

Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου
Σχολή Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών
Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης και Διεθνών Σχέσεων

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
«Διακυβέρνηση και Δημόσιες Πολιτικές»

**Ο τουρισμός στις μεγαλύτερες ηλικίες και οι μετά-
πανδημίας αλλαγές**

Αντώνιος Κόλλιας

University of Peloponnese
Faculty of Social and Political Sciences
Department of Political Studies and International
Relations

Master Program in
Governance and Public Policies

Senior tourism and post-pandemic changes

Antonios Kollias

Korinth, September, 2021

Ο τουρισμός στις μεγαλύτερες ηλικίες και οι μετά-πανδημίας αλλαγές

Λέξεις-κλειδιά: τουρισμός μεγαλύτερων ηλικιών, τουρισμός στην πανδημία, τουρισμός μεγαλύτερων ηλικιών μετά την πανδημία, κορονοϊός, επίδραση, αλλαγές, κρίση

Περίληψη

Η συγκεκριμένη διπλωματική εργασία θέτει μια ομάδα από ερευνητικά ερωτήματα: τι είναι ο τουρισμός μεγαλύτερων ηλικιών; η πανδημία επηρέασε τον τουρισμό αυτής της ηλικιακής ομάδα, κι αν ναι πως; ποια στρατηγική ακολουθεί η Ευρωπαϊκή Ένωση στον τομέα του τουρισμού για τις μεγαλύτερες ηλικίες, μετά το ξέσπασμα της πανδημίας; Το κεντρικό ερευνητικό πρόβλημα στο οποίο απαντούν σχετίζεται με τις αλλαγές, στη μετά-πανδημίας εποχή, για τον τουρισμό μεγαλύτερων ηλικιών.

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε είναι συνδυασμός ποιοτικής και ποσοτικής μεθόδου. Για την ποιοτική χρησιμοποιήθηκε βιβλιογραφία-αρθρογραφία από κοινωνικές και ανθρωπιστικές επιστήμες στο πεδίο του τουρισμού, λαμβάνοντας υπόψη και τις ευρωπαϊκές πολιτικές. Για την ποσοτική μέθοδο χρησιμοποιήθηκε η τεχνική της δομημένης συνέντευξης που στόχο είχε να αποτυπώσει τις συμπεροφορικές τάσεις των τουριστών μεγαλύτερων πριν, κατά τη διάρκεια, και μετά την πανδημία, με έμφαση στην τρίτη περίοδο.

Στο πρώτο κεφάλαιο εξετάζεται η ευρωπαϊκή στρατηγική τουρισμού στην προ-πανδημίας εποχή, στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρονται τα χαρακτηριστικά του τουρισμού μεγαλύτερων ηλικιών και οι τάσεις στην προ-πανδημίας εποχή, ενώ στο τρίτο κεφάλαιο αποτυπώνεται η επιρροή της πανδημίας στον τουρισμό αυτής της ομάδας. Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται παρουσίαση των αποτελεσμάτων της ποσοτικής έρευνας. Τέλος, στο κεφάλαιο με τα συμπεράσματα γίνεται συνδυασμός της βιβλιογραφικής με την ποσοτική έρευνα και αποτυπώνονται οι μελλοντικές.

Senior tourism and post-pandemic changes

Keywords: senior tourism, tourism during the pandemic, post-pandemic senior tourism, covid-19, influence, changes, crisis

Abstract

This dissertation addresses a research questions' set: what is senior tourism? Did the pandemic affected senior tourism, and if so how? What is the European Union's strategy in the field of tourism for older people, after the outbreak of the pandemic? The main research problem, in which the question is referred, is the changes on senior tourism, in the post-pandemic era.

The methodology that followed is the combination of qualitative and quantitative methods, using references from humanities and social sciences, using also European political studies. The quantitative method used the structured interview technique that aimed to capture the behavioral trends of older tourists before, during, and after the pandemic, with an emphasis on the third period.

The first chapter examines the European tourism strategy in the pre-pandemic era, the second chapter discusses the characteristics of senior tourism and trends in the pre-pandemic era, while the third chapter describes the impact of the pandemic on the tourism of this age group. The fourth chapter presents the results of the quantitative research. Finally, in the conclusions section, the both methodologies are combined capturing future trends on senior tourism.

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ

1. Δηλώνω ρητά και ανεπιφύλακτα ότι η διπλωματική εργασία που σας καταθέτω αποτελεί προϊόν δικής μου πνευματικής προσπάθειας, δεν παραβιάζει τα δικαιώματα τρίτων μερών και ακολουθεί τα διεθνώς αναγνωρισμένα πρότυπα επιστημονικής συγγραφής, τηρώντας πιστά την ακαδημαϊκή δεοντολογία.
2. Οι απόψεις που εκφράζονται αποτελούν αποκλειστικά ευθύνη του συγγραφέα και ο επιβλέπων, οι εξεταστές, το Τμήμα και το Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου δεν υιοθετούν κατ' ανάγκη τις εκφραζόμενες απόψεις ούτε φέρουν οποιαδήποτε ευθύνη για τυχόν λάθη και παραλείψεις.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη	3
Abstract.....	4
Κατάλογος πινάκων & Κατάλογος γραφημάτων.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΈΝΩΣΗ ΣΤΗΝ ΠΡΟ-ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΕΠΟΧΗ.....	8
Θεσμικό Πλαίσιο & Στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τον τουρισμό	8
Δημογραφικά Στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης που επηρεάζουν τον κλάδο του τουρισμού	10
Ο κοινωνικός τουρισμός στην Ευρωπαϊκή Ένωση και η στρατηγικές επιλογές για την προώθησή του	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΗΛΙΚΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΡΟ-ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΕΠΟΧΗ	16
Χαρακτηριστικά και τάσεις.....	17
Παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό μεγαλύτερων ηλικιών	18
Παράγοντες που διευκολύνουν την προώθηση του τουρισμού στις μεγαλύτερες ηλικίες.....	19
Παράγοντες που παρεμποδίζουν την προώθηση του τουρισμού στις μεγαλύτερες ηλικίες.....	20
Διαφορές από τα υπόλοιπα είδη τουρισμού.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΠΑΝΔΗΜΙΑ ΩΣ ΕΠΙΤΑΧΥΝΤΗΣ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΩΝ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΗΛΙΚΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ	23
Συνέπειες της πανδημίας στον τουρισμό των μεγαλύτερων ηλικιών	24
Η στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο τομέα του τουρισμού στη μετά-πανδημίας εποχή.....	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ .	30
Δομή και Περιεχόμενο Ερωτηματολογίου.....	31
Αποτελέσματα έρευνας – Α. Ενότητα – Δημογραφικά Στοιχεία.....	33
Αποτελέσματα έρευνας – Β. Ενότητα – Ταξιδιωτικές συνήθειες πριν από την πανδημία.....	36
Αποτελέσματα έρευνας – Γ. Ενότητα – Στάση απέναντι στον κορονοϊό και τον εμβολιασμό.....	39
Αποτελέσματα έρευνας – Δ. Ενότητα – Ταξιδιωτικές συνήθειες σήμερα.....	40
Αποτελέσματα έρευνας – Ε. Ενότητα – Εκτιμήσεις για ταξιδιωτικές συνήθειες μετά το πέρας της πανδημίας.....	44
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	46
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	49
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	53

Κατάλογος πινάκων

1 - Παράγοντες που θεωρούνταν σημαντικοί για να πραγματοποιηθεί κάποιο ταξίδι πριν την πανδημία	39
2 - Απαντήσεις για το εάν λειτουργεί ανασταλτικά ο κορονοϊός σήμερα στο να πραγματοποιηθεί κάποιο ταξίδι	40
3 - Σημαντικότεροι παράγοντες για να πραγματοποιηθεί σήμερα κάποιο ταξίδι.....	44
4 - Σημαντικότεροι παράγοντες που θα ληφθούν υπόψη για να πραγματοποιηθεί κάποιο ταξίδι μετά το τέλος της πανδημίας.....	45

Κατάλογος γραφημάτων

Γράφημα 1ο - Τόπος Διαμονής.....	33
Γράφημα 2 – Ηλικία.....	33
Γράφημα 3 – Φύλο	34
Γράφημα 4 - Οικογενειακή κατάσταση.....	34
Γράφημα 5 - Μορφωτικό επίπεδο.....	35
Γράφημα 6 - Εισόδημα.....	35
Γράφημα 7 – Συνταξιούχοι.....	36
Γράφημα 8 - Συχνότητα ταξιδιών ανά χρόνο, στο εσωτερικό της χώρας διαμονής πριν την πανδημία.....	37
Γράφημα 9 - Συχνότητα ταξιδιών ανά χρόνο, στο εξωτερικό πριν την πανδημία	37
Γράφημα 10 - Πεποίθηση για την ύπαρξη του κορονοϊού από την αρχική ενημέρωση του ΠΟΥ.....	39
Γράφημα 11 - Συχνότητα ταξιδιών στο εσωτερικό της χώρας διαμονής από το ξέσπασμα της πανδημίας έως σήμερα.....	42
Γράφημα 12 - Συχνότητα ταξιδιών στο εξωτερικό από το ξέσπασμα της πανδημίας έως σήμερα	42
Γράφημα 13 - Εποχή του χρόνου που προτιμάνε να ταξιδεύουν από την αρχή της πανδημίας έως σήμερα	43

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΈΝΩΣΗ ΣΤΗΝ ΠΡΟ-ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΕΠΟΧΗ

Η έννοια του τουρισμού για τους πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι ενσωματωμένη στην κουλτούρα τους. Ως κλάδος της οικονομίας, ο τουρισμός συμβάλλει ουσιαστικά στην ανάπτυξη της οικονομίας, ενισχύει την απασχόληση, ενώ αποτελεί την τρίτη κοινωνικοοικονομική δραστηριότητα της Ένωσης. Ο τουρισμός ενισχύει σημαντικά την παρουσία και την εικόνα της Ευρώπης σε παγκόσμιο επίπεδο. Μέσα από αυτόν τον κλάδο προωθούνται πολιτιστικές και πολιτισμικές αξίες, προβάλλοντας ταυτόχρονα σε όλο τον κόσμο τα ευρωπαϊκά πρότυπα.

Η Ευρώπη αποτελεί μια από τις κορυφαίες περιοχές στον κόσμο που επιλέγουν οι τουρίστες για τις διακοπές τους: καταγράφει το 59% των διεθνών τουριστικών αφίξεων και δέχεται το 52% των παγκόσμιων τουριστικών εσόδων. Επίσης, αποτελεί την κύρια αγορά «παραγωγής» τουριστικών προϊόντων και τουρισμού, ενώ αναμένεται ότι θα αυξήσει την δεσπόζουσα θέση της με την ενίσχυση των εξερχόμενων ταξιδιών μεγάλων αποστάσεων (Paulo, 2000, p. 434). Πριν το ξέσπασμα της παγκόσμιας υγειονομικής κρίσης που προκάλεσε η πανδημία του κορονοϊού στα τέλη του 2019-αρχές 2020, οι προβλέψεις για τον τουρισμό της Ευρώπης το 2020, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, διεμήνυαν την είσοδο περίπου 717 εκατομμυρίων διεθνών τουριστών, έναντι 386 εκατομμυρίων που ήταν στις αρχές του αιώνα, παρουσιάζοντας μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 3 τοις εκατό, δηλαδή κάτω από το παγκόσμιο σύνολο, δηλαδή 4 τοις εκατό ετησίως (Paulo, 2000).

Θεσμικό Πλαίσιο & Στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τον τουρισμό

Η πρώτη αναφορά στον τουρισμό εντός της Ευρώπης γίνεται στη Συνθήκη του Μάαστριχτ (European Parliament, 1992), όπου σημειώνεται πως «*η Κοινότητα δεσμεύεται να προάγει ένα υψηλό επίπεδο απασχόλησης και κοινωνικής προστασίας, την άνοδο του βιοτικού επιπέδου ζωής, την οικονομική και κοινωνική συνοχή και την αλληλεγγύη μεταξύ των κρατών-μελών*», και στο άρθρο 2 γίνεται ρητή αναφορά στην λήψη μέτρων στους τομείς που σχετίζονται με την ενέργεια, την πολιτική, την άμυνα και τον τουρισμό.

Κομβικό σημείο για τον τουρισμό υπήρξε αρκετά χρόνια αργότερα η Συνθήκη της Λισσαβόνας (European Parliament, 2007), η οποία, στο άρθρο 6 αναφέρει: «*Η Ένωση έχει αρμοδιότητα να αναλαμβάνει δράσεις για να υποστηρίξει, να συντονίζει ή να συμπληρώνει τη δράση των κρατών-μελών*», με τους τομείς δράσεις να είναι η βελτίωση και η προστασία της υγείας των ανθρώπων, ο πολιτισμός, η παιδεία, η επαγγελματική κατάρτιση, οι νέοι, ο αθλητισμός, η βιομηχανία, η πολιτική προστασία, η διοικητική συνεργασία και ο κλάδος του τουρισμού.

Στη Συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Ένωση, η οποία αποτελεί τη βάση του δικαίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στο άρθρο 195 ορίζεται ότι: «*Η Ένωση συμπληρώνει τη δράση των κρατών-μελών στον τομέα του τουρισμού, ιδίως με την προαγωγή της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στον συγκεκριμένο τομέα*» και τον λόγο αυτό η δράση της έχει ως στόχο την ενθάρρυνση της διακρατικής συνεργασίας εντός της Ένωσης, ιδιαίτερα με την ανταλλαγή ορθών πρακτικών καθώς επίσης και την ενθάρρυνση της δημιουργία ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος που θα έχει ως στόχο την ανάπτυξη των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο του τουρισμού.

Το 2014 πραγματοποιήθηκε δημόσια διαβούλευση σχετικά με το διοικητικό και κανονιστικό πλαίσιο της Ένωσης για θέματα που σχετίζονται με τον τουρισμό. Έπειτα από πολλές συναντήσεις και διαβουλεύσεις, οι συμμετέχοντες κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι υπάρχει εκτεταμένη ανάγκη για περαιτέρω εξέταση και εξ'ορθολογισμό τόσο του κανονιστικού, όσο και του διοικητικού πλαισίου για την τουριστική βιομηχανία, κυρίως για θέματα που έχουν σχέση με το όφελος των καταναλωτών και των τουριστών, δηλαδή την προστασία των δικαιωμάτων του καταναλωτή και τη φορολογία των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών (Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, 2015).

Το πλάνο δράσεων και η ευρωπαϊκή στρατηγική που συστήθηκε είχε διάρκεια πέντε ετών (μέχρι το 2020) και περιλάμβανε: 1) τον εξ'ορθολογισμό του κανονιστικού πλαισίου για τον τουρισμό σε ευρωπαϊκό, εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, 2) την προώθηση της ψηφιακοποίησης του τουρισμού και συγκεκριμένα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο, 3) την αναβάθμιση των δεξιοτήτων και των ικανοτήτων του τουριστικού τομέα, 4) την προώθηση της βιωσιμότητας του κλάδου και του «απέυθυνου» τουρισμού, 5) την προώθηση του τουρισμού τις περιόδους χαμηλής και μεσαίας εισροής τουριστών (low & medium season),

6) τη βελτίωση της συνδεσιμότητας των μεταφορών στις διατροφικές και υπεραστικές περιοχές,
7) την κοινή προώθηση της Ευρώπης ως τουριστικού προορισμού, κυρίως σε τρίτες χώρες, και
τέλος 8) τη βελτίωση της διακυβέρνησης του τουρισμού (Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, 2015).

Δημογραφικά Στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης που επηρεάζουν τον κλάδο του τουρισμού

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση όλες οι χώρες παρουσιάζουν τις ίδιες τάσεις όσον αφορά στα δημογραφικά στοιχεία. Βγάζοντας εκτός των στοιχείων από τις μεταναστευτικές ροές που αλλάζουν τα δεδομένα στην ευρύτερη περιοχή της Ευρώπης, σύμφωνα με έρευνα που διεξήγαγε το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο (European Parliament, 2013), μία στις τρεις περιοχές αναμένεται να παρουσιάσει μείωση του πληθυσμού κατά την περίοδο 2008-2030, ενώ σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat (Eurostat, 2017), η μείωση του πληθυσμού μπορεί να παρατηρηθεί και σε πολλά μέρη των χωρών της Βαλτικής, της σκανδιναβικής χερσονήσου, αλλά και στα Βαλκάνια, όπως στη Βουλγαρία και την Ελλάδα. Επίσης, αντίστοιχη μείωση μπορεί να παρατηρηθεί σε Ρουμανία, Γερμανία, Πορτογαλία, Ισπανία, Κροατία και σε κεντρικές περιοχές της Γαλλίας.

Παράλληλα με τη μείωση του πληθυσμού παρατηρείται και μείωση των γεννήσεων, με αποτέλεσμα ο πληθυσμός της Γηραιάς Ηπείρου να γερνάει αντίστοιχα. Για παράδειγμα, η μέση ηλικία στην Ευρωπαϊκή Ένωση αυξήθηκε από 38,3 έτη το 2001 σε 42,6 το 2016, αύξηση 4,3 ετών σε μόλις 15 χρόνια. Σύμφωνα με προβλέψεις, το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 80 ετών και άνω στον πληθυσμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης αναμένεται να υπερδιπλασιαστεί έως το 2050 (από 5,4 % του πληθυσμού το 2016 σε 11,4 % το 2050).

Ο κοινωνικός τουρισμός στην Ευρωπαϊκή Ένωση και η στρατηγικές επιλογές για την προώθησή του

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, το 2010 το ποσοστό των τουριστών μεγαλύτερης ηλικίας ήταν 15% και οι προ-πανδημίας προβλέψεις έδειχναν ότι θα υπήρχε μεγάλη αύξηση του ποσοστού αυτού, σε 26% το 2030, το οποίο μέχρι το 2050 θα έφτανε το 32%. Μετά την πανδημία του κορονοϊού αυτά τα ποσοστά ενδέχεται να αλλάξουν. Οι ίδιες προβλέψεις έδειχναν ότι έως τα μισά του αιώνα το ένα τρίτο της συνολικής τουριστικής δαπάνης στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα

προέρχεται από ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας και συγκεκριμένα από άτομα πάνω από 65 χρονών. Το 2015, έρευνα από το Ευρωβαρόμετρο έδειξε ότι το ποσοστό των τουριστών άνω των 55 ετών που επιλέγουν έναν προορισμό για τις διακοπές τους με βάση τον ήλιο και την παραλία είναι 30%, εκείνοι που οργανώνουν ένα ταξίδι για να επισκεφθούν φίλους και συγγενείς διαμορφώνουν το ποσοστό σε 38% κι εκείνοι που ταξιδεύουν για λόγους υγείας και ευεξίας αντιπροσωπεύουν το 15%.

Σύμφωνα με τους Qui και Dai (Qiu & Dai, 2019), οι οποίοι επικέντρωσαν την έρευνά τους στον τουρισμό μεγαλύτερων ηλικιών στην Κίνα, κατέληξαν στο γενικότερο συμπέρασμα ότι υπάρχει μεγάλη ανάγκη για αναβάθμιση του τουρισμού μεγαλύτερων ηλικιών. Τα προβλήματα που εντόπισαν σχετίζονται με τη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών, την κάλυψη των αναγκών, την ιατρική περίθαλψη, τα μέσα αναψυχής κλπ. Επιπλέον αναφέρουν ότι η ύπαρξη μιας συγκεκριμένης στρατηγικής προσανατολισμένης αποκλειστικά στους τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών βοηθάει σημαντικά την αναβάθμιση της τουριστικής εμπειρίας αυτής της ηλικιακής ομάδας. Είναι σημαντικό να ενσωματώνει τον πολιτισμό, τις έννοιες του ελεύθερου χρόνου και της ψυχαγωγίας, πρακτικές για την φροντίδα των ανθρώπων μεγαλύτερων ηλικιών και τις ιατροφαρμακευτικές υπηρεσίες.

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ο τουρισμός μεγαλύτερων ηλικιών ανήκει στο φάσμα των κοινωνικών θεμάτων της ατζέντας της Ένωσης και συγκεκριμένα στα θέματα που εντάσσονται στις κοινωνικές πολιτικές. Το 2007 ήταν το «Ευρωπαϊκό έτος ίσων ευκαιριών για όλους». Στο πλαίσιο του εορτασμού του πραγματοποιήθηκε σχετικό συνέδριο, κύριος στόχος του οποίου ήταν να προσδιορίσει εάν υπάρχει δυνατότητα επέκτασης της συνεργασίας των λιγότερο ενεργών κρατών-μελών στον τομέα του κοινωνικού τουρισμού (European Commission, 2008).

Το συνέδριο σχετιζόταν με τον κοινωνικό τουρισμό εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης και έβαζε στο επίκεντρο τον τουρισμό των νέων και των ανθρώπων μεγαλύτερων ηλικιών. Μέσα από το συνέδριο δημιουργήθηκε ένα πιλοτικό πρόγραμμα τουρισμού για ανθρώπους τρίτης ηλικίας, σκοπός του οποίου ήταν να βοηθήσει στην επίλυση προβλημάτων που έχουν σχέση με την εποχικότητα στον τουριστικό τομέα. Προέκταση του πιλοτικού προγράμματος, ένα χρόνο μετά αποτέλεσε η υλοποίηση του πολύ σημαντικού έργου Calypso «Τουρισμός για όλους».

Ενδιαφέρον για τον κοινωνικό τουρισμό είχε ανέκαθεν και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το οποίο ανταναικλάται σε διάφορα ψηφίσματα που έχει εκδώσει. Το 2011 εξέδωσε ένα νέο πολιτικό πλαίσιο για τον τουριστικό κλάδο της Ευρώπης, μέσα από το οποίο καλούσε την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να λάβει μέτρα και να υλοποιήσει δράσεις που θα έχουν στόχο τη σταδιακή μείωση της εποχικότητας του τουρισμού. Επιπλέον, την ωθούσε στο να συνεχίσει τις προσπάθειες για την αύξηση της προσβασιμότητας σε προσφορές που αφορούν στον τουρισμό, σε όλους τους πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (European Parliament, 2010/2206 (INI)).

Τέσσερα χρόνια μετά, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο εξέδωσε νέο ψήφισμα που σχετιζόταν με τις νέες προκλήσεις κι έννοιες, με στόχο την προώθηση του τουρισμού στην Ευρώπη, καλώντας τα κράτη-μέλη να επικεντρωθούν περισσότερο στη χρήση νέων τεχνολογιών. Στο ίδιο ψήφισμα διατυπώνονται και οι έννοιες του τουρισμού για τους ανθρώπους της τρίτης ηλικίας και για τα άτομα με περιορισμένη ή μειωμένη κινητικότητα, συνιστώντας την «καθολική προσβασιμότητα» ως βασικό κριτήριο για τη χορήγηση στήριξης των χωρών μέσω προγραμμάτων οικονομικής ανάπτυξης και ενίσχυσης της Ένωσης (European Parliament, 2104/2241 (INI)).

Με τα χρόνια, τόσο τα θεσμικά όργανα, όσο και οι φορείς της Ευρωπαϊκής Ένωσης αναγνωρίζουν όλο και περισσότερο την ανάγκη να ληφθούν υπόψη και οι κοινωνικές πτυχές του τουρισμού (συμπεριλαμβανομένου και του τουρισμού για μεγαλύτερες ηλικίες) στη σχετική πολιτική της Ένωσης. Έτσι, σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Επιτροπής καθώς και σε λίγα κράτη-μέλη, κατά την περίοδο 2007 με 2013 έγιναν ορισμένες ενέργειες που είχαν ως στόχο οι τουριστικές προσφορές να μην αφορούν μόνο συγκεκριμένες ομάδες, αλλά να έχουν εφαρμογή και σε ορισμένες άλλες κοινωνικές ομάδες τουριστών, επιτρέποντας με αυτό τον τρόπο, σε κάποιο βαθμό, την καταπολέμηση των κοινωνικών ανισοτήτων που σχετίζονται με την πρόσβαση στον τουρισμό.

Μια από αυτές τις ενέργειες ήταν το πρόγραμμα Calypso Project (European Commission, 2009/10) το οποίο κάλυπτε περιοχές της Ιβηρικής χερσονήσου (Ισπανία & Πορτογαλία), καθώς και περιοχές της Γαλλίας και της Ιταλίας. Το πρόγραμμα στόχευε σε καταναλωτικό κοινό

ηλικίας 18-30, σε οικογένειες που παρουσίαζαν χαμηλά εισοδήματα και οικονομικές δυσκολίες, σε άτομα με κάποιου είδους αναπηρία και κυρίως σε ανθρώπους που ανήκουν στην τρίτη ηλικία. Μόνο κατά το πρώτο κύμα εφαρμογής του προγράμματος επωφελήθηκαν πάνω από 45.000 Ευρωπαίοι πολίτες. Ένα άλλο παρόμοιο πρόγραμμα που είχε στο επίκεντρο τους ανθρώπους μεγαλύτερων ηλικιών και τους νέους, και σχετιζόταν με τη διευκόλυνση των διακρατικών τουριστικών ροών τις περιόδους μέτριας και χαμηλής κίνησης είναι το COS-TFLOWS-2014-3-15 (European Commission). Το έργο εκπονήθηκε από τον οργανισμό EASME (Εκτελεστικός Οργανισμός για Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις) που λειτουργεί στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή και σήμερα αποτελεί μέρος του COSME (Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Ανταγωνιστικότητα των Επιχειρήσεων και των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων το 2014– 2020). Ένα σημαντικό σημείο ενδιαφέροντος του προγράμματος ήταν η υποστήριξη του τουρισμού, με παράλληλη ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα στην Ευρώπη, με στόχο την αύξηση της κινητικότητας και την παράταση της περιόδου διακοπών των ατόμων μεγαλύτερων ηλικιών (55+ χρονών) και των νέων (15-30 χρονών).

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στο πλαίσιο της προαναφερθείσας πρωτοβουλίας είχε «επενδύσει» σε μεγάλο αριθμό έργων για να διευκολύνει τα ταξίδια αναψυχής και διακοπών, ομάδων που αντιμετωπίζουν κοινωνικά προβλήματα. Τα έργα στόχευαν στην αύξηση της τουριστικής κίνησης τις περιόδους που δεν συνηθίζεται οι τουρίστες να ταξιδεύουν (off-season), ώστε να ενισχύσουν τις τοπικές κοινωνίες, και να αντιμετωπίσουν το ζήτημα της εποχικότητας, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και επιχειρηματικές ευκαιρίες. Αυτά τα έργα περιλάμβαναν τα εξής:

- European Senior Travelers – Ευρωπαίοι τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών: Έργο προώθησης ανταλλαγής ηλικιωμένων τουριστών μεταξύ Πολωνίας, Πορτογαλίας και Ισπανίας.
- Social Tourism European Exchanges Platform – Πλατφόρμα ανταλλαγής Ευρωπαίων τουριστών: Πλατφόρμα που διευκόλυνε τον διεθνή τουρισμό, ειδικά τις περιόδους χαμηλής τουριστικής κίνησης.
- Έργο Holiday 4all (Τουρισμός για όλους): Είχε στόχο την ενίσχυση και την προώθηση της διακρατικής συνεργασίας στην ευρύτερη περιφέρεια του Δούναβη, ώστε να βοηθήσει στην ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού.

- Έργο OFF2013: Έργο που διευκόλυνε την διεθνή ανταλλαγή ηλικιωμένων τουριστών και οικογενειών που θέλουν να ταξιδέψουν αλλά είναι σε «μειονεκτική θέση» στην Πολωνία, και αφορούσε κυρίως τουρισμό τις περιόδους χαμηλής τουριστικής κίνησης.

Τα επιμέρους οφέλη και side-effects του κοινωνικού τουρισμού

Η έννοια του κοινωνικού τουρισμού αναπτύχθηκε αρχική βασιζόμενη στην «κοινωνική βοήθεια» και αποσκοπούσε στην αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας ηλικιωμένων, ατόμων με ειδικές ανάγκες και ανθρώπων με χαμηλά εισοδηματικά κριτήρια ή στα όρια της φτώχειας (Panasiuk & Wszendybyl-Skylska, 2021, p. 9). Ωστόσο, ως θετικό συνεπακόλουθο είχε την οικονομική ανάπτυξη των περιοχών, στις οποίες στόχευε. Ο κοινωνικός τουρισμός συμβάλλει ουσιαστικά στην κοινωνική ευημερία, αυξάνει την αυτοπεποίθηση των ατόμων που συμμετέχουν και ενισχύει τις προοπτικές για το μέλλον. Ακόμη βοηθάει τους ανθρώπους που βιώνουν την κοινωνική και γεωγραφική απομόνωση, και ανακουφίζει το άγχος και τη μοναξιά (Morgan, Nigel, Pritchard, & Sedgley, 2015).

Σύμφωνα με τους Cisneros-Martínez κ.α. (Cisneros-Martínez, David, McCabe, & Fernández-Morales, 2018), ο κοινωνικός τουρισμός επιτρέπει την άμεση υλοποίηση ενός πολύ βασικού κοινωνικού στόχου που είναι η βελτίωση της ποιότητας ζωής των ηλικιωμένων, των ατόμων με ειδικές ανάγκες και ανθρώπων με χαμηλό εισόδημα, επιτρέποντάς τους να ανακαλύψουν νέα μέρη και να πραγματοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές δραστηριότητες και συνεπώς να εμπλουτίσουν τον ελεύθερο τους χρόνο. Ο κοινωνικός τουρισμός προσφέρει πολλές λύσεις για να γίνει εφικτή η ομοιόμορφη κατανομή της ζήτησης (Cisneros-Martínez, David, McCabe, & Fernández-Morales, 2018), ενώ με αυτόν τον τρόπο συμβάλλει και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των τουριστών, καθώς και στην οικονομική βιωσιμότητα των τουριστικών προορισμών, των προς επιλογή θερέτρων και των ευρύτερων τουριστικών περιοχών.

Επιπρόσθετα, συνεισφέρει στη διατήρηση της οικονομικής δραστηριότητας των περιοχών αυτών και στην ενίσχυση της απασχόλησης τις περιόδους του χρόνου που η τουριστική κίνηση είναι μειωμένη, ευνοώντας παράλληλα τη μεσοπρόθεσμη και την μακροπρόθεσμη κερδοφορία (Panasiuk & Wszendybyl-Skylska, 2021, p. 9). Την ίδια στιγμή, βοηθάει και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των τοπικών κοινοτήτων, ενώ σε περιπτώσεις που η τοπική οικονομία είναι πιο δυναμική, μπορεί επίσης να οδηγήσει στην ανάπτυξη πρόσθετων αγορών κατά τις ίδιες

περιόδους χαμηλής τουριστικής κίνησης (Cisneros-Martínez, David, McCabe, & Fernández-Morales, 2018).

Από οικονομική σκοπιά, ο κοινωνικός τουρισμός διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο στη δημιουργία θέσεων εργασίας (McCabe S. , 2018, p. 420) και στον μετριασμό των αρνητικών επιπτώσεων του φαινομένου της εποχικότητας (Cisneros-Martínez, David, McCabe, & Fernández-Morales, 2018). Για παράδειγμα, μέσα από το ισπανικό πρόγραμμα IMSERSO δημιουργήθηκαν ή/και διατηρήθηκαν κοντά στις 120.000 θέσεις εργασίας (IMSERSO 2016) (Sedgley, Haven-Tang, & Espeso-Molinero, 2018). Για το ζήτημα της βιωσιμότητας της οικονομίας έγραψαν οι Agarwal και Brunt (Agarwal, Sheela, & Brunt, 2006), οι οποίοι ανέφεραν ότι καθώς η μείωση του αριθμού των επισκεπτών σε παραθαλάσσιους προορισμούς έχει ως επακόλουθο τη μείωση του βιοτικού επιπέδου, παράλληλα παρατηρείται και μείωση των επενδύσεων και των υποδομών και η αναδιάρθρωση των θερέτρων, οδηγεί με τη σειρά της σε επιπτώσεις στην οικονομία, με χαμηλότερους μισθούς και κοινωνικό αποκλεισμό ορισμένων ομάδων του πληθυσμού (Panasiuk & Wszendybyl-Skylska, 2021, p. 9).

Από την άλλη, τα αποτελέσματα του προγράμματος Calypso καταδεικνύουν έντονα την ανάγκη για περαιτέρω ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού, καθώς το είδος αυτό του τουρισμού παρέχει σημαντικά οικονομικά οφέλη στους προορισμούς και τις χώρες. Τέτοια οφέλη είναι τα έσοδα από υψηλότερες τουριστικές δαπάνες, αυξημένη απασχόληση, ποσοστά μόνιμης απασχόλησης, αυξημένα φορολογικά έσοδα κλπ. (ECalypso 2016) (Panasiuk & Wszendybyl-Skylska, 2021, p. 9).

Επίσης, η ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού συμβάλλει στην εξάλειψη των προβλημάτων που σχετίζονται με την προσβασιμότητα των τουριστών με συγκεκριμένες και πιο απαιτητικές ανάγκες (π.χ. παιδικά καροτσάκια, αναπηρικά αμαξίδια κλπ.) (Panasiuk & Wszendybyl-Skylska, 2021, p. 9), καθώς προϋποθέτει τον ανασχεδιασμό και την αναπροσαρμογή των προσφερόμενων υπηρεσιών και των τουριστικών εγκαταστάσεων, σύμφωνα με τις ανάγκες των τουριστών μεγαλύτερων ηλικιών, των ατόμων με ειδικές ανάγκες ή/και των οικογενειών με παιδιά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΙΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΗΛΙΚΙΕΣ

ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΡΟ-ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΕΠΟΧΗ

Ο τουρισμός αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες σε ολόκληρο τον κόσμο, προσφέροντας ευρεία γκάμα ευκαιριών, συμπεριλαμβανομένων των διαπολιτισμικών επαφών, οφέλη για τις τοπικές οικονομίες και την ανάπτυξη των κρατών, ευημερία των τουριστικών προορισμών, καθώς και προσωπικό όφελος στους τουρίστες (McCabe, Joldersma, & Li, 2010). Σύμφωνα με το άρθρο 24 της Οικουμενικής Διακήρυξης για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα αναφέρεται ρητών ότι *άπαντες έχουν το δικαίωμα στην ξεκούραση και τον ελεύθερο χρόνο, συμπεριλαμβανομένου εύλογου περιορισμού των ωρών εργασίας και περιοδικών διακοπών με αμοιβή*, με όλους τους ανθρώπους ανεξαιρέτως να έχουν το δικαίωμα στον ελεύθερο χρόνο για να αναπτύξουν την προσωπικότητά τους και να επιτύχουν περαιτέρω κοινωνική ένταξη και ενσωμάτωση, ανά περίπτωση (European Commission, 2006).

Στο πλαίσιο αυτό, και με στόχο την προώθηση της έννοιας «τουρισμός για όλους» και την υιοθέτηση πολιτικών από τις κυβερνήσεις των κρατών (Bélanger & Jolin, 2011) δημιουργήθηκε η έννοια του κοινωνικού τουρισμού. Στον κοινωνικό τουρισμό εντάσσονται κοινωνικές ομάδες με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, όπως άνθρωποι με αναπηρίες, ηλικιωμένα ή πολύ νεαρά άτομα, οικογένειες με χαμηλό εισόδημα, άτομα με ιατρικά θέματα κ.α. Σύμφωνα μάλιστα και με τον Διεθνή Οργανισμό Κοινωνικού Τουρισμού, ο κοινωνικός τουρισμός είναι ο τρόπος με τον οποίο ο τουρισμός αναψυχής γίνεται προσβάσιμος στις προαναφερθείσες κατηγορίες.

Την ίδια στιγμή, μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις του 21ου αιώνα είναι η ταχεία γήρανση του πληθυσμού της γης. Ειδικότερα, σύμφωνα με τη Eurostat, το 2019 στην Ευρωπαϊκή Ένωση ζούσαν 90,4 εκατομμύρια ηλικιωμένοι (ηλικίας 65 ετών και άνω). Από αυτούς, το 39,7% ζούσε σε ενδιάμεσες ημι-αστικές περιοχές και το 38,2% στις κυρίως αστικές περιοχές, αφήνοντας το 22,1% στις κυρίως αγροτικές περιοχές (Eurostat, 2019).

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, ο τουρισμός συμβάλλει ουσιαστικά στην ανάπτυξη θετικών εμπειριών των τουριστών, καθώς επίσης και στη διατήρηση και τη διασφάλιση όλων εκείνων των χαρακτηριστικών που επιβραδύνουν τη γήρανση. Έτσι γίνεται πιο εύκολη η κοινωνική ένταξη των ανθρώπων μεγαλύτερων ηλικιών και αντιμετωπίζονται ευκολότερα τυχόν δυσκολίες

και εμπόδια που σχετίζονται με την ηλικία τους και τη γήρανση (Ashton, Cabral, Santos, & Kroetz, 2015).

Με το προσδόκιμο ζωής αυξάνεται σημαντικά, και ιδιαίτερα μετά τα 60, παρατηρείται ότι αυτές οι ηλικιακές ομάδες «επενδύουν» περισσότερο στον προσωπικό τους ελεύθερο χρόνο και σε δραστηριότητες αναψυχής. Ως επακόλουθο, η συνεχής αύξηση ανθρώπων μεγαλύτερων ηλικιών, έχει δημιουργήσει μια νέα αγορά - με συγκεκριμένες ανάγκες και χαρακτηριστικά, τα οποία μέχρι πρότινος δεν ήταν αναγνωρίσιμα ή ακόμη και υπολογίσιμα- και δεν είναι άλλη από τον τουρισμό των μεγαλύτερων ηλικιών. Οι άνθρωποι μεγαλύτερων ηλικιών είναι μια ομάδα ατόμων που αντιμετωπίζει πολλούς περιορισμούς στην πρόσβασή της στον τουρισμό και γι' αυτό βρίσκεται μέσα στην λίστα των ομάδων που απευθύνεται ο κοινωνικός τουρισμός (Fleischer & Pizam, 2002). Ανασταλτικοί παράγοντες για την ομάδα αυτή είναι τυχόν θέματα υγείας που παρατηρούνται και το εισόδημα, κυρίως λόγω συνταξιοδότησης (Fleischer & Pizam, 2002, p. 120).

Χαρακτηριστικά και τάσεις

Οι τουρίστες μεγαλύτερης ηλικίας αντιπροσωπεύουν μια κοινωνική ομάδα με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τα οποία έχουν μεγάλα οφέλη για τη βιομηχανία του τουρισμού. Παρά τις ατομικές διαφορές που μπορεί να παρουσιάζουν, έχουν και κάποια κοινά γενικά χαρακτηριστικά που βοηθάνε στην ομαδοποίησή τους. Κάποια γενικά χαρακτηριστικά που λαμβάνονται υπόψη είναι η εκπαίδευση, η κατάσταση της υγείας τους, η καλή ή μη φυσική κατάσταση, η καλή οικονομική κατάσταση, οι διευρυμένες δυνατότητες για περισσότερες αγορές και ο ελεύθερος χρόνος που έχουν, καθώς και η πιθανότητα επαν-επίσκεψης ενός προορισμού και η προτίμηση της εποχής που ταξιδεύουν (Medeiros, Silva, & Furtado, 2020).

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον Zsarnoczky τα κοινά τους χαρακτηριστικά είναι τα εξής (Zsarnoczky, 2017):

- Οι τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών έχουν επαρκές εισόδημα για να διαθέσουν στις διακοπές τους ή στις εκδρομές και εξορμήσεις που επιλέγουν.
- Με βάση τα δημογραφικά στοιχεία (Ευρώπη), η πλειοψηφία της συγκεκριμένης ηλικιακής ομάδας απαρτίζεται από γυναίκες.

- Βασική προτεραιότητά τους είναι η αίσθηση της ασφάλειας. Για το λόγο αυτό οι τουρίστες μεγαλύτερης ηλικίας αποφεύγουν περιοχές που ελλοχεύουν κινδύνους και κυρίως προορισμούς που έχουν υποστεί ή μπορεί να υποστούν κάποια καταστροφή (λ.χ. φυσική καταστροφή-σεισμογενείς περιοχές).
- Λόγω της ηλικίας τους, έχουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο σε σχέση με άλλες ηλικιακές ομάδες και συνεπώς οι ταξιδιωτικές τους προτιμήσεις και ο προγραμματισμός τους δεν έχει εποχικότητα-ταξιδεύουν όλες τις εποχές του χρόνου.
- Σε άμεση συνάρτηση με τον ελεύθερό τους χρόνο, ένα ακόμη χαρακτηριστικό τους είναι η προθυμία και η ευελιξία τους να επεκτείνουν τον χρόνο παραμονής τους, ακόμη και παραπάνω από μια φορά, σε έναν προορισμό που τους εξυπηρετεί και απολαμβάνουν.
- Σε κάποιες περιπτώσεις, λόγω της αυξημένης τους τάσης να κάνουν ερωτήσεις και να μαθαίνουν πληροφορίες για πράγματα που τους ενδιαφέρουν, οι τουρίστες μεγαλύτερης ηλικίας κατατάσσονται στην κατηγορία των «περίεργων» τουριστών.
- Στο ίδιο πλαίσιο, η ομάδα αυτή χρειάζεται αυξημένη επικοινωνία κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.
- Πολύ σημαντικό γι' αυτούς είναι επίσης και οι ιατροφαρμακευτικές υπηρεσίες, λόγω συχνών προβλημάτων υγείας που παρατηρούνται στις μεγαλύτερες ηλικίες. Έτσι, επιλέγουν προορισμούς που έχουν εύκολη πρόσβαση σε γιατρούς, νοσοκομεία και φάρμακα.
- Λαμβάνουν πολύ σοβαρά υπόψη τους τη γνώμη τρίτων και τυχόν συστάσεις ή προτάσεις για έναν προορισμό ή δραστηριότητα.
- Τέλος, αναφορικά με τις μεταφορές, για τους τουρίστες μεγαλύτερης ηλικίας είναι πιο σημαντική η προσβασιμότητα στα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, απ' ό,τι τα ίδια τα Μέσα.

Παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό μεγαλύτερων ηλικιών

Όπως σε όλες τις κατηγορίες τουριστών, έτσι και στον τουρισμό ανθρώπων τρίτης ηλικίας υπάρχουν κάποια στοιχεία που επηρεάζουν τον τουρισμό τους. Για την καλύτερη κατανόηση του κοινού των τουριστών μεγαλύτερης ηλικίας είναι απαραίτητη η αποσαφήνιση και η καταγραφή τόσο των παραγόντων που διευκολύνουν την προώθηση και κατ' επέκταση την άνθιση αυτής της κατηγορίας τουρισμού, όσο κι εκείνων που φέρνουν εμπόδια και τελικά δυσκολεύουν την εξέλιξή του.

Παράγοντες που διευκολύνουν την προώθηση του τουρισμού στις μεγαλύτερες ηλικίες

Η πληθυσμιακή ομάδα των τουριστών μεγαλύτερης ηλικίας είναι ένα κοινό με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά (niche market) και αποτελεί από τις μεγαλύτερες και ευημερούσες αγορές της οικονομίας. Αυτό οφείλεται, όχι μόνο στην ηλικία της συγκεκριμένης ομάδας αλλά και στη βελτίωση των συνθηκών υγείας τους λόγω της κοινωνικής και τεχνολογικής προόδου. Επιπλέον, λαμβάνεται υπόψη ότι η ομάδα αυτή, σήμερα, απαρτίζεται από ανθρώπους που έχουν μεγαλώσει με ταξιδιωτικές συνήθειες και το να ταξιδεύουν είναι κάτι που έχουν συνηθίσει, σε αντίθεση με τους ανθρώπους μεγαλύτερων ηλικιών πριν από μερικές δεκαετίες (Avelar, Tiago, & Borges-Tiag, 2018, p. 713).

Ένα ακόμη σημαντικό στοιχείο που λαμβάνεται υπόψη είναι ότι γενικότερα, οι άνθρωποι μεγαλύτερων ηλικιών είναι μια ιδιαίτερη αγορά (Silver Market Phenomenon) που αποτελεί ευκαιρία για τους οργανισμούς, τις εταιρείες (Alén, Nicolau, Losada, & Domínguez, 2014). Έχουν τα κατάλληλα χαρακτηριστικά για την ανάπτυξη της καινοτομίας, της δημιουργικότητας, και της έννοιας της κοινωνικής ευθύνης (Avelar, Tiago, & Borges-Tiag, 2018, p. 713). Ακόμη η αγορά αυτή μπορεί να μελετηθεί ευκολότερα χωρίς τη μεταβλητή της εποχικότητας, καθώς η μεγαλύτερη μερίδα των ατόμων αυτής της ομάδας είναι ήδη συνταξιούχοι. Συνεπώς έχουν τη δυνατότητα να ταξιδεύουν όλες τις εποχές του έτους, αξιοποιώντας καλύτερα πόρους, χρόνο και μπορούν να ξοδεύουν περισσότερα χρήματα στις διακοπές τους λόγω της υψηλής τους αγοραστικής δύναμης (Hunke & Gerstner, 2006).

Για τους περισσότερους ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας, το να ταξιδεύουν είναι μια ξεκάθαρη προτεραιότητα στη ζωή τους, για την οποία είναι διατεθειμένοι να ξοδεύουν χρήματα σε τακτά χρονικά διαστήματα. Παρόλα αυτά το να ξοδεύουν συχνά δεν σημαίνει ότι κάνουν «εκπτώσεις» στην ποιότητα των υπηρεσιών που θέλουν να λαμβάνουν, ούτε κάνουν παραδοχές σε θέματα που σχετίζονται με τις διακοπές τους (Avelar, Tiago, & Borges-Tiag, 2018, p. 714). Οι τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών είναι εξαιρετικά προσεκτικοί στις επιλογές τους στοχεύοντας σε ποιοτικά προϊόντα και υπηρεσίες, ενώ θέλουν να νιώθουν ότι τα χρήματά τους έχουν αξία, και μάλιστα υπολογίσιμη.

Επιπρόσθετα, οι τουρίστες αυτών των ηλικιών αναζητούν εμπειρίες και βάσει αυτών των αναζητήσεων θα πρέπει να διαμορφώνονται και οι τουριστικές υπηρεσίες, ώστε να καλύπτουν επαρκώς τις επιθυμίες και τις ανάγκες τους. Για παράδειγμα οι σημερινοί πενήντάρηδες (Patterson & Pegg, 2009) -οι οποίοι σημειώνεται ότι δεν ανήκουν στην ομάδα των ταξιδιωτών μεγαλύτερης ηλικίας, αλλά παρουσιάζουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά λόγω της ηλικιακής εγγύτητας (είναι η κοντινότερη ηλικιακή ομάδα με λιγότερο ή ίσο με δεκαετία απόσταση)- δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στις εμπειρίες, καθώς θέλουν να συμμετέχουν σε νέες μορφές αναψυχής με περισσότερη περιπέτεια, αναζητώντας μεγαλύτερη σωματική ευεξία. Αντίστοιχα, και ίσως σε μικρότερο βαθμό, αναζητούν και οι τουρίστες μεγαλύτερης ηλικίας (Patterson & Pegg, 2009).

Υπάρχουν ποικίλες επιχειρηματικές ευκαιρίες και ιδέες για τη δημιουργία καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών που απευθύνονται σε τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών, τόσο στον τομέα του τουρισμού όσο και της αναψυχής γενικότερα. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στον τουρισμό που σχετίζεται με την ευεξία και την υγεία (Avelar, Tiago, & Borges-Tiag, 2018, p. 719). Οι τουρίστες αυτής της ηλικιακής ομάδας αντιλαμβάνονται ξεκάθαρα ότι υπάρχουν αμέτρητες δυνατότητες για δραστηριότητες που βελτιώνουν την υγεία τους μέσα από προληπτικές θεραπείες, και αυτές οι δυνατότητες δίνουν κίνητρα στους τουρίστες αυτούς για να επιλέξουν για τις διακοπές τους κέντρα ευεξίας, spa και health resorts.

Τέλος, ένας ακόμη παράγοντας που διευκολύνει την προώθηση του τουρισμού μεγαλύτερων ηλικιών και σχετίζεται άμεσα με τους ίδιους τους τουρίστες είναι ότι παρόλο που οι συνθήκες υγείας θεωρούνται σημαντικές πριν ταξιδέψουν, ακόμη και στην περίπτωση που οι ίδιοι έχουν κάποια θέματα υγείας, εάν η στάση τους και η ψυχολογία τους είναι θετική όλες τις υπόλοιπες μέρες το χρόνο, οι ίδιοι ενδεχομένως να είναι «καλή περίπτωση» των ανθρώπων που προωθούν τουριστικά προϊόντα-αγαθά και υπηρεσίες (Avelar, Tiago, & Borges-Tiag, 2018, p. 714).

Παράγοντες που παρεμποδίζουν την προώθηση του τουρισμού στις μεγαλύτερες ηλικίες

Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που μπορούν να αποτρέπουν τα ταξίδια στις μεγαλύτερες ηλικίες. Ο McGuire εντοπίζει μερικούς από αυτούς σαν εξωτερικούς, χρονικούς, κοινωνικής

«αποδοχής» και ικανότητας καθώς και παράγοντες που έχουν να κάνουν με την υγεία και την φυσική ικανότητα (McGuire, 1984). Οι Fleischer και Pizam εικάζουν ότι από τα 55 έτη και έπειτα, υπάρχουν εμπόδια που αφορούν το χρόνο, το εισόδημα και την υγεία που επηρεάζουν τη συμμετοχή των μεγαλύτερων σε τουριστικές δραστηριότητες (Fleischer & Pizam, 2002).

Οι Huang και Tsai αναφέρουν σαν εμπόδια τη γενική ικανότητα του ταξιδιώτη (φυσική κατάσταση, φόβος στο να φύγει από το σπίτι μόνος του, οικονομικούς προβληματισμούς, απουσία συντροφιάς) και θέματα που αφορούν τον διοργανωτή του ταξιδιού (φαγητό, απουσία επαρκής πληροφόρησης σχετικά με τον προορισμό, φόβος απογοήτευσης και σπατάλης χρημάτων) (Avelar, Tiago, & Borges-Tiag, 2018, p. 714).

Τέλος, οι Hunter-Jones και Blackburn επισημαίνουν τις ανησυχίες σχετικά με τα απαραίτητα εμβόλια, την υγρασία, το άγχος του αεροδρομίου το jet lag το υψηλό κόστος ασφάλισης και τα ρίσκα που έχουν να κάνουν με τις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες (Hunter-Jones & Blackburn, 2007). Συνεπώς οι τουρίστες μεγαλύτερης ηλικίας θεωρούν ότι η συμπεριφορά δεν είναι ένα απλό ζήτημα. Αντικατοπτρίζει μία συνεχή διεκυστίνδα μεταξύ προωθητικών και περιοριστικών παραγόντων, μία δυναμική που συνεχώς μεταβάλλεται με τα χρόνια (Avelar, Tiago, & Borges-Tiag, 2018, p. 714).

Διαφορές από τα υπόλοιπα είδη τουρισμού

Παρόλο που όλοι οι τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών, παρά τις ομοιότητες που τους ομαδοποιούν, δεν είναι ίδιοι, έχουν σημαντικές συμπεριφορικές διαφορές σε σχέση με τα υπόλοιπα είδη τουρισμού. Τα τελευταία σαράντα χρόνια έχουν εκπονηθεί πολλές διαφορετικές έρευνες γύρω από αυτό το θέμα.

Θεμέλιος λίθος της ερευνητικής συζήτησης αποτελεί η έρευνα του 1982 των Anderson και Langmeyer. Οι δυο τους μελέτησαν τόσο τις ομοιότητες, όσο και τις διαφορές των τουριστών στις ηλικιακές ομάδες κάτω και πάνω των 50 ετών. Εκείνο που ανακάλυψαν ήταν ότι οι τουρίστες κάτω των 50 ετών έχουν περισσότερες πιθανότητες να οργανώσουν κάποιο ταξίδι με στόχο την χαλάρωση ή την ξεκούρασή τους, για να συμμετέχουν σε δραστηριότητες, για να

επισκεφθούν αξιοθέατα και για να δουν συγγενείς τους (Anderson & Langmeyer, 1982, pp. 23-24). Ωστόσο, παρατήρησαν ότι παρόλο που και οι άνω των 50 πραγματοποιούν ταξίδια για ξεκούραση, για να επισκεφθούν αγαπημένους τους και αρχαιολογικούς χώρους, οι ίδιοι δεν ήταν διατεθειμένοι να λάβουν μέρος σε κάποια υπαίθρια δραστηριότητα ή να επισκεφθούν ιστορικά κτήρια και αξιοθέατα που βρίσκονται σε εξωτερικούς χώρους. Επιπλέον, από την έρευνα προέκυψε ότι οι άνω των 50 ήταν πιο πιθανό να ταξιδέψουν αεροπορικώς, σε σχέση με τους κάτω των 50. Μια ακόμη παρατήρηση ήταν ότι οι μεγαλύτερες ηλικίες προτιμούσαν προσχεδιασμένες διακοπές και ομαδικές εκδρομές (Anderson & Langmeyer, 1982, pp. 23-24).

Λίγα χρόνια αργότερα οι Romsa και Blenman πραγματοποίησαν μια έρευνα γύρω από τα μοτίβα διακοπών που ακολουθούν οι Γερμανοί τουρίστες, ηλικιωμένοι και νεαροί. Το συμπέρασμα στο οποίο κατέληξαν ήταν ότι οι διαφορές μεταξύ των δύο ηλικιακών ομάδων είναι αμελητέες, βγάζοντας όμως έξω από την εξίσωση την μεταβλητή ενασχολήσεων που σχετίζονται με την έντονη σωματική δραστηριότητα (Romsa & Blenman, 1989, pp. 185-187).

Το 1992, οι Ananth, DeMicco, Moreo και Howey βρήκαν σημαντικές διαφορές στις προτιμήσεις των τουριστών άνω των 59 ετών, σε σύγκριση με νεότερους. Η έρευνα επικεντρώθηκε στις ξενοδοχειακές ανέσεις που θέλουν να έχουν οι τουρίστες ανάλογα με την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκουν (Ananth, DeMicco, Moreo, & Howey, 1992). Τα ευρήματα των προτιμήσεων των πιο μεγάλων σχετίζονταν άμεσα με το «γήρας». Οι άνω των 59 θεωρούσαν πιο σημαντικά την ύπαρξη επιπλέον καλυμμάτων (κουβέρτες), μπαρών και στηριγμάτων στο μπάνιο, ευανάγνωστα γράμματα σε εκτυπωμένα προγράμματα του ξενοδοχείου, πληροφορίες και μενού, ευανάγνωστες πινακίδες στους χώρους κοινής χρήσης, όπως στους διαδρόμους και στο εστιατόριο ή το καφέ. Ακόμη σημαντικά φαίνεται να είναι για εκείνους η ύπαρξη βοηθητικού φωτισμού για το βράδυ, κλειστό κύκλωμα βίντεο για 24ωρη ασφάλεια και οι μικρές μερίδες φαγητού (Ananth, DeMicco, Moreo, & Howey, 1992, pp. 19-20).

Την ίδια χρονιά, μια ακόμη έρευνα γύρω από το θέμα έγινε από τους Javalgi, Thomas και Rao. Οι τρεις τους συνέκριναν συμπεριφορικά χαρακτηριστικά των τουριστών μεγαλύτερων ηλικιών και των νεαρότερων στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής (Javalgi, Thomas, & Rao, 1992). Λαμβάνοντας υπόψη το επίπεδο εκπαίδευσης και το επίπεδο του εισοδήματος - οι τότε

ηλικιωμένοι είχαν σχετικά πιο σταθερό εισόδημα σε πολύ χαμηλότερο επίπεδο από εκείνο των νεότερων- διαπιστώθηκε ότι οι μεγαλύτεροι ηλικιακά ήταν πιο «ευαίσθητοι» στο κομμάτι των τιμών και για το λόγο αυτό προτιμούσαν να κλείνουν τις διακοπές τους με ταξιδιωτικά γραφεία, επέλεγαν πακέτα διακοπών, ήταν πιθανότερο να κάνουν διακοπές σε κρουαζιέρα, καθώς επίσης και να ταξιδέψουν με λεωφορείο ή αεροπλάνο απ' ό,τι με άλλα μέσα (Javalgi, Thomas, & Rao, 1992, pp. 18-19).

Με το θέμα των τιμών ασχολήθηκαν και οι Shank και Nahhas το 1994 όπου διαπίστωσαν ότι οι τουρίστες άνω των 55 ετών ενδιαφέρονταν λιγότερο για τις τιμές σε κάποιο εστιατόριο που επισκέπτονταν στις διακοπές τους, σε σχέση με τους νεότερους. Οι ίδιοι διαπίστωσαν ακόμη ότι οι μεγαλύτεροι ηλικιακά τουρίστες ενδιαφέρονταν περισσότερο για την προσωποποιημένη και φιλική εξυπηρέτηση καθώς επίσης και για την προσβασιμότητα στη τοποθεσία (Fleischer & Pizam, 2002, σσ. 110-111).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΠΑΝΔΗΜΙΑ ΩΣ ΕΠΙΤΑΧΥΝΤΗΣ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΩΝ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΗΛΙΚΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Η υγειονομική κρίση που επέφερε η πανδημία του κορονοϊού είχε άμεσο αντίκτυπο και στον τομέα του τουρισμού. Ήδη από τους πρώτους μήνες που έκανε την εμφάνισή του ο ιός, η καραντίνα αποτέλεσε το νούμερο ένα μέτρο περιορισμού. Ως αποτέλεσμα πολλές χώρες έθεσαν σε εφαρμογή ταξιδιωτικούς περιορισμούς, οι οποίοι γρήγορα έπληξαν τις εθνικές οικονομίες και τη βιομηχανία του τουρισμού (Gössling, Scott, & Hall, 2020, p. 2).

Στο εσωτερικό των χωρών, η πανδημική κρίση είχε αρνητικές επιπτώσεις σε όλη την αλυσίδα αξίας των επιχειρήσεων που σχετίζονται με τη φιλοξενία. Εκδηλώσεις ακυρώθηκαν ή αναβλήθηκαν, ξενοδοχειακές μονάδες και καταλύματα αναγκάστηκαν να αναστείλουν τη λειτουργία τους, μουσεία, τουριστικά αξιοθέατα και χώροι εστίασης παρέμειναν κλειστά. Σε αρκετές περιπτώσεις, ως επακόλουθο της κρίσης ήταν το οριστικό κλείσιμο επιχειρήσεων ή ακόμα και η κήρυξη πτώχευσης (Gössling, Scott, & Hall, 2020, p. 2). Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η περίπτωση της βρετανικής αεροπορικής εταιρείας FlyBe, η οποία κήρυξε

πτώχευση μέσα σε λίγους μήνες από το ξέσπασμα της πανδημίας (Business Insider, 2020). Δυσκολίες λόγω της πανδημίας αντιμετώπισαν κι άλλες αεροπορικές εταιρείες και ταξιδιωτικά γραφεία, όπως οι Singapore Airlines και η γερμανική TUI, οι οποίες χρειάστηκαν δεκάδες δισεκατομμύρια δολάρια για οικονομική στήριξη.

Την ίδια στιγμή, λειτούργησε και ως επιταχυντής ριζικών αλλαγών στον τομέα του τουρισμού καθώς και παρατηρήθηκε στροφή 180° στο παγκόσμιο τουριστικό σύστημα: από τον υπερτουρισμό (Dodds & Butler, 2019), στον μηδενικό τουρισμό. Παρόλο που με την άφιξη των εμβολίων και την αύξηση του ποσοστού της ανοσίας που δημιουργείται ολοένα και περισσότεροι επαγγελματίες του χώρου δείχνουν πιο αισιόδοξοι, υπάρχει η πεποίθηση ότι ακόμη και μετά το τέλος του ο κορονοϊός θα αναδιαμορφώσει τις τάσεις και τις συνήθειες στον τουριστικό τομέα (Gössling, Scott, & Hall, 2020, pp. 2-3). Οι εκτιμήσεις για την επιστροφή στην προ-πανδημίας «κανονικότητα» έχουν το 2022 ως ορίζοντα και παρόλο που τα ποσοστά τουρισμού έπεσαν δραματικά κατά την αρχική περίοδο της πανδημίας – το ποσοστό του τουρισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση έπεσε κατά 61% (EUROSTAT, 2021) – ήδη από την τρέχουσα χρονιά ο τουρισμός στην Ευρώπη φάνηκε να κινείται σε καλύτερα επίπεδα από την προηγούμενη.

Καθώς πολλές χώρες ανά τον κόσμο βάζουν σε προτεραιότητα τον εμβολιασμό των ευπαθών ομάδων, σε συνδυασμό με τα αυξημένα υγειονομικά μέτρα σε όλους τους χώρους, θα διευκολυνθεί σημαντικά το επόμενο διάστημα η τουριστική μετακίνηση των ανθρώπων μεγαλύτερων ηλικιών. Παρόλα αυτά υπάρχει η εκτίμηση ότι στην μετά-πανδημίας εποχή θα υπάρχει αυξημένο άγχος σε θέματα προστασίας της υγείας από τους ανθρώπους τρίτης κάτι που θα επηρεάσει σημαντικά και τις ταξιδιωτικές τους συνήθειες (Τούντας, Δοξιάδης, & Κατσάπη, 2021, σσ. 5-6).

Συνέπειες της πανδημίας στον τουρισμό των μεγαλύτερων ηλικιών

Σε αντίθεση με τους νεότερους ηλικιακά, οι τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών νιώθουν περισσότερο εκτεθειμένοι απέναντι στην πανδημία και στη μετά-πανδημίας εποχή θα πρέπει να καθησυχαστούν. Οι άνθρωποι στην κατηγορία αυτή, ανέκαθεν έδιναν ιδιαίτερη βαρύτητα στην

ασφάλειά τους, και κατά συνέπεια έχουν γίνει περισσότερο προσεκτικοί μετά το ξέσπασμα της πανδημίας.

Για την κατανόηση των αλλαγών που θα επιφέρει η πρόσφατη πανδημία, μετά το πέρας της, στους τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών λαμβάνονται υπόψη τα εξής προαναφερθέντα χαρακτηριστικά των ανθρώπων που ανήκουν σε αυτή την κατηγορία: α. αυξημένη αίσθηση της ασφάλειας που τους απωθεί από περιοχές στις οποίες παρατηρούνται κάθε είδους κίνδυνοι, β. αυξημένη τάση για συνεχή ενημέρωση και γνώση πληροφοριών, γ. η πρόσβαση σε ιατροφαρμακευτικές υπηρεσίες και τέλος δ. η προσβασιμότητά τους στα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς (Zsarnoczky, 2017).

Σε πρόσφατη έρευνά τους οι Zenker και Kock κάνουν αναφορά σε αλλαγές που θα επιφέρει η πανδημίας στη συμπεριφορά των τουριστών, συμπεριλαμβανομένων και των τουριστών μεγαλύτερων ηλικιών. Αυτές οι συμπεριφορικές αλλαγές σχετίζονται με βαθύτερες ψυχολογικές επιδράσεις και κυρίως με την ύπαρξη του αισθήματος της ανησυχίας. Όπως αναφέρεται στην ψυχολογική αυτή έρευνα, η αίσθηση της «απειλής», εν προκειμένω λόγω ενός παθογόνου παράγοντα, διαμορφώνει σημαντικά τη συμπεριφορά των τουριστών (Zenker & Kock, 2020) και κατά συνέπεια, λαμβάνοντάς τα παραπάνω χαρακτηριστικά ως δεδομένα, φαίνεται το πώς επιδρά η πρόσφατη πανδημία στη συμπεριφορά των τουριστών μεγαλύτερων ηλικιών.

Οι Cashdan και Steele το 2013, κατέγραψαν ότι οι άνθρωποι τείνουν να συγκεντρώνονται σε ομάδες και να γίνονται πιο συλλογικοί, όταν βρίσκονται αντιμέτωποι με μια απειλή που σχετίζεται με ασθένεια και θέματα υγείας. Έτσι, με το αίσθημα της συλλογικότητας πιο ανεπτυγμένο, οι τουρίστες στρέφονται σε εγχώριους προορισμούς, με στόχο να στηρίξουν την εγχώρια οικονομία τους (Zenker & Kock, 2020). Αυτό, σε συνδυασμό με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που εμφανίζουν οι άνθρωποι μεγαλύτερων ηλικιών, μπορεί να αλλάξει αντιστοίχως τις τουριστικές τους τάσεις και να στραφούν στο εσωτερικό των χωρών (Zenker & Kock, 2020) απ' όπου κατάγονται ώστε να νιώθουν πιο ασφαλείς όντας σε γνώριμη χώρα και πιο υποστηρικτικοί στην εγχώρια οικονομία. Εναλλακτικά, οι τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών ενδέχεται να επιλέξουν κάποιον προορισμό που έχουν ήδη επισκεφθεί και στο παρελθόν, στον οποίο νιώθουν οικία και ασφαλείς.

Μια ακόμη έρευνα που έχει εκπονηθεί για τις επιδράσεις των απειλών από ασθένεια στην ψυχολογία των ανθρώπων, έχει δείξει ότι σε αυτές τις περιπτώσεις οι άνθρωποι δεν προτιμούν τις πολυπληθείς περιοχές ή τον συνωστισμό (Wang & Ackerman, 2018, p. 3). Η τάση αυτή, σε συνδυασμό με μια μακρά περίοδο πανδημικής κρίσης μπορεί να οδηγήσει σε ριζικές αλλαγές στις συνήθειες των τουριστών, οι οποίοι ενδεχομένως να αρχίσουν να προτιμούν απομακρυσμένες και λιγότερο πυκνοκατοικημένες περιοχές για τις διακοπές τους (Zenker & Kock, 2020). Η αλλαγή αυτή, στη μετά-πανδημίας εποχή μπορεί να παρατηρηθεί εμπειρικά και στους τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών, οι οποίοι εάν αλλάξουν τις συνήθειές τους θα προτιμούν λιγότερο δημοφιλείς προορισμούς ή θα ταξιδεύουν συχνότερα περιόδους που άλλες κατηγορίες τουριστών δεν συνηθίζουν να προγραμματίζουν διακοπές.

Σύμφωνα με μια τρίτη έρευνα, οι άνθρωποι υπό την απειλή κάποιας ασθένειας τείνουν να αποφεύγουν πράγματα, άλλους ανθρώπους ή/και πολιτισμούς που δεν γνωρίζουν (Faulkner, Schaller, Park, & Duncan, 2004, p. 335). Σε τέτοιες περιπτώσεις μπορεί να παρατηρηθούν λιγότερα ταξίδια στο εξωτερικό, ενασχόληση με λιγότερες «ξένες» εμπειρίες, όπως δοκιμή ξένης κουζίνας (Zenker & Kock, 2020). Στους ανθρώπους μεγαλύτερων ηλικιών η ψυχολογική αυτή επίδραση μπορεί να οδηγήσει σε ακόμη περισσότερα οργανωμένα και σε ομάδα ταξίδια και σε περισσότερα έξοδα για φάρμακα και ταξιδιωτική ασφάλιση.

Μετά το ξέσπασμα της πανδημίας διεξήχθησαν ποικίλες έρευνες γύρω από τις πιθανές επιπτώσεις της πανδημίας στις συμπεριφορικές τάσεις των τουριστών. Τα αποτελέσματα αυτών των ερευνών έχουν εφαρμογή και στο παρόν προς μελέτη κοινό, τους ανθρώπους μεγαλύτερων ηλικιών. Σε ποσοτική έρευνα που έγινε από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, τον Απρίλιο του 2020 (1-20/4) σε 308 ταξιδιώτες παρατηρήθηκε ότι τα 235 άτομα δήλωσαν πως κατά τη διοργάνωση του επόμενου ταξιδιού τους δεν θα ληφθεί σοβαρά υπόψη η απόσταση από το σπίτι τους. Επιπλέον, από τους ερωτηθέντες οι 256 εκδήλωσαν επιθυμία να επισκεφθούν έναν λιγότερο δημοφιλή προορισμό (Chebli, Amina, Ben Said, & Foued, 2020, pp. 197-198).

Στην έρευνά τους οι (Neuburger & Egger, 2021) εξέτασαν τις συμπεριφορικές τάσεις των τουριστών όσον αφορά την αίσθηση του κινδύνου. Η μελέτη τους έγινε σε δύο περιόδους. Συγκεκριμένα, μελέτησαν τη συμπεριφορά των ταξιδιωτών δύο εβδομάδες πριν από την έναρξη

της πανδημικής κρίσης και δύο εβδομάδες μετά από αυτή. Μέσα στο δείγμα που μελέτησαν συμπεριέλαβαν και ανθρώπους μεγαλύτερων ηλικιών (Neuburger & Egger, 2021, p. 1007). Σύμφωνα με τα αποτελέσματά της, παρατηρήθηκε στο δείγμα αυξημένη αίσθηση για κάποιο κίνδυνο κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού και αυξημένη επιθυμία για αναβολή ή ακύρωση κάποιου ταξιδιού, κατά την περίοδο μετά την έναρξη της πανδημίας και την επίσημη κήρυξή της από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας.

Συνεπώς, με τα νέα δεδομένα και τους περιορισμούς που έφερε η πανδημία του κορονοϊού στον τομέα του τουρισμού των μεγαλύτερων ηλικιών, αναδεικνύουν περισσότερο από ποτέ την ανάγκη για βελτιστοποιήσεις και αλλαγές. Αυτή η ανάγκη προϋπήρχε της πανδημίας, ωστόσο τα τελευταία δύο χρόνια έγινε πιο επιτακτική. Άμεση συσχέτιση με τον τουρισμό των μεγαλύτερων ηλικιών και αυτές τις αλλαγές έχει η βιώσιμη ανάπτυξη του τομέα τουρισμού. Στο πλαίσιο αυτό έχουν γίνει διάφορες προτάσεις ανά τον κόσμο, ενώ από πλευράς Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει υιοθετηθεί νέα στρατηγική.

Η στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο τομέα του τουρισμού στη μετά-πανδημίας εποχή

Όπως ορίζεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, οι κατευθύνσεις και οι πρακτικές διαχείρισης της βιώσιμης ανάπτυξης του τουριστικού τομέα έχουν εφαρμογή σε όλες τις μορφές τουρισμού και σε όλους τους τύπους προορισμών, συμπεριλαμβανομένων των ειδικών τομέων και του μαζικού τουρισμού (WTO). Κάτω από την ομπρέλα της «βιωσιμότητας» ενυπάρχουν οι περιβαλλοντικές, οι οικονομικές και οι κοινωνικο-πολιτιστικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης. Για να επιτευχθεί αυτή η βιώσιμη ανάπτυξη πρέπει να υπάρχει ισορροπία μεταξύ των προαναφερθέντων διαστάσεων, να διέπουν όλο το φάσμα της τουριστικής δραστηριότητας και οι δράσεις να διασφαλίζουν τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα του κλάδου.

Έτσι, η βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού προϋποθέτει (WTO):

- Τη μέγιστη αξιοποίηση των περιβαλλοντικών πόρων, οι οποίοι αποτελούν βασικό στοιχείο της τουριστικής ανάπτυξης, διατηρώντας βασικές οικολογικές διαδικασίες και συμβάλλοντας στη διαχείριση της φυσικής κληρονομιάς και βιοποικιλότητας.

- Τον σεβασμό της κοινωνικο-πολιτισμικής αυθεντικότητας των γηγενών κοινοτήτων, τη διαφύλαξη της υφιστάμενης και ζωντανής πολιτιστικής τους κληρονομιάς και των παραδοσιακών τους αξιών και τη συμβολή στην προώθηση, κατανόηση και ανοχή της διαπολιτισμικότητας.
- Την εξασφάλιση βιώσιμων, μακροπρόθεσμων οικονομικών δραστηριοτήτων, παρέχοντας κοινωνικοοικονομικά οφέλη σε όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, καταναμημένα δίκαια. Σε αυτά τα οφέλη συμπεριλαμβάνονται οι σταθερές ευκαιρίες απασχόλησης, εισοδήματος και κοινωνικών υπηρεσιών σε κοινότητες υποδοχής, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην ανακούφιση της φτώχειας.

Επιπλέον, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη απαιτεί τη συνειδητή συμμετοχή όλων των ενδιαφερομένων μερών. Ακόμη χρειάζεται και την ύπαρξη ισχυρής πολιτικής ηγεσίας για να εξασφαλιστεί την ευρεία συμμετοχή και συναίνεση. Η επίτευξη βιώσιμου τουρισμού είναι μια συνεχής διαδικασία και απαιτεί συνεχή παρακολούθηση των επιπτώσεων, εισάγοντας τα απαραίτητα προληπτικά και/ή διορθωτικά μέτρα, όποτε είναι απαραίτητο (WTO). Τέλος, ο βιώσιμος τουρισμός θα πρέπει επίσης να διατηρεί ένα υψηλό επίπεδο ικανοποίησης για τους τουρίστες, εξασφαλίζοντάς τους μια ουσιαστική εμπειρία, αυξάνοντας παράλληλα την ευαισθητοποίησή τους για θέματα βιωσιμότητας - αειφορίας και προωθώντας βιώσιμες τουριστικές πρακτικές.

Στις 25 Μαρτίου 2021, υπερψηφίστηκε η στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τον βιώσιμο τουρισμό, η οποία επικεντρώθηκε στην αναδόμηση (rebuilt) του τουρισμού μετά τις επιπτώσεις που είχε στον κλάδο ο κορονοϊός, στην επανεστίαση (refocus) σε θέματα πολιτικών διακυβέρνησης εντός της Ένωσης, στην ενδυνάμωση (strengthen) του κλάδου για τη μετάβαση και δημιουργία ενός τουριστικού κλάδου πιο βιώσιμου, πιο κοινωνικά υπεύθυνου και πιο «έξυπνου» και τέλος, επικεντρώθηκε στην επανασχεδίαση (rethink) του μέλλοντος του τουριστικού κλάδου (European Parliament).

Αναδόμηση – Rebuilt. Ο πρώτος πυλώνας στις στρατηγικής που είναι η αναδόμηση του κλάδου και το σχέδιο για την καταπολέμηση των επιπτώσεων του κορονοϊκού βάζει στις βάσεις για το πώς επηρέασε η πανδημία τον τουριστικό τομέα στην Ευρώπη. Στα άρθρα 1-14, που

καλύπτουν τον πυλώνα, υπογραμμίζεται – μεταξύ άλλων – ότι είναι απαραίτητη η βραχυπρόθεσμη οικονομική στήριξη, ενώ αναφέρεται ότι η τρέχουσα κρίση θα αναδειξει τη σημασία στις τουριστικής βιομηχανίας, εντάσσοντάς στις στα ευρωπαϊκά και εθνικά αναπτυξιακά σχέδια και θα εκσυγχρονίσει τον κλάδο, ενισχύοντας τον ψηφιακό του μετασχηματισμό. Παράλληλα αναφέρεται ότι τα κράτη μέλη πρέπει να εφαρμόσουν πλήρως συντονισμένα κριτήρια για τα ταξίδια, αυξάνοντας την ασφάλεια των τουριστών και να παρέχουν επαρκείς πληροφορίες. Στο άρθρο 5 τονίζεται η σημασία του εμβολίου, και μέσα από το κείμενο τα κράτη-μέλη καλούνται να θέσουν τον εμβολιασμό ως βασική προϋπόθεση. Ακόμη, αναφορά γίνεται και στην ύπαρξη μιας κοινής γραμμής των κρατών-μελών σε διάφορα θέματα (π.χ στις η χρωματική σήμανση σε θέματα κορονοϊού) που έχουν ως στόχο την καλύτερη ενημέρωση των ταξιδιωτών.

Επανεστίαση – Refocus. Ο δεύτερος πυλώνας καλύπτεται από τα άρθρα 15-23 και επικεντρώνεται σε ενέργειες για την ανάδειξη στις σημασίας στις ύπαρξης μιας πολιτικής διακυβέρνησης εντός του πλαισίου που παρέχει η Ευρωπαϊκή Ένωση. Στην ενότητα αυτή αναφορά γίνεται και στη δημιουργία στις Ευρωπαϊκού Γραφείου για τον Τουρισμό, το οποίο θα α. είναι υπεύθυνο για την παροχή δεδομένων στα κράτη-μέλη, ώστε να τα διευκολύνει στη χάραξη των πολιτικών στις , β. θα διαχειρίζεται έναν μηχανισμό διαχείρισης κρίσεων, με στόχο την προετοιμασία του τουριστικού κλάδου για μελλοντικές κρίσεις, γ. θα παρέχει τεχνική και διοικητική υποστήριξη στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις του κλάδου, δ. θα υποστηρίζει το τουριστικό οικοσύστημα, προωθώντας καλές πρακτικές για τη βελτίωση των τουριστικών πολιτικών και τέλος ε. θα προωθεί την Ευρώπη ως brand σε τρίτες χώρες, δίνοντας έμφαση στην ποικιλομορφία του «ευρωπαϊκού τουριστικού προϊόντος».

Ενδυνάμωση - Strengthen. Ο τρίτος πυλώνας που καλύπτεται από τα άρθρα 24-54 υπογραμμίζει τις ανάγκες για πιο δραστικές λύσεις γύρω από τον περιβαλλοντικό και κοινωνικό αντίκτυπο που έχει ο τουρισμός. Αναφέρεται στην μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος του κλάδου, στην ενίσχυση της αίσθησης της ασφάλειας δίνοντας έμφαση στη φύση και στις αγροτικές περιοχές της Ευρώπης, κάνοντας λόγο και για οικολογικό τουρισμό (ecotourism). Στα άρθρα αυτά, πέρα από τα θέματα βιώσιμης ανάπτυξης αναφορά γίνεται και στον «Εξυπνο Τουρισμό», ενώ τονίζεται η ανάγκη να συμπεριληφθεί ο τουρισμός υγείας σε μελλοντικές στρατηγικές, ως ξεχωριστός κλάδος.

Επανασχεδίαση – Rethink. Ο τέταρτος και τελευταίος πυλώνας της στρατηγικής καλύπτεται από τα άρθρα 55-78 και σχετίζεται με την αναθεώρηση των τρεχουσών πρακτικών και την επανασχεδίαση του μέλλοντος της τουριστικής βιομηχανίας. Στα άρθρα γίνεται λόγος για ενεργή εφαρμογή των αρχών της κυκλικής οικονομίας, για δημιουργία δράσεων που δίνουν έμφαση σε μέσα για την προστασία της κοινωνίας, για νέα προγράμματα υποστήριξης της καινοτομίας του κλάδου, την εμπορική ενίσχυση των τουριστικών προϊόντων και ευρωπαϊκών προορισμών, καθώς και την προώθηση καλλιτεχνικών, παραδοσιακών ή αθλητικής θεματολογίας δρώμενων. Παράλληλα, - μεταξύ άλλων- υπογραμμίζεται και η σημασία της προσβασιμότητας στα ταξίδια και τις τουριστικές υπηρεσίες για όλους, συμπεριλαμβανομένων των παιδιών, των τουριστών μεγαλύτερων ηλικιών και των ανθρώπων με αναπηρίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η μελέτη του τουρισμού των ανθρώπων μεγαλύτερων ηλικιών, η επίδραση της πρόσφατης πανδημικής κρίσης του κορονοϊού στους τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών και οι επερχόμενες αλλαγές στον τουρισμό αυτής της ηλικιακής ομάδας, μετά το πέρας της πανδημίας. Όπως αναφέρεται σε έρευνα των Zenker και Kock, η πανδημία που επέφερε ο κορονοϊός έχει τη δυναμική, ώστε να επηρεάσει τους τουρίστες και κατ' επέκταση να αναδιαμορφώσει τον τρόπο με τον οποίο μέχρι πρότινος συνήθιζαν να κάνουν ταξίδια (Zenker & Kock, 2020). Επιπλέον, σύμφωνα με τους Παππά και Γλύπτου, φαίνεται ότι η πανδημία επηρέασε τους τουρίστες στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, αναδεικνύοντας την πολυπλοκότητά της (Pappas & Glyptoy, 2020, pp. 3-4).

Για την πραγματοποίηση της έρευνας επιλέχθηκε ως δείγμα ανάλυσης μέρος πληθυσμιακών ομάδων που εντοπίστηκαν σε διαφορετικές πόλεις στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, στην παρούσα έρευνα, ως πληθυσμός-στόχος ορίστηκαν άνθρωποι μεγαλύτερων ηλικιών που εντοπίστηκαν έξω από τουριστικά αξιοθέατα, αρχαιολογικού χώρους, μουσεία και προορισμούς της Ελλάδας από τις 10 Αυγούστου 2021, έως και την 1^η Οκτωβρίου 2021. Τα σημεία που εξετάστηκαν ήταν τα εξής: Νέο Αρχαιολογικό Μουσείο Πάτρας, Μουσείο Λαϊκής Τέχνης Πάτρας, Αρχαίο Ωδείο Πάτρας, Μυκηναϊκοί Τάφοι και Ρωμαϊκό Μουσείο στην Πάτρα, Βράχος της Ακρόπολης στην Αθήνα, Αρχαιολογικό Μουσείο της Αθήνας, Σούνιο Αττικής, Αρχαιολογικός χώρος

Μυκηνών, Αρχαιολογικός χώρος Ελευσίνας, Πλατεία Συντάγματος Αθήνας, Πλάκα-Αθήνα, Μοναστηράκι-Αθήνα, Λιμάνι Πάτρας.

Δομή και Περιεχόμενο Ερωτηματολογίου

Η παρούσα έρευνα εκπονήθηκε μέσω της ποσοτικής μεθόδου και συγκεκριμένα της δομημένης συνέντευξης, ενώ χρησιμοποιήθηκε η συλλογή πρωτογενών δεδομένων και στοιχείων. Η γλώσσες στις οποίες έγιναν οι συνεντεύξεις ήταν τα ελληνικά και τα αγγλικά. Ο συνολικός αριθμός των ερωτηθέντων ανέρχεται στους 37, εκ των οποίων οι 7 δεν ολοκλήρωσαν όλες τις ενότητες της συνέντευξης. Προσπάθεια έγινε ώστε τα τελικά συμπεράσματα να προκύψουν από ανθρώπους άνω των 56 ετών. Τα αποτελέσματα προκύπτουν από 30 συνεντευξιαζόμενους.

Το ερωτηματολόγιο που δημιουργήθηκε για την συνέντευξη ήταν οργανωμένο, σε πέντε θεματικές ενότητες και απαρτίζεται από συνολικά 38 ερωτήσεις. Ειδικότερα, η πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου είχε κάποια βασικά δημογραφικά και προσωπικά χαρακτηριστικά, όπως είναι το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, η χώρα ή ο τόπος διαμονής, η οικογενειακή κατάσταση, το ετήσιο εισόδημα του ερωτώμενου κι αν εκείνη τη στιγμή εργάζονταν ή είχαν ήδη συνταξιοδοτηθεί. Σημειώνεται ότι ερωτώμενοι που απάντησαν ότι η ηλικία τους είναι κάτω από 55 χρονών, δεν προχώρησαν στις επόμενες ενότητες του ερωτηματολογίου. Ο αριθμός των ατόμων αυτών ανέρχεται σε τέσσερα άτομα και δεν περιλαμβάνονται σε όλες τις παρακάτω μετρήσεις.

Στη δεύτερη ενότητα μέσω των ερωτήσεων διερευνήθηκαν οι ταξιδιωτικές συνήθειες των τουριστών μεγαλύτερων ηλικιών κατά την προ-πανδημίας εποχή. Οι ερωτήσεις ήταν ανοιχτού τύπου και σχετίζονταν με τη συχνότητα που οι ερωτηθέντες ταξίδευαν πριν την πανδημία τόσο στο εσωτερικό της χώρας τους, όσο και στο εξωτερικό, τον τρόπο που συνήθιζαν να ταξιδεύουν όπως για παράδειγμα εάν προτιμούσαν τα οργανωμένα ταξίδια και με ποιο μέσο προτιμούσαν να ταξιδεύουν, ποια εποχή του χρόνου προτιμούσαν να ταξιδεύουν, πόσες μέρες διαρκούσαν συνήθως οι διακοπές τους, τι είδους προορισμό επισκέπτονταν, ποιοι ήταν οι βασικοί λόγοι για τους οποίους συνήθιζαν να πραγματοποιούν κάποιο ταξίδι και ποιοι ήταν οι δύο σημαντικότεροι παράγοντες στα ταξίδια τους.

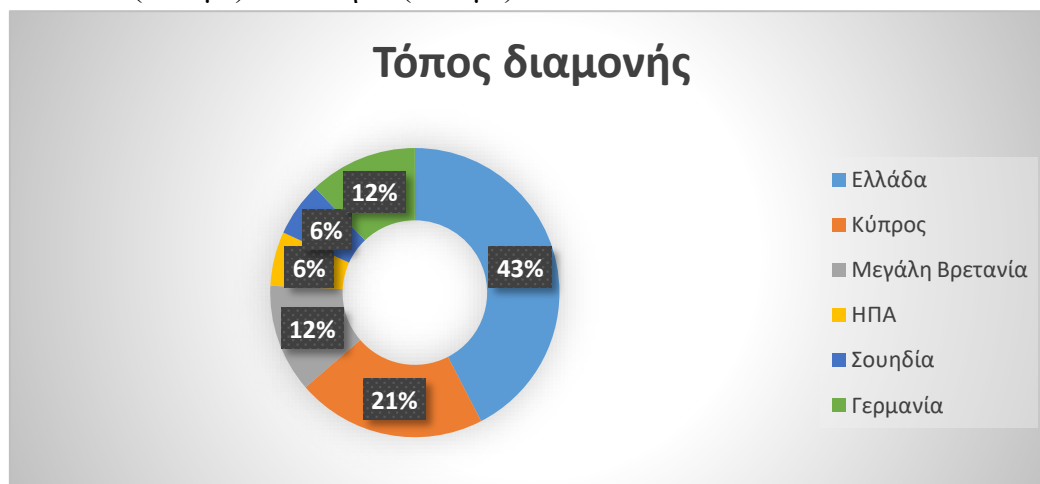
Η ενότητα τρία ήταν πιο σύντομη και αφορούσε την στάση των ερωτηθέντων απέναντι στον κορονοϊό και στο εμβόλιο. Οι ερωτήσεις ήταν κλειστού τύπου και σχετιζόνταν με το εάν οι άνθρωποι που ερωτήθηκαν πίστευαν από την αρχή στην ύπαρξη του κορονοϊού, εάν αυτή η πεποίθηση ισχύει και σήμερα (εάν άλλαξαν την αρχική τους στάση), εάν έχουν νοσήσει ή έχει νοσήσει κάποιος από τον ευρύτερο κοινωνικό και οικογενειακό τους κύκλο από τον κορονοϊό, εάν πιστεύουν στο εμβόλιο, κι αν το έχουν κάνει. Σε αυτή την ενότητα, τρεις ερωτηθέντες επέλεξαν να μην ολοκληρώσουν όλες τις ενότητες και ζήτησαν να διακόψουν τη συνέντευξη.

Στην τέταρτη ενότητα του ερωτηματολογίου, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να απαντήσουν σε αντίστοιχες με την ενότητα δύο ανοιχτού τύπου ερωτήσεις, οι οποίες όμως αφορούσαν τη χρονική στιγμή που τους έγιναν οι ερωτήσεις. Οι ερωτηθέντες απάντησαν εάν ο κορονοϊός λειτουργεί ανασταλτικά για να πάρουν απόφαση να κάνουν κάποιο ταξίδι στο εσωτερικό της χώρας που διαμένουν ή/και στο εξωτερικό, εάν επηρεάζει ο κορονοϊός την απόφασή τους για να κανονίσουν οποιοδήποτε ταξίδι, πόσο συχνά ταξιδεύουν από το ξέσπασμα του κορονοϊού έως σήμερα, εάν πραγματοποιούν ταξίδια με ποιο τρόπο και με ποιο Μέσο προτιμάνε πλέον να ταξιδεύουν, ποια εποχή και σε τι είδους προορισμό θέλουν να πηγαίνουν, ποια είναι η διάρκεια των διακοπών τους και τι θεωρούν πλέον σημαντικότερο για να κάνουν κάποιο ταξίδι- οι δύο σημαντικότεροι παράγοντες.

Η πέμπτη και τελευταία ενότητα αφορούσε στις εκτιμήσεις των ερωτηθέντων για τις ταξιδιωτικές τους συνήθειες μετά το πέρας της πανδημίας. Οι ερωτήσεις ήταν ίδιου περιεχομένου, ανοιχτού τύπου και είχαν παρόμοια διατύπωση με τις ερωτήσεις των ενοτήτων δύο και τέσσερα με τη διαφορά ότι οι ερωτηθέντες κρίθηκαν να απαντήσουν με γνώμονα την πλήρη εξάλειψη της πανδημίας του κορονοϊού, κάνοντας εκτιμήσεις για της μελλοντική τους στάση.

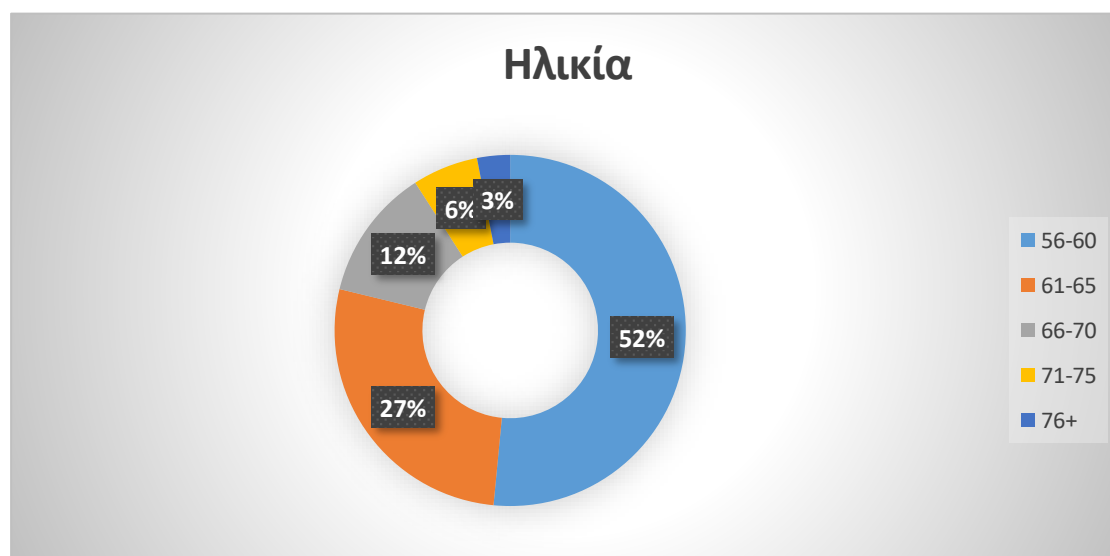
Αποτελέσματα έρευνας – Α. Ενότητα – Δημογραφικά Στοιχεία

Στα παρακάτω γραφήματα παρουσιάζονται αναλυτικά τα στοιχεία που προέκυψαν από τις συνεντεύξεις. Συγκεκριμένα, στην πρώτη ενότητα που σχετιζόταν με δημογραφικά στοιχεία απάντησαν 33 άτομα, εκ των οποίων το 43% μένει στην Ελλάδα (14 άτομα), το 21% στην Κύπρο (7 άτομα), από 12% στη Μεγάλη Βρετανία (4 άτομα) και τη Γερμανία (4 άτομα) και από 6% σε ΗΠΑ (2 άτομα) και Σουηδία (2 άτομα).



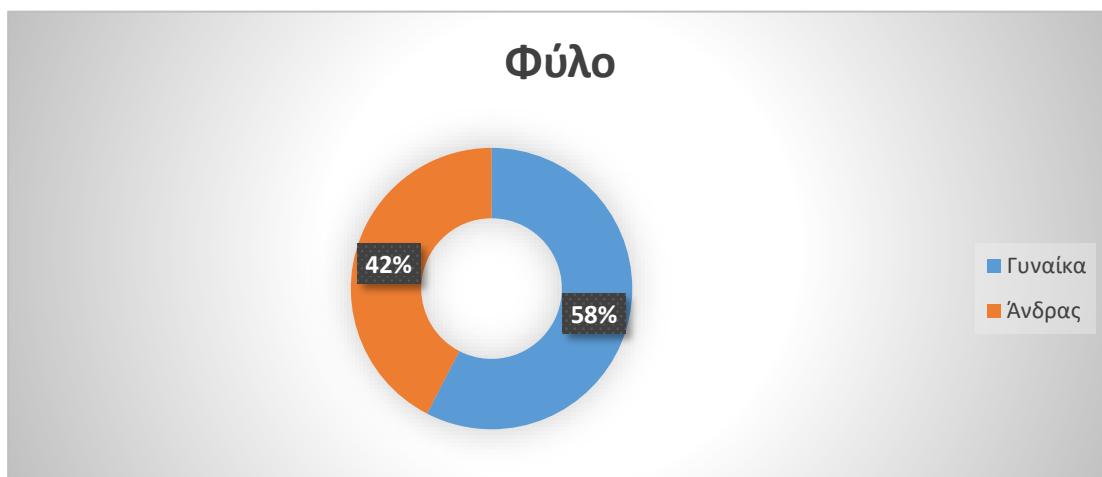
Γράφημα 1ο - Τόπος Διαμονής

Στην ερώτηση σχετικά με την ηλικία των ερωτηθέντων 17 άτομα (52%) δήλωσαν 56-60 ετών, τα 9 άτομα (27%) 61-65 ετών, τα 4 άτομα (12%) 66-70 ετών, τα 2 άτομα (6%) 71-75 ετών και ένα άτομο (3%) πάνω από 76 ετών.



Γράφημα 2 – Ηλικία

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων είναι γυναίκες (19 άτομα) που αντιστοιχούν στο 58% του συνόλου, και άνδρες (14 άτομα) που αντιστοιχούν στο 42%. Από αυτούς, τα 25 άτομα δήλωσαν έγγαμα (76%) και μάλιστα τα 24 άτομα ήταν μαζί την ώρα του ερωτηματολογίου, τα 7 άτομα δήλωσαν ότι είναι διαζευγμένοι ή έχουν χηρέψει, ποσοστό 21% και τέλος 1 άτομο δήλωσε άγαμος (3%).



Γράφημα 3 – Φύλο



Γράφημα 4 - Οικογενειακή κατάσταση

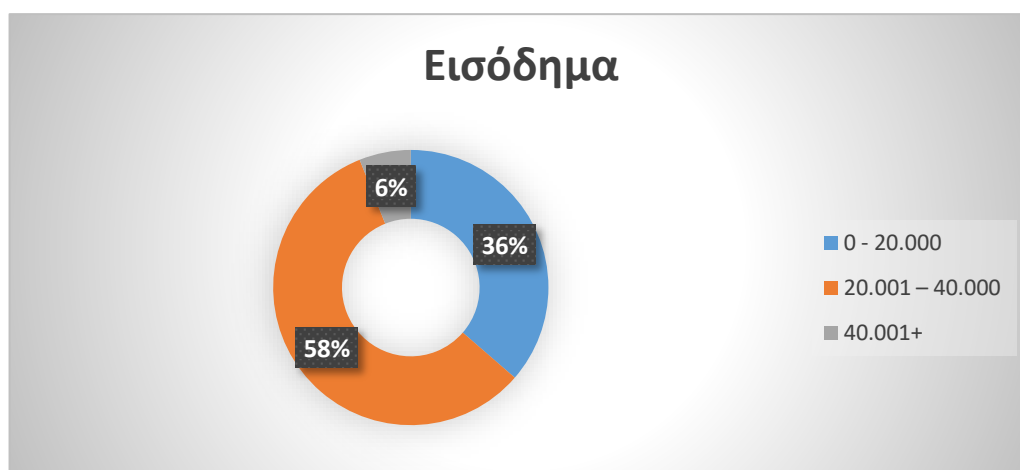
Η πέμπτη ερώτηση που τέθηκε στους συμμετέχοντες αφορούσε το μορφωτικό τους επίπεδο. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι ΑΕΙ ή ΤΕΙ, 15 άτομα που αντιστοιχεί στο 46%, ακολουθούν 8 άτομα που είναι απόφοιτοι Λυκείου με ποσοστό 24%, 7 είναι κάτοχοι

μεταπτυχιακού ή διδακτορικού, με ποσοστό 21% και τέλος 3 άτομα είναι απόφοιτοι γυμνασίου, ποσοστό που ανέρχεται στο 9%.



Γράφημα 5 - Μορφωτικό επίπεδο

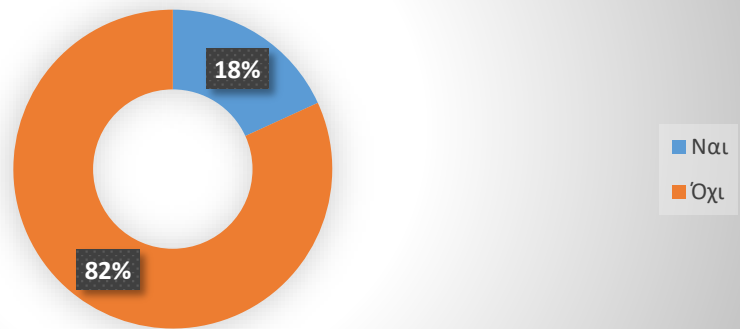
Σε ερώτηση σχετικά με το ετήσιο εισόδημα, πάνω από το 50% των ερωτηθέντων βγάζει 20.001€ με 40.000€ (58%), το 36% βρίσκεται στην κλίμακα 0-20.000€ (12 άτομα) και το 6% (2 άτομα) βγάζει πάνω από 40.001€.



Γράφημα 6 - Εισόδημα

Τελευταία ερώτηση στην πρώτη ενότητα των ερωτήσεων σχετιζόταν με το εάν έχουν συνταξιοδοτηθεί ή όχι. Από τους συμμετέχοντες οι 6 έχουν ήδη βγει στη σύνταξη (ποσοστό 82%) και τα 27 άτομα δεν έχουν ακόμα συνταξιοδοτηθεί, ποσοστό 18%.

Συνταξιοδοτημένος-η



Γράφημα 7 – Συνταξιούχοι

Αποτελέσματα έρευνας – Β. Ενότητα – Ταξιδιωτικές συνήθειες πριν από την πανδημία

Η δεύτερη ενότητα που απάντησαν οι 33 συμμετέχοντες είχε συνολικά εννιά ερωτήσεις, οι οποίες σχετίζονταν με τις ταξιδιωτικές συνήθειές τους πριν το ξέσπασμα της πανδημικής κρίσης. Για την καλύτερη μελέτη των αποτελεσμάτων, οι απαντήσεις ομαδοποιήθηκαν σε επιμέρους κατηγορίες και κλίμακες. Στην πρώτη ερώτηση οι συμμετέχοντες απάντησαν στο πόσες φορές μέσα στον χρόνο συνήθιζαν να ταξιδεύουν στο εσωτερικό της χώρας διαμονής τους. Οι τέσσερις (12%) απάντησαν ότι έκαναν ταξίδια από 0 έως 1 φορά το χρόνο, οι δεκαέξι (49%) από 2 έως 3 φορές το χρόνο, οι οκτώ (24%) από 4 έως 7 φορές το χρόνο και οι 5 (15%) περισσότερες από 8 φορές το χρόνο.

Συχνότητα ταξιδιών στο εσωτερικό πριν την πανδημία



Γράφημα 8 - Συχνότητα ταξιδιών ανά χρόνο, στο εσωτερικό της χώρας διαμονής πριν την πανδημία

Στη δεύτερη ερώτηση, οι συμμετέχοντες απάντησαν για τη συχνότητα που ταξίδευαν προ κορονοϊού στο εξωτερικό. Οι περισσότεροι ταξίδευαν έως μια φορά το χρόνο στο εξωτερικό, 8 άτομα, ποσοστό 24%, τα 18 άτομα (55%) 2 έως 3 φορές, τα 4 (12%) 4 έως 5 φορές και τα 3 άτομα (9%) πάνω από 5 φορές το χρόνο.

Συχνότητα ταξιδιών στο εξωτερικό πριν την πανδημία



Γράφημα 9 - Συχνότητα ταξιδιών ανά χρόνο, στο εξωτερικό πριν την πανδημία

Η τρίτη ερώτηση της ενότητας αφορούσε στις προτιμήσεις των συμμετεχόντων ως προς την εποχή που συνήθιζαν να ταξιδεύουν πριν την πανδημία. Το 30% (10 άτομα) συνήθιζε να ταξιδεύει την άνοιξη, το 34% (11 άτομα) το καλοκαίρι, το 21% (7 άτομα) τον χειμώνα και το 15% (5 άτομα) το φθινόπωρο. Από τους ερωτηθέντες, οι 11 (34%) έκαναν διακοπές διάρκειας

περίπου 10 ημερών, οι 8 (24%) περίπου μια εβδομάδα, οι 6 (18%) λιγότερο από 5 ημέρες και οι 8 (24%) πάνω από 10 ημέρες.

Το νούμερο ένα είδος προορισμού που επέλεξαν πριν την πανδημία οι ερωτηθέντες είναι η θάλασσα με 37% (12 άτομα), ακολουθεί το χωριό με 24% (8 άτομα), το βουνό με 21% (7 άτομα) και τέλος κάποια μεγάλη πόλη με ποσοστό 18% (6 άτομα). Ο τρόπος με τον οποίο επέλεξαν οι ερωτηθέντες να ταξιδεύουν ήταν μεμονωμένα. Οι 14 (43%) προτιμούσαν να κλείνουν μόνοι τους εισιτήρια, ξενοδοχεία και δραστηριότητες. Οι 10 (30%) προτιμούσαν να πηγαίνουν διακοπές με κάποιο ταξιδιωτικό γραφείο σε γκρουπ, ενώ οι 6 (18%) δήλωσαν ότι ταξίδευαν με fixer, κάποιον άνθρωπο από τον τόπο που θα επισκέπτονταν για να τους βοηθήσει στην εξερεύνηση του τόπου, χωρίς να απευθυνθούν σε ταξιδιωτικό γραφείο. Τέλος, 3 από τους ερωτηθέντες (9%) δήλωσαν back-packers, οι οποίοι οργάνωναν μόνοι τους στο ελάχιστο το ταξίδι τους και το υπόλοιπο το ανακάλυπταν κατά την άφιξή τους στον προορισμό τους.

Ως προς το μεταφορικό Μέσο που επέλεξαν οι ερωτώμενοι στην προ πανδημίας εποχή για τα ταξίδια τους 10 είπαν το αεροπλάνο (30,5%), οι 10 είπαν το πλοίο (30,5%), οι 8 με ιδιωτικό Μέσο (24%), οι 3 με τρένο (9%) και οι 2 με λεωφορείο (6%). Σχετικά με τους λόγους που δήλωσαν οι ερωτηθέντες για τους οποίους συνήθιζαν να ταξιδεύουν πριν την πανδημία, οι 11 ανέφεραν την επίσκεψη σε αρχαιολογικούς/πολιτιστικούς χώρους (34%), οι 10 ανέφεραν ως λόγο την αναψυχή τους (30%), οι 8 ανέφεραν την επίσκεψη σε κάποιο συγγενή ή φίλο (24%) και οι 4 ανέφεραν κάποιο είδος εναλλακτικού τουρισμού (12%), όπως για παράδειγμα τον αγροτουρισμό.

Η τελευταία ερώτηση της δεύτερης ενότητας σχετιζόταν με το τι θεωρούσαν σημαντικότερο οι συμμετέχοντες για να κάνουν κάποιο ταξίδι τα χρόνια πριν την πανδημίας. Οι απαντήσεις που συλλέχθηκαν φαίνονται στον παρακάτω πίνακα:

Παράγοντες υγείας / ασφάλεια	8 άτομα	24%
Οικονομική κατάσταση νοικοκυριού ή άλλοι οικονομικοί παράγοντες	10 άτομα	31%

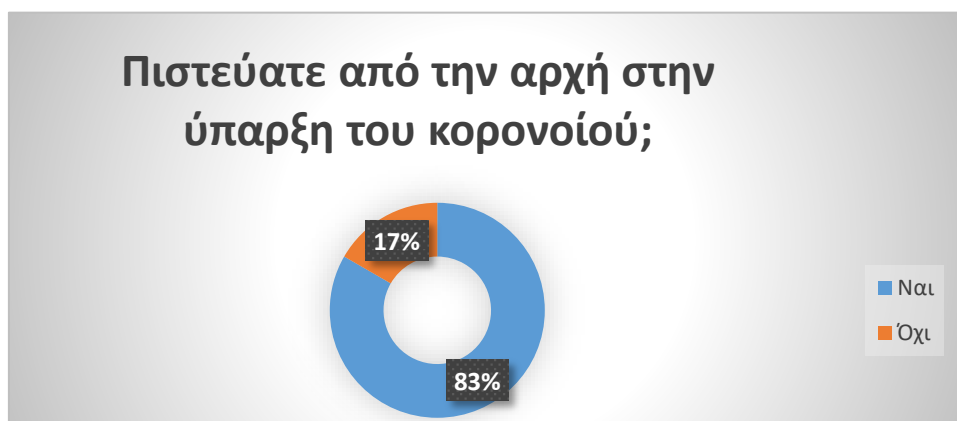
Πρόσβαση σε ιατροφαρμακευτική περίθαλψη στον προορισμό	6 άτομα	18%
Ομορφιά της φύσης / δραστηριότητες στον προορισμό	6 άτομα	18%
Hidden Gems και περιπέτεια	3 άτομα	9%

1 - Παράγοντες που θεωρούνταν σημαντικοί για να πραγματοποιηθεί κάποιο ταξίδι πριν την πανδημία

Αποτελέσματα έρευνας – Γ. Ενότητα – Στάση απέναντι στον κορονοϊό και τον εμβολιασμό

Οι ερωτήσεις της τρίτης ενότητας σχετίζονταν με τη στάση, τις απόψεις και τις εμπειρίες των συμμετεχόντων απέναντι στον κορονοϊό και στο εμβόλιο. Στην ενότητα αυτή τρεις συμμετέχοντες αποφάσισαν να διακόψουν καθώς δεν ήθελαν να απαντήσουν και ο αριθμός των συμμετεχόντων από αυτή την ενότητα και μετά ανέρχεται στους 30.

Στην ερώτηση σχετικά με το εάν πίστευαν από την αρχή στην ύπαρξη του κορονοϊού, οι 25 απάντησαν ναι (83%) και μόλις 5 όχι (17%). Από αυτούς τους 5, το 100% έχει πλέον αλλάξει τη στάση του απέναντι στον κορονοϊό και σήμερα πιστεύουν στην ύπαρξή του.



Γράφημα 10 - Πεποίθηση για την ύπαρξη του κορονοϊού από την αρχική ενημέρωση του ΠΟΥ

Από τους 30 συμμετέχοντες στην ερώτηση εάν έχουν νοσήσει απάντησαν κατά 53% ναι (16 συμμετέχοντες) και κατά 47% όχι (17%) συμμετέχοντες. Το 100% του δείγματος απάντησε

θετικά στην ερώτηση εάν έχει νοσήσει κάποιος από κορονοϊό, στο ευρύτερο κοινωνικό και οικογενειακό τους κύκλο, ενώ και οι 30 πιστεύουν στο εμβόλιο ενάντια στον κορονοϊό. Τέλος, στην ερώτηση εάν έχουν εμβολιαστεί πλήρως ενάντια στον κορονοϊό η πλειοψηφία απάντησε ναι (21 άτομα – 70%) και η μειοψηφία όχι (9 άτομα – 30%). Σημειώνεται ότι από τους 9, μόλις δύο άτομα δεν είχαν κάνει καμία από τις δύο δόσεις, καθώς είχαν νοσήσει την περίοδο του εμβολιασμού και τη στιγμή της συνέντευξης δεν είχαν περάσει 6 μήνες από τότε.

Αποτελέσματα έρευνας – Δ. Ενότητα – Ταξιδιωτικές συνήθειες σήμερα

Η τέταρτη ενότητα της συνέντευξης περιλάμβανε 10 ερωτήσεις, μέσα από τις οποίες αποτυπώνονται τυχόν αλλαγές στις ταξιδιωτικές συνήθειες των συνεντευξιαζόμενων. Στην πρώτη ερώτηση, οι συμμετέχοντες απάντησαν στο εάν ο κορονοϊός λειτουργεί ανασταλτικά στο να πραγματοποιήσουν κάποιο ταξίδι στο εσωτερικό της χώρας διαμονής τους. Στη συνέχεια, κλήθηκαν να απαντήσουν στην ίδια ερώτηση για ταξίδια στο εξωτερικό. Εν συντομία, οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ	ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ
Ναι	4 άτομα (13%)	7 άτομα (23%)
Όχι	8 άτομα (27%)	N/A
Κάποιες φορές	12 άτομα (40%)	N/A
Ανάλογα τον προορισμό/χώρα	6 άτομα (20%)	15 άτομα (50%)
Έχω εμβολιαστεί, δεν φοβάμαι/φοβάμαι λίγο αλλά μου έχουν λείψει τα ταξίδια(8)	N/A	8 άτομα (27%)

2 - Απαντήσεις για το εάν λειτουργεί ανασταλτικά ο κορονοϊός σήμερα στο να πραγματοποιηθεί κάποιο ταξίδι

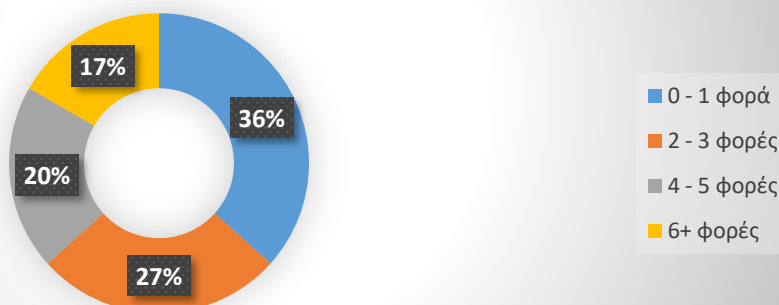
Στην ερώτηση που αφορούσε τα ταξίδια στο εσωτερικό της χώρας διαμονής τους, οι 6 συμμετέχοντες που απάντησαν «ανάλογα τον προορισμό» αποσαφήνισαν ότι στις περιοχές που τη στιγμή του ταξιδιού τους, παρατηρούνται αρκετά κατ' εκείνους κρούσματα δημιουργείται το αίσθημα ανασφάλειας που μπορεί και να τους αποτρέψει στο να το πραγματοποιήσουν. Επιπλέον, από τους 12 που ανέφεραν «κάποιες φορές», οι 5 δήλωσαν ότι η απόφασή τους μπορεί να εξαρτηθεί από την παρέα/σύντροφο/συγγενή που ταξιδεύουν και οι υπόλοιποι 7 ανέφεραν ότι δεν υπάρχει κάποιος πιο συγκεκριμένος λόγος που νιώθουν έτσι.

Στην ερώτηση που αφορούσε τα ταξίδια στο εξωτερικό, οι 15 συμμετέχοντες απάντησαν «ανάλογα με τη χώρα», εξηγώντας ότι με την απάντησή τους είναι άρρηκτα συνδεδεμένα τα κρούσματα που έχει η χώρα, με τις υποδομές υγείας, με το εάν πρέπει να κάνουν καραντίνα κατά την άφιξή τους στον προορισμό ή την επιστροφή τους στη χώρα διαμονής τους και με την απόσταση από τον μόνιμο τόπο κατοικίας τους. Οι 7 απάντησαν ότι λειτουργεί ανασταλτικά ο κορονοϊός για να κάνουν ταξίδι στο εξωτερικό και για το λόγο αυτό μέχρι στιγμής ούτε έχουν πραγματοποιήσει, αλλά ούτε και προγραμματίζει κάποιο ταξίδι. Οι υπόλοιποι 8 απάντησαν ότι έχουν εμβολιαστεί και δεν φοβούνται ή ακόμη κι αν φοβούνται τους έχουν λείψει τα ταξίδια.

Ως προς την ψυχολογική επιρροή που έχει η πανδημία στους ερωτηθέντες στο να κανονίσουν οποιοδήποτε ταξίδι οι 8 απάντησαν όχι. Από τους υπόλοιπους, οι 6 απάντησαν ότι τους έχει επηρεάσει ψυχολογικά η πανδημία για να κανονίσουν οποιοδήποτε ταξίδι καθώς νιώθουν ότι δεν έχουν ελευθερίες στο προορισμό, οι 8 επειδή η περιέουσα ατμόσφαιρα τους κάνει να μην έχουν πολλή όρεξη για κάποιο ταξίδι, οι 4 επειδή νιώθουν «ενοχές» ότι διασκεδάζουν όταν ακόμη υπάρχει η πανδημία και οι 8 επειδή νιώθουν την ανάγκη να μείνουν περισσότερο σπίτι με την οικογένεια και τους φίλους τους στον τόπο κατοικίας τους.

Αναφορικά με τη συχνότητα που ταξιδεύουν οι συνεντευξιζόμενοι από το ξέσπασμα της πανδημίας έως σήμερα, στο εσωτερικό της χώρας διαμονής τους το 36% έχει ταξιδέψει από 0 έως μια φορά (11 άτομα), το 27% από 2 έως 3 φορές (8 άτομα), το 20% από 4 έως 5 φορές (6 άτομα) και το 17% πάνω από 6 φορές (5 άτομα). Από τους ερωτηθέντες, οι 14 ανέφεραν ότι πραγματοποίησαν τα ταξίδια μετά τη χαλάρωση των μέτρων στον τόπο διαμονής τους και κυρίως για να επισκεφθούν συγγενείς που είχαν να δουν από πριν το ξέσπασμα της πανδημίας.

Συχνότητα ταξιδιών στο εσωτερικό από το ξέσπασμα της πανδημίας έως σήμερα



Γράφημα 11 - Συχνότητα ταξιδιών στο εσωτερικό της χώρας διαμονής από το ξέσπασμα της πανδημίας έως σήμερα

Σχετικά με τη συχνότητα των ταξιδιών στο εξωτερικό, από το ξέσπασμα της πανδημίας έως σήμερα τα νούμερα έχουν αρκετές διαφοροποιήσεις. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων πραγματοποίησε ταξίδι από 0 έως 1 φορά (21 άτομα - %), οι 6 (%) 2 έως 3 φορές και οι 3 (%) πάνω από 4 φορές. Σημειώνεται ότι οι 3 που απάντησαν ότι από το ξέσπασμα της πανδημίας έως σήμερα έχουν ταξιδέψει πάνω από 4 φορές για επαγγελματικούς λόγους και από τους 6 που απάντησαν 2 έως 3 φορές, οι 4 έχουν κάνει τα περισσότερα ταξίδια το τελευταίο εξάμηνο του 2021.

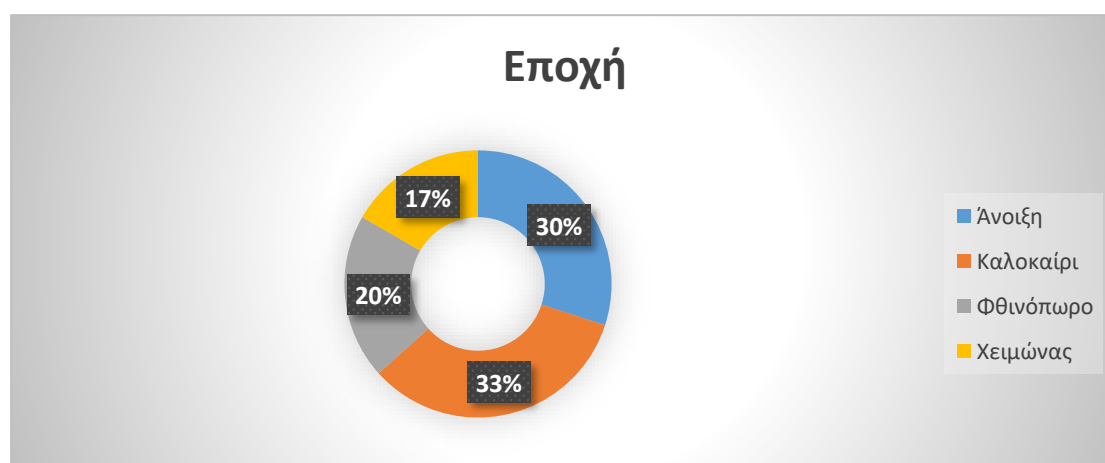
Συχνότητα ταξιδιών στο εξωτερικό από το ξέσπασμα της πανδημίας έως σήμερα



Γράφημα 12 - Συχνότητα ταξιδιών στο εξωτερικό από το ξέσπασμα της πανδημίας έως σήμερα

Από την αρχή της πανδημίας έως σήμερα, το Μέσο με το οποίο προτιμούν οι ερωτηθέντες να ταξιδεύουν είναι το αεροπλάνο (19 άτομα), καθώς νιώθουν ότι οι αεροπορικές ακολουθούν τις συνθήκες υγιεινής (από τους 19, το ανέφεραν οι 11), ακολουθεί στις προτιμήσεις το ιδιωτικό Μέσο με 9 απαντήσεις και τελευταίο είναι το τρένο/το πλοίο με 2 απαντήσεις. Σημειώνεται ότι από τους ερωτηθέντες, κανένας στην ερώτηση αυτή δεν ανέφερε το λεωφορείο παρόλο που στο παρελθόν κάποιοι το προτιμούσαν.

Η εποχή που προτιμάνε να ταξιδεύουν οι ερωτηθέντες τον τελευταίο καιρό είναι το καλοκαίρι (10 άτομα) και η άνοιξη (9 άτομα), αιτιολογώντας την απάντησή τους όλοι ότι βρίσκονται περισσότερο σε ανοιχτούς και καλά αεριζόμενους χώρους. Από τους 9 που ανέφεραν την άνοιξη, είπαν ότι είναι μια εποχή που δεν την προτιμούν οι περισσότεροι τουρίστες και νιώθουν καλύτερα να βρίσκονται σε διακοπές με λίγο κόσμο. Οι 6 απάντησαν ότι προτιμούν το φθινόπωρο και οι 5 τον χειμώνα.



Γράφημα 13 - Εποχή του χρόνου που προτιμάνε να ταξιδεύουν από την αρχή της πανδημίας έως σήμερα

Από είδος προορισμού οι περισσότεροι προτιμάνε να ταξιδεύουν σε τόπο που έχει θάλασσα (11 άτομα), οι 9 σε κάποιο βουνό, οι 6 σε μικρές πόλεις και χωριά και οι 4 σε κάποια μεγάλη πόλη ή πρωτεύουσα χώρας. Ο τρόπος με τον οποίο οι ερωτηθέντες επιλέγουν τελευταία να ταξιδεύουν εξακολουθεί να είναι μεμονωμένα. Οι 18 (60%) προτιμάνε να οργανώνουν εξ ολοκλήρου μόνοι τους το ταξίδι τους, οι 9 (30%) εμπιστεύονται τα ταξιδιωτικά γραφεία καθώς πιστεύουν ότι θα τους οργανώσουν κάποιο ταξίδι που θα πληροί όλες τις υγειονομικές προδιαγραφές και θα είναι

μειωμένος ο κίνδυνος. Τέλος, 3 από τους ερωτηθέντες (9%) δήλωσαν back-packers και ότι δεν έχουν αλλάξει αυτή τη συνήθεια από την πανδημία και μετά.

Τέλος, στην ερώτηση για το τι θεωρούν σημαντικότερο οι συμμετέχοντες ως παράγοντα για να κάνουν κάποιο ταξίδι από την αρχή της πανδημίας έως σήμερα, οι απαντήσεις που καταγράφηκαν ήταν οι εξής

Υγειονομικές καλύψεις προορισμού	11 άτομα	37%
Κρούσματα / ποσοστό εμβολιασμού προορισμού	9 άτομα	30%
Οικονομική κατάσταση συμμετέχοντα	4 άτομα	13%
Προϋπόθεση καραντίνας κατά την άφιξη/αναχώρηση	6 άτομα	20%

3 - Σημαντικότεροι παράγοντες για να πραγματοποιηθεί σήμερα κάποιο ταξίδι

Αποτελέσματα έρευνας – Ε. Ενότητα – Εκτιμήσεις για ταξιδιωτικές συνήθειες μετά το πέρας της πανδημίας

Στην τελευταία ενότητα, η οποία αποτελείται από έξι ερωτήσεις, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να σκεφτούν υποθετικά για το πώς πιστεύουν ότι θα διαμορφωθούν οι ταξιδιωτικές τους συνήθειες μόλις ο κορονοϊός θα έχει περάσει πλήρως και δεν θα υπάρχει κάποιος υγειονομικός κίνδυνος. Η πρώτη ερώτηση σχετιζόταν με το πόσο πιστεύουν ότι θα τους επηρεάσει ψυχολογικά η πρότερη ύπαρξη της πανδημίας στο κανονίζουν κάποιο ταξίδι στο μέλλον. 8 (27%) από τους συμμετέχοντες πιστεύουν ότι θα το σκέφτονται, αλλά δεν θα τους επηρεάσει αρκετά, 5 (17%) πιστεύουν ότι θα επανέλθουν πλήρως στην προ-πανδημίας κανονικότητα και δεν θα τους επηρεάζει, 11 (36%) δήλωσαν ότι θα τους επηρεάζει σε κάποιο βαθμό, αλλά θα είναι πιο προσεκτικοί στα ταξίδια τους, και 6 (20%) πιστεύουν ότι θα τους επηρεάσει αρκετά στο βαθμό του να μειώσουν τα ταξίδια.

Στην ερώτηση για το πόσο συχνά πιστεύουν ότι θα ταξιδεύουν μετά το πέρας του κορονοϊού, οι 18 απάντησαν πως πιθανά να αυξήσουν τα ταξίδια τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό περισσότερο από πριν την πανδημία για να καλύψουν «το χαμένο χρόνο», οι 9 πιστεύουν ότι θα

ταξιδεύουν το ίδιο συχνά , όπως και πριν την πανδημία και οι 3 πιστεύουν ότι θα ταξιδεύουν όπως σήμερα που ακόμα υπάρχει ο κορονοϊός.

Σχετικά με το Μέσο που πιστεύουν ότι θα χρησιμοποιούν περισσότερο οι ερωτηθέντες απάντησαν ότι στο μέλλον εκτιμούν πως δεν θα αλλάξουν οι συνήθειές τους απ' ότι σήμερα και απάντησαν: αεροπλάνο (19 άτομα), για τους ίδιους λόγους που ανέφεραν σε προηγούμενη ενότητα, ιδιωτικό Μέσο (9 άτομα) και τελευταίο είναι το τρένο/πλοίο με 2 απαντήσεις. Ως προς το είδος του προορισμού, πιστεύουν ότι θα επιλέγουν αντίστοιχα με σήμερα (θάλασσα 11 άτομα, βουνό 9 άτομα, χωριό ή μικρή πόλη 6 άτομα και μεγάλη πόλη ή πρωτεύουσα 4 άτομα). Η πέμπτη ερώτηση που τους τέθηκε αφορούσε στους παράγοντες που πιστεύουν ότι θα είναι για εκείνους σημαντικότεροι, ώστε να πραγματοποιήσουν κάποιο ταξίδι, μετά το τέλος της πανδημίας. Καταγράφηκαν οι εξής απαντήσεις:

Παράγοντες υγείας / ασφάλειας	16 άτομα	53%
Οικονομική κατάσταση νοικοκυριού ή άλλοι οικονομικοί παράγοντες συμμετέχοντα	5 άτομα	17%
Ομορφιά της φύσης / δραστηριότητες στον προορισμό	6 άτομα	20%
Hidden Gems και περιπέτεια	3 άτομα	10%

4 - Σημαντικότεροι παράγοντες που θα ληφθούν υπόψη για να πραγματοποιηθεί κάποιο ταξίδι μετά το τέλος της πανδημίας

Η τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου καλούσε τους συνεντευξιαζόμενους να σκεφτούν εάν θα υπάρξει κάποια μεγάλη αλλαγή στις ταξιδιωτικές τους συνήθειες, μετά το τέλος της πανδημίας, κι αν ναι ποιες θα είναι αυτές. Οι 9 απάντησαν ότι δεν θα αλλάξουν τίποτα στις ταξιδιωτικές τους συνήθειες σε σχέση με εκείνες που είχαν πριν την πανδημία, οι 5 ανέφεραν ότι θα ελέγχουν περισσότερο τις υποδομές υγείας στον προορισμό που θα επιλέγουν, οι 7 ανέφεραν ότι ενδεχομένως να ξεκινήσουν να φοράνε μάσκα σε Μέσα Μαζικής Μεταφοράς και σε χώρους που παρατηρείται συνωστισμός. Οι 4 ενδεχομένως να προτιμάνε περισσότερο να ταξιδεύουν περιόδους με μικρή τουριστική κίνηση (off season), οι 4 ανέφεραν ότι θα προτιμάνε περισσότερο τα οργανωμένα με ταξιδιωτικό γραφείο ταξίδια κι ο 1 ανέφερε ότι θα αποφεύγει να πραγματοποιεί ταξίδια σε γκρουπ.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από την ποσοτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε προκύπτουν πολλά γενικά συμπεράσματα που «συμφωνούν» με ευρήματα αντίστοιχων ερευνών που αναφέρθηκαν το τρίτο κεφάλαιο. Με δεδομένο ότι η πλειοψηφία του δείγματος ήταν Ευρωπαίοι πολίτες και συγκεκριμένα από την Ελλάδα και την Κύπρο, μια από τις κύριες συμπεριφορικές αλλαγές όσον αφορά στις ταξιδιωτικές τους συνήθειες φαίνεται ότι είναι η συχνότητα που ταξίδευαν στο παρελθόν σε εσωτερικό ή εξωτερικό σε σχέση με τις τρέχουσες προτιμήσεις τους.

Στην προ-πανδημίας εποχή, οι τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών στην πλειοψηφία τους ταξίδευαν 2-3 φορές τον χρόνο στο εσωτερικό (49%) και 2-3 φορές τον χρόνο στο εξωτερικό (55%). Από το ξέσπασμα της πανδημίας έως σήμερα, το ποσοστό για 2-3 φορές ταξίδι στο χρόνο διαμορφώθηκε σε 27% για το εσωτερικό και 20% για το εξωτερικό. Οι τουρίστες αυτής της ηλικίας φαίνεται ότι έχουν μειώσει σημαντικά τη συχνότητα των ταξιδιών τους καθώς η πλειοψηφία δήλωσε ότι ταξιδεύει από καμία έως μια φορά το χρόνο στο εσωτερικό σε ποσοστό 36% και στο εξωτερικό 70%. Στις προβλέψεις για τις μελλοντικές τους συνήθειες, η πλειοψηφία των τουριστών δήλωσαν ότι θα αυξήσουν τα ταξίδια (ίσως και πιο συχνά από την προ-πανδημίας εποχή) για να «καλύψουν τον χαμένο χρόνο». Συνεπώς, φαίνεται ότι σήμερα η συχνότητα που ταξιδεύουν οι τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών έχει μειωθεί και ιδιαίτερα τα ταξίδια στο εξωτερικό (Zenker & Kock, 2020), κάτι που σχετίζεται με το αίσθημα ανησυχίας που έχει δημιουργήσει η πανδημία και την τάση τους να αποφεύγουν πράγματα και προορισμούς που δεν ξέρουν (Faulkner, Schaller, Park, & Duncan, 2004, σ. 335). Σχετικά με τις μελλοντικές τάσεις φαίνεται ότι μόλις δημιουργηθεί η αίσθηση ασφάλειας και «περάσει ο κίνδυνος» οι τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών θα αυξήσουν τα ταξίδια τους (με έμφαση στο εξωτερικό).

Αξίζει να αναφερθεί ακόμα, ότι σε ερώτηση σχετικά με το εάν η πανδημία (σύμφωνα με την παρούσα κατάσταση) λειτουργεί ανασταλτικά στο να πραγματοποιήσουν κάποιο ταξίδι, παρατηρήθηκε ότι για τα ταξίδια στο εξωτερικό, το 50% των συμμετεχόντων είπε ότι εξαρτάται από τον προορισμό. Στην επεξήγηση που έδωσαν ανέφεραν ότι λαμβάνουν υπόψη τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας για να επιλέξουν τον προορισμό τους – εάν νιώθουν ασφαλείς σε εκείνον τον προορισμό και πόσο αυξημένη είναι η αίσθηση του κινδύνου για εκείνους στη χώρα που θα

ταξιδέψουν (Neuburger & Egger, 2021, p. 1003). Για εκείνους, εάν ένας προορισμός καταγράφει πολλά κρούσματα, το γεγονός αυτό θα λειτουργήσει ανασταλτικά στο να πραγματοποιήσουν το ταξίδι. Ένα ακόμη σημείο στο οποίο αξίζει να αναφερθούμε είναι ότι ένα 27% και μόνο για ταξίδια στο εξωτερικό, δήλωσε ότι φοβούνται λίγο, άλλα τους έχουν λείψει τα ταξίδια οπότε ο κορονοϊός δεν αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα ή έχουν ήδη εμβολιαστεί και νιώθουν πιο σίγουροι και ασφαλείς.

Όσον αφορά στην εποχή την οποία επιλέγουν οι τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών να ταξιδέψουν, στην προ-πανδημίας εποχή είχαν αρκετά υψηλά ποσοστά την άνοιξη και το καλοκαίρι, 30% και 34% αντίστοιχα, ακολουθούσε ο χειμώνας με 21% και τελευταίο το φθινόπωρο με 15%. Από την έναρξη της πανδημίας έως σήμερα μειώθηκε ελαφρώς το καλοκαίρι σε προτιμήσεις και η άνοιξη παρέμεινε σταθερή με αιτιολογία ότι νιώθουν περισσότερο ασφαλείς εκείνες τις εποχές επειδή μπορούν να βρίσκονται για πολλές ώρες σε εξωτερικούς ή καλά αεριζόμενους χώρους. Επιπλέον, η άνοιξη φαίνεται ότι παρέμεινε στο 30% χωρίς καμία μεταβολή καθώς οι τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών θεωρούν ότι είναι (off-season) περίοδος χαμηλής τουριστικής κίνησης και συνεπώς θα συναντήσουν λιγότερο κόσμο στον προορισμό ταξιδεύουν.

Σχετικά με το Μέσο που προτιμούν οι τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών να χρησιμοποιούν, στην προ-πανδημίας εποχή κατά 30,5% επέλεξαν αεροπλάνο ή πλοίο, με 24% ιδιωτικό Μέσο και με κάτω από 10% τρένο ή λεωφορείο. Σήμερα, η τάση δείχνει ότι επιλέγουν πολύ περισσότερο το αεροπλάνο, με ποσοστό 63%, ενώ έχει ανέβει σημαντικά με το ποσοστό του ιδιωτικού Μέσου σε 30%. Το λεωφορείο δεν αναφέρθηκε ως επιλογή ενώ το πλοίο και το τρένο κατέγραψαν μόλις 3,5%. Η τάση προς το αεροπλάνο είναι ένα χαρακτηριστικό προτίμησης των τουριστών μεγαλύτερων ηλικιών (Javalgi, Thomas, & Rao, 1992, σσ. 18-19), ενώ όπως ανέφεραν οι συμμετέχοντες τους προσφέρει μεγαλύτερη σιγουριά καθώς εμπιστεύονται τις αεροπορικές για τις συνθήκες υγιεινής. Τα ποσοστά παρέμειναν τα ίδια με σήμερα και στις εκτιμήσεις για τις μελλοντικές τους συνήθειες.

Στην ερώτηση για τους ποιον θεωρούν τον σημαντικότερο παράγοντα για να πραγματοποιήσουν κάποιο ταξίδι, οι τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών στην προ-πανδημίας εποχή είχαν σημαντικότερη την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού τους με ποσοστό 31%, ακολουθούσε η υγεία & ασφάλεια με 24% και η πρόσβαση σε ιατροφαρμακευτικού προϊόντος με 18% -χαρακτηριστικές προτεραιότητες αυτής της

ηλικιακής ομάδας (Zsarnoczky, 2017) – ενώ ακολουθούσαν η ομορφιά της φύσης και οι δραστηριότητες με 18% και η εξερεύνηση και περιπέτεια με 9%. Οι τουρίστες αυτοί, από την αρχή της πανδημίας έως σήμερα φαίνεται ότι έχουν αναθεωρήσει τις προτεραιότητές τους και έχουν πρώτη την υγεία & ασφάλεια με 37%, τον αριθμό των κρουσμάτων ή των εμβολιασμών κατά 30%, την προϋπόθεση καραντίνας κατά 20% και την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού τους μόλις 13%. Στις προβλέψεις για το μέλλον η υγεία & ασφάλεια παραμένει ψηλά με 53%, ενώ θα ανεβαίνουν ξανά ψηλά οι δραστηριότητες και η ομορφιά του προορισμού, με ποσοστό 20%.

Τέλος, οι τουρίστες μεγαλύτερων ηλικιών φαίνεται πως δεν σκοπεύουν να αλλάξουν σημαντικά τις ταξιδιωτικές τους συνήθειες μετά το πέρας της πανδημίας. Η πλειοψηφία τους στο 31% θεωρεί ότι θα επιστρέψει σε μια «κανονικότητα» όπως ήταν πριν την πανδημία, ένα 24% το μόνο που θα αλλάξουν είναι η χρήση μάσκας (άνευ κρατικής οδηγίας) για προσωπική τους προστασία σε Μέσα Μαζικής Μεταφοράς ή σε χώρους που παρατηρείται συνωστισμός κατά τη διάρκεια των ταξιδιών τους, ενώ ένα 17% θα ελέγχουν και θα γνωρίζουν περισσότερα για τις δομές υγείας στον προορισμό που θα επιλέγουν. Τέλος, από 14% είναι το ποσοστό των τουριστών που θα επιλέγουν να ταξιδεύουν περισσότερο σε γκρουπ και σε περιόδους με χαμηλή τουριστική κίνηση για να νιώθουν περισσότερο ασφαλείς και σε ελεγχόμενο περιβάλλον, ενώ μια μειοψηφία ενδεχομένως να μειώσει τα ταξίδια σε γκρουπ, πάλι για τους ίδιους όμως λόγους.

Συνοψίζοντας, η πανδημία του κορονοϊού άλλαξε τις τουριστικές τάσεις στους ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας, κυρίως γιατί ενίσχυσε το αίσθημα ανασφάλειας. Ωστόσο, φαίνεται ότι μετά το πέρας της πανδημίας και χάρη στο εμβόλιο, οι τάσεις θα επιστρέψουν σε προ-πανδημίας επίπεδα, με ελαφρώς αυξημένη τουριστική κίνηση και μικρότερες αλλαγές στις συνήθειες των τουριστών που ενδεχομένως να μην επηρεάσουν ουσιαστικά τον τουριστικό κλάδο, όπως συνέβη με την πανδημική κρίση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Agarwal, Sheela, & Brunt. (2006). Social exclusion and English seaside resorts. *Tourism Management*, 654-670.
- Alén, E., Nicolau, J., Losada, N., & Domínguez, T. (2014). Determinant factors of senior tourists' length of stay. *Ann Tour Res*, 49, 19-32.
- Ananth, M., DeMicco, F. J., Moreo, P. J., & Howey, R. M. (1992). Marketplace lodging needs of mature travelers. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 33(4), 12-24.
- Anderson, B. B., & Langmeyer, L. (1982). The Under-50 and Over-50 Travelers: A Profile of Similarities and Differences. *Journal of Travel Research*, 20(4), 20-24.
- Ashton, S., Cabral, S., Santos, G., & Kroetz, J. (2015). A relação do turismo e da qualidade de vida no processo de envelhecimento. *Revista Hospitalidade*, 12(2), 547-566.
- Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union. (2015, September 14). *European Tourism Strategy and Plan of Actions 2015-2020*. Ανάκτηση από www.aalep.eu: <http://www.aalep.eu/european-tourism-strategy-and-plan-actions-2015-2020>
- Avelar, S., Tiago, F., & Borges-Tiag, T. (2018). Senior Tourism in Europe: Wjen There Are "No Boundaries". Στο A. Kavoura, & E. Kedallonitis, *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (σσ. 711-719). Athens: Springer.
- Bélanger, C. E., & Jolin, L. (2011). The International Organisation of Social Tourism (ISTO) working towards a right to holidays and tourism for all. *Current Issues in Tourism*, 14(5), 475-482.
- Chebli, Amina, Ben Said, & Foued. (2020). The impact of Covid-19 on tourist consumption behaviour: a perspective article. *Journal of Tourism Management Research*, 7(2), 196-207.
- Cisneros-Martínez, David, J., McCabe, S., & Fernández-Morales, A. (2018). The contribution of social tourism to sustainable tourism: A case study of seasonally adjusted programmes in Spain. *Journal of Sustainable Tourism*, 26, 85-107.
- Dodds, R., & Butler, R. (2019). Overtourism: Issues, realities and solutions. *Journal of Heritage Tourism*, 15(5), 592-593.
doi:<https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1701818>
- European Commission. (2006, December). Opinion of the European Economic and Social Committee on social tourism in Europe. *Official Journal of the European Union*(C 318), 67-77.

- European Commission. (2008). On-Going Evaluation of the 2007 European Year of Equal Opportunities of All. Final Report. *European Commission, DG Employment, Social Affairs and Equal Opportunities*.
- European Commission. (2009/10). CALYPSO STUDY. *DG Enterprise and Industry*.
Ανάκτηση από
<https://ec.europa.eu/docsroom/documents/6925/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>
- European Commission. (2014). EUMillennialsTOUR. Ανάκτηση από
<https://wayback.archive-it.org/12090/20210412123959/https://ec.europa.eu/easme/en/>
- European Parliament. (2007). *Lisbon Treaty*. Ανάκτηση από <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=OJ%3AC%3A2007%3A306%3ATOC>
- European Parliament. (1992). *Maastricht Treaty*. Ανάκτηση από
<https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/el/in-the-past/the-parliament-and-the-treaties/maastricht-treaty>
- European Parliament. (2010/2206 (INI)). *Legislative Observatory*. Ανάκτηση από
[https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=COM\(2010\)0352&l=en](https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=COM(2010)0352&l=en)
- European Parliament. (2013). Ανάκτηση από
[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/JOIN/2013/513981/IPO-L-REGI_ET\(2013\)513981_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/JOIN/2013/513981/IPO-L-REGI_ET(2013)513981_EN.pdf)
- European Parliament. (2014/2241 (INI)). *Legislative Observatory*. Ανάκτηση από
[https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=en&reference=2014/2241\(INI\)](https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=en&reference=2014/2241(INI))
- European Parliament. (n.d.). *EU strategy for sustainable tourism*. Ανάκτηση από
https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0109_EN.pdf
- Eurostat. (2017). Ανάκτηση από
<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/8222062/KS-HA-17-001-EN-N.pdf/eaebe7fa-0c80-45af-ab41-0f806c433763>
- Eurostat. (2019). Ageing Europe. Ανάκτηση από
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-books/-/ks-02-19-681>
- EUROSTAT. (2021, June 15). *EU tourism down by 61% during the pandemic*. Retrieved from EUROSTAT: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20210625-2>
- Faulkner, J., Schaller, M., Park, J. H., & Duncan, L. A. (2004). Evolved disease-avoidance mechanisms and contemporary xenophobic attitudes. *Group Processes & Intergroup Relations*, 7(4), 333-353.

- Fleischer, A., & Pizam, A. (2002). Tourism constraints among Israeli seniors. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 106-123.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, M. C. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- Hunke, G., & Gerstner, R. (2006). 55plus marketing: Zukunftsmarkt Senioren. *Gable Wiesbaden*.
- Hunter-Jones, P., & Blackburn, A. (2007). Understanding the relationship between holiday taking and self-assessed health: an exploratory study of senior tourism. *Int J Consum Stud*, 31, 509-516.
- Javalgi, G. R., Thomas, G. E., & Rao, R. S. (1992). Consumer Behavior in the U.S. Pleasure Travel Marketplace: An Analysis of Senior and Nonsenior Travelers. *Journal of Travel Research*, 31(2), 14-19.
- McCabe, S. (2018). *Social tourism and its contribution to sustainable tourism*. Cuadernos Económicos de Información Comercial Española.
- McCabe, S., Joldersma, T., & Li, C. (2010). Understanding the benefits of social tourism: Linking participation to subjective well-being and quality of life. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 761-773.
- McGuire, F. (1984). A factor analytic study of leisure constraints in advanced adulthood. *J Leis Sci*, 6, 313-326.
- Medeiros, T., Silva, O., & Furtado, S. (2020). Health Perception, Travel Concerns, and Senior Tourist Satisfaction. Στο *Smart Innovation, Systems and Technologies* (Τόμ. 171, σσ. 405-414). Singapore: Springer. doi:<https://doi.org/10.1007/978-981-15-2024-2>
- Morgan, Nigel, Pritchard, & Sedgley. (2015). Social Tourism and well-being in later life. *Annals of Tourism Research*, 52, 1-15.
- Neuburger, L., & Egger, R. (2021). Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: a case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*, 24(7), 1003-1016. doi:10.1080/13683500.2020.1803807
- Panasiuk, A., & Wszendybyl-Skylska, E. (2021). Social Aspects of Tourism Policy in the European Union. The Example of Poland and Slovakia. *Economies*, 9(16), 1-24.
- Pappas, N., & Glyptoy, K. (2020). Accommodation decision-making during the COVID-19 pandemic: Complexity insights from Greece. *International Journal of Hospitality Management*, 93.
- Patterson, I., & Pegg, S. (2009). Marketing the leisure experience to baby boomers and older tourists. *J. Hosp Market Manag*, 18, 254-272.
- Paulo, R. (2000). Tourism in the European Union. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(7), 434-436.

- Perper, R., & Slotnick, D. (2020, March 5). Ανάκτηση από Business Insider:
<https://www.businessinsider.com/uk-airline-flybe-declares-bankruptcy-flights-grounded-2020-3>
- Qiu, H., & Dai, L. (2019). Design and Strategy of Senior Tourism Under the background of Polulation Aging. *Shanghai Jiao Tong University*, 314-323.
- Romsa, G., & Blenman, M. (1989). Vacarion patterns of the elderly German. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 178-188.
- Sedgley, D., Haven-Tang, C., & Espeso-Molinero, P. (2018). Social Tourism & Older People: The IMSERSO initiative. *Journal of Policy Research in Tourism Leisure and Events* . doi:10.1080/19407963.2018.1465064
- Wang, I. M., & Ackerman, J. M. (2018). The Infectiousness of Crowds: Crowding Experiences Are Amplified by Pathogen Threats. *Sage Journals*, 1-13.
- WTO. (n.d.). *unwto.org*. Ανάκτηση από Sustainable Tourism Development:
<https://www.unwto.org/sustainable-development>
- Zenker, S., & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic - A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>
- Zsarnoczky, M. (2017). Developing Senior Tourism in Europe. *Pannon Management Review*, 3-4(6), 201-214.
- Τούντας, Γ., Δοξιάδης, Α., & Κατσάπη, Α. (2021). *Η ανάπτυξη του τουρισμού τρίτης ηλικίας και ο ρόλος του τουρισμού υγείας στη μετά Covid-19 εποχή*. Αθήνα: διαΝΕΟσις.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΔΟΜΗΜΕΝΗΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Καλησπέρα σας,

Είμαι ο Αντώνης Κόλλιας, μεταπτυχιακός φοιτητής του Τμήματος Πολιτικής Επιστήμης και Διεθνών Σχέσεων του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου, στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα «Διακυβέρνηση και Δημόσιες Πολιτικές» και θα ήθελα να σας κάνω μερικές ερωτήσεις σχετικά με τα ταξίδια.

Οι απαντήσεις σας είναι ανώνυμες και χαρακτηρίζονται από απόλυτη εμπιστευτικότητα, καθώς θα χρησιμοποιηθούν μόνο για την εξαγωγή συμπερασμάτων από εμένα τον ίδιο και δεν θα διαμοιραστούν σε τρίτα μέρη.

Θα ήθελα ακόμη να σας ενημερώσω ότι η συμμετοχή σας είναι εθελοντική και οποιαδήποτε στιγμή επιθυμείτε, έχετε το δικαίωμα να διακόψετε. Σε κάθε περίπτωση εκτιμώ πολύ το χρόνο που διαθέτετε, συνεισφέροντας με τον τρόπο σας στη συγκεκριμένη μελέτη.

Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει συνολικά 38 ερωτήσεις και ο εκτιμώμενος χρόνος της συνέντευξης είναι περίπου 7 λεπτά.

Σας ευχαριστώ θερμά για τη συμμετοχή σας.

A. Δημογραφικά Στοιχεία

1. Ποιος είναι ο τόπος/ η χώρα μόνιμης κατοικίας σας;
2. Πόσο χρονών είστε;
3. Ποιο είναι το φύλο σας – πώς αυτοπροσδιορίζεστε;
4. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;
5. Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;
6. Ποιο είναι το ετήσιο εισόδημά σας σε ευρώ;
7. Έχετε συνταξιοδοτηθεί;

B. Ταξιδιωτικές Συνήθειες πριν την πανδημία

8. Πριν την πανδημία πόσο συχνά ταξιδεύατε στο εσωτερικό της χώρας διαμονής σας;
9. Πριν την πανδημία πόσο συχνά ταξιδεύατε στο εξωτερικό;

10. Ποια εποχή του χρόνου προτιμούσατε να κάνετε κάποιο ταξίδι (άνοιξη, καλοκαίρι, φθινόπωρο, χειμώνας);
11. Πόσες μέρες διαρκούσαν συνήθως οι διακοπές σας, κάθε φορά που επιλέγατε να κάνετε ένα ταξίδι;
12. Σε τι είδους προορισμό προτιμούσατε να ταξιδεύετε(πόλη, βουνό, θάλασσα, χωριό κλπ.);
13. Πριν την πανδημία πώς συνηθίζατε να ταξιδεύετε (π.χ. με γκρουπ/μεμονωμένα κλπ.);
14. Με ποιο Μέσο προτιμούσατε να ταξιδεύετε πριν την πανδημία (π.χ. αεροπλάνο λεωφορείο, ιδιωτικό Μέσο κλπ.);
15. Για ποιους λόγους ταξιδεύατε συνήθως;
16. Ποιος ήταν ο πιο σημαντικός παράγοντας για να πραγματοποιήσετε κάποιο ταξίδι στο παρελθόν;

Γ. Στάση απέναντι στον κορονοϊό και το εμβόλιο

17. Πιστεύατε από την αρχή στην ύπαρξη του κορονοϊού;
18. Εάν όχι, έχει αλλάξει η στάση σας; Σήμερα, πιστεύετε στην ύπαρξη του κορονοϊού;
19. Έχετε νοσήσει από κορονοϊό;
20. Έχει νοήσει κάποιος από τον ευρύτερο κοινωνικό και οικογενειακό σας κύκλο από κορονοϊό;
21. Πιστεύετε στο εμβόλιο ενάντια στον κορονοϊό;
22. Έχετε εμβολιαστεί πλήρως ενάντια στον κορονοϊό;

Δ. Ταξιδιωτικές Συνήθειες σήμερα

23. Ο κορονοϊός λειτουργεί ανασταλτικά στο να κάνετε κάποιο ταξίδι στο εσωτερικό της χώρας διαμονής σας;
24. Ο κορονοϊός λειτουργεί ανασταλτικά στο να κάνετε κάποιο ταξίδι στο εξωτερικό;
25. Σας επηρεάζει ψυχολογικά η πανδημία στο να κανονίσετε οποιοδήποτε ταξίδι;
26. Από το ξέσπασμα της πανδημίας έως σήμερα, πόσο συχνά ταξιδεύετε στο εσωτερικό της χώρας διαμονής σας;
27. Από το ξέσπασμα της πανδημίας έως σήμερα, πόσο συχνά ταξιδεύετε στο εξωτερικό;

28. Από το ξέσπασμα της πανδημίας έως σήμερα, με ποιο Μέσο προτιμάτε να ταξιδεύετε;
29. Ποια εποχή του χρόνου προτιμάτε να ταξιδεύετε;
30. Σε τι είδους προορισμό προτιμάτε να ταξιδεύετε;
31. Με ποιο τρόπο προτιμάτε να ταξιδεύετε;
32. Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες για να κάνετε κάποιο ταξίδι σήμερα;

Ε. Εκτιμήσεις για ταξιδιωτικές συνήθειες μετά το πέρας της πανδημίας

33. Μετά το πέρας της πανδημίας πόσο πιστεύετε ότι θα σας επηρεάσει ψυχολογικά η πρότερη ύπαρξή της στο να κανονίσετε οποιοδήποτε ταξίδι;
34. Μετά το πέρας της πανδημίας, πόσο συχνά πιστεύετε ότι θα ταξιδεύετε;
35. Μετά το πέρας της πανδημίας, με ποιο Μέσο πιστεύετε ότι θα προτιμάτε να ταξιδεύετε;
36. Σε τι είδους προορισμό πιστεύετε ότι θα προτιμάτε να ταξιδεύετε;
37. Ποιοι πιστεύετε θα είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες για να κάνετε κάποιο ταξίδι;
38. Ποια πιστεύετε ότι θα υπάρξει κάποια μεγάλη αλλαγή στις ταξιδιωτικές σας συνήθειες μετά το πέρας της πανδημίας. Εάν ναι, με ποιο τρόπο;

Ευχαριστώ θερμά για τον χρόνο σας.