεται σκόπιμο να εξεταστεί η πιθανότητα ένταξης της συγκεκριμένης παροχής στα πλαίσια του Οργανισμού Μαζικού Αθλητισμού, δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στην φορολογική αντιμετώπιση των συγκεκριμένων ψυχαγωγικών υπηρεσιών και στα θέματα που αναφέρονται σε αδικήματα του αθέμιτου ανταγωνισμού. Παράλληλα, θα πρέπει να διερευνηθεί το νομικό καθεστώς ειδικών αθλητικών εργασιακών σχέσεων ανάμεσα στους προστιθέμενους παράγοντες και του αθλητικού σωματείου το οποίο θα είναι ο πάροχος των υπηρεσιών αυτών, καθώς και στον παραλήπτη, δηλαδή τον καταναλωτή. Ως προστιθέμενοι παράγοντες νοούνται για παράδειγμα οι εκπαιδευτές, οι συνοδοί, οι οδηγοί βουνού ή ειδικής λέμβου, οι κυβερνήτες κ.λπ.

Ο αθλητικός τουρισμός έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα τα τελευταία 10 – 15 έτη όπου και το διεθνές ενδιαφέρον έχει αυξηθεί σημαντικά, με την τηλεοπτική κάλυψη να συμβάλλει προς την κατεύθυνση αυτή. Επιπλέον παράγοντες είναι η μείωση του κόστους των ταξιδιών, καθώς και η ευκολία διενέργειάς τους, η πληθώρα μέσων μετακίνησης, η διάθεση χρόνου για αναψυχή κ.λπ. Οι διάφορες αθλητικές δραστηριότητες αποτελούν το έναυσμα για τουριστική μετακίνηση στην Ελλάδα και το εξωτερικό, όπως επίσης και η παρακολούθηση αυτών, ενώ παράλληλα βοηθούν την φυσική κατάσταση των ανθρώπων και στη συνέχεια την πνευματική τους διαύγεια. Ο ορισμός του αθλητικού τουρισμού είναι ο εξής: «ο αθλητικός τουρισμός περιλαμβάνει ταξίδια για να συμμετάσχουν σε μία παθητική, για παράδειγμα αθλητικές εκδηλώσεις και αθλητικά μουσεία, ή ενεργή αθλητική δραστηριότητα διακοπών, για παράδειγμα καταδύσεις, ποδηλασία και γκολφ, και μπορεί να αφορά περιπτώσεις όπου είτε ο

αθλητισμός ή ο τουρισμός είναι η κυρίαρχη δραστηριότητα ή λόγος για το ταξίδι» (Κυπραίος, 2017).

Οι τουρίστες πλέον έχουν συγκεκριμένες απαιτήσεις από τον τουριστικό προορισμό που θα επιλέξουν. Συνήθως αυτά τα οποία θα προσελκύσουν έναν τουρίστα σε έναν προορισμό είναι τοπικά και δεν προσφέρονται στον μόνιμο τόπο διανομής του. Επιπλέον, ο σύγχρονος τουρίστας επιθυμεί να αποκτήσει νέες εμπειρίες οι οποίες θα είναι συμβατές με τα δικά του προσωπικά ενδιαφέροντα και χόμπι. Εδώ έρχεται η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, κατά τον οποίο πραγματοποιείται η ανάπτυξη των ειδικών ενδιαφερόντων των τουριστών. Ωστόσο, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, η άνθιση του εναλλακτικού τουρισμού δεν σηματοδοτεί την παύση ύπαρξης του μαζικού τουρισμού ο οποίος στηρίζει οικονομικά πολλούς τουριστικούς προορισμούς και οι εγκαταστάσεις του οποίου συντέλεσαν θετικά στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού.

Όσον αφορά τον αθλητικό τουρισμό, οι κύριες μορφές του είναι οι διοργανώσεις πρωταθλητικών και αθλητικών συναντήσεων – γεγονότων επαναλαμβανόμενων ή μη, η προπονητική αθλητική δραστηριότητα η οποία είναι βασισμένη σε σύγχρονα προπονητικά κέντρα, η θέαση αθλητικών γεγονότων – μουσεία αθλητισμού, η ενασχόληση – συμμετοχή σε άθλημα και σε άλλα σπορ που βρίσκουν οι τουρίστες στον προορισμό και η εκπαίδευση στο άθλημα για ατομική ευχαρίστηση – αναψυχή. Στην Ελλάδα το έναυσμα για την ανάπτυξη της αθλητικής αναψυχής δόθηκε μετά την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων, καθώς διαπιστώθηκε ότι μία αθλητική διοργάνωση είναι ικανή να επιδράσει κοινωνικά, οικονομικά, αλλά και επικοινωνιακά. Πλέον οι στρατηγικές των κυβερνήσεων στρέφονται προς την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού και συνεπώς της αθλητικής αναψυχής, καθώς αυτή αποτελεί μέρος του. Το τουριστικό προϊόν περιλαμβάνει τις διάφορες δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής, με το μότο «τουρισμός και σπορ» να κυριαρχεί στην προώθηση των διάφορων τουριστικών πακέτων. Ο φυσικός πλούτος της χώρας μας σε συνδυασμό με τις ανεπτυγμένες τουριστικές εγκαταστάσεις λειτουργούν ως πλεονέκτημα προώθησης του αθλητικού τουρισμού. Επιπλέον, το κλίμα της χώρας είναι ένας παράγοντας που βοηθά προς αυτήν την κατεύθυνση.

Στόχος είναι η αξιοποίηση των φυσικών χαρακτηριστικών των τουριστικών προορισμών, η επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν, καθώς και η ενεργοποίηση των επαγγελματιών του τουριστικού κλάδου. Το ενδιαφέρον εστιάζεται προς την ανάδειξη του αθλητικού τουρισμού με σκοπό να ενισχυθούν κυρίως οι παράκτιες περιοχές, αλλά και η ανάδειξη των τοπικών χαρακτηριστικών των τουριστικών προορισμών. Φυσικά η προβολή

και η διαφήμιση θα βοηθήσουν σημαντικά στην προσέλκυση των επισκεπτών, όπως και η συνεργασία με αθλητικές οργανώσεις με στόχο την διενέργεια αθλητικών διοργανώσεων. Τέλος, θα πρέπει να υπάρχει συνεργασία και να αξιολογούνται μέσω κατάλληλων ερευνών οι όποιες προσπάθειες με απώτερο σκοπό την επίτευξη των τιθέμενων στόχων (Κυπραίος, 2017).

## ΜΕΘΟΔΟΣ

### *Δείγμα*

Το δείγμα της παρούσας εργασίας ήταν συνολικά 81 άτομα, εκ των οποίων ένα υψηλό ποσοστό και ίσο με 72.8% κατοικούσαν στη Ναύπακτο ή είχαν επισκεφτεί πρόσφατα την Περιοχή για τουρισμό. Οι υπόλοιποι είχαν επισκεφτεί την Ναύπακτο παλαιότερα. Συνεπώς το συνολικό δείγμα μπορούσε να εκφέρει γνώμη για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην περιοχή της Ναυπάκτου, καθώς είτε ήταν κάτοικοι τη περιοχής, είτε την είχαν επισκεφτεί για αυτόν ακριβώς το σκοπό, δηλαδή για να κάνουν τουρισμό.

Αναλυτικά, στο σύνολο των 81 ερωτηθέντων η πλειοψηφία ήταν γυναίκες (63%), ενώ οι περισσότεροι ανήκαν στην ηλικιακή ομάδα από 18 έως 40 ετών (74.1%). Οι μισοί και λίγο παραπάνω ήταν απόφοιτοι Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης (50.6%), ενώ ένα αξιόλογο ποσοστό ατόμων κατείχαν κάποιον Μεταπτυχιακό ή Διδακτορικό Τίτλο σπουδών (17.3%). Επιπλέον, να μεν οι περισσότεροι ήταν ιδιωτικοί υπάλληλοι (38.3%), αλλά και οι άνεργοι βρίσκονταν σε υψηλό ποσοστό (21%).

### *Μέσα συλλογής δεδομένων*

Η παρούσα έρευνα ήταν ποσοτική και διενεργήθηκε με τη χρήση ερωτηματολογίου ειδικά διαμορφωμένου από την ερευνήτρια. Το ερωτηματολόγιο, το οποίο και αποτελεί προϊόν βιβλιογραφικής ανασκόπησης προηγούμενων παρόμοιων μελετών, αποτελείται από τρία μέρη συνολικά. Στο πρώτο μέρος οι ερωτώμενοι καλέστηκαν να συμπληρώσουν κάποια δημογραφικά τους χαρακτηριστικά. Συγκριμένα το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό τους επίπεδο και την εργασιακή τους κατάσταση. Στο δεύτερο μέρος οι ερωτώμενοι καλέστηκαν να σημειώσουν τις απόψεις τους αναφορικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού στη Ναύπακτο, τα οφέλη τους, ποιες μορφές γνωρίζουν ότι προσφέρονται στη Ναύπακτο κ.λπ. Στο τρίτο και τελευταίο μέρος καλέστηκαν να αναφέρουν την γνώμη τους σχετικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού σε σύγκριση με τον μαζικό τουρισμό.

Όλες οι ερωτήσεις ήταν κλειστού τύπου, ενώ σε ορισμένες ερωτήσεις οι απαντήσεις δίνονταν μέσω μιας 5-βαθμης κλίμακας τύπου Likert. Στην ενότητα με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά υπήρχαν 5 συνολικά ερωτήσεις. Οι πρώτες 4 αφορούσαν το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό τους επίπεδο και την εργασιακή κατάσταση των συμμετεχόντων, ενώ η τελευταία διερευνούσε εάν ήταν μόνιμοι κάτοικοι της Ναυπάκτου ή την είχαν επισκεφτεί πρόσφατα. Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου περιλάμβανε 11 ερωτήσεις συνολικά κλειστού τύπου, με τις 5 από αυτές να απαντώνται μέσω μιας 5-βαθμης κλίμακας



τύπου Likert. Το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου περιλάμβανε 3 ερωτήσεις κλειστού τύπου οι οποίες αφορούσαν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού στη Ναύπακτο.

#### ***Διαδικασία συλλογής δεδομένων***

Η διανομή των ερωτηματολογίων έγινε ηλεκτρονικά και μέσω της ηλεκτρονικής φόρμας GoogleForms. Μέσω της ίδιας φόρμας συλλέχθηκαν οι απαντήσεις οι οποίες στη συνέχεια συγκεντρώθηκαν σε ένα αρχείο excel. Μοιράστηκαν 90 ερωτηματολόγια συνολικά και απαντήθηκαν τα 81 από αυτά.

#### ***Στατιστική ανάλυση***

Προκειμένου να δοθούν οι απόψεις του δείγματος αναφορικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, δίνονται οι συχνότητες των απαντήσεων σε κάθε μία ερώτηση του ερωτηματολογίου, ενώ για τα δημογραφικά χαρακτηριστικά δίνονται και τα αντίστοιχα διαγράμματα πίτας ή ραβδογράμματα. Σε μία ερώτηση δόθηκαν και τα περιγραφικά μέτρα για την καλύτερη ερμηνεία των αποτελεσμάτων.

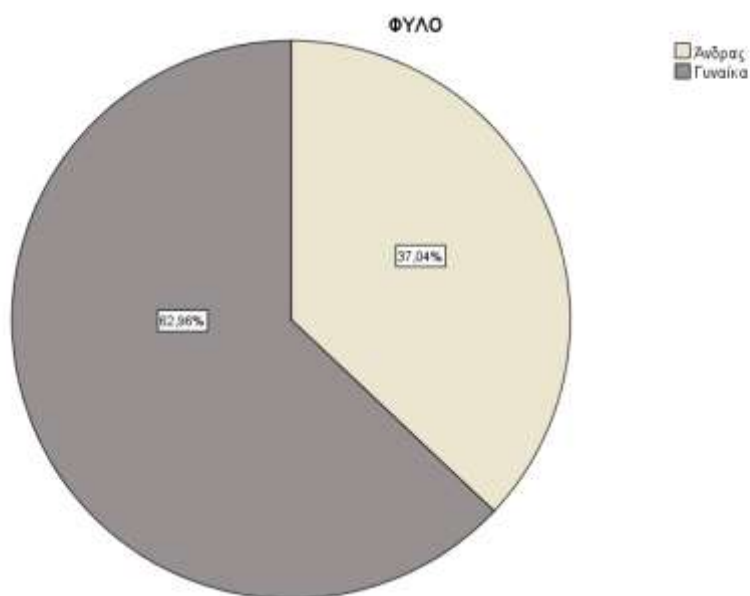
## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Από το σύνολο των 81 ερωτηθέντων, το 63% το αποτελούσαν γυναίκες.

Πίνακας 1: Κατανομή δείγματος σύμφωνα με το φύλο

Φύλο	n	%
Άνδρας	30	37.0
Γυναίκα	51	63.0

Σημείωση: N = 81



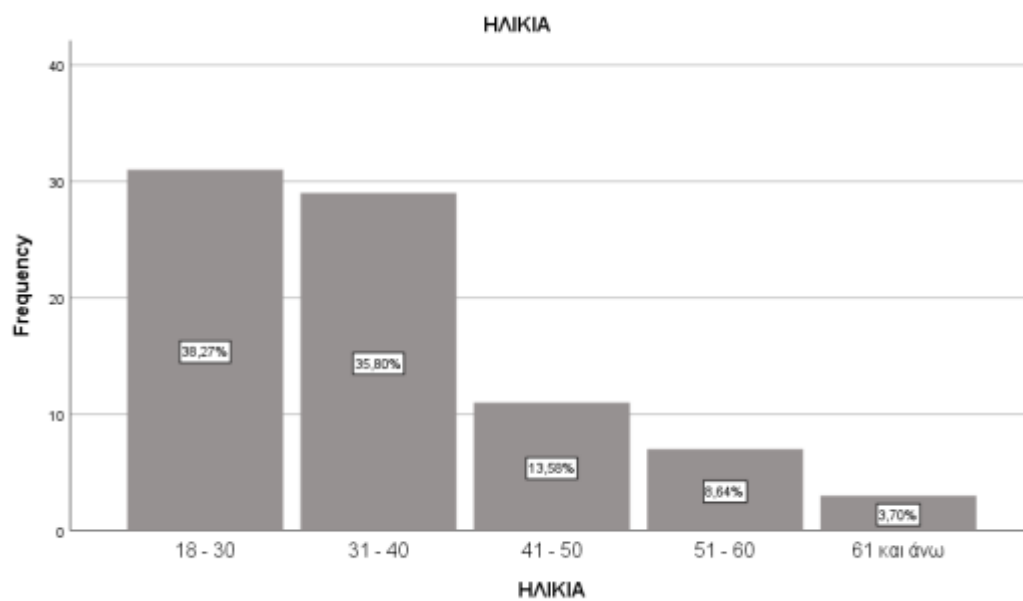
Σχήμα 1: Διάγραμμα πίτας για το φύλο

Το 38.3% των ατόμων ανήκαν στην ηλικιακή ομάδα από 18 έως 30 ετών, ενώ το 35.8% των ατόμων ανήκαν στην επόμενη ηλικιακή ομάδα από 31 έως 40 ετών. Αυτό είναι θετικό, διότι το δείγμα αποτελείται γενικά από νέα άτομα τα οποία γενικά γνωρίζουν τις νέες μορφές τουρισμού και κατά συνέπεια τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

**Πίνακας 2: Κατανομή δείγματος σύμφωνα με την ηλικία**

<b>Ηλικία</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
18 – 30	31	38.3
31 – 40	29	35.8
41 – 50	11	13.6
51 – 60	7	8.6
61 και άνω	3	3.7

Σημείωση: N = 81



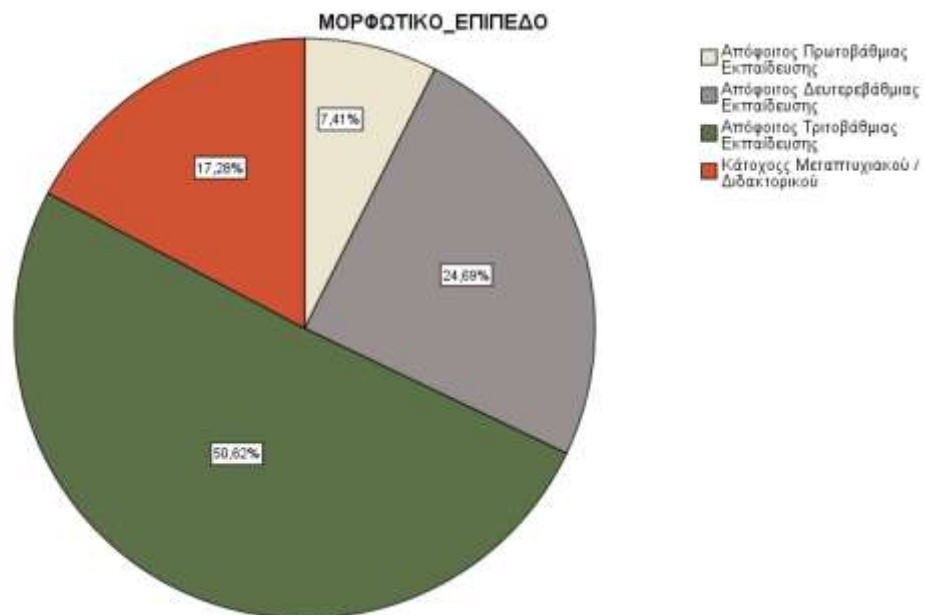
**Σχήμα 2: Ραβδόγραμμα για την ηλικία**

Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων, ένα ποσοστό ίσο με 50.6% ήταν απόφοιτοι της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης, ενώ υψηλό ήταν το ποσοστό όσων ήταν απόφοιτοι της Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης και ίσο με 24.7%. Να αναφερθεί ότι αξιοσημείωτο ποσοστό ήταν και των ατόμων οι οποίοι ήταν κάτοχοι είτε κάποιου Μεταπτυχιακού Τίτλου Σπουδών, είτε κάποιου Διδακτορικού Τίτλου Σπουδών.

**Πίνακας 3: Κατανομή δείγματος σύμφωνα με το μορφωτικό επίπεδο**

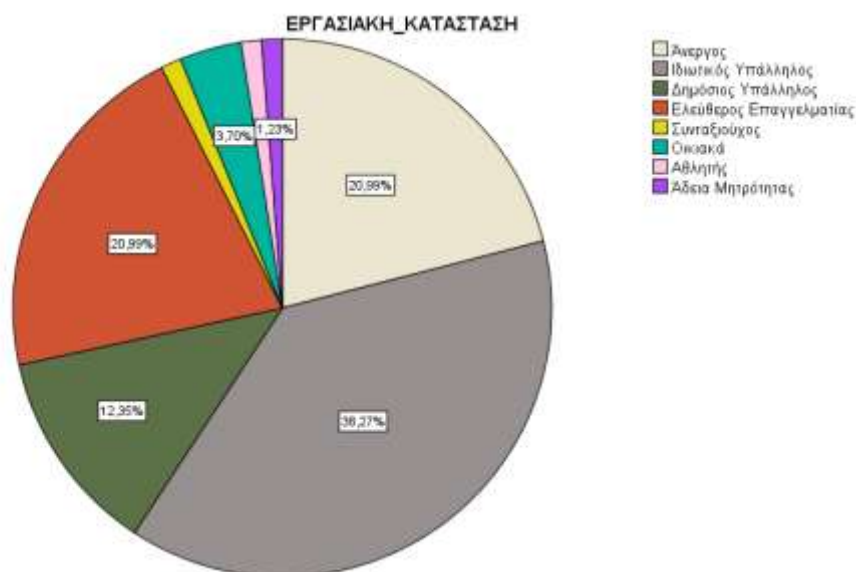
<b>Μορφωτικό Επίπεδο</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Απόφοιτος Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης	6	7.4
Απόφοιτος Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης	20	24.7
Απόφοιτος Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης	41	50.6
Κάτοχος Μεταπτυχιακού / Διδακτορικού	14	17.3

Σημείωση: N = 81



**Σχήμα 3: Διάγραμμα πίτας για το μορφωτικό επίπεδο**

Όσον αφορά την εργασιακή κατάσταση των ερωτηθέντων που ήταν και η τελευταία δημογραφική ερώτηση, η πλειοψηφία αυτών ήταν ιδιωτικοί υπάλληλοι, ποσοστό ατόμων ίσο με 38.3%.



Σχήμα 4: Διάγραμμα πίτας για την εργασιακή κατάσταση

Επιπλέον, όπως προαναφέρθηκε οι περισσότεροι ερωτώμενοι ήταν κάτοικοι της Ναυπάκτου ή την είχαν επισκεφτεί πρόσφατα για τουρισμό, ποσοστό ατόμων ίσο με 72.8%.

Πάρα πολύ σημαντικό θεωρεί ένα ποσοστό ερωτώμενων ίσο με 72.8% τον τουρισμό για την οικονομία της Ναυπάκτου, ενώ μέτρια βρίσκουν την παρεχόμενη ποιότητα τουρισμού ένα ποσοστό ατόμων ίσο με 43.1%, με αυτούς που την θεωρούν πολύ καλή να αποτελούν το 38.3% του συνολικού δείγματος.

Πίνακας 4: Σημαντικότητα και Ποιότητα τουρισμού

Κατηγορία	Καθόλου	Λίγο	Ούτε λίγο / Πολύ Ούτε πολύ		Πάρα πολύ
Σημαντικός τουρισμός	-	-	4 (4.9%)	18 (22.2%)	59 (72.8%)
Ποιοτικός τουρισμός	1 (1.2%)	8 (9.9%)	35 (43.2%)	31 (38.3%)	6 (7.4%)

Σημείωση: Στον πίνακα δίνονται: n (%), N = 81

Στην ερώτηση ποια από τα δύο είδη εναλλακτικού ή μαζικού τουρισμού προωθεί κυρίως η Ναύπακτος, το 49.4% απάντησαν και τα δύο είδη τουρισμού.

Πάρα πολύ θετική ήταν η γενικότερη άποψή τους για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ποσοστό θετικών απαντήσεων ίσο με 49.4%.

Πίνακας 5: Γενική άποψη δείγματος για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Κατηγορία	Καθόλου	Λίγο	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	Πολύ	Πάρα πολύ
Γενική άποψη για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού	-	-	17 (17.3%)	27 (33.3)%	40 (19.4%)

Σημείωση: Στον πίνακα δίνονται: n (%), N = 81

Το 63 % των συμμετεχόντων γνώριζαν ότι η Ναύπακτος προσφέρει εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Προκειμένου να δοθούν οι απαντήσεις στην ερώτηση που αφορούσε τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που γνωρίζουν ότι υπάρχουν στην περιοχή της Ναυπάκτου οι ερωτώμενοι, δίνεται ο ακόλουθος συγκεντρωτικός πίνακας στον οποίο δίνονται τα περιγραφικά μέτρα ανά περίπτωση, καθώς και οι συχνότητες των απαντήσεων του δείγματος.

Παρατηρούμε ότι οι πλέον γνωστές μορφές εναλλακτικού τουρισμού στους ερωτηθέντες είναι ο θαλάσσιος, αυτός της διασκέδασης, ο πολιτιστικός, ο θρησκευτικός και ο κοινωνικός τουρισμός. Ακολουθούν ο τουρισμός περιπέτειας, ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός και ο συνεδριακός. Τα υπόλοιπα είδη φαίνονται να μην είναι τόσο γνωστά στους ερωτώμενους, σύμφωνα και με τον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 6: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην περιοχή της Ναυπάκτου

<b>Εναλλακτική μορφή τουρισμού</b>	<b>Καθόλου</b>	<b>Λίγο</b>	<b>Ούτε λίγο/Ούτε πολύ</b>	<b>Πολύ</b>	<b>Πάρα πολύ</b>	<b>MEAN</b>	<b>SD</b>
<b>Συνεδριακός</b>	27 (33.3%)	27 (33.3%)	19 (23.5%)	6 (7.4%)	2 (2.5%)	2.12	1.041
<b>Πολιτιστικός</b>	6 (7.4%)	12 (14.8%)	21 (25.9%)	26 (32.1%)	16 (19.8%)	3.42	1.182
<b>Κοινωνικός</b>	8 (9.9%)	22 (27.2%)	18 (22.2%)	23 (28.4%)	10 (12.3%)	3.06	1.208
<b>Διασκέδασης</b>	7 (8.6%)	17 (21.0%)	15 (18.5%)	22 (27.2%)	20 (24.7%)	3.38	1.300
<b>Περιπέτειας</b>	15 (18.5%)	18 (22.2%)	21 (25.9%)	17 (21.0%)	10 (12.3%)	2.91	1.315
<b>Καζίνο</b>	58 (71.6%)	12 (14.8%)	10 (12.3%)	-	1 (1.2%)	1.44	0.806
<b>Αθλητικός</b>	7 (8.6%)	27 (33.3%)	21 (25.9%)	16 (19.8%)	10 (12.3%)	2.94	1.176
<b>Θρησκευτικός</b>	5 (6.2%)	21 (25.9%)	25 (30.9%)	19 (23.5%)	11 (13.6%)	3.12	1.33
<b>Θαλάσσιος</b>	4 (4.9%)	12 (14.8%)	14 (17.3%)	24 (29.6%)	27 (33.3%)	3.72	1.217
<b>Υγείας</b>	32 (39.5%)	29 (35.8%)	16 (19.8%)	2 (2.5%)	2 (2.5%)	1.93	0.959
<b>Οικοτουρισμός</b>	20 (24.7%)	29 (35.8%)	19 (23.5%)	8 (9.9%)	5 (6.2%)	2.37	1.145
<b>Γαστρονομικό-Οινικός</b>	24 (29.6%)	24 (29.6%)	17 (21.0%)	11 (13.6%)	5 (6.2%)	2.37	1.219
<b>Αγροτουρισμός</b>	22 (27.2%)	19 (23.5%)	24 (29.6%)	10 (12.3%)	6 (7.4%)	2.49	1.226

Σημείωση: Στον πίνακα δίνονται: n (%), μέση τιμή, τυπική απόκλιση, N = 81

Η δήλωσαν ότι υπάρχει ζήτηση για εναλλακτικές μορφές τουρισμού στη Ναύπακτο με θετική απάντηση από το 90.1% των συμμετεχόντων. Επιπλέον, το 98.8% του δείγματος πιστεύουν ότι αυτές συντελούν θετικά στην ανάπτυξη της οικονομίας της περιοχής.

Ωστόσο, όσον αφορά τον βαθμό ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και σύμφωνα με τον ακόλουθο πίνακα, οι συμμετέχοντες απάντησαν ότι αυτές βρίσκονται σε μέτριο βαθμό.

**Πίνακας 7: Βαθμός ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην περιοχή της Ναυπάκτου**

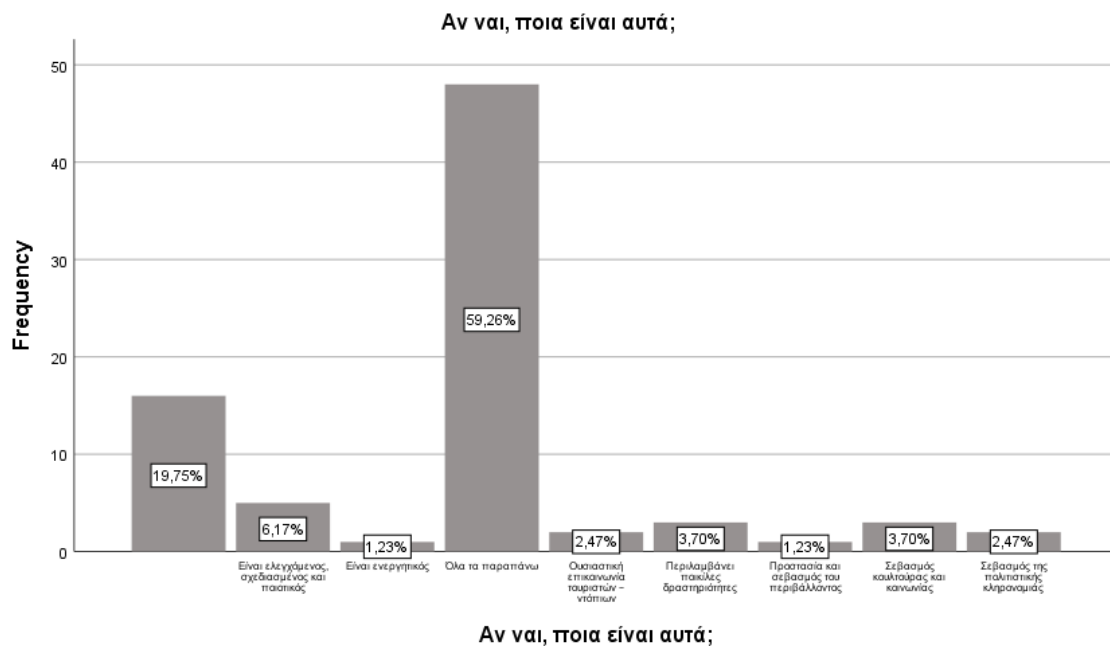
<b>Κατηγορία</b>	<b>Πολύ χαμηλός</b>	<b>Χαμηλός</b>	<b>Μέτριος</b>	<b>Υψηλός</b>	<b>Πολύ υψηλός</b>
<b>Βαθμός ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη Ναύπακτο</b>	5 (6.2%)	24 (29.6%)	39 (48.1%)	10 (12.3%)	3 (3.7%)

Σημείωση: Στον πίνακα δίνονται: n (%), N = 81

Να σημειωθεί ότι ένα ποσοστό ίσο με 97.5% των συμμετεχόντων θεωρούν ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορούν να συμβάλλουν στην επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν, καθώς και ένα ποσοστό ίσο με 98.8% πιστεύουν ότι αυτές οι μορφές τουρισμού μπορούν να προσφέρουν ένα νέο τουριστικό πακέτο το οποίο θα προσελκύσει νέες αγορές.

Ωστόσο δεν μπορούν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού να αντικαταστήσουν πλήρως τον μαζικό τουρισμό σύμφωνα με το 71.6% του δείγματος, αν και προσφέρουν περισσότερα οφέλη από αυτόν, τα οποία δίνονται στο ακόλουθο διάγραμμα:





**Σχήμα 5: Ραβδόγραμμα για τα οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού**

Στη στήλη όλα τα παραπάνω συμπεριλαμβάνονται τα ακόλουθα οφέλη:

- Προστασία και σεβασμός του περιβάλλοντος
- Σεβασμός της πολιτιστικής κληρονομιάς
- Σεβασμός κουλτούρας και κοινωνίας
- Ουσιαστική επικοινωνία τουριστών – ντόπιων
- Είναι ελεγχόμενος, σχεδιασμένος και ποιοτικός
- Προάγει την ενδογενή ανάπτυξη
- Περιλαμβάνει ποικίλες δραστηριότητες
- Είναι ενεργητικός

Κλείνοντας την παρούσα παράγραφο, να αναφερθεί ότι οι απόψεις σχεδόν δίστανται σχετικά με το εάν θα πρέπει να στραφεί προς τον εναλλακτικό τουρισμό, με τους υπέρμαχους στην ιδέα να αποτελούν το 56.8% του συνολικού δείγματος.

## ΣΥΖΗΤΗΣΗ/ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ & ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Είναι γεγονός ότι η χώρα μας είναι ένας ταξιδιωτικός προορισμός, εφόσον είναι σε παγκόσμιο επίπεδο γνωστή για τα εξής τρία χαρακτηριστικά της: θάλασσα – ήλιος – πολιτισμός. Σημαντικό αποτελεί το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι μία χώρα που μπορεί κάποιος να την επισκεφτεί όλες τις εποχές του χρόνου, με την πλειοψηφία των τουριστών να την επιλέγουν κυρίως για τις καλοκαιρινές τους διακοπές. Ένα επιπλέον χαρακτηριστικό της χώρας μας ως ταξιδιωτικός προορισμός είναι ότι προσφέρεται και για εναλλακτικό τουρισμό διαφόρων ειδών, αναλόγως την περιοχή. Βέβαια, τις περισσότερες φορές παρατηρείται η συνύπαρξη του εναλλακτικού και του μαζικού τουρισμού στον ίδιο προορισμό (Μαρίνου & Ηλία, 2022).

Η περιοχή της Ναύπακτου είναι ένας προορισμός ο οποίος προσφέρεται για κάθε είδους τουρισμό, μαζικό και εναλλακτικό. Στην παρούσα εργασία, ωστόσο, εξετάζονται οι απόψεις κατοίκων και ατόμων που την έχουν επισκεφτεί αναφορικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Στο σύνολο των 81 ερωτηθέντων η πλειοψηφία ήταν γυναίκες (63%), ενώ οι περισσότεροι ανήκαν στην ηλικιακή ομάδα από 18 έως 40 ετών (74.1%). Οι μισοί και λίγο παραπάνω ήταν απόφοιτοι Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης (50.6%), ενώ ένα αξιόλογο ποσοστό ατόμων κατείχαν κάποιον Μεταπτυχιακό ή Διδακτορικό Τίτλο σπουδών (17.3%). Επιπλέον, να μεν οι περισσότεροι ήταν ιδιωτικοί υπάλληλοι (38.3%), αλλά και οι άνεργοι βρισκόνταν σε υψηλό ποσοστό (21%). Να αναφερθεί ότι ένα ποσοστό ίσο με 72.8% των ερωτηθέντων ήταν κάτοικοι της Ναυπάκτου ή την είχαν επισκεφτεί πρόσφατα.

Πάρα πολύ σημαντικό θεωρούν τον τουρισμό για την οικονομία της περιοχής (72.8), αλλά βαθμολογούν μέτρια την ποιότητά του (43.2%). Βέβαια, και τα δύο είδη τουρισμού πιστεύουν ότι προωθούνται στη Ναύπακτο σχεδόν οι μισοί ερωτηθέντες (49.4%). Πολύ θετική άποψη έχουν γενικά για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (33.3%), με την πλειοψηφία να γνωρίζει ότι στην περιοχή προσφέρονται διάφορα είδη εναλλακτικού τουρισμού (63%). Οι πλέον γνωστές μορφές εναλλακτικού τουρισμού στους συμμετέχοντες είναι ο θαλάσσιος, της διασκέδασης, ο πολιτιστικός, ο θρησκευτικός και ο κοινωνικός τουρισμός, με τον τουρισμό περιπέτειας, τον αγροτουρισμό, τον οικοτουρισμό και το συνεδριακό να ακολουθούν.

Υπάρχει ζήτηση για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού στη Ναύπακτο (90.1%), καθώς και θετική συσχέτιση με την ανάπτυξη της οικονομίας της περιοχής (98.8%). Ωστόσο, σε μέτρια επίπεδα βρίσκεται η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού κατά τους

συμμετέχοντες (48.1%). Βέβαια υπάρχει συμφωνία ότι αυτό το είδος τουρισμού επιμηκύνει την τουριστική σεζόν (97.5%) και ότι είναι δυνατόν να προσφέρει ένα νέο τουριστικό πακέτο το οποίο θα προσελκύσει νέες αγορές (98.8%).

Κλείνοντας, να αναφερθεί ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δεν μπορούν να αντικαταστήσουν πλήρως τον μαζικό τουρισμό (71.6%) ούτε ότι η Ναύπακτος χρειάζεται να στραφεί μόνο προς σε αυτές (56.8%). Σε εμπειρική έρευνα της Μπαρμπάρη (2019) σχετικά με τον εναλλακτικό τουρισμό σε έναν πλέον γνωστό τουριστικό προορισμό, συγκεκριμένα στο νησί της Πάρου, διαπιστώθηκε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός τείνει να υπερισχύει συγκριτικά με τον μαζικό τουρισμό, καθώς δύναται να αναδείξει και να προστατέψει την μοναδική ταυτότητα του τουριστικού προορισμού.

Η παρούσα έρευνα θα μπορούσε να διενεργηθεί μόνο με δείγμα ατόμων οι οποίοι έχουν επισκεφτεί τη Ναύπακτο αυστηρά και μόνο για τουριστικούς σκοπούς. Ενδιαφέρον θα είχε να καταγραφούν και οι απόψεις των φορέων που ασχολούνται με τον αθλητισμό, πόσο μάλλον με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Μπαρμπάρη, Αικ. (2019). Ο εναλλακτικός τουρισμός στο νησί της Πάρου. Διπλωματική εργασία. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Μαρίνου, Μ. Ζ. & Ηλία, Μ. (2022). Τουριστική ανάπτυξη νησιωτικών περιοχών. Διπλωματική εργασία. Πανεπιστήμιο Πατρών

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνόγλωσση

- Ανδριώτης, Κ. ( 2008). *Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης
- Άρθρο 03: ΟΡΙΣΜΟΙ. Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας. Διαδικτυακός Τόπος Διαβουλευσεων [www.opengov.gr](http://www.opengov.gr) . Ανακτήθηκε στις 10/08/2021
- Βαρβαρέσος, Σ. (2013). *Οικονομική του τουρισμού, εννοιολογικές, θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός
- Δαλάκουρα, Γ., Τσικούρη, Α. ( 2013). *Αξιολόγηση της Τουριστικής δραστηριότητας στη λίμνη Πλαστήρα* (Διπλωματική Εργασία)
- Ηγουμενάκης, Ν. (1999). *Τουριστικό marketing*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks
- Ίκκος, Α., Κουτσός, Σ. (2018). *Προφίλ εισερχόμενου τουρισμού για διακοπές στην Ελλάδα, 2016 - 2017*
- Κοκκώσης, Χ., Τσιάτρας, Π. & Γκρίμπα, Ε. ( 2011). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού .Ζήτηση και Προσφορά προϊόντων*. Αθήνα Εκδόσεις Κρητική
- Κούτουλας, Δ. (2001). *Ο θεωρητικός προσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος ως βασική προϋπόθεση του τουριστικού μάρκετινγκ*. Διδακτορική Διατριβή. Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- Κυπραίος, Γ. (2017). *Αγγίζοντας τα όρια. Τα ακραία αθλήματα*. Εκδόσεις Δίσιγμα
- Ντάφης. (1994) *Αειφορία και Αειφορική ανάπτυξη*. Αμφίβιον τα 7
- Ξένια, Ι. Λοιζίδου. *Ακτή*. Κέντρο Ερευνών και Έρευνας
- Παπαδημητρίου, Β. (1998) *Περιβαντολογική Εκπαίδευση και Σχολείο. Μια διαχρονική θεώρηση*. Αθήνα Τυπώθητω
- Σπιλάνης, Γ. (2000) *Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη. Η περίπτωση των νησιών του Αιγαίου*.
- Σφακιανάκης, Μ. (2000) *Εναλλακτικές μορφές Τουρισμού* . Εκδόσεις “Έλλην”
- Χαλκιαδάκης, Ε. & Χανιωτάκης, Α. (2010). *Σύγχρονες μορφές τουρισμού και μελλοντικές τάσεις*. Πτυχιακή Εργασία: Υπεύθυνη Εκπαιδευτικός: Βουλγαράκη, Μ. Ηράκλειο: Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας - Τμήμα τουριστικών Επιχειρήσεων

## Ξενόγλωσση

Butter, R.W. (1990). *Alternative tourism pious hope of Trojan Horse*

Cazes G.H (1989). “*Alternative tourism: reflections on an ambiguous concept*” In Singh, T.V. Theus, H.L. k Co, F.M

Department of Economic and Social Affairs. (2010). *International recommendation for tourism statistics*. New York: United Nations Publications

Dodds, R. (2007). “*Suitable tourism and policy implementation: Gurrent issues in tourism*, 10 (2), pp 296 – 322

Fennel, D. (2008). *Ecotourism* 3<sup>rd</sup> edition

Fennel, D. (2001). *Οικοτουρισμός*, Ελλην. Αθήνα

Kershaw, A. & Lickorish, L. (1958). *The travel trades*. London: Practical Press

Krippendorf. J. (1982.) *Towards new tourism policies: the importance of environmental and sociocultural factors*. *Tourism Management* 3(3). pp 135 – 149. Ανακτήθηκε στις 09/09/2021

Lickorish, L. & Jenkins, J. (2004). *Μια εισαγωγή στον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική

## Ηλεκτρονικές πηγές

Καραμπουρνιώτης, 2018; [www.paskedi.gr](http://www.paskedi.gr) Ανακτήθηκε στις 26/08/2021

<https://www.espa.gr/el/Pages/Default.aspx> Ανακτήθηκε στις 20/08/2021

<https://www.i-diakopes.gr/label/nafpaktos-paralies/>

<https://www.gtp.gr/locpage.asp?id=3936&lng=1> Ανακτήθηκε στις 18/09/2021

<https://sites.google.com/site/etheoriatoutourismou/thetikes-kai-arnetikes-synepeies-tou-tourismou> Ανακτήθηκε στις 07/09/2021

<http://www.myvenue.gr>

Stainton, H. (2020) *The history of tourism*. Ανάκτηση από TourismTeacher: [www.tourismteacher.com/history-of-tourism-2/](http://www.tourismteacher.com/history-of-tourism-2/) Ανακτήθηκε 2/2/2022

UNWTO. (2021) PRODUCT DEVELOPMENT. Ανάκτηση από UNWTO: [www.unwto.org/tourism-development-products](http://www.unwto.org/tourism-development-products) Ανακτήθηκε 2/2/2022

UNCTAD. (2021). COVID-19 and Tourism, an Update. Ανάκτηση από United Nations Conference on Trade and Development: [www.unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2021d3\\_en\\_0.pdf](http://www.unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2021d3_en_0.pdf) Ανακτήθηκε 2/2/2022

Walton, J. K. (2021). Tourism. Ανάκτηση από Britannica: [www.britannica.com/topic/tourism](http://www.britannica.com/topic/tourism) Ανακτήθηκε 2/2/2022

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το ερωτηματολόγιο αυτό αποτελεί μέρος της έρευνας η οποία πραγματοποιείται στα πλαίσια εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας στο Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου ΠΜΣ – ΤΟΔΑ με τίτλο: «Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στη Ναύπακτο» και στόχο έχει την διερεύνηση τόσο των γνώσεων σας επί του είδους αυτού τουρισμού, όσο και των απόψεών σας επί της εισαγωγής τους στην περιοχή μας, την καταγραφή των οφελών, αλλά και των αρνητικών επιπτώσεων που αυτές θα επιφέρουν.

Η διεξαγωγή της έρευνας πληροί όλες τις προδιαγραφές της ερευνητικής δεοντολογίας, η συμμετοχή σας είναι εθελοντική, ενώ οι απαντήσεις ανώνυμες οι οποίες θα χρησιμοποιηθούν αυστηρά και μόνο για ερευνητικούς σκοπούς. Τα αποτελέσματα θα είναι στη διάθεσή σας, κατόπιν συνεννόησης με την ερευνήτρια και μετά την ολοκλήρωση της έρευνας.

Σας παρακαλώ να είστε ειλικρινείς στις απαντήσεις σας και σας ευχαριστώ εκ προτέρων για τη συμμετοχή σας.

Μαγδαληνή Καλτσά

( [lianoubi@hotmail.gr](mailto:lianoubi@hotmail.gr) )

### Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

#### 1. Φύλο

- Άνδρας
- Γυναίκα

## 2. Ηλικία

- 18 – 30
- 31 – 40
- 41 – 50
- 51 – 60
- 61 και άνω

## 3. Μορφωτικό Επίπεδο

- Απόφοιτος Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης
- Απόφοιτος Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης
- Απόφοιτος Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού / Διδακτορικού

## 4. Εργασιακή Κατάσταση

- Άνεργος/η
- Ιδιωτικός Υπάλληλος
- Δημόσιος Υπάλληλος
- Ελεύθερος Επαγγελματίας
- Συνταξιούχος
- Οικιακά
- Αθλητής
- Άδεια Μητρότητας

## 5. Είστε μόνιμος κάτοικος στην περιοχή της Ναύπακτου ή την έχετε επισκεφτεί πρόσφατα;

- Ναι
- Όχι

*(Αν απαντήσατε Όχι στην ερώτηση 5 παρακαλώ μην συνεχίσετε τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου)*



## **B' Μέρος Ερωτηματολογίου**

### 1. Πόσο σημαντικό θεωρείται τον τουρισμό για την οικονομία της Ναύπακτου;

Καθόλου σημαντικός	Λίγο σημαντικός	Ούτε λίγο ούτε πολύ σημαντικός	Πολύ σημαντικός	Πάρα πολύ σημαντικός
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 2. Πόσο ποιοτικός θεωρείται ότι είναι ο τουρισμός του Ναύπακτου;

Καθόλου ποιοτικός	Λίγο ποιοτικός	Ούτε λίγο ούτε πολύ ποιοτικός	Πολύ ποιοτικός	Πάρα πολύ ποιοτικός
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 3. Θεωρείται ότι η Ναύπακτος είναι ένας προορισμός ο οποίος προωθεί κυρίως:

- Τον μαζικό τουρισμό
- Τον εναλλακτικό τουρισμό
- Και τα δύο είδη τουρισμού

### 4. Ποια είναι η άποψή σας για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού γενικά;

Εντελώς αρνητική	Λίγο αρνητική	Ουδέτερη	Πολύ θετική	Πάρα πολύ θετική
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 5. Γνωρίζετε ότι η Ναύπακτος προσφέρει εναλλακτικές μορφές τουρισμού;

- Ναι
- Όχι

6. Ποιες από τις παρακάτω εναλλακτικές μορφές τουρισμού γνωρίζεται ότι προσφέρονται στη Ναύπακτο;

(Παρακαλώ σημειώστε τον βαθμό που γνωρίζεται ότι υπάρχει η κάθε επιλογή)

	Καθόλου σίγουρος/η	Λίγο σίγουρος/η	Ούτε λίγο ούτε πολύ σίγουρος/η	Πολύ σίγουρος/η	Πάρα πολύ σίγουρος/η
Συνεδριακός τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πολιτιστικός τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Κοινωνικός τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τουρισμός διασκέδασης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τουρισμός περιπέτειας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τουρισμός καζίνο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αθλητικός τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Θρησκευτικός τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Θαλάσσιος τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τουρισμός υγείας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οικοτουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Γαστρονομικό – Οινικό τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αγροτουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Θεωρείτε ότι υπάρχει ζήτηση για εναλλακτικές μορφές τουρισμού στη Ναύπακτο;

- Ναι  
 Όχι

8. Πιστεύετε ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού συντελούν θετικά στην ανάπτυξη της οικονομίας της Ναύπακτου γενικά;

- Ναι  
 Όχι

9. Σε ποιο βαθμό βρίσκεται η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη Ναύπακτο;

Πολύ χαμηλό <input type="checkbox"/>	Χαμηλό <input type="checkbox"/>	Μέτριο <input type="checkbox"/>	Υψηλό <input type="checkbox"/>	Πολύ υψηλό <input type="checkbox"/>
---	------------------------------------	------------------------------------	-----------------------------------	--

10. Θεωρείτε ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορούν να συμβάλλουν στην επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν;

- Ναι
- Όχι

11. Κατά την άποψή σας, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορούν να προσφέρουν ένα νέο τουριστικό πακέτο το οποίο θα προσελκύσει νέες αγορές;

- Ναι
- Όχι

### **Γ' Μέρος Ερωτηματολογίου**

1. Πιστεύετε ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορούν να αντικαταστήσουν πλήρως τον μαζικό τουρισμό;

- Ναι
- Όχι

2. Πιστεύεται ότι ο εναλλακτικός τουρισμός επιφέρει περισσότερα οφέλη συγκριτικά με τον μαζικό τουρισμό;

- Ναι
- Όχι

- Αν ναι, ποια είναι αυτά:

- Προστασία και σεβασμός του περιβάλλοντος
- Σεβασμός της πολιτιστικής κληρονομιάς
- Σεβασμός κουλτούρας και κοινωνίας
- Ουσιαστική επικοινωνία τουριστών – ντόπιων
- Είναι ελεγχόμενος, σχεδιασμένος και ποιοτικός
- Προάγει την ενδογενή ανάπτυξη
- Περιλαμβάνει ποικίλες δραστηριότητες
- Είναι ενεργητικός
- Όλα τα παραπάνω
- Άλλο.....

3. Θεωρείτε ότι η Ναύπακτος είναι αναγκαίο να στραφεί πλήρως προς τον εναλλακτικό τουρισμό:

- Ναι
- Όχι

Σας ευχαριστώ για τη συμμετοχή σας!

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: ΠΙΝΑΚΕΣ

### ΦΥΛΟ

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Ανδρας	30	37,0	37,0	37,0
	Γυναίκα	51	63,0	63,0	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### ΗΛΙΚΙΑ

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	18 - 30	31	38,3	38,3	38,3
	31 - 40	29	35,8	35,8	74,1
	41 - 50	11	13,6	13,6	87,7
	51 - 60	7	8,6	8,6	96,3
	61 και άνω	3	3,7	3,7	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ\_ΕΠΙΠΕΔΟ

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Απόφοιτος Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης	6	7,4	7,4	7,4
	Απόφοιτος Δευτερεβάθμιας Εκπαίδευσης	20	24,7	24,7	32,1
	Απόφοιτος Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης	41	50,6	50,6	82,7
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού / Διδακτορικού	14	17,3	17,3	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ\_ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Άνεργος	17	21,0	21,0	21,0
	Ιδιωτικός Υπάλληλος	31	38,3	38,3	59,3
	Δημόσιος Υπάλληλος	10	12,3	12,3	71,6

Ελεύθερος Επαγγελματίας	17	21,0	21,0	92,6
Συνταξιούχος	1	1,2	1,2	93,8
Οικιακά	3	3,7	3,7	97,5
Αθλητής	1	1,2	1,2	98,8
Άδεια Μητρότητας	1	1,2	1,2	100,0
Total	81	100,0	100,0	

### ΕΡΩΤΗΣΗ\_5

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Ναι	59	72,8	72,8	72,8
	Όχι	22	27,2	27,2	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### ΕΡ\_1

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	4	4,9	4,9	4,9
	Πολύ	18	22,2	22,2	27,2
	Πάρα πολύ	59	72,8	72,8	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### ΕΡ\_2

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Καθόλου	1	1,2	1,2	1,2
	Λίγο	8	9,9	9,9	11,1
	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	35	43,2	43,2	54,3
	Πολύ	31	38,3	38,3	92,6
	Πάρα πολύ	6	7,4	7,4	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### ΕΡ\_3

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Τον μαζικό τουρισμό	16	19,8	19,8	19,8
	Τον εναλλακτικό τουρισμό	12	14,8	14,8	34,6
	Και τα δύο είδη τουρισμού	53	65,4	65,4	100,0

Total	81	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

#### EP\_4

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	14	17,3	17,3	17,3
	Πολύ	27	33,3	33,3	50,6
	Πάρα πολύ	40	49,4	49,4	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

#### EP\_5

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Ναι	51	63,0	63,0	63,0
	Όχι	30	37,0	37,0	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

#### DescriptiveStatistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
EP_6_1	81	1	5	2,12	1,041
EP_6_2	81	1	5	3,42	1,182
EP_6_3	81	1	5	3,06	1,208
EP_6_4	81	1	5	3,38	1,300
EP_6_5	81	1	5	2,91	1,315
EP_6_6	81	1	5	1,44	,806
EP_6_7	81	1	5	2,94	1,176
EP_6_8	81	1	5	3,12	1,133
EP_6_9	81	1	5	3,72	1,217
EP_6_10	81	1	5	1,93	,959
EP_6_11	81	1	5	2,37	1,145
EP_6_12	81	1	5	2,37	1,219
EP_6_13	81	1	5	2,49	1,226
Valid N (listwise)	81				

#### EP\_6\_1

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Καθόλου	27	33,3	33,3	33,3

Λίγο	27	33,3	33,3	66,7
Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	19	23,5	23,5	90,1
Πολύ	6	7,4	7,4	97,5
Πάρα πολύ	2	2,5	2,5	100,0
Total	81	100,0	100,0	

### EP\_6\_2

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Καθόλου	6	7,4	7,4	7,4
	Λίγο	12	14,8	14,8	22,2
	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	21	25,9	25,9	48,1
	Πολύ	26	32,1	32,1	80,2
	Πάρα πολύ	16	19,8	19,8	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### EP\_6\_3

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Καθόλου	8	9,9	9,9	9,9
	Λίγο	22	27,2	27,2	37,0
	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	18	22,2	22,2	59,3
	Πολύ	23	28,4	28,4	87,7
	Πάρα πολύ	10	12,3	12,3	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### EP\_6\_4

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Καθόλου	7	8,6	8,6	8,6
	Λίγο	17	21,0	21,0	29,6
	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	15	18,5	18,5	48,1
	Πολύ	22	27,2	27,2	75,3
	Πάρα πολύ	20	24,7	24,7	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### EP\_6\_5

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
--	--	-----------	---------	--------------	-------------------



Valid	Καθόλου	15	18,5	18,5	18,5
	Λίγο	18	22,2	22,2	40,7
	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	17	21,0	21,0	61,7
	Πολύ	21	25,9	25,9	87,7
	Πάρα πολύ	10	12,3	12,3	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

#### EP\_6\_6

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	ΚΑθόλου	58	71,6	71,6	71,6
	Λίγο	12	14,8	14,8	86,4
	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	10	12,3	12,3	98,8
	Πάρα πολύ	1	1,2	1,2	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

#### EP\_6\_7

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Καθόλου	7	8,6	8,6	8,6
	Λίγο	27	33,3	33,3	42,0
	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	21	25,9	25,9	67,9
	Πολύ	16	19,8	19,8	87,7
	Πάρα πολύ	10	12,3	12,3	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

#### EP\_6\_8

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Καθόλου	5	6,2	6,2	6,2
	Λίγο	21	25,9	25,9	32,1
	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	25	30,9	30,9	63,0
	Πολύ	19	23,5	23,5	86,4
	Πάρα πολύ	11	13,6	13,6	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

#### EP\_61\_9

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
--	--	-----------	---------	--------------	-------------------

Valid	Καθόλου	4	4,9	4,9	4,9
	Λίγο	12	14,8	14,8	19,8
	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	14	17,3	17,3	37,0
	Πολύ	24	29,6	29,6	66,7
	Πάρα πολύ	27	33,3	33,3	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### EP\_6\_10

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Καθόλου	32	39,5	39,5	39,5
	Λίγο	29	35,8	35,8	75,3
	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	16	19,8	19,8	95,1
	Πολύ	2	2,5	2,5	97,5
	Πάρα πολύ	2	2,5	2,5	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### EP\_6\_11

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Καθόλου	20	24,7	24,7	24,7
	Λίγο	29	35,8	35,8	60,5
	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	19	23,5	23,5	84,0
	Πολύ	8	9,9	9,9	93,8
	Πάρα πολύ	5	6,2	6,2	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### EP\_6\_12

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Καθόλου	24	29,6	29,6	29,6
	Λίγο	24	29,6	29,6	59,3
	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	17	21,0	21,0	80,2
	Πολύ	11	13,6	13,6	93,8
	Πάρα πολύ	5	6,2	6,2	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### EP\_6\_13

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Καθόλου	22	27,2	27,2	27,2
	Λίγο	19	23,5	23,5	50,6
	Ούτε λίγο / Ούτε πολύ	24	29,6	29,6	80,2
	Πολύ	10	12,3	12,3	92,6
	Πάρα πολύ	6	7,4	7,4	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### EP\_7

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Ναι	73	90,1	90,1	90,1
	Όχι	8	9,9	9,9	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### EP\_8

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Ναι	80	98,8	98,8	98,8
	Όχι	1	1,2	1,2	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### EP\_9

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Πολύ χαμηλό	5	6,2	6,2	6,2
	Χαμηλό	24	29,6	29,6	35,8
	Μέτριο	39	48,1	48,1	84,0
	Υψηλό	10	12,3	12,3	96,3
	Πολύ υψηλό	3	3,7	3,7	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

### EP\_10

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Ναι	79	97,5	97,5	97,5
	Όχι	2	2,5	2,5	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

**ΕΡ\_11**

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Ναι	80	98,8	98,8	98,8
	Όχι	1	1,2	1,2	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

**ΕΡΩΤ\_1**

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Ναι	23	28,4	28,4	28,4
	Όχι	58	71,6	71,6	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

**ΕΡΩΤ\_2**

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Ναι	60	74,1	74,1	74,1
	Όχι	21	25,9	25,9	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

**Αν ναι, ποια είναι αυτά;**

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid		16	19,8	19,8	19,8
	Είναι ελεγχόμενος, σχεδιασμένος και ποιοτικός	5	6,2	6,2	25,9
	Είναι ενεργητικός	1	1,2	1,2	27,2
	Όλα τα παραπάνω	48	59,3	59,3	86,4
	Ουσιαστική επικοινωνία τουριστών – ντόπιων	2	2,5	2,5	88,9
	Περιλαμβάνει ποικίλες δραστηριότητες	3	3,7	3,7	92,6
	Προστασία και σεβασμός του περιβάλλοντος	1	1,2	1,2	93,8
	Σεβασμός κουλτούρας και κοινωνίας	3	3,7	3,7	97,5
	Σεβασμός της πολιτιστικής κληρονομιάς	2	2,5	2,5	100,0

Total	81	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

**EPQT\_3**

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Naı	46	56,8	56,8	56,8
	Öxi	35	43,2	43,2	100,0
	Total	81	100,0	100,0	

