

Δράσης 3.2.3 - Έρευνα αξιολόγησης σχετικά με την ικανοποίηση των τουριστών και των τοπικών επιχειρηματιών

Στο πλαίσιο του έργου «Initiative for improving the capacity and accessibility of tourism destinations in the cross border area» με ακρωνύμιο «Destinations For All» στο πλαίσιο του Προγράμματος INTERREG V-A ΕΛΛΑΔΑ - ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ 2014-2020

Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή.....	5
Περίληψη.....	10
Abstract	12
Κεφάλαιο 1 ^ο	13
1.1 Έννοια του Τουρισμού.....	13
1.2 Διάκριση του τουρισμού σε βασικές κατηγορίες	15
1.3 Ορισμός της Ικανοποίησης.....	19
1.4 Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.....	20
1.5 Η σημασία του τουρισμού ως κλάδου οικονομικής ανάπτυξης	24
Κεφάλαιο 2 ^ο	25
2.1 Το τουριστικό προϊόν της Θάσου.....	25
2.2 Κοινωνικές Επιδράσεις στο νησί της Θάσου.....	31
Κεφάλαιο 3 ^ο	32
3.1 ΑμεΑ και προσβασιμότητα	32
3.2 Υποδομές Προσβασιμότητας στις τουριστικές εγκαταστάσεις και υποδομές.....	35
3.3 ΑμεΑ Στην Ελλάδα: Τρέχουσα Κατάσταση.....	37
3.4 Τουρισμός για ΑμεΑ	39
3.5 Οι επιδράσεις του τουρισμού στα ΑμεΑ	40
Κεφάλαιο 4 ^ο	42

4.1 Μεθοδολογία έρευνας.....	42
4.2 Ο πληθυσμός της έρευνας	43
4.3 Μεθοδολογία της έρευνας.....	44
4.4 Διαμόρφωση Ερωτηματολογίου.....	45
4.5 Περιορισμοί της έρευνας.....	48
Κεφάλαιο 5 ^ο	49
5.1 Επιλογή των ερωτήσεων	49
5.2 Αποτελέσματα Έρευνας	52
Κεφάλαιο 6 ^ο	61
6.1 Καλές Πρακτικές	61
7. Συμπεράσματα – Προτάσεις.....	62
Παράρτημα – Ερωτηματολόγιο	67

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΓΟΥ

ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΓΟΥ: Initiative for improving the capacity and accessibility of tourism destinations in the cross border area

ΑΚΡΩΝΥΜΙΟ ΕΡΓΟΥ: Destinations for all

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ: 2. Μια βιώσιμη και κλιματικά προσαρμόσιμη διασυνοριακή περιοχή

ΘΕΜΑΤΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ: 06 – Διατήρηση & προστασία του περιβάλλοντος και προώθηση της αποδοτικότητας των πόρων

ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ: 6c. Διατήρηση, προστασία, προώθηση και ανάπτυξη φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς

ΕΙΔΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ: 4. Να αξιοποιηθεί η πολιτιστική και φυσική κληρονομιά της διασυνοριακής περιοχής για τουριστικούς σκοπούς

Εισαγωγή

Initiative for improving the capacity and accessibility of tourism destinations in the cross border area	
ΑΚΡΩΝΥΜΙΟ ΕΡΓΟΥ	Destinations For All
ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	Έρευνα αξιολόγησης σχετικά με την ικανοποίηση των τουριστών και των τοπικών επιχειρηματιών
ΠΑΚΕΤΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΑ	WP3
ΠΑΡΟΔΟΤΕΟ	D.3.2.3
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	Έκθεση αξιολόγησης συμπεριλαμβανομένου του ερωτηματολογίου και των αποτελεσμάτων στα ελληνικά σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή.
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΑΡΑΔΟΤΕΟΥ	27/03/2019
ΣΥΓΓΡΑΦΕΑΣ ΠΑΡΑΔΟΤΕΟΥ	Euroaction AE

Στο πλαίσιο του προγράμματος Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας INTERREG V-A ΕΛΛΑΔΑ-ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ 2014-2020, υλοποιείται το έργο με τίτλο «Initiative for improving the capacity and accessibility of tourism destinations in the cross border area» και ακρωνύμιο «Destinations for all».

Η αρχική διάρκεια του έργου κατά το στάδιο μετά την επίσημη έγκρισή του ήταν από τις 01/08/2017 έως τις 31/07/2019. Για την καλύτερη και πιο ομαλή υλοποίηση του έργου έγινε δεκτή η επέκταση του έργου μέχρι τις 27/06/2020 και η συνολική του διάρκεια είναι 33 μήνες.

Ο Δήμος Garmen, είναι Επικεφαλής εταίρος στο έργο τίτλο: «Initiative for improving the capacity and accessibility of tourism destinations in the cross border area» και με ακρωνύμιο «Destinations for all», το οποίο συγχρηματοδοτείται κατά 85% από κοινοτικούς πόρους και 15% εθνικούς, στο πλαίσιο του Προγράμματος Ευρωπαϊκής Διασυνοριακής Συνεργασίας Ελλάδα - Βουλγαρία 2014 – 2020 (INTERREG V-A).

Στο εταιρικό σχήμα του εν λόγω έργου, όπως υποβλήθηκε και εγκρίθηκε συμμετέχουν ο Δήμος Garmen Επικεφαλής Εταίρος του έργου (286.419,51€) και ο Δήμος Θάσου Εταίρος 2 (400.100,00€). Ο συνολικός εγκεκριμένος προϋπολογισμός του έργου «Destination For All» είναι 686.519,51€.

Επιλέξιμη Περιοχή

Η επιλέξιμη περιοχή του Προγράμματος είναι η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (Νομοί Έβρου, Καβάλας, Ξάνθης, Ροδόπης και Δράμας) και η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (Περιφερειακές Ενότητες Θεσσαλονίκης και Σερρών) στην Ελλάδα και η Νότια-Κεντρική Περιφέρεια και η Νοτιοδυτική Περιφέρεια (περιοχές Blagoevgrad, Smolyan, Kardjali και Haskovo) στη Βουλγαρία.



Η διασυνοριακή περιοχή συνεργασίας μεταξύ Ελλάδας-Βουλγαρίας για την περίοδο προγραμματισμού 2014-2020 είναι πανομοιότυπος με το ισχύον πρόγραμμα ETC. Έχει έκταση 40.202 km² και έχει συνολικό πληθυσμό 2.7 εκατομμυρίων κατοίκων. Καλύπτει τέσσερις εδαφικές μονάδες σε επίπεδο NUTS II (Περιφέρειες) και 11 εδαφικές μονάδες σε επίπεδο NUTS III (Περιφερειακές Ενότητες). Η επιλέξιμη περιοχή εκτείνεται σε ολόκληρη την έκταση των ελληνοβουλγαρικών συνόρων και συνορεύει με την Τουρκία στα ανατολικά και τη FYROM στα δυτικά, δύο χώρες που επιθυμούν να έχουν πρόσβαση στην ΕΕ. Είναι μέρος της πλέον νοτιοανατολικής μη νησιωτικής περιοχής της ΕΕ και βρίσκεται ανάμεσα σε τρεις θάλασσες: τη Μαύρη Θάλασσα, τη Μεσόγειο Θάλασσα και την Ιόνιο-Αδριατική Θάλασσα. Τέλος, βρίσκεται στο σταυροδρόμι των στρατηγικών αγωγών ορυκτών καυσίμων που τροφοδοτούν την αγορά της ΕΕ και τους άξονες μεταφορών ΔΕΔ. Η δομή της περιοχής χαρακτηρίζεται από την παρουσία 10 μεσαίων και μεγάλων πόλεων (> 50.000 κάτοικους), οι οποίες συσσωρεύουν 38,2% του συνολικού πληθυσμού και 25 μικρές πόλεις (10.000-50.000

κάτοικοι). Παρά τα ιστορικά σχετικά μικρά ποσά των χορηγηθέντων κονδυλίων, υπάρχει μακρά ιστορία συνεργασίας στην επιλέξιμη περιοχή, η οποία ξεκίνησε με την κοινοτική πρωτοβουλία INTERREG I (1989-1993).

Οι άξονες προτεραιότητας είναι:

ΑΠ 1: Μια ανταγωνιστική και επιχειρηματική προώθηση της διασυνοριακής περιοχής

ΑΠ 2: Μια βιώσιμη και κλιματικά προσαρμόσιμη διασυνοριακή περιοχή

ΑΠ 3: Καλύτερη διασυνδεδεμένη διασυνοριακή περιοχή

ΑΠ 4: Μια διασυνοριακή περιοχή κοινωνικά χωρίς αποκλεισμούς

ΑΠ 5: Τεχνική βοήθεια

Στόχος του έργου είναι η Αξιοποίηση της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς του Δήμου Θάσου και του Δήμου Garmen μέσω της βελτίωσης της πρόσβασης σε τουριστικούς χώρους και της προώθησης και θέτει τους ακόλουθους επιμέρους στόχους:

- την βελτίωση των συνθηκών και της πρόσβασης στα τουριστικά αξιοθέατα και εγκαταστάσεις του Δήμου Θάσου και του Δήμου Garmen.
- την προώθηση ως τουριστικού προορισμού της Θάσου και του Garmen, για τα Άτομα Με Αναπηρία.
- την εφαρμογή της πολιτικής «αλληλεγγύης του τουρισμού» στη διασυνοριακή περιοχή και την βελτίωση της πρόσβασης στα τουριστικά αξιοθέατα από Άτομα Με Αναπηρία.
- την αύξηση των τουριστικών ροών στους δύο δήμους και τη διεύρυνση των στοχευμένων τουριστικών ομάδων, συμπεριλαμβανομένων των ΑΜΕΑ.

Αναμενόμενα αποτελέσματα της υλοποίησης του Έργου είναι:

- Η αύξηση της ελκυστικότητας της περιοχής και του αριθμού των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή (Δήμοι Θάσου και Garmen).



- Η εφαρμογή καινοτόμων μέτρων για την διατήρηση και την προώθηση των τουριστικών στοιχείων στο Garmen (χρήση και εφαρμογή τρισδιάστατων μοντέλων τουριστικού προϊόντος).
- Η αύξηση της τουριστικής ελκυστικότητας του Δήμου Garmen και του Δήμου Θάσου.
- Η βελτίωση της πρόσβασης στις τουριστικές τοποθεσίες του Δήμου Garmen και του Δήμου Θάσου.
- Η βελτίωση της πρόσβασης των Ατόμων Με Αναπηρίες στους τουριστικούς χώρους του δήμου Garmen και του δήμου Θάσου.
- Η ενίσχυση της ευαισθητοποίησης σχετικά με τις δυνατότητες πρόσβασης στην αγορά των ταξιδιωτικών γραφείων από την περιοχή των παραμεθόριων περιοχών και τη δημιουργία συμπεριφορικών αλλαγών προς την οδηγία σχετικά με την απόσπαση εργαζομένων.
- Η βελτίωση της οικονομικής ανάπτυξης και η τόνωση του τουριστικού τομέα στους δύο δήμους.
- Η ενίσχυση της συνεργασίας.

Περίληψη

Η έρευνα που αναπτύσσεται στην παρούσα έκθεση αφορά επί της ουσίας την αξιολόγηση των υπηρεσιών που προσφέρει ο Δήμος Θάσου στους ανθρώπους με ειδικές ανάγκες που επιλέγουν το νησί για τις διακοπές τους. Βασικός στόχος του Δήμου άλλωστε είναι η διαμόρφωση ενός τουριστικού προορισμού ο οποίος θα είναι προσβάσιμος και φιλικός προς όλες τις πληθυσμιακές ομάδες.

Στα πλαίσια του διασυνοριακού προγράμματος «Destinations For All», οι τοπικοί επιχειρηματίες καλούνται να διαμορφώσουν εκ νέου τις επιχειρήσεις τους, ώστε να μην υπάρχει κάποιος άνθρωπος ο οποίος δε θα έχει πρόσβαση σε αυτές. Τα εστιατόρια, τα μπαρ, οι παραλίες, ή οι καφετέριες στοχεύουν στη δημιουργία τρόπων που να εξυπηρετούν ανθρώπους με κινητικά προβλήματα, ή με προβλήματα όρασης ή ακοής. Με άλλα λόγια, πρόκειται για τη βελτίωση της πρόσβασης στις τουριστικές υπηρεσίες του Δήμου Θάσου.

Η αξιολόγηση βασίστηκε στην ερευνητική διαδικασία μέσω διαμόρφωσης δομημένων ερωτηματολογίων τα οποία απαντήθηκαν από ομάδες στόχους που εμπλέκονται είτε άμεσα είτε έμμεσα στις επιχειρηματικές δραστηριότητες του νησιού. Η έρευνα, λοιπόν, εστίασε αρχικά στους επαγγελματίες και τους εργαζόμενους που απασχολούνται στον τομέα του τουρισμού, εν συνεχεία επιλέχθηκαν άτομα ΑμεΑ που μπορούν να κρίνουν ιδίως όμμασι αν τελικά οι υποδομές ανταποκρίνονται στο αρχικό σχέδιο. Επιλέγονται, επίσης, ως ομάδα στόχου τουρίστες και επισκέπτες στη Θάσο και τέλος επιλέγονται και οι μόνιμοι κάτοικοι του νησιού.

Επιλέχθηκε ένα ερωτηματολόγιο το οποίο συντάχθηκε βάσει των κανόνων που ορίζονται στη σχετική βιβλιογραφία και διαθέτει όλα τα χαρακτηριστικά προκειμένου να είναι ολοκληρωμένο.

Η παρούσα μελέτη διαρθρώνεται ως εξής: Αρχικά γίνεται μία σύντομη αναφορά στο έργο και στο νησί της Θάσου ως τουριστικό αξιοθέατο, ενώ στη συνέχεια επισημαίνεται πόσο σημαντικός είναι ο τομέας του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη κάθε περιοχής.

Παρουσιάζονται αναλυτικά τα στατιστικά αποτελέσματα των ερωτήσεων, που έχουν καταγραφεί σε excel και έχουν χρησιμοποιηθεί όλα τα απαιτούμενα στατιστικά εργαλεία.

Τέλος, καταγράφονται προτεινόμενες ενέργειες για τη βελτίωση και την εξέλιξη των εκροών του έργου.

Abstract

The research presented in this report is essentially about evaluating the services offered by the Municipality of Thassos to people with disabilities who choose the island for their vacations. The main goal of the Municipality is to develop a tourist destination that will be accessible and friendly to all population groups.

Local businessmen are called upon to reshape their businesses so that there is no one who will not have access to them. Restaurants, bars, beaches, or cafes aim to create ways to serve people with mobility problems, or visual or hearing impairments. In other words, it is about improving access to the tourist services of the Municipality of Thassos.

The evaluation was based on the research process through the formulation of structured questionnaires that were answered by target groups involved either directly or indirectly in the island's business activities.

The survey, therefore, initially focused on tourism professionals and workers, then selected people with disabilities who can judge for themselves whether the infrastructure is ultimately in line with the original plan. They are also selected as a target group of tourists and visitors to Thassos and finally the permanent residents of the island.

A questionnaire was selected based on the rules set out in the relevant literature and has all the features to be complete.

The present study is structured as follows: First, a brief reference is made to the project and to the island of Thassos as a tourist attraction, and then points out how important the tourism sector is to the economic development of each region. The statistical results of the queries, which are recorded in excel, are presented in detail and all the required statistical tools have been used.

Finally, proposed actions to improve and improve project outputs are recorded.

Κεφάλαιο 1^ο

1.1 Έννοια του Τουρισμού

Αντικείμενο της παρούσας μελέτης αποτελεί η αξιολόγηση των τουριστικών υπηρεσιών και της πρόσβασης σε αυτές από τους ανθρώπους με αναπηρίες. Όμως το ζήτημα αυτό ανάγεται σε κάτι πιο μεγάλο και γενικό, δηλαδή τον τουρισμό. Καθότι, ο τουρισμός στην Ελλάδα διαρκώς κερδίζει έδαφος είναι απαραίτητο όλοι οι προορισμοί να είναι εύκολα προσβάσιμοι από όλες τις πληθυσμιακές ομάδες που θα τους προσεγγίσουν. Πριν προχωρήσει η ανάλυση των αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίων, είναι απαραίτητο να παρουσιαστεί η σημασία του τουρισμού και εν γένει ο τουρισμός στο νησί της Θάσου.

Βάσει των σημερινών δεδομένων, λοιπόν, εξάγεται πολύ εύκολα το συμπέρασμα πώς η τουριστική δραστηριότητα έχει κοινωνικό - πολιτική αλλά και πολιτιστική σημασία και ταυτόχρονα δημιουργεί οικονομικά οφέλη σε παγκόσμιο επίπεδο, πέραν της στενής έννοια της χώρας.

Ο τουρισμός κατ' επέκταση αποτελεί ένα κλάδο της οικονομικής δραστηριότητας, η σημασία του οποίου σε πολλές χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών δεν μπορεί να υποβαθμιστεί και πολύ λιγότερο να αγνοηθεί. Αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης της χώρας, συνεισφέροντας περίπου το ένα πέμπτο του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος και της Απασχόλησης.

Ταυτοχρόνως, όμως, λόγω της ευρύτητας του αντικειμένου του, πρέπει να αντιμετωπίζεται ως ένας τομέας με καταλυτικές επιπτώσεις στο σύνολο της ελληνικής κοινωνίας, αφού το παραγόμενο προϊόν διαχέεται σε όλες τις κοινωνικές ομάδες της χώρας και επηρεάζει άμεσα την ποιότητα ζωής των Ελλήνων πολιτών.

Η ανάπτυξη του τουρισμού από το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου και μετά υπήρξε κυριολεκτικά θεαματική, με αποτέλεσμα να συγκροτεί σήμερα την μεγαλύτερη «βιομηχανία» στον κόσμο, η συμβολή της οποίας στην ανάπτυξη των οικονομιών πολλών χωρών είναι αναμφισβήτητη.

Παρ' όλα αυτά θα πρέπει να σημειωθεί ότι η ανάπτυξη του τουρισμού μιας χώρας αλλά και μιας εκάστης περιοχής δεν θα πρέπει να αποτελεί πανάκεια για την επίλυση των οικονομικών προβλημάτων και όχι μόνο.

Η ανάπτυξη του τουρισμού δημιουργεί επιδράσεις όχι μόνο οικονομικές αλλά και κοινωνικές, πολιτιστικές και πολύ συχνά και περιβαλλοντικές. Αντίστοιχα και στην Ελλάδα, μια χώρα με φυσικό κάλλος, ιστορία και πολιτισμό αιώνων ο τουρισμός έπαιξε και παίζει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξή της οικονομίας της, αφού αποτελεί έναν από τους δημοφιλείς προορισμούς του παγκοσμίου τουριστικού γίνεσθαι.

Ο τουρισμός αναφέρεται συχνά ως «βιομηχανία υπηρεσιών» ή «βιομηχανία της αναψυχής». Στη σύγχρονη μαζική μορφή του, καλύπτει ευρύ πεδίο ικανοποιήσεων του "τουρίστα - καταναλωτή", που δεν περιορίζονται μόνο στην παροχή διαμονής - διατροφής. Οι θετικές τουριστικές εμπειρίες εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την ικανοποιητική εξυπηρέτηση τουριστικών αναγκών και επιθυμιών, όπως η αλλαγή κλίματος, η ξεκούραση μακριά από αστικά κέντρα, η φυσική δραστηριοποίηση, η κοινωνική αλληλεπίδραση, η απόκτηση νέων εμπειριών κλπ.

Με αυτά τα δεδομένα, προέχει ο σχεδιασμός μιας μακροπρόθεσμης και δυναμικής πολιτικής για τον τουριστικό τομέα που θα στοχεύει στην αναβάθμισή του έναντι του συνόλου των αναπτυξιακών προτεραιοτήτων και στην τοποθέτησή του τουριστικού εγχώριου προϊόντος στην κορυφή της παγκόσμιας τουριστικής ζήτησης.

Προϋπόθεση για την επίτευξη αυτού του στόχου είναι η αναγνώριση της σημασίας της συμβολής του ανθρώπινου δυναμικού στην ποιοτική τουριστική ανάπτυξη και η ενεργός

στήριξη των εργαζομένων με την εξασφάλιση ικανοποιητικών αμοιβών και συνθηκών εργασίας παράλληλα με τη συνεχιζόμενη εκπαίδευση και επιμόρφωσή τους.

Η εξεταζόμενη σ' αυτή την έρευνα περιοχή της Θάσου είναι μία από τις περιοχές της ελληνικής επικράτειας που παρουσιάζει έντονο τουριστικό ενδιαφέρον μιας και διαθέτει ιδιαίτερο φυσικό κάλλος, γεωγραφική και συνάμα τουριστική αφθονία και ποικιλομορφία.

Ο νομός Καβάλας στον οποίο ανήκει διοικητικά ο Δήμος Θάσου στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στον τουρισμό για την ενίσχυση της οικονομίας. Η ενίσχυση του τουρισμού καθώς και η βελτίωση των υποδομών εξηγεί το λόγο που ο Δήμος Θάσου υιοθέτησε την πρωτοβουλία να «φτιάξει» έναν δήμο ο οποίος θα είναι προσβάσιμος σε όλους, με υποδομές οι οποίες μπορούν να φιλοξενήσουν και να διευκολύνουν τη διαμονή σε όλες τις πληθυσμιακές ομάδες μα κυρίως σε άτομα με ειδικές ανάγκες.

1.2 Διάκριση του τουρισμού σε βασικές κατηγορίες

Πολλές είναι οι προσπάθειες που έχουν γίνει για να δοθεί ένας επακριβής ορισμός του Τουρισμού. Από τα κύρια χαρακτηριστικά του, πέντε μπορούν να εξακριβωθούν εννοιολογικά και συγκεκριμένα τα εξής:

- Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς επί τουλάχιστον ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών τους αναγκών.
- Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: Το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένου της διατροφής.
- Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.

- Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα σε λίγες, μέρες βδομάδες ή μήνες.
- Οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους. (Ηγουμενάκης Ν. , 1999)

Το 1941 οι καθηγητές Hunziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης υποστήριξαν την άποψη πως ο τουρισμός πρέπει να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν μη μόνιμων κατοίκων του.

Το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνομώνων της Κοινωνίας των Εθνών σύστησε στις χώρες-μέλη της να υιοθετήσουν έναν ορισμό που χαρακτήριζε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή περισσότερο σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα.

Λόγω του ότι το εύρος της τουριστικής αγοράς είναι μεγάλο μετά από μακροχρόνιες παρατηρήσεις τμηματοποιήθηκε η τουριστική αγορά με βάση τα γεωγραφικά, κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά και την τουριστική συμπεριφορά για να διευκολυνθεί η ανάλυση της και για να επιτευχθεί ένας καλός συνδυασμός τουριστικής αγοράς-τουριστικού προϊόντος και της προώθησης του.

Για αυτό ο τουρισμός χωρίστηκε σε έξι βασικές κατηγορίες:

1. Ο ατομικός τουρισμός. Χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών και συνδυάζεται σε μεγάλο βαθμό, με ατομικά - ιδιωτικά μέσα μετακίνησης, όπως είναι τα αυτοκίνητα, τα αυτοκινούμενα τροχόσπιτα, τα σκάφη κ.λπ., τόσο κατά τη μετάβαση όσο και κατά

την διάρκεια της παραμονής του τουρίστα στη χώρα του τουριστικού του προορισμού. Η ανάπτυξη του ατομικού τουρισμού τα τελευταία χρόνια βασίζεται ολοένα και περισσότερο στο σύστημα IIT (individual inclusive tours), όπως και στην περίπτωση του συστήματος GIT (group inclusive tours), το οποίο προσφέρει σε μεμονωμένα άτομα τουριστικά πακέτα, που στην απλούστερη τους μορφή περιλαμβάνουν, τον προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα και το πρόγευμα. Η διαφορά μεταξύ των δύο αυτών συστημάτων βρίσκεται στον τρόπο με τον οποίο ο τουρίστας ταξιδεύει στον τουριστικό προορισμό που επιθυμεί να επισκεφτεί. Συγκεκριμένα, με το σύστημα GIT ο τουρίστας ταξιδεύει στον τουριστικό προορισμό της επιλογής του ομαδικά, ενώ με το σύστημα IIT μεμονωμένα.

2. Ο μαζικός τουρισμός. Είναι η κατηγορία εκείνη του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας. Σε καμιά περίπτωση δεν συνδέεται αποκλειστικά με τον τύπο τουρισμού διακοπών-αναψυχής μακράς διαμονής. Ο συλλογικός - ομαδικός χαρακτήρας του μαζικού τουρισμού αναφέρεται στον τρόπο οργάνωσης και εκτέλεσης της τουριστικής μετακίνησης, καθώς επίσης και στην συγκέντρωση των τουριστών στους τόπους της πρόσκαιρης βραχυχρόνιας διαμονής τους. Ο τουρίστας εντάσσεται σε ομάδες περισσότερο ή λιγότερο ομοειδών τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών και συμμορφώνεται προς ορισμένα σχήματα συμπεριφοράς, εξασφαλίζοντας έτσι ταυτόχρονα ένα μίνιμουμ ικανοποίησης που προσφέρει η καλή οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των tour operators. Τη βάση ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού αποτελεί σήμερα το σύστημα GIT (group inclusive tours), που προσφέρει αλληλεξαρτώμενες και ολοκληρωμένες τουριστικές υπηρεσίες, δηλαδή τουριστικά πακέτα, που στην απλούστερη τους μορφή περιλαμβάνουν τον τουριστικό προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα, το πρόγευμά, κ.α.

3. Ο εσωτερικός τουρισμός. Αυτό το είδος τουρισμού πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα πάντα, στα φυσικά της όρια, δηλαδή μέσα στην επικράτεια της. Συνήθως, ο εσωτερικός τουρισμός αναπτύσσεται περισσότερο κατά την διάρκεια των κοινών διακοπών και αργιών, όπως την περίοδο των Χριστουγέννων, του Πάσχα και μέσα καλοκαιριού. Η μορφή αυτή τουρισμού είναι ιδιαίτερα ωφέλιμη για την χώρα διότι συγκρατείται η εκροή συναλλάγματος εγχώρια λόγω του ότι ο ντόπιος πληθυσμός δεν πραγματοποιεί διακοπές έξω από την χώρα. Επίσης για να αναπτυχθεί ο εσωτερικός τουρισμός, απαιτούνται κυρίως προσιτές τιμές στα καταλύματα και μέσα μεταφοράς.

4. Ο εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός. Πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα και την εγκαταλείπουν προσωρινά για να επισκεφτούν κάποια άλλη ή άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους και με αυτόν τον τρόπο να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες τους. Εξωτερικό τουρισμό έχει οποιαδήποτε χώρα, όταν οι μόνιμοι κάτοικοι άλλων χωρών την επισκέπτονται ή όταν μόνιμοι κάτοικοι της επισκέπτονται άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους. Όταν οι μόνιμοι κάτοικοι μια ξένης χώρας επισκέπτονται μια χώρα για τουριστικούς λόγους, τότε ο εξωτερικός τουρισμός που κάνουν χαρακτηρίζεται ως ενεργητικός, γιατί κύριο χαρακτηριστικό του είναι η εισροή συναλλάγματος, για την οποία ενδιαφέρονται λίγο-πολύ όλες οι χώρες, κυρίως όμως εκείνες των οποίων οι οικονομίες βρίσκονται ακόμα στο στάδιο της ανάπτυξης. Αντίθετα, όταν οι μόνιμοι κάτοικοι μιας χώρας επισκέπτονται μια άλλη χώρα για τουριστικούς λόγους, ο εξωτερικός τουρισμός που κάνουν χαρακτηρίζεται ως παθητικός και αυτό γιατί χαρακτηριστικό της είναι εκροή πολύτιμου συναλλάγματος.

5. Ο συνεχής τουρισμός. Ο συνεχής τουρισμός διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμιά περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητες του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν όλες τις εποχές. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές

τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός κινήτρων, ο τουρισμός εκθέσεων, ο τουρισμός πόλης και ο μορφωτικός τουρισμός.

6. Ο εποχικός τουρισμός. Χαρακτηριστική διάκριση του εποχικού τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο. Οι δραστηριότητες του επηρεάζονται σημαντικά από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές γι' αυτό το λόγο και αναστέλλονται για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε έτος. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο γενικός τουρισμός κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, ο τουρισμός παραχείμασης και ο τουρισμός χειμερινών σπορ

Έννοια και Ορισμός των Υπηρεσιών

Η βιομηχανία των υπηρεσιών αποτελεί σήμερα το μεγαλύτερο μέρος της οικονομίας των ανεπτυγμένων χωρών, σε όρους ακαθάριστου εθνικού εισοδήματος αλλά και απασχόλησης. Για να κατανοήσει κανείς τις ιδιαιτερότητες που διαχωρίζουν το marketing υπηρεσιών από το marketing των προϊόντων θα πρέπει αρχικά να έχει μια ξεκάθαρη εικόνα σχετικά με την έννοια των υπηρεσιών.

Σύμφωνα με τον Gronroos (1990): «Μία υπηρεσία είναι μια δραστηριότητα ή μία σειρά δραστηριοτήτων άυλης φύσης που λαμβάνει χώρα με αλληλεπιδράσεις μεταξύ του πελάτη και των πόρων, των υπαλλήλων και των συστημάτων του φορέα οι οποίες παρέχονται ως λύσεις στα προβλήματα των πελατών».

1.3 Ορισμός της Ικανοποίησης

Αρχικά, θα δοθεί ένας από τους πάρα πολλούς ορισμούς της ικανοποίησης του καταναλωτή. Δυστυχώς, δεν υπάρχει κάποιος κοινά αποδεκτός ορισμός. Πολύ χαρακτηριστικά για το πρόβλημα αυτό ο Oliver (1997) αναφέρει: "...όλοι γνωρίζουν τι είναι ικανοποίηση, έως ότου ζητηθεί να δώσουν έναν ορισμό... Τότε φαίνεται ότι κανείς δεν γνωρίζει...".

Στη συνέχεια, οι Westbrook και Oliver (1991) ορίζουν την ικανοποίηση του καταναλωτή ως τη συνολική στάση που αυτός διαμορφώνει για ένα προϊόν ή υπηρεσία το οποίο

χρησιμοποίησε, αφού το απέκτησε. Πρόκειται δηλαδή, για μια αξιολογητική κρίση μετά την επιλογή που προκύπτει από μια συγκεκριμένη αγοραστική επιλογή και από την εμπειρία της χρήσης (κατανάλωσης) της.

Οι Giese και Cote (2000), αφού κάνουν μια πολύ αναλυτική παρουσίαση των περισσότερο γνωστών και συχνότερα χρησιμοποιούμενων ορισμών, προτείνουν ένα πλαίσιο ανάπτυξης εξειδικευμένων ορισμών ικανοποίησης του καταναλωτή ανάλογα με την περίπτωση. Γενικά, καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι η ικανοποίηση αποτελεί μια συνολική συγκινησιακή αντίδραση ποικίλης έντασης. Ο ακριβής τύπος συγκινησιακής αντίδρασης και το επίπεδο έντασης που βιώνει ο καταναλωτής πρέπει να ορίζονται επακριβώς από τον ερευνητή ανάλογα με την περίπτωση που τον ενδιαφέρει να αναλύσει.

Τέλος, ο Philip Kotler αναλύει την έννοια της ικανοποίησης του πελάτη ως τα συναισθήματα ευχαρίστησης ή δυσαρέσκειας ενός ατόμου που προκύπτουν από την υποκειμενική σύγκριση της απόδοσης (ή του αποτελέσματος) ενός προϊόντος σε σχέση με τις προσδοκίες του. Το αν ο αγοραστής είναι ικανοποιημένος ή όχι μετά από την αγορά, εξαρτάται από την απόδοση του προϊόντος σε σχέση με τις προσδοκίες του αγοραστή.

Όπως φαίνεται καθαρά από τον ορισμό, η ικανοποίηση είναι μια λειτουργία υποκειμενικής απόδοσης και προσδοκιών. Αν η απόδοση είναι μικρότερη από τις προσδοκίες, ο πελάτης είναι δυσαρεστημένος. Αν η απόδοση συμπίπτει με τις προσδοκίες, ο πελάτης είναι ικανοποιημένος. Αν η απόδοση υπερβαίνει τις προσδοκίες, ο πελάτης είναι πολύ ικανοποιημένος ή ενθουσιασμένος.

1.4 Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

«Η ανάπτυξη στον τουρισμό είναι η στρατηγική που επιλέγεται από κυβερνήσεις για τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων μέσω εισοδηματικής και εργασιακής παραγωγής, και την υποβοήθηση ενός προορισμού να μετεξελιχθεί από μία θέση φτώχειας ή υπανάπτυξης σε μία θέση πλούτου ή υπερανάπτυξης».

Υπάρχουν δύο μοντέλα που συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού ως διαδικασία.

- Τα Επεξηγηματικά (Explanatory): τα μοντέλα αυτά περιλαμβάνουν τους παράγοντες που είναι υπεύθυνοι για την ανάπτυξη και είναι οι απαραίτητοι (necessary) και οι χρήσιμοι (sufficient).
- Τα Περιγραφικά (Descriptive): τα μοντέλα αυτά επεξεργάζονται τη βάση και το τι βρίσκεται σε αυτή, όπως ξενοδοχεία, υλικοτεχνική υποδομή κλπ.).

Κατά την περίοδο του μεσοπολέμου, η Ελλάδα είχε 100.000 ξένους τουρίστες ετησίως. Από τα δέκα τουριστικά γραφεία στην Αθήνα, τα τέσσερα ελεγχόταν από ξένους. Μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο ο τουρισμός αναπτύχθηκε πολύ και μαζί με αυτόν αναπτύχθηκαν και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Οι λόγοι που ο τουρισμός αναπτύχθηκε είναι:

- ♣ Η μείωση των ωρών εργασίας των δυνητικών τουριστών.
- ♣ Όλο και περισσότεροι άνθρωποι είχαν τον απαιτούμενο χρόνο για διακοπές και είχαν τη λογική ότι τις δικαιούνταν.
- ♣ Η ανάπτυξη των μέσων μαζικής μεταφοράς.
- ♣ Τα άτομα πλέον είχαν καλύτερο εισόδημα και έγινε η μεσαία κοινωνική τάξη.
- ♣ Επειδή πλέον το τουριστικό προϊόν καταναλώνεται σε μεγάλες ποσότητες, είναι λογικό οι τιμές του να μειώνονται.
- ♣ Η ανάπτυξη της τεχνολογίας επικοινωνιών.

Με την μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού άρχισαν να δημιουργούνται και τα τουριστικά πακέτα, τα οποία απευθύνονταν και σε χαμηλότερα οικονομικά στρώματα. Τις επόμενες δεκαετίες η ανάπτυξη του τουρισμού μεγάλωνε συνεχώς. Η χώρα μας έδωσε προτεραιότητα στην τουριστική ανάπτυξη και ταυτόχρονα στην ανάπτυξη του βιοτικού επιπέδου.

Υπάρχουν κάποια πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης που αναπτύσσονται σε διάφορες περιοχές. Κάποια από τα πρότυπα που υπάρχουν είναι:

- ♣ Πρότυπο οργανωμένου μαζικού τουρισμού. Το πρότυπο αυτό είναι το πιο διαδεδομένο στον τουρισμό, αφού εφαρμόζεται σε περιοχές με πλούσιο περιβάλλον και πολιτισμό, που έχουν οργανωμένες υποδομές και υπηρεσίες. Η ζήτηση γι' αυτό το πρότυπο εξαρτάται συνήθως από τις αναπτυγμένες χώρες αποστολής τουριστών.
- ♣ Πρότυπο ενταγμένο στο τοπικό αναπτυξιακό πλαίσιο (αστικός τουρισμός, τουρισμός υπαίθρου). Το πρότυπο αυτό αφορά τον αστικό τουρισμό και περιλαμβάνει την ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών που εξυπηρετούν τον επαγγελματικό, τον εκπαιδευτικό και τον πολιτιστικό τουρισμό. Και τον τουρισμό της υπαίθρου που περιλαμβάνει την ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών που εξυπηρετούν τον τουρισμό και τις εναλλακτικές μορφές του.
- ♣ Πρότυπο βιώσιμου τουρισμού με χρήση εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Αυτό το πρότυπο περιλαμβάνει την ανάπτυξη προγραμμάτων για βιώσιμο τουρισμό. Τα προγράμματα αυτά βοηθούνται και από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
- ♣ Πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης σε θύλακες. Αυτό το πρότυπο βασίζεται στην οργανωμένη ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών που συγκροτούν ένα θύλακα με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά 34 και λειτουργίες. Παραδείγματα τέτοιου προτύπου είναι κάποια θεματικά πάρκα και τουριστικά χωριά.
- ♣ Πρότυπο παραθερισμού. Αφορά την ανάπτυξη των υποδομών και των υπηρεσιών σε περιοχές παραθερισμού με σκοπό την αύξηση των κατοικιών σε πολλές παραθαλάσσιες περιοχές.

- ❖ Πρότυπο εναλλακτικού τουρισμού. Το πρότυπο αυτό αφορά περιοχές που διαθέτουν περιβαλλοντικούς και πολιτιστικούς πόρους που μπορούν να αναπτυχθούν υποδομές και υπηρεσίες που να εξυπηρετούν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Η τουριστική ανάπτυξη έχει κάποια στάδια, αυτά είναι:

- 🚧 Πρώτο Στάδιο Ανάπτυξης: Αυτό το στάδιο περιλαμβάνει έναν προορισμό, ο οποίος είναι ακόμα άγνωστος σαν τουριστική περιοχή. Ο τόπος αυτός έχει λίγους επιχειρηματίες με μικρές επιχειρήσεις. Δεν έχει διαφημιστεί καθόλου ώστε να μπορεί να προσελκύσει τουρίστες και οι επισκέπτες του είναι λίγοι που ταξιδεύουν μεμονωμένα και επιθυμούν ησυχία. Παρόλα αυτά, υπάρχει σταδιακή ανάπτυξη των υποδομών και των υπηρεσιών της περιοχής κυρίως από τους κατοίκους της, με σκοπό να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες.
- 🚧 Δεύτερο Στάδιο Ανάπτυξης. Στο στάδιο αυτό επικρατεί μια έντονη κινητικότητα. Οι κάτοικοι της περιοχής και ιδιαίτερα οι νέοι αρχίζουν να ασχολούνται περισσότερο με τον τουρισμό, καθώς βλέπουν ότι αρχίζει και αναπτύσσεται και αποφέρει κέρδη. Έτσι, σε αυτό το στάδιο δημιουργούνται μεγάλες και οργανωμένες υποδομές και παρατηρούνται αλλαγές στην χωροταξική οργάνωση της περιοχής προκειμένου να επωφεληθούν οι τουρίστες. Στην προσπάθεια αυτή βοηθούν οι tour operator και το κράτος. Έτσι, εμφανίζονται οι πρώτες οργανωμένες ομάδες τουριστών και η περιοχή σιγά σιγά διαφημίζεται περισσότερο.
- 🚧 Τρίτο Στάδιο Ανάπτυξης. Σε αυτό το στάδιο η περιοχή μετατρέπεται σε τουριστικό προορισμό, ο οποίος προσελκύει τον μαζικό τουρισμό. Δημιουργούνται όλο και περισσότερες και κυρίως μεγαλύτερες υποδομές προσκευμένου να εξυπηρετηθούν οι τουρίστες. Η περιοχή γίνεται καθαρά αστική πλέον και οι ντόπιοι κάτοικοι νοιώθουν ότι ελέγχονται από τους tour operator και το κράτος και έτσι οι σχέσεις με τους τουρίστες γίνονται απρόσωπες.

1.5 Η σημασία του τουρισμού ως κλάδου οικονομικής ανάπτυξης

Παλαιότερα και μέχρι το πρώτο μισό του 20ού αιώνα, ο τουρισμός αποτελούσε ένα οικονομικό φαινόμενο περιορισμένης έκτασης και σημασίας, που υπήρχε λίγο-πολύ σε λανθάνουσα κατάσταση. Η παραγωγική του δραστηριότητα, ως κλάδου της οικονομίας, ήταν κυριολεκτικά ασήμαντη, η δε ανάπτυξη του απρογραμματίστη.

Για να φτάσει όμως ο τουρισμός στα σημερινά του επίπεδα ανάπτυξης ή μεγέθυνσης και να αποκαλυφθεί η οικονομική του σημασία, χρειάστηκε να περάσουν πολλά χρόνια. Η εξέλιξη του πάντως η οποία σε πολλές περιπτώσεις υπήρξε εντυπωσιακή, του εξασφάλισε δίκαια μια καίρια θέση ανάμεσα στις διάφορες οικονομικές δραστηριότητες του ανθρώπου.

Σε πολλές χώρες και ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες, ο τουρισμός αποτελεί, όπως είναι γνωστό, αν όχι την αξιολογότερη συναλλαγματοφόρα πηγή τους, τουλάχιστον μια από τις σημαντικότερες.

Όπως είναι γνωστό, τα χρήματα που ξοδεύουν οι ξένοι και οι ντόπιοι τουρίστες σε έναν τουριστικό προορισμό διοχετεύονται μέσω των τουριστικών επιχειρήσεων σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας για την αγορά των προϊόντων που παράγουν, όπως για παράδειγμα αγροτικά, βιομηχανικά κ.λπ., καθώς επίσης άυλα προϊόντα, δηλαδή υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να τονώνεται σημαντικά η εγχώρια παραγωγική και εμπορική δραστηριότητα.

Πέρα από σημαντικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, ο τουρισμός είναι και σημαντικός εργοδότης, αυτό γιατί η ανάπτυξη ή μεγέθυνση του σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο είναι στενά συνυφασμένη και με τη δημιουργία ικανοποιητικού αριθμού θέσεων εργασίας, έστω και αν αυτές έχουν τις περισσότερες φορές εποχικό χαρακτήρα. Έτσι, δημιουργώντας θέσεις εργασίας, ο τουρισμός δημιουργεί έσοδα για τους πληθυσμούς των περιοχών στις οποίες αναπτύσσεται.

Με αυτόν τον τρόπο συμβάλλει και στην εξομάλυνση του εισοδήματος τόσο σε προσωπικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο, ιδιαίτερα δε σε περιοχές που διακρίνονται για το χαμηλό

δείκτη της οικονομικής τους δραστηριότητας και το χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα των πληθυσμών τους.

Η ανάπτυξη του τουρισμού στις περιοχές αυτές προκαλεί αξιόλογες εισροές, συγκεκριμένα προσφέρει χρήματα στους τόπους που πραγματοποιείται, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων κυκλοφορεί μέσα σε αυτούς, καθώς επίσης φέρνει έσοδα στην τοπική αυτοδιοίκηση και γενικότερα στο κράτος. Αναμφίβολα ο τουρισμός αποτελεί παράγοντα οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης των χωρών του πλανήτη μας. Αυτό όμως σε 16 καμιά περίπτωση δε σημαίνει ότι ο τουρισμός αποτελεί πανάκεια για τα οικονομικά προβλήματα τόσο των αναπτυγμένων όσο και των αναπτυσσομένων χωρών.

Οι θετικές επιδράσεις του τουρισμού στις οικονομίες των χωρών για τις οποίες γίνεται λόγος, γίνονται αισθητές μόνο όταν η επιχειρούμενη ανάπτυξη ή μεγέθυνση του πραγματοποιείται ορθολογιστικά, προγραμματισμένα και κυρίως όταν ελέγχεται, αλλά παράλληλα και όταν συνοδεύεται από μια προσπάθεια ανάπτυξης ή μεγέθυνσης του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα της οικονομίας τους.

Με αυτόν τον τρόπο περιορίζονται και οι οποίες αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού.

Κεφάλαιο 2^ο

2.1 Το τουριστικό προϊόν της Θάσου

Η Θάσος είναι το βορειότερο νησί του Αιγαίου και υπάγεται στον Νομό Καβάλας, το οποίο απέχει 18 ναυτικά μίλια από την Καβάλα και 6 μίλια από την Κεραμωτή. Σήμερα στη Θάσο ζουν περίπου 15.000 κάτοικοι, αριθμός ο οποίος διπλασιάζεται κατά τους καλοκαιρινούς μήνες όταν αρχίζει η τουριστική περίοδος.

Το μήκος των ακτών του νησιού φτάνει τα 115 χλμ και η έκταση του νησιού είναι 379 τετρ.χλμ. Η Θάσος ήταν γνωστή από την αρχαιότητα για το λευκό της μάρμαρο, τα πλούσια

μεταλλεύματα της, κυρίως σε σίδηρο, χρυσό, ψευδάργυρο, μόλυβο, μαγγάνιο και τα πυκνά δάση της.

Πολύ σημαντική πηγή εσόδων για τους τοπικούς κατοίκους είναι επίσης τα ελαιόδεντρα, η ξυλεία και η παραγωγή μελιού. Αποτελεί ένα από τα πιο καταπράσινα νησιά του Αιγαίου και κατά τη μυθολογία ήταν γνωστό ως το νησί των Σειρήνων, σήμερα όμως αποτελεί ένα σύγχρονο τουριστικό θέρετρο.

Η παράδοση έχει συνδέσει το όνομά της με τον Θάσο, γιο του Ποσειδώνα ή κατ' άλλη εκδοχή του Αγήνορα, βασιλιά της Φοινίκης. Αυτό, σύμφωνα με την επίσημη ιστορική άποψη, φανερώνει ότι οι πρώτοι κάτοικοι της περιοχής ήταν Φοίνικες, οι οποίοι εγκατέστησαν στη Θάσο εμπορικό σταθμό. Σύμφωνα με άλλες ιστορικές μαρτυρίες, το 700 π.Χ., Παριανοί με αρχηγό τον Τεσεσικλή έδωξαν τους θράκες και κατοίκησαν στο νησί.

Είναι αναμφισβήτητο γεγονός ότι η Θάσος αναδείχτηκε σε σημαντικότερο οικονομικό κέντρο χάρης στα κοιτάσματα χρυσού που διέθετε. Το λιμάνι στάθηκε πύλη υποδοχής όλων των πνευματικών στοιχείων της εποχής, αναδεικνύοντας το νησί σε σπουδαίο πνευματικό κέντρο. Η Θάσος κυριεύτηκε το 338 π.Χ. από το Φίλιππο και αποτέλεσε επαρχία του Βυζαντινού κράτους για δύο αιώνες, μέχρι που καταλήφθηκε από Αβάρους.

Το Βυζάντιο την επανέκτησε έως την καταστροφή της από τους Σαρακηνούς. Πέρασε στην κατοχή των Φράγκων για αιώνες, μέχρι που την υπέταξαν οι Τούρκοι το 1455. Μετά παραχωρήθηκε στο Μεχμέτ Αλή της Αιγύπτου. Απελευθερώθηκε το 1912 και με τη συνθήκη του Βουκουρεστίου το 1913 πέρασε στην ελληνική επικράτεια.

Αξιοθέατα της Θάσου

Το νησί έχει πολλές και όμορφες παραλίες, πολλές από αυτές περιβάλλονται από δέντρα σε όλη τη διαδρομή.

Πέρα από το αναπτυγμένο συγκρότημα της παραλίας της Μακρύαμμου η μεγαλύτερη παραλία του νησιού είναι η Χρυσή Αμμουδιά στη Σκάλα Παναγιάς και η Χρυσή Ακτή στη Σκάλα Ποταμιάς. Υπάρχουν πολλές υπέροχες παραλίες μέσα και έξω από τα Κοίνυρα, η παραλία Παράδεισος που είναι μόλις 2 χιλιόμετρα μακριά. Κάποιες άλλες παραλίες που μπορούν να βρεθούν εύκολα είναι η Θυμωνιά, η Αλυκή, η Ψιλή Άμμος, ο Αστρίς, ο Ποτός, το Πευκάρι, τα Λιμενάρια, η Τρυπητή, ο Άσπας στη Σκάλα Μαριών, η Σκάλα Καλλιράχης, η Σκάλα Σωτήρος, η Ακτή Αλσιλίου στη Σκάλα Πρίνου, η Σκάλα Ραχωνίου, η παραλία του Παχύ, το Παπαλιμάνι, η Γλυφάδα, η Ακτή Αγίου Βασιλείου στη Θάσο (Λιμένας), και η παραλία κοντά στον οικισμό στην ανατολική πλευρά του Λιμένα. Άλλες παραλίες περιλαμβάνουν το Νυστέρι και το Γλυκάδι, που βρίσκονται 2-3 χιλιόμετρα από τον Λιμένα.

Η Θάσος είναι ένας πραγματικός θησαυρός για την Ελλάδα. Έχει να προσφέρει πολλά περισσότερα πέρα από όμορφες παραλίες και καθαρά νερά. Πραγματικά, διατηρεί όλη την ελληνική κουλτούρα και παράδοση που έχουν γενικά χαθεί στα περισσότερα ελληνικά νησιά, καθώς έχουν γίνει τουριστικά κέντρα που πλέον φιλοξενούν τουρίστες πολλών εθνοτήτων. Πρόκειται επίσης για ένα νησί με μεγάλη ιστορία και αρχαιολογικούς χώρους διάσπαρτους μέσα στην εδαφική του επάρκεια.

Τουριστική Ανάπτυξη

Ως ζώνη ώριμης τουριστικής ανάπτυξης θα οριστούν οι ζώνες εκείνες οι οποίες έχουν επιτύχει ως ένα βαθμό ανάπτυξης και απολαμβάνουν τα πλεονεκτήματα της αναγνωσιμότητας τους ως τουριστικού προορισμού.

Διαθέτουν μια οργανωμένη τουριστική υποδομή που προσφέρει ένα τουριστικό προϊόν στην πληρότητά του. Διαθέτει επίσης τις αναγκαίες υπηρεσίες για την υποστήριξη του προϊόντος του.

Οι Ζώνες αυτές προσφέρουν εξειδικευμένες τουριστικές υπηρεσίες. Στον κύκλο ζωής του προϊόντος/προορισμού βρίσκονται στην θέση ωριμότητας ή παρακμής και βρίσκονται συχνά κοντά στα όρια της φέρουσας ικανότητας.

Το νησί της Θάσου εντάσσεται στην ζώνη της ώριμης τουριστικής ανάπτυξης, αφού διαθέτει φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους και συγκεντρώνει συγκριτικά πλεονεκτήματα από πλευράς κλίματος και γεωγραφικής θέσης, έχει κατακτήσει μέχρι σήμερα μια αξιόλογη εξειδίκευση στις τουριστικές και πολιτιστικές δραστηριότητες και έχει καταφέρει να αποτελέσει ένα μόνιμο πόλο έλξης.

Διατηρεί ακόμη γοητευτικά δείγματα της πλούσιας ιστορίας, βλάστηση, φυσική ομορφιά και παραδοσιακή αρχιτεκτονική.

Όταν άρχισε η τουριστική ανάπτυξη του νησιού κυρίως μετά το 1960 δεν υπήρχε καμιά υποδομή για την εξυπηρέτηση των τουριστών.

Στα χρόνια που ακολούθησαν οι αφίξεις των τουριστών αυξήθηκαν με εντυπωσιακούς ρυθμούς παρά το γεγονός ότι η υποδομή που άρχισε να δημιουργείται στο μεταξύ ήταν από μέτρια ως ανύπαρκτη.

Οι παράγοντες που προσελκύουν συνεχώς και περισσότερους τουρίστες στη Θάσο είναι το θαυμάσιο κλίμα το πολύ όμορφο περιβάλλον με κύριο χαρακτηριστικό τις όμορφες παραλίες και τα καθαρά νερά, οι καλλιτεχνικές εκδηλώσεις που γίνονται στο αρχαίο θέατρο ως και το μουσείο που υπάρχει στο νησί.

Σ' αυτούς τους τουριστικούς πόρους στηρίζεται η τουριστική ανάπτυξη του νησιού που ειδικά μετά το 1965 ήταν αλματώδης.

Οι κοινωνικές επιδράσεις που έχει ο τουρισμός στο νησί της Θάσου είναι αρκετές και ποικίλλουν. Στο σημείο όμως αυτό πρέπει να σημειωθεί ότι οι κοινωνικές επιδράσεις δεν είναι μετρήσιμες, αλλά αποτελούν στοιχείο παρατήρησης.

Αρχικά, επίδραση στον κοινωνικό τομέα έχουμε όταν έρχονται σε επαφή διαφορετικές κουλτούρες. Το φαινόμενο αυτό είναι φανερό στη Θάσο αν αναλογιστεί κανείς τις διαφορετικές εθνικότητες των τουριστών που έρχονται για να παραθερίσουν.

Η κοινωνική επίδραση λοιπόν είναι έντονη αφού ο κάθε τουρίστας που είναι από άλλη χώρα φέρει τις συνήθειες και τον τρόπο σκέψης του, που σίγουρα είναι διαφορετική, μαζί του.

Έτσι, οι κάτοικοι της Θάσου έχουν να κάνουν με τις συνήθειες και τον τρόπο σκέψης των τουριστών αλλά και με τις δικές τους ιδέες.

Αυτό είναι πολλές φορές χρήσιμο γιατί αφενός μπορεί κάποιος να πάρει στοιχεία από τουρίστες και να αφομοιώσει και αφετέρου οι Θάσιοι επηρεάζονται όταν βλέπουν ότι οι ξένοι σκέφτονται και λειτουργούν με διαφορετικό τρόπο και έτσι προσπαθούν και οι ίδιοι να γίνουν καλύτεροι.

Άλλη μια πολύ σημαντική επίπτωση που έχει ο τουρισμός στη Θάσο είναι ότι συμβάλλει στην αύξηση των εισοδημάτων και άρα στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων. Πιο συγκεκριμένα, οι θέσεις εργασίας που δημιουργεί ο τουρισμός προσφέρουν απασχόληση στους νέους ή και μια εποχική θέση σε ένα δεύτερο άτομο της οικογένειας, οπότε άμεσα ανεβαίνει και το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων.

Για να μπορέσει να αναπτυχθεί ο τουρισμός στο νησί της Θάσου όπως είναι κατανοητό έπρεπε να χτιστούν ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες και να ανταπεξέρχονται στις απαιτήσεις των τουριστών που επισκέπτονται το νησί. Παρακάτω παρατίθενται τα στοιχεία για το ξενοδοχειακό δυναμικό του νησιού από το 2016 έως και τις 30/6/2018 που έγινε η τελευταία επίσημη μέτρηση (η μέτρηση θα παρουσιαστεί σε αριθμό κλινών ανά ξενοδοχειακή κατηγορία).

	5 Stars	4 Stars	3 Stars	2 Stars	1 Star	Γενικό άθροισμα
2016	561	1828	1937	4420	1402	10148
2017	909	1901	2277	4428	1402	10917
2018	909	1986	2322	4407	1421	11045

Όπως παρατηρούμε ο συνολικός αριθμός των κλινών παρουσιάζει μια αυξητική πορεία χρόνο με το χρόνο και επίσης ο αριθμός των 5στερων ξενοδοχείων παρουσίασε μια αύξηση 62,03% από το έτος 2016 στο 2017. Επιπλέον, τα 3στερα δωμάτια παρουσίασαν αύξηση 19,88% μέσα σε 2 χρόνια.

Αρκετές προσπάθειες από δημόσιους και από ιδιωτικούς φορείς γίνονται προς την κατεύθυνση προσέλκυσης τουριστών, τόσο από το εξωτερικό όσο και από το εσωτερικό της χώρας.

Η τουριστική επιτροπή της Νομαρχίας Καβάλας σε συνδυασμό με τις τουριστικές υπηρεσίες του Δήμου Θάσου, συμβάλλουν στην προβολή του τουριστικού προϊόντος του νησιού, λαμβάνοντας μέρος σε κλαδικές εκθέσεις τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Ιδιαίτερη βαρύτητα επίσης δίνεται στην ανάπτυξη νέων υποδομών τουρισμού, όπως η ίδρυση συνεδριακού κέντρου, η δημιουργία χώρων ψυχαγωγίας τουριστών και η βελτίωση και ο εκσυγχρονισμός των υπαρχόντων τουριστικών υποδομών.

Οι σύλλογοι των ξενοδόχων της Καβάλας και της Θάσου, όπως και οι σύλλογοι ιδιοκτητών ενοικιαζόμενων δωματίων-διαμερισμάτων, κινούνται επίσης προς την 44 κατεύθυνση προσέλκυσης τουριστών, κυρίως όμως προσπαθούν να δημιουργήσουν τις κατάλληλες προϋποθέσεις για τον εκσυγχρονισμό και ανάπτυξη των μονάδων και καταλυμάτων τους, με σκοπό την πληρέστερη φιλοξενία των τουριστών.

Παραδείγματα προγραμμάτων προβολής επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο του τουρισμού της Θάσου: Περίπτερο της Θάσου όπου διανέμουν διαφημιστικό υλικό για την εκπροσώπηση των τουριστικών επιχειρήσεων του νησιού στην Έκθεση τουρισμού στα Σόφια (21 Φεβρουαρίου 2012, DiscoverThasos).

Ο Δήμος Θάσου στο πλαίσιο του Προγράμματος Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας Ελλάδα - Βουλγαρία 2007-2013 συμμετέχει στο εγκεκριμένο έργο «Integrating the Greek Bulgarian Tourism Product - IG-BTD», που σκοπό έχει την προβολή και τη στήριξη εντελώς δωρεάν των επιχειρήσεων της Θάσου που δραστηριοποιούνται στον κλάδο του τουρισμού. (30 Αυγούστου 2012, Καθημερινός Τύπος). «Παροχή υπηρεσιών τουριστικής προβολής της Θάσου στη Σκανδιναβία» στην εταιρεία “L.B. North Events Ltd.” που εδρεύει στη Λευκωσία της Κύπρου, (V.A.T Reg. Number CY10250685P). Αντικείμενο της ανάθεσης είναι η προβολή της Θάσου (ως τουριστικού προορισμού) στη Σκανδιναβία και η εξειδικευμένη προσέλκυση ενδιαφέροντος Σκανδιναβών τουριστών, εφόσον η τουριστική προβολή της Θάσου αποτελεί

αντικείμενο της Δημοτικής Επιχείρησης, με βάση τη συστατική της πράξη (Δημοτική Κοινοφελής Επιχείρηση Θάσου «ΔΗΚΕΘ» 3/11/2011).

Συγκεκριμένα οι εργασίες περιλαμβάνουν:

- Προωθητική καμπάνια με μία εβδομάδα αφιέρωμα για την Θάσο στο Ελληνικό Κέντρο Τουρισμού και Εμπορίου (ΕΚΤΕ) στο Όσλο Νορβηγίας.
- Ολοσέλιδες καταχωρήσεις για την προβολή της Θάσου σε 4 περιοδικά της Σκανδιναβίας 1) Kalimera Hellas: έκδοση Νορβηγίας, 2) Kalimera Grekland: έκδοση Σουηδίας, , 3) Kalimera Graekenland: έκδοση Δανίας, 4) Kalimera Kreikka: έκδοση Φινλανδίας
- Παρουσίαση - προβολή της Θάσου στην ηλεκτρονική ιστοσελίδα www.gogreecenow.com. με διαφημιστικό banner στην κεντρική σελίδα του κόμβου για την διάρκεια της προωθητικής καμπάνιας στο ΕΚΤΕ.

Στο νησί υπάρχουν 5 κάμπινγκ (οργανωμένα και μη), όπως φαίνεται στον πίνακα 3.2. Τα ενοικιαζόμενα δωμάτια-διαμερίσματα κατανέμονται, όπως έχει καταγράψει ο Σύλλογος Ενοικιαζόμενων Δωματίων Θάσου, σε 752, με τα περισσότερα να βρίσκονται στον Ποτό, στον Λιμένα και στη Σκ. Ποταμιάς.

2.2 Κοινωνικές Επιδράσεις στο νησί της Θάσου

Οι κοινωνικές επιδράσεις που έχει ο τουρισμός στο νησί της Θάσου είναι αρκετές και ποικίλλουν. Στο σημείο όμως αυτό πρέπει να σημειωθεί ότι οι κοινωνικές επιδράσεις δεν είναι μετρήσιμες, αλλά αποτελούν στοιχείο παρατήρησης.

Αρχικά, επίδραση στον κοινωνικό τομέα έχουμε όταν έρχονται σε επαφή διαφορετικές κουλτούρες. Το φαινόμενο αυτό είναι φανερό στη Θάσο αν αναλογιστεί κανείς τις διαφορετικές εθνικότητες των τουριστών που έρχονται για να παραθερίσουν. Η κοινωνική επίδραση λοιπόν είναι έντονη αφού ο κάθε τουρίστας που είναι από άλλη χώρα φέρει τις συνήθειες και τον τρόπο σκέψης του, που σίγουρα είναι διαφορετική, μαζί του. Έτσι, οι

κάτοικοι της Θάσου έχουν να κάνουν με τις συνήθειες και τον τρόπο σκέψης των τουριστών αλλά και με τις δικές τους ιδέες.

Αυτό είναι πολλές φορές χρήσιμο γιατί αφενός μπορεί κάποιος να πάρει στοιχεία από τουρίστες και να αφομοιώσει και αφετέρου οι Θάσιοι επηρεάζονται όταν βλέπουν ότι οι ξένοι σκέφτονται και λειτουργούν με διαφορετικό τρόπο και έτσι προσπαθούν και οι ίδιοι να γίνουν καλύτεροι.

Άλλη μια πολύ σημαντική επίπτωση που έχει ο τουρισμός στη Θάσο είναι ότι συμβάλλει στην αύξηση των εισοδημάτων και άρα στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων. Πιο συγκεκριμένα, οι θέσεις εργασίας που δημιουργεί ο τουρισμός προσφέρουν απασχόληση στους νέους ή και μια εποχική θέση σε ένα δεύτερο άτομο της οικογένειας, οπότε άμεσα ανεβαίνει και το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων.

Κεφάλαιο 3^ο

3.1 ΑμεΑ και προσβασιμότητα

Ο ορισμός της Παγκόσμιας Οργάνωσης Υγείας, όπως δίνεται στην ηλεκτρονική της σελίδα στην κατηγορία Αναπηρίες (Disabilities), είναι ο εξής: «Ο όρος αναπηρίες είναι ένας όροσομπρέλα που συμπεριλαμβάνει τις βλάβες, τους περιορισμούς δραστηριοτήτων και τα κωλύματα συμμετοχής.

Βλάβη είναι ένα πρόβλημα σωματικής λειτουργίας ή κατασκευής.

Περιορισμός δραστηριοτήτων είναι μια δυσκολία που αντιμετωπίζει ένα άτομο ενώ προβαίνει σε μια εργασία ή δράση.

Κώλυμα συμμετοχής είναι ένα πρόβλημα που βιώνει ένα άτομο σε καθημερινές καταστάσεις.

Άρα, η αναπηρία είναι ένα πολύπλοκο φαινόμενο που αντανακλά την αλληλεπίδραση ανάμεσα στα χαρακτηριστικά του σώματος ενός ατόμου και στα χαρακτηριστικά της κοινωνίας στην οποία ζει το άτομο αυτό».

Καθίσταται προφανές ότι ο ορισμός αυτός αντιμετωπίζει την αναπηρία ως ένα φαινόμενο που εκπηγάει από τη σωματική κατάσταση ενός ατόμου, όσο κι αν δεν παραμένει εστιασμένος σε αυτήν.

Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι με αναπηρία στις διάφορες κοινωνικές τους δραστηριότητες και την καθημερινότητά τους εκλαμβάνονται ως αποτελέσματα της σωματικής τους βλάβης και, συνεπώς, η κοινωνική διάσταση του ζητήματος περιορίζεται στην ιδιαιτερότητα των χαρακτηριστικών που έχουν τα άτομα με αναπηρία ως κοινωνική ομάδα και τα οποία εδράζονται στο ίδιο τους το σώμα.

Με απλά λόγια, ο ορισμός της Π.Ο.Υ ανάγει τη σωματική κατασκευή/κατάσταση σε ειδοποιό διαφορά όχι μόνο για να χαρακτηρίσει τα κοινωνικά υποκείμενα που τη διαθέτουν, αλλά και τη διάδρασή τους με τα άλλα κοινωνικά υποκείμενα, ατομικά ή συλλογικά, εφόσον αυτά σχετίζονται με τις δράσεις ή τις καταστάσεις στις οποίες προβαίνουν ή εμπλέκονται τα άτομα με αναπηρία και από τις οποίες απορρέει η πραγματικότητα του να αντιμετωπίζουν προβλήματα.

Το παράλογο και αυθαίρετο του ορισμού αυτού φαίνεται ξεκάθαρα αν στη θέση της λέξης αναπηρία χρησιμοποιηθεί ο όρος «φυλετική διαφορετικότητα», οπότε θα προέκυπτε το επικίνδυνα παράλογο και δικαιωματικά αναχρονιστικό επιχείρημα ότι ρατσισμός είναι το πρόβλημα ένταξης των ατόμων στην κοινωνία λόγω του χρώματός τους.

Ο ορισμός που δίνεται στο άρθρο 1 της Σύμβασης για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρία του ΟΗΕ εξακολουθεί να εστιάζει στα άτομα: «Στα ΑμεΑ συμπεριλαμβάνονται άτομα με μακροχρόνιες σωματικές, νοητικές, πνευματικές ή αισθητηριακές βλάβες, οι οποίες σε αλληλεπίδραση με διάφορα εμπόδια δύνανται να παρεμποδίσουν την πλήρη και αποτελεσματική συμμετοχή τους στην κοινωνία σε ίση βάση με τους άλλους».

Προφανώς, η ανάγκη χρηστικότητας του ορισμού, δηλαδή το γεγονός ότι εμπεριέχεται σε κείμενο με νομική δεσμευτικότητα κατόπιν επικύρωσης σε εθνικό επίπεδο, οδηγεί σε ασάφεια και ανεπάρκεια, καθώς η απλή αναφορά σε «διάφορα εμπόδια» δεν αναδεικνύει την καταλυτική επίδραση παραγόντων από την κοινωνική πραγματικότητα που διαμορφώνουν ή αναπαράγουν την αναπηροποίηση. Οι ορισμοί της Ένωσης των Σωματικά Ανάπηρων ενάντια στην Απομόνωση (Union of the Physically Impaired Against Segregation - UPIAS) κάνουν σαφή διαχωρισμό ανάμεσα στη σωματική βλάβη, ως σωματική κατάσταση, και την αναπηρία, ως κοινωνική συνθήκη.

Συγκεκριμένα, βλάβη και αναπηρία ορίζονται ως εξής: «Βλάβη: η στέρηση μέρους ή του συνόλου ενός μέλους, ή η ύπαρξη ενός ελαττωματικού μέλους, οργάνου ή μηχανισμού του σώματος». «Αναπηρία: το μειονέκτημα ή ο περιορισμός δραστηριότητας που προκαλείται από τη σύγχρονη κοινωνική οργάνωση, η οποία δε λογαριάζει καθόλου ή λογαριάζει ελάχιστα τους ανθρώπους που έχουν φυσικές βλάβες, περιορίζοντάς τους από τις κοινωνικές τους δραστηριότητες» (UPIAS, 1976, σελ. 3-4, στο Oliver 2009).

Στο ίδιο μοτίβο, ο Αμερικανός πολιτικός επιστήμονας (και άτομο με αναπηρία) Harlan Hahn ισχυρίζεται ότι «η αναπηρία απορρέει περισσότερο από την αποτυχία ενός δομημένου κοινωνικού περιβάλλοντος να προσαρμοστεί στις ανάγκες και τις φιλοδοξίες των πολιτών με αναπηρίες, παρά από την ανικανότητα ενός ατόμου με αναπηρία να προσαρμοστεί στις απαιτήσεις της κοινωνίας (Hahn, 1986, σελ. 128 στο Barton et al., 1996).

Αναπηρία, λοιπόν, είναι μόνο η ανταπόκριση της κοινωνίας στα άτομα με βλάβη και, μάλιστα, η πλημμελής και διακρίνουσα ανταπόκρισή της που προκαλεί στα άτομα αυτά περιορισμό δραστηριότητας. Και, βεβαίως, δεν ταυτίζεται με τη βλάβη, καθώς αντιπροσωπεύει αυτά καθαυτά τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα άτομα με βλάβη στην καθημερινότητά τους και οφείλονται στην κοινωνική οργάνωση.

Όπως γράφει και ο Oliver (Oliver, 2009, εισαγωγή), «όλοι οι ανάπηροι βιώνουν την αναπηρία ως κοινωνικό περιορισμό, είτε αυτός ο περιορισμός εμφανίζεται ως συνέπεια μη προσβάσιμου περιβάλλοντος, είτε εξαιτίας αμφισβητήσιμων εννοιών για τη νοημοσύνη και

τις κοινωνικές δεξιότητες, είτε της ανικανότητας του γενικού πληθυσμού να χρησιμοποιήσει τη νοηματική γλώσσα, ή της έλλειψης αναγνωσμάτων σε γραφή Braille ή των δημόσιων επιθετικών συμπεριφορών σε ανθρώπους με μη ορατές αναπηρίες». Εξάλλου, κατά μια προσέγγιση πιο εστιασμένη στις κοινωνικές της συνέπειες, «αναπηρία σημαίνει διάκριση και εμπλέκει κοινωνική απομόνωση και περιορισμούς.

Είναι ένα σημαντικό μέσο κοινωνικής διαφοροποίησης στις σύγχρονες κοινωνίες. Το επίπεδο εκτίμησης και η με κοινωνικούς όρους υπόσταση των ατόμων με αναπηρία είναι απόρροια της θέσης τους αναφορικά με τις ευρύτερες κοινωνικές συνθήκες και σχέσεις μιας δεδομένης κοινωνίας» (The Equality Studies Centre, 1994 και Finkelstein, 1995, στο Barton et al., 1996). Αυτό που με βεβαιότητα συνάγεται από τους παραπάνω ορισμούς και προσεγγίσεις είναι ότι η αναπηρία αποτελεί μια κοινωνική συνθήκη που υφίστανται τα άτομα με βλάβη και όχι τη σωματική τους κατάσταση.

3.2 Υποδομές Προσβασιμότητας στις τουριστικές εγκαταστάσεις και υποδομές

Ο τουρισμός για άτομα με αναπηρία (ΑμεΑ) παραμένει παραγνωρισμένος ως μορφή επιχειρηματικότητας στη χώρα μας, παρότι θα μπορούσε να συνεισφέρει σημαντικά στη διεύρυνση της αντίστοιχης αγοράς.

Οι αριθμοί εντυπωσιάζουν: 127.500.000 τουρίστες παγκοσμίως έχουν ανάγκη από προσβάσιμες υποδομές και 89.300.000 από αυτούς διαθέτουν την οικονομική δυνατότητα να ταξιδεύουν εκτός της χώρας τους για αναψυχή.

Το μέγεθος της αγοράς τουρισμού για ΑμεΑ φθάνει τα 166 δισεκατομμύρια ευρώ.

Φυσικά, ελάχιστο μέρος από τα χρήματα αυτά φθάνει στη χώρα μας, όπου ως επιχειρηματική δραστηριότητα ο τουρισμός για ΑμεΑ παραμένει πλημμελής και κατά περίπτωση.

Υπάρχουν ξενοδοχεία, χώροι πολιτισμού και ψυχαγωγίας που διαθέτουν στοιχειώδεις υποδομές για ανθρώπους με κινητικά προβλήματα ή προβλήματα όρασης, όμως ένα μεγάλο

μέρος καταλυμάτων και αξιοθέατων παραμένουν αποκλεισμένα για τους ανθρώπους με αναπηρία.

Για να χαρακτηριστεί ένας χώρος προσβάσιμος, θα πρέπει να πληροί μεγάλο αριθμό κριτηρίων που καλύπτουν κάθε αναπηρία και ξεχωριστή ανάγκη: να είναι απρόσκοπτη η πρόσβαση από τον εξωτερικό χώρο στον εσωτερικό αλλά και η κίνηση στο εσωτερικό του, να διαθέτει ανελκυστήρα με σύστημα Μπράιγ και τουαλέτα για ΑμεΑ, τα δωμάτια να είναι ειδικά διαμορφωμένα σε ό,τι αφορά το ύψος του κρεβατιού, των διακοπών, της λεκάνης, του νιπτήρα, να υπάρχουν μπάρες στους διαδρόμους για τους τυφλούς ή τους ηλικιωμένους, τα σήματα κινδύνου να είναι σε χρώματα που διακρίνουν όσοι έχουν αχρωματοψία, να υπάρχει φωτεινή ένδειξη για το συναγερμό πυρός, ώστε να μπορούν να ενημερωθούν και όσοι έχουν πρόβλημα στην ακοή, αν υπάρχουν μοκέτες, πρέπει να έχουν το κατάλληλο πάχος ώστε να μπορεί να κινηθεί το αναπηρικό αμαξίδιο, να διαθέτει σκύλους οδηγούς κ.ο.κ.

Η Αθήνα, μετά τις βελτιώσεις στις υποδομές που έγιναν εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, είναι αξιοπρεπής πόλη σε ό,τι αφορά την προσβασιμότητα και το ιστορικό κέντρο της είναι αρκετά φιλικό στα ΑμεΑ.

Γενικά, όμως, για την Ελλάδα η εικόνα δεν είναι αυτή που θα περίμενε κανείς από μια χώρα της οποίας η βαριά βιομηχανία είναι ο τουρισμός. 26 Στην πρωτεύουσα τα «σκήπτρα» σε θέματα προσβασιμότητας κρατούν οι χώροι πολιτισμού, με κορυφαίο το Μουσείο της Ακρόπολης, ενώ καλή βαθμολογία παίρνουν και τα ξενοδοχεία, κυρίως τα τεσσάρων και πέντε αστέρων, καθώς η προσβασιμότητα είναι μεταξύ των προϋποθέσεων για να λάβουν τα αστέρια (www.greece4all.eu/el/).

Μεγαλύτερο πρόβλημα εντοπίζεται στους χώρους εστίασης και στα καφέ, τα οποία συνήθως δεν διαθέτουν τις ειδικές τουαλέτες, ακόμη και όταν είναι δυνατή η προσέγγιση και η κίνηση των ΑμεΑ στο εσωτερικό.

Οι όποιες προσπάθειες και τα φιλόδοξα σχέδια των ιδιοκτητών για στοχευμένες ανακαινίσεις με σκοπό να μπουν στο χάρτη των προσβάσιμων δομών συνήθως «σκοντάφτουν» στο μεγάλο κόστος που απαιτούν οι εργασίες και στην έλλειψη ενός θεσμοθετημένου πλαισίου

που θα ενθαρρύνει και θα επιδοτεί ανάλογες πρωτοβουλίες. Είναι πολλοί, βέβαια, και αυτοί που δεν συνειδητοποιούν ότι το να διαθέτεις προσβάσιμες υποδομές και φιλικούς στα ΑμεΑ προορισμούς δεν είναι φιλανθρωπία, αλλά επιχειρηματική κίνηση».

Επίσης, σημαντικό πρόβλημα δημιουργεί και η προκατάληψη που αντιμετωπίζει τους ανθρώπους με αναπηρία σαν μοναχικούς, αποκλεισμένους, αρνητικούς στο ενδεχόμενο μετακίνησης και διακοπών.

Πρωταθλήτριες στον τουρισμό για ΑμεΑ είναι φυσικά οι χώρες της Σκανδιναβίας, που μπορεί να μη διαθέτουν τον ελληνικό ήλιο και τη θάλασσα, έχουν όμως νοοτροπία φιλική και κτίρια προσβάσιμα, ενώ είναι θέμα αρχής τόσο για την πολιτεία όσο και για τους πολίτες η διευκόλυνση όλων των ανθρώπων, με και χωρίς αναπηρίες.

3.3 ΑμεΑ Στην Ελλάδα: Τρέχουσα Κατάσταση

Στο κεφάλαιο αυτό καταγράφονται δημοσιοποιημένες έρευνες για την τρέχουσα κατάσταση σχετικά με τον τουρισμό ΑμεΑ στην Ελλάδα.

Σύμφωνα με το άρθρο της Αθανασιάδου (2015), «ο τουρισμός για άτομα με αναπηρία (ΑμεΑ) παραμένει παραγνωρισμένος ως μορφή επιχειρηματικότητας στη χώρα μας, παρότι θα μπορούσε να συνεισφέρει σημαντικά στη διεύρυνση της αντίστοιχης αγοράς».

Οι αριθμοί εντυπωσιάζουν: 127.500.000 τουρίστες παγκοσμίως έχουν ανάγκη από προσβάσιμες υποδομές και 89.300.000 από αυτούς διαθέτουν την οικονομική δυνατότητα να ταξιδεύουν εκτός της χώρας τους για αναψυχή.

Το μέγεθος της αγοράς τουρισμού για ΑμεΑ φθάνει τα 166 δισεκατομμύρια ευρώ. Φυσικά, ελάχιστο μέρος από τα χρήματα αυτά φθάνει στην Ελλάδα, όπου ως επιχειρηματική δραστηριότητα ο τουρισμός για ΑμεΑ παραμένει πλημμελής και κατά περίπτωση. Υπάρχουν ξενοδοχεία, χώροι πολιτισμού και ψυχαγωγίας που διαθέτουν στοιχειώδεις υποδομές για ανθρώπους με κινητικά προβλήματα ή προβλήματα όρασης, όμως ένα μεγάλο μέρος καταλυμάτων και αξιοθέατων παραμένουν αποκλεισμένα για τους ανθρώπους με αναπηρία.

Η Αθήνα, μετά τις βελτιώσεις στις υποδομές που έγιναν εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, είναι αξιοπρεπής πόλη σε ό,τι αφορά την προσβασιμότητα και το ιστορικό κέντρο της είναι αρκετά φιλικό στα ΑμεΑ.

Γενικά, όμως, για την Ελλάδα η εικόνα δεν είναι αυτή που θα περίμενε κανείς από μια χώρα της οποίας η βαριά βιομηχανία είναι ο τουρισμός. Στην πρωτεύουσα τα «σκήπτρα» σε θέματα προσβασιμότητας κρατούν οι χώροι πολιτισμού, με κορυφαίο το Μουσείο της Ακρόπολης, ενώ καλή βαθμολογία παίρνουν και τα ξενοδοχεία, κυρίως τα τεσσάρων και πέντε αστέρων, καθώς η προσβασιμότητα είναι μεταξύ των προϋποθέσεων για να λάβουν τα αστέρια.

Μεγαλύτερο πρόβλημα εντοπίζεται στους χώρους εστίασης και στα καφέ, τα οποία συνήθως δεν διαθέτουν τις ειδικές τουαλέτες, ακόμη και όταν είναι δυνατή η προσέγγιση και η κίνηση των ΑμεΑ στο εσωτερικό.

Το τελευταίο χρονικό διάστημα η ομάδα του Greece4all καταρτίζει χάρτες με ειδικές προσβάσιμες διαδρομές στο ιστορικό κέντρο της ελληνικής πρωτεύουσας, ώστε ο τουρίστας με αναπηρία που θα επισκεφθεί την Αθήνα να μην ταλαιπωρηθεί, αλλά να απολαύσει τη 50 διαμονή του και να μπορέσει με άνεση και ευχαρίστηση να επισκεφθεί τα αξιοθέατα και να εκτιμήσει την ψυχαγωγία και την κουζίνα της πόλης.

Στην ίδια κατεύθυνση κινείται και το άρθρο της Βασιλειάδου (2015) στο περιοδικό think free /οpinion magazine, όπου παρουσιάζεται η γνώμη του Γιόχαν Νόρμπερτ Κράιτερ, εκπρόσωπο του συλλόγου παραπληγικών στη Γερμανία, σύμφωνα με την οποία υπάρχουν αρκετές ελλείψεις σχετικά με τον προσβάσιμο τουρισμό στην χώρα μας, ωστόσο όπως αναφέρει ο ίδιος «η κατάσταση δεν είναι τόσο άσχημη».

Κάποια παραδείγματα είναι, η πρόσβαση ΑμεΑ σε αρκετούς αρχαιολογικούς χώρους, σε παραλίες αλλά και σχετικές παροχές στην μετακίνηση αποσκευών στο μεγαλύτερο αεροδρόμιο της Ελλάδας, το Ελ. Βενιζέλος.

Επιπλέον, σημειώνονται αξιόλογα βήματα στην μικρομεσαία επιχειρηματικότητα, από νέους, καινοτόμους επιχειρηματίες που στοχεύουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου στη χώρα μας αλλά και στην ανάπτυξη του προσβάσιμου τουρισμού.

Σύμφωνα με την ομάδα Prosvasis.co, υπάρχουν ελάχιστες πόλεις ή περιοχές που κάλλιστα θα μπορούσαν να αποτελέσουν υπόδειγμα προσβασιμότητας.

Εδώ πρέπει να τονίσουμε ότι μια ράμπα δεν κάνει κάποιο σημείο προσβάσιμο. Ένα σημείο θεωρείται προσβάσιμο όταν πληρεί κάποιες προϋποθέσεις και διαθέτει ένα σύνολο υποδομών τόσο σε επίπεδο κτηρίων, όσο και σε δημόσιους χώρους όπως πλατείες και πεζοδρόμια.

Χρειάζονται κατάλληλες διαστάσεις σε διαδρόμους, πεζοδρόμια, ανελκυστήρες και ράμπες. Επίσης μεγάλη έμφαση πρέπει να δίνεται και στη διασύνδεση των προσβάσιμων σημείων, καθώς ένα άτομο με αμαξίδιο θα πρέπει να μπορεί να πάει από το ένα σημείο στο άλλο. Π.χ. μια κατάλληλη θέση παρκαρίσματος ΑμεΑ πρέπει να επικοινωνεί με τα υπόλοιπα προσβάσιμα σημεία, αλλιώς δεν εξυπηρετεί το λόγο για τον οποίο φτιάχτηκε.

Και αρκετές ακόμα περιοχές, όπως τα Τρίκαλα, η Δράμα, η Θεσσαλονίκη, η Κρήτη, κάνουν αξιόλογες προσπάθειες για την προσβασιμότητα ΑΜΕΑ.

3.4 Τουρισμός για ΑμεΑ

Το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι ένας από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς στον κόσμο, δεν σημαίνει ότι και όλες οι τουριστικές υποδομές της είναι φιλόξενες για τους τουρίστες με αναπηρίες.

Για αυτό το λόγο η πολιτεία οφείλει να αναπτύξει συγκεκριμένους μηχανισμούς πιστοποίησης της προσβασιμότητας των τουριστικών υποδομών της χώρας μας και να ελέγχει με συστηματικό τρόπο τις σχετικές προδιαγραφές. Ο κάθε πολίτης με κινητική αναπηρία πρέπει να έχει τη δυνατότητα να επιλέγει τον τουριστικό προορισμό της αρεσκείας του χωρίς να αμφιβάλει για την ασφαλή πρόσβαση του σε αυτόν.

Άλλωστε το δικαίωμα της πρόσβασης των ατόμων με αναπηρία στον τουρισμό, αποτελεί θεμελιώδες δικαίωμα, το οποίο σχετίζεται άμεσα με την ποιότητα ζωής των ατόμων με αναπηρία και τη δυνατότητα συμμετοχής στις κοινωνικές δραστηριότητες.

Παρόλο που το δικαίωμα της πρόσβασης στον τουρισμό αποτελεί θεμελιώδες δικαίωμα των ατόμων με αναπηρία, (το οποίο σχετίζεται άμεσα με την ποιότητα ζωής τους και τη δυνατότητα συμμετοχής τους σε κοινωνικές δραστηριότητες), ούτε η ελληνική Πολιτεία ούτε η πλειοψηφία των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών της χώρας μας δεν έχουν ακόμη αντιληφθεί την οικονομική και κοινωνική σημασία του προσβάσιμου τουρισμού.

Αυτό πρέπει να αποτελεί τη βασική πλατφόρμα σχεδιασμού και ανάπτυξης των πάσης φύσεως τουριστικών υπηρεσιών και περιλαμβάνει την πλήρη αλυσίδα: μεταφορές, τουριστικούς προορισμούς, διαμονή και εστίαση, επικοινωνία / συναλλαγή και πληροφόρηση σε προσβάσιμες μορφές.

Οι ανάγκες σε παροχές και υπηρεσίες των ατόμων με αναπηρία, εξακολουθούν να αντιμετωπίζονται ως ζητήματα χαμηλής προτεραιότητας και σε πολλές περιπτώσεις αγνοούνται παντελώς.

Ο αριθμός των προσπελάσιμων ξενοδοχείων και των άλλων αντίστοιχων καταλυμάτων ανά την Ευρώπη είναι πολύ χαμηλός, ενώ ακόμα και εκείνα που θεωρούνται προσπελάσιμα πολύ σπάνια καλύπτουν απολύτως τις ανάγκες των φιλοξενούμενων τουριστών με αναπηρίες.

3.5 Οι επιδράσεις του τουρισμού στα ΑμεΑ

Η τουριστική μετακίνηση του ανθρώπου σκοπεύει στην ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών.

Έτσι λοιπόν και τα άτομα με ειδικές ανάγκες προσφεύγουν στον τουρισμό, προκειμένου να ικανοποιήσουν ψυχικές επιθυμίες, πνευματικές ανησυχίες ή και άλλες ανάγκες που αφορούν στην αναψυχή, τη διασκέδαση, τη ψυχαγωγία μέσω της εκπαίδευσης, της κατάρτισης ή της μελέτης.

Ακόμα, η τουριστική μετακίνηση μπορεί να θεωρηθεί ως ένα ταξίδι κινήτρων που περιλαμβάνει καθημερινή μετακίνηση από μια πόλη σε μια άλλη και ενδεχομένως προσωρινή απασχόληση στον προορισμό, επίσκεψη σε συγγενείς ή φίλους, σε κέντρα υγείας ή σε ιαματικές πηγές.

Επιπλέον, το κίνητρο για ένα ταξίδι μπορεί να οφείλεται σε θρησκευτικούς λόγους, σε προσκύνημα ή σε θρησκευτικά συνέδρια.

Ακόμη, μπορεί να οφείλεται σε επαγγελματικούς ή επιστημονικούς λόγους, διότι στις μέρες μας, μεγάλο ποσοστό ατόμων, συμπεριλαμβανομένου και των ατόμων με ειδικές ανάγκες, συνδυάζουν τις επαγγελματικές τους ενασχολήσεις με την ψυχαγωγία και την ψυχική και πνευματική απαντητικότητα.

Η τουριστική μετακίνηση αποτελεί μια προέκταση της κοινωνικής διάστασης του ατόμου, η οποία αντλείται από την ικανοποίηση της πνευματικής του περιέργειας και των ψυχικών του επιθυμιών.

Τα κίνητρα που πηγάζουν από την ψυχική διάθεση του ατόμου είναι:

- Η τάση για διερεύνηση του περιβάλλοντος,
- Η τάση για ανθρώπινη επικοινωνία,
- Η τάση φυγής και
- Η τάση για μίμηση

Πιο συγκεκριμένα, η τάση για τη διερεύνηση του περιβάλλοντος εκφράζεται με την μετακίνηση του ατόμου από μια περιοχή σε μια άλλη ή από μια χώρα σε μια άλλη, προκειμένου να γνωρίσει τον τρόπο ζωής άλλων ανθρώπων, την ιστορία τους, τα ήθη, τα έθιμα ή άλλα χαρακτηριστικά της χώρας υποδοχής, καθώς επίσης και να αποκτήσει εμπειρίες.

Η τάση για ανθρώπινη επικοινωνία έγκειται στην αναζήτηση του ατόμου να αποκτήσει μεγαλύτερη επικοινωνία με τους συνανθρώπους του, αλλά και ως κοινωνικό ον έχει την

ανάγκη να επικοινωνήσει με σκοπό να γνωρίσει από κοντά την ιστορία, τον πολιτισμό μέσω του τουρισμού.

Η τάση φυγής αντιπροσωπεύει την επιθυμία του ατόμου για πρόσκαιρη αλλαγή και αναζήτηση νέων εμπειριών, ξεφεύγοντας από το γνώριμο περιβάλλον και την καθημερινή ρουτίνα.

Τέλος, η τάση για μίμηση προκαλεί άλλα άτομα να ταξιδέψουν, όταν ακούν αυτούς που έχουν ήδη ταξιδέψει, διαβάζουν γραπτές αφηγήσεις περιστατικών και ενημερώνονται γραπτά ή προφορικά για τα ήθη και έθιμα μιας χώρας.

Κεφάλαιο 4^ο

4.1 Μεθοδολογία έρευνας

Ο σκοπός συγγραφής της παρούσας μελέτης έγκειται στην αξιολόγηση της ικανοποίησης των τουριστών και των επιχειρηματιών από τις προσφερόμενες υπηρεσίες τόσο σε επίπεδο Δήμου όσο και σε επίπεδο επιχειρήσεων αναφορικά με την ευκολία της πρόσβασης σε άτομα με αναπηρίες.

Εξετάζεται με άλλα λόγια, αν οι στόχοι που έχουν τεθεί από την αρχή έχουν ικανοποιηθεί ή όχι και σε ποιο βαθμό έχει συμβεί αυτό. Από την εξαγωγή των αποτελεσμάτων, υπάρχει η δυνατότητα προτάσεων για την βελτίωση και την εξέλιξη των υφιστάμενων δομών.

Πέραν όμως από τη φροντίδα σχετικά με τις δομές και υπηρεσίες για τα άτομα με αναπηρίες, ο Δήμος Θάσου στα πλαίσια του διασυνοριακού προγράμματος, καλείται να βελτιώσει την ελκυστικότητα της περιοχής και του αριθμού των τουριστών μέσω προβολών και διαφημίσεων ή λοιπών πρωτοβουλιών προώθησης του νησιού.

Ερευνητικά Ερωτήματα

Τα ερευνητικά ερωτήματα τα οποία έπρεπε να απαντηθούν μέσω των ερωτηματολογίων που διανεμήθηκαν αρθρώνονται ως εξής:

- Είναι επαρκείς οι υποδομές ΑΜΕΑ στην περιοχή της Θάσου,
- Σε ποιο βαθμό είναι εξοικειωμένοι οι πολίτες της Θάσου με τα άτομα με αναπηρία,
- Αν στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σήμερα στο νησί της Θάσου, υπάρχει η μέριμνα για υποδομές που θα διευκολύνουν την πρόσβαση και τις μετακινήσεις στα άτομα με αναπηρία,
- Κατά πόσο θα συμβάλλει τελικά το διασυνοριακό πρόγραμμα μέσω των παρεμβάσεων που θα υλοποιηθούν στην αύξηση της τουριστικής κίνησης.

Οι στόχοι που διατυπώθηκαν μέσω των ερευνητικών ερωτημάτων, ακολουθώντας τις επιταγές της βιβλιογραφίας είναι σαφείς και αντικειμενικοί και επιδιώκουν την εξαγωγή ασφαλών στατιστικών συμπερασμάτων. Η βελτίωση της οικονομικής ανάπτυξης εν γένει και η τόνωση του τουριστικού τομέα στους δύο δήμους είναι το ζητούμενο αποτέλεσμα κατά τη διάρκεια λειτουργίας του προγράμματος.

4.2 Ο πληθυσμός της έρευνας

Ο πληθυσμός της έρευνας αναφέρεται στο τμήμα του ευρύτερου πληθυσμού, που μπορεί να συμμετέχει στην έρευνα, δηλαδή τα υποψήφια στοιχεία, που μπορούν να επιλεγούν για τη δημιουργία του δείγματος.

Στην παρούσα έρευνα ο πληθυσμός-στόχος είναι επιχειρήσεις στον κλάδο του τουρισμού, εργαζόμενοι στον ίδιο κλάδο, άτομα με αναπηρίες, τουρίστες ή επισκέπτες στο νησί της Θάσου καθώς και οι μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής.

Τα ερωτηματολόγια που απαντήθηκαν και έχουμε στη διάθεσή μας για ανάλυση και αξιολόγηση ανέρχονται στα 35 ένας αριθμός ο οποίος θα μας δώσει τα ασφαλή συμπεράσματα που επιζητούμε.

Για τη συλλογή των ερωτηματολογίων έγινε χρήση τόσο των παραδοσιακών μεθόδων όσο και νέων τεχνολογιών. Πιο συγκεκριμένα, οι πολίτες απήντησαν στα ερωτηματολόγια διαζώσης και μέσω της ιστοσελίδας του έργου (www.destinationsforall.eu). Όποιος

ενδιαφερόμενος/η επισκέπτεται την ιστοσελίδα που έχει δημιουργηθεί για το έργο θα βρει στην κατηγορία → The Framework → Polls, ολοκληρωμένο το ερωτηματολόγιο.

Αρκετοί λοιπόν από τους συμμετέχοντες είναι άνθρωποι που επέλεξαν να απαντήσουν με τον δεύτερο τρόπο, εξίσου αποτελεσματικός.

4.3 Μεθοδολογία της έρευνας

Μετά τη βιβλιογραφική ανασκόπηση που πραγματοποιήθηκε για το συγκεκριμένο θέμα επιλέχτηκε η ερευνητική μέθοδος, η οποία είναι η ποσοτική μέθοδος. Η επιλογή της μεθόδου βασίστηκε στο γεγονός της ύπαρξης ενός δεδομένου δειγματοληπτικού πλαισίου και στην ανάγκη στατιστικών- μετρήσιμων αποτελεσμάτων που βασίζονται στην αντικειμενικότητα που προσφέρουν στη έρευνα λόγω της μηδαμινής επιρροής που ασκεί ο ερευνητής στις απαντήσεις, στη δυνατότητα των ερωτηματολογίων να αποσταλούν σε μεγάλο αριθμό πληθυσμού.

Η συγκεκριμένη μέθοδος χρησιμοποιήθηκε γιατί θεωρείται η πιο αντικειμενική μορφή έρευνας, αφού διεξάγεται κάτω από ελεγχόμενες συνθήκες.

Στην ποσοτική έρευνα ο ερευνητής κάνει αντικειμενική συλλογή των δεδομένων, στη συνέχεια τα μετατρέπει σε αριθμητικά ή στατιστικά στοιχεία και στη συνέχεια με συγκεκριμένες στατιστικές διαδικασίες εξηγούνται τα υπό μελέτη φαινόμενα. Για να ξεκινήσει η ποσοτική έρευνα θα πρέπει να υπάρχει ένα κύριο ερώτημα, με βάση το οποίο θα τεθούν οι στόχοι και οι σκοποί της έρευνας. Το επόμενο βήμα που πρέπει να γίνει είναι το ερωτηματολόγιο. Είναι πολύ σημαντικός ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου με τον κατάλληλο τρόπο. Στην ποσοτική έρευνα καθορίζεται από την αρχή σε ποιους θα απευθύνεται το ερωτηματολόγιο και τι είδους ανάλυση θα πραγματοποιηθεί.

Τέλος, ένας πρόσθετος λόγος αφορά την ελεύθερη έκφραση που μπορούν να έχουν οι ερωτώμενοι κάτι που θα οδηγήσει σε πιο ασφαλή αποτελέσματα.

Η ασφάλεια και η ανωνυμία των ερωτώμενων διασφαλίζεται με κάθε τρόπο. Τόσο στην διαζώσης συμπλήρωση του ερωτηματολογίου όσο και στην online επιλογή, δεν γίνεται αναφορά σε στοιχεία του ερωτώμενου, παρά μόνο συλλέγονται τα δεδομένα για την μετέπειτα στατιστική τους ανάλυση.

Η ανάλυση των ερωτηματολογίων θα οδηγήσει σε στατιστικά αποτελέσματα και είναι πολύ-μεταβλητή. Τα ερωτηματολόγια αποτελούνται από δημογραφικές ερωτήσεις, ερωτήσεις κλειστού τύπου αλλά και κάποιες ανοιχτού. Δημιουργήθηκαν υπηρετώντας τις βασικές αρχές δημιουργίας ενός ερωτηματολογίου όπως αυτές αναφέρθηκαν παραπάνω.

Η έρευνα χαρακτηρίζεται ως δειγματοληπτική. Η επιλογή της μεθόδου έγινε λόγω της παρουσίας ενός συγκεκριμένου δειγματοληπτικού πλαισίου οργανωμένο σε κατάλογο επιλέγοντας τυχαία τα άτομα τα οποία θα απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο. Η ύπαρξη ενός πλήρες δειγματοληπτικού πλαισίου και ο γεωγραφική συγκέντρωση του πληθυσμού, ήταν από τους βασικούς λόγους επιλογής της συγκεκριμένης μεθόδου.

4.4 Διαμόρφωση Ερωτηματολογίου

Στην παρούσα εργασία επιλέχθηκε το ερωτηματολόγιο ως το εργαλείο συλλογής των δεδομένων της έρευνας.

Η έρευνα με τη βοήθεια του ερωτηματολογίου προτιμάται γιατί οι ερευνητές μπορούν να λάβουν μεγάλο αριθμό απαντήσεων σε μικρό χρονικό διάστημα.

Οι απαντήσεις μπορούν κατευθείαν να εισάγονται στον υπολογιστή, ειδάλλως θα πρέπει να γίνει επεξεργασία των δεδομένων η οποία περιλαμβάνει την προετοιμασία και μεταφορά αυτών για ανάλυση.

Τα ποσοτικά δεδομένα ταξινομούνται και κωδικοποιούνται. Η κωδικοποίηση είναι μέθοδος αντιστοίχισης των ερευνητικών δεδομένων και ταξινόμησης τους σε κατηγορίες που έχουν νόημα και είναι σημαντικές για τους συμμετέχοντες στη μελέτη.

Στην κατηγορία αποδίδεται ένας αριθμός που ονομάζεται κωδικός. Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στη συγκεκριμένη εργασία δημιουργήθηκε με βάση τη βιβλιογραφική

ανασκόπηση που πραγματοποιήθηκε. Οι ερωτήσεις που διατυπώθηκαν εξάγουν με ασφάλεια το συμπέρασμα και εξυπηρετούν τον σκοπό της έρευνας. Το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελεί το εργαλείο για την ορθή και επιτυχημένη αξιολόγηση εφόσον πληροί και τα κάτωθι χαρακτηριστικά:

- Πληρότητα: Καλύπτει όλες τις πτυχές της ερευνώμενης μεταβλητής
- Σαφήνεια: Οι ερωτήσεις είναι διατυπωμένες στην ελληνική γλώσσα και έχει επιλεγθεί κατανοητό λεξιλόγιο προκειμένου να αποφευχθούν παρανοήσεις σε επίπεδο περιεχομένου.
- Συνοχή: Οι ερωτήσεις που απαρτίζουν το ερωτηματολόγιο είναι ομαδοποιημένες ώστε να διευκολύνεται ο ερωτώμενος και να υπάρχει μία ροή στη σκέψη του.
- Συνομία: Τέλος, το παρόν ερωτηματολόγιο είναι σύντομο και χρειάζεται μόνο 2-3 λεπτά να συμπληρωθεί γεγονός που ενθάρρυνε τους ερωτώμενους.

Οι ερωτήσεις επιλέχθηκαν με μεγάλη προσοχή προκειμένου να δίνουν την ανατροφοδότηση (feedback) στο Δήμο Θάσου σχετικά με την άποψη των συμμετεχόντων για τις τουριστικές υπηρεσίες για άτομα με αναπηρίες, χωρίς ο ερωτώμενος να πλατειάζει. Σε αυτό συνέβαλε ότι οι ερωτήσεις είναι κλειστού τύπου και περιορίζεται η υπερβολική υποκειμενικότητα.

Το ερωτηματολόγιο χωρίζεται στα δημογραφικά στοιχεία των ερωτώμενων, το φύλο και την ιδιότητα τους, αν ήταν επιχειρηματίας, εργαζόμενος, άτομο ΑμεΑ, ή επισκέπτης, μόνιμος κάτοικος. Τα δημογραφικά καταλαμβάνουν δύο (2) ερωτήσεις.

Συνολικά, το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 10 ερωτήσεις, μερικές εκ των οποίων είναι άμεσα συνδεδεμένες με την ακριβώς προηγούμενη ερώτηση. Για παράδειγμα η ερώτηση 6 του ερωτηματολογίου «Στην επιχείρησή σας έχετε πρόσβαση για ΑμεΑ;», δίνεται η οδηγία

πώς η παρούσα ερώτηση αφορά μόνο επαγγελματίες και εργαζόμενους στον κλάδο τουρισμού στη Θάσο.

Επομένως, δεν απευθύνονται όλες οι ερωτήσεις προς όλες τις ομάδες στόχους, αλλά συγκεκριμενοποιείται ανάλογα με την απάντηση που πρέπει να δοθεί.

Τόσο η ελληνική, όσο και η βουλγαρική πλευρά ενδιαφέρονται πάρα πολύ για την απήχηση του έργου και για το κατά πόσον πληροί τους στόχους σχετικά με τη βελτίωση της πρόσβασης σε τουριστικές επιχειρήσεις, που είχαν τεθεί κατά το σχεδιασμό του.

4.5 Περιορισμοί της έρευνας

Ως ο κύριος περιορισμός της παρούσης έρευνας μπορεί να θεωρηθεί το σχετικά μικρό μέγεθος του δείγματος (Έχουμε στη διάθεσή μας 35 ολοκληρωμένα απαντημένα ερωτηματολόγια από το σύνολο των συμμετεχόντων) γεγονός που πιθανώς μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα σχετικά με την γενίκευση και την αντιπροσωπευτικότητα των αποτελεσμάτων.

Ο αριθμός των ερωτηματολογίων που επεξεργαστήκαμε να μην είναι μικρός, αλλά όχι σε τέτοιο βαθμό που να μην επιτρέπει την εξαγωγή ορθών συμπερασμάτων. Ουσιαστικά λάβαμε απαντήσεις από όλες τις ομάδες στόχους που έχουν τεθεί εξ αρχής, επομένως υπάρχει μία συνολική εικόνα σχετικά με τις υποδομές για την καλύτερη πρόσβαση των τουριστών- ανθρώπων με αναπηρίες στο νησί.

Όπως θα διαφανεί και στην ανάλυση, οι απαντήσεις προέρχονται από ίσο αριθμό γυναικών και ανδρών και καλύπτονται όλες οι ιδιότητες των συμμετεχόντων που αναφέρονται στο ερωτηματολόγιο.

Με το ερωτηματολόγιο δεν υπάρχει δυνατότητα να ζητήσει ο ερωτώμενος διευκρινήσεις για κάποια ερώτηση. Επομένως, αν κάποιος ερωτώμενος δεν κατανόησε σωστά κάποια από τις ερωτήσεις είτε δεν την απάντησε σωστά είτε την απάντησε λάθος. Επίσης, μπορεί κάποιος να μην είχαν τη διάθεση ή να φοβήθηκαν να εκφράσουν τις πραγματικές τους απόψεις.

Παρά τους από πάνω προσδιορισμούς, η παρούσα έρευνα πρωτογενών στοιχείων προσφέρει σημαντικά δεδομένα.

Κεφάλαιο 5^ο

5.1 Επιλογή των ερωτήσεων

Για την ολοκληρωμένη αξιολόγηση του έργου και την ορθή σύνταξη της έκθεσης αξιολόγησης, προαπαιτούμενο υπήρξε η σύνταξη και η συμπλήρωση δομημένων ερωτηματολογίων. Δομημένο ερωτηματολόγιο στην πράξη, σημαίνει πώς υπήρξε αυστηρά καθορισμένη σειρά των ερωτήσεων που δεν επέτρεψαν στον ερευνητή να ξεφύγει από αυτό το σχέδιο.

Προκειμένου να καλυφθούν οι όροι που τέθηκαν στην αρχή όσον αφορά τη σαφήνεια, την πληρότητα και τη συντομία, ακολουθήθηκαν ορισμένοι κανόνες για την σύνταξη και την επιλογή των ερωτήσεων.

Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου είναι γραμμένες σε κατανοητή γλώσσα προκειμένου να αποφευχθούν παρεξηγήσεις ή παρανοήσεις σε επίπεδο περιεχομένου. Ερωτήσεις οι οποίες διαμορφώθηκαν βάσει του πληθυσμού στον οποίο θα απευθύνονταν.

Επιστημονικοί ή δυσνόητοι όροι αποφεύχθηκαν για το λόγο που ήδη αναφέρθηκε.

Επομένως, ακολουθώντας τους κανόνες που υπάρχουν στη διαθέσιμη βιβλιογραφία, τα ερωτηματολόγια τα οποία παρουσιάζονται και στο παράρτημα ακολούθησαν της εξής μορφή:

1. Αρχικά, παρατίθενται μερικές ερωτήσεις εισαγωγικού περιεχομένου που ναι μεν είναι σχετικές με το θέμα της έρευνας αλλά μελετούν γενικότερα χαρακτηριστικά του ερωτωμένου και όχι αυτό καθαυτό το αντικείμενο της έρευνας. Στην προκείμενη περίπτωση η εισαγωγική ερώτηση αφορούσε γενικά τις υποδομές για ΑΜΕΑ στο νησί της Θάσου και αν αυτές κρίνονται επαρκείς από τους ίδιους τους πολίτες.
2. Εν συνεχεία, διατυπώθηκαν ερωτήσεις που αποτελούν τον πυρήνα του ερωτηματολογίου και έχουν άμεση σχέση με το υπό διερεύνηση θέμα. Ακολουθείται

με άλλα λόγια ένας παραγωγικός συλλογισμός. Επειδή όμως στην περίπτωση του προγράμματος “Destinations For All” οι ομάδες στόχοι δεν είναι ίδιες μεταξύ τους, οι ερωτήσεις εξειδικεύονται ανάλογα σε ποιον απευθύνονται. Επιπλέον, όπως φαίνεται και στο ερωτηματολόγιο που παρατίθεται στο παράρτημα μερικές ερωτήσεις απαιτούν απάντηση από συγκεκριμένη ιδιότητα συμμετέχοντα και όχι από όλους.

Οι ερωτήσεις που αποτελούν τον κορμό του ερωτηματολογίου, πρέπει να διατυπώνονται με τους κανόνες που έχουμε αναφέρει και με χρήση των κατάλληλων κλιμάκων. Σε αυτά τα ερωτηματολόγια ξεκινήσαμε με ερωτήσεις που είναι γενικότερες και συνεχίσαμε στις περισσότερο ειδικές και επικεντρωμένες. Ας έχουμε κατά νου ένα σχήμα σαν ένα τρίγωνο με τη βάση προς τα πάνω, φαρδύ στην αρχή και στενό αργότερα. Γενικότερες ερωτήσεις στην αρχή, ειδικότερες στο τέλος. Αυτό που εννοούμε εδώ είναι ότι αρχικά μπαίνουν οι γενικότερες και μετά οι ειδικές ερωτήσεις. Δεν εννοούμε ότι οι γενικότερες ερωτήσεις είναι περισσότερες από τις ειδικές όπως εσφαλμένα μπορεί να ερμηνευτεί από το σχήμα του τριγώνου.

Οι κλίμακες που επιλέχθηκαν είναι απόλυτα συμβατές με το θεωρητικό πλαίσιο που καλύπτει την ερευνητική διαδικασία ς αποτελούνται από ένα στοιχείο και σκοπό έχουν να καταγράψουν συνοπτικά αλλά με ακρίβεια τις απόψεις των ερωτωμένων. Αυτό που στις διάφορες εφαρμογές συμβατικά ονομάζουμε κλίμακες είναι στην πραγματικότητα δείκτες μέτρησης απόψεων.

Για τις ερωτήσεις που διατυπώθηκαν για τις ανάγκες της αξιολόγησης, υπάρχει ένα εύρος κλιμάκων. Αρχικά, χρησιμοποιήθηκαν οι διχοτομικές κλίμακες, οι οποίες προτιμώνται σε ερωτήσεις που επιδέχονται ως απάντηση μία από τις δύο δυνατές τιμές, όπως ΝΑΙ/ΟΧΙ. Στην προκείμενη οι ερωτήσεις που έχουν διατυπωθεί με αυτού του είδους την κλίμακα αναπτύσσονται ως εξής: « Πιστεύετε είναι εξοικειωμένοι οι επαγγελματίες της Θάσου με τα ΑμεΑ;» και « Στην επιχείρησή σας έχετε πρόσβαση για ΑμεΑ;»

Η πιο συνήθη μορφή κλίμακας που χρησιμοποιήθηκε στο παρόν ερωτηματολόγιο αφορά το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας των ερωτώμενων. Για την ορθή χρήση αυτής της κλίμακας ακολουθήσαμε πιστά τους κανόνες που θέτει η βιβλιογραφία βάσει των οποίων οφείλουν να καλύπτονται τα εξής:

- Η διατύπωση μιας καταφατικής πρότασης (όχι ερώτησης).
- Το αίτημα προς τον ερωτώμενο να δηλώσει το βαθμό συμφωνίας του προς τη διατυπωμένη άποψη.
- Η χρήση μιας κλιμάκωσης τιμών, συνήθως από το «διαφωνώ απόλυτα» έως το « συμφωνώ απόλυτα ».

Η πλειονότητα των ερωτήσεων αφορά το βαθμό συμφωνίας ή προτίμησης των ερωτηθέντων στις ερωτήσεις που τους έχουν τεθεί. Έχει γίνει, λοιπόν, όπως φανερώνεται και στα ερωτηματολόγια η χρήση μίας παραλλαγής της κλίμακας Likert στις οποίες χρησιμοποιούνται βαθμολογία ή αλλιώς θέσεις (βαθμίδες) και χρησιμοποιούνται για να υποδηλώσουν το άριστα ή την κακή βαθμολογία.

Οι ερωτήσεις επιλέχθηκαν προσεκτικά με απώτερο σκοπό να απαντούν η κάθε μία ξεχωριστά αλλά και όλες μαζί στα ερευνητικά ερωτήματα που αφορούν το βαθμό ικανοποίησης και επίτευξης των στόχων του προγράμματος.

5.2 Αποτελέσματα Έρευνας

Destinatios For All								
1. Φύλο								
Άνδρας	50%							
Γυναίκα	50%							
2. Ιδιότητα συμμετέχοντα στην έρευνα								
Επαγγελματίας Τουρισμού	29,00%	100,00%						
Εργαζόμενος στον κλάδο του Τουρισμού	6,25%							
Άτομο ΑμεΑ	8,00%							
Τουρίστας - Επισκέπτης	4,25%							
Κάτοικος Περιοχής	40%							
Άλλο	12,50%							
Βαθμολογία	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ	ΔΓ/ΔΑ		
3. Πιστεύετε ότι επαρκούν οι υποδομές ΑΜΕΑ στην περιοχή της Θάσσης;	62,50%	37,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	
Βαθμολογία	ΝΑΙ			ΌΧΙ				
4. Πιστεύετε ότι είναι εξοικειωμένοι οι επαγγελματίες της Θάσσης με τα ΑμεΑ;		0,00%				100%		
Βαθμολογία	ΝΑΙ			ΌΧΙ				
6. Στην επιχείρησή σας έχετε πρόσβαση για Αμεα;		66,66%				33,34%	100,00%	
Βαθμολογία	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ	ΔΓ/ΔΑ	Καμία απάντηση	
8. Θεωρείτε ότι οι παρεμβάσεις για βελτίωση της πρόσβασης ΑμεΑ στο δημοτικό camping Χρυσής Αμμουδιάς είναι απαραίτητες;	0,00%	0,00%	6,25%	18,75%	50%	0,00%	25%	100,00%
Βαθμολογία	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ	ΔΓ/ΔΑ	Καμία απάντηση	
9. Κατά πόσο πιστεύετε θα αυξηθεί ο τουρισμός ΑμεΑ στην περιοχή εξαιτίας των παρεμβάσεων που υλοποιούνται στο πλαίσιο του έργου;	0,00%	12,50%	12,50%	43,75%	18,75%	0,00%	12,50%	100,00%
Βαθμολογία	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ	ΔΓ/ΔΑ	Καμία απάντηση	
10. Κατά πόσο πιστεύετε θα αυξηθεί ο τουρισμός γενικά στην περιοχή εξαιτίας των παρεμβάσεων που υλοποιούνται στο πλαίσιο του έργου "Destinations For All"?	0,00%	12,50%	18,75%	50%	0,00%	0,00%	18,75%	100,00%

Οι συμμετέχοντες που απήντησαν στο ερωτηματολόγιο από ότι φαίνεται μοιράστηκαν ισόποσα σε άνδρες και γυναίκες. Όσο ήταν το πλήθος των ανδρών συμμετεχόντων στην έρευνα, ακριβώς το ίδιο ήταν και το πλήθος των γυναικών.



Η δεύτερη ερώτηση του ερωτηματολογίου που αφορά τα δημογραφικά έχει να κάνει με την ιδιότητα αυτού που συμμετέχει στην έρευνα.



Όπως έχει ήδη αναφερθεί και όπως διαφαίνεται και στο διάγραμμα, το ερωτηματολόγιο απευθύνεται σε επιχειρηματίες και εργαζόμενους στον κλάδο του τουρισμού, σε μόνιμους κατοίκους της περιοχής, στους επισκέπτες ή τουρίστες καθώς και σε άτομα με αναπηρίες. Να σημειωθεί πώς απαντήσεις έχουμε από όλες τις κατηγορίες ατόμων, γεγονός που δίνει την πανοραμική άποψη όλων των ενδιαφερόμενων μερών

Το 40% των ερωτηθέντων είναι μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής ενώ το 29% δραστηριοποιούνται στο νησί ως επαγγελματίες – επιχειρηματίες στο κομμάτι του

τουρισμού. Οι εργαζόμενοι που απασχολούνται επίσης στον ίδιο κλάδο αντιστοιχούν στο 6% ενώ τα άτομα με Αναπηρίες που είτε είναι μόνιμοι κάτοικοι του νησιού, είτε το επισκέφθηκαν ως τουρίστες αποτελούν το 8% του συνόλου των συμμετεχόντων στην έρευνα.

Τέλος, το 13% δεν ανήκει σε καμία από τις προαναφερθείσες κατηγορίες και μόνο το 4% ανήκει στην κατηγορία των τουριστών – επισκεπτών στο νησί.

Για την ερώτηση 3 «Πιστεύετε ότι επαρκούν οι υποδομές ΑΜΕΑ στην περιοχή της Θάσου;» και είμαστε στον βασικό κορμό του ερωτηματολογίου.



Για την καλύτερη αξιολόγηση και την ακριβέστερη απάντηση της ερώτησης δόθηκε στους ερωτώμενους 5βάθμια κλίμακα, η οποία ξεκινάει από το «Καθόλου» για να φτάσει ως το «Πάρα Πολύ». Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων σε αυτή την ερώτηση θεωρεί πως οι υποδομές στη Θάσο δεν είναι καθόλου επαρκείς, γεγονός που επιβεβαιώνει πως η δράση και οι πρωτοβουλίες του διασυνοριακού προγράμματος θα είναι καταλυτικές.

Δεδομένου πως σε αυτό το ποσοστό που απήντησε ότι οι υποδομές δεν είναι καθόλου επαρκείς ανήκουν και τα άτομα με αναπηρίες, το αντιμετωπίζουμε ξεκάθαρα ως «πρόβλημα» το οποίο απαιτεί επείγουσα λύση.

Επιπλέον και το 38% των πολιτών πιστεύουν πώς οι υποδομές αυτές είναι λίγο επαρκείς, ένα ποσοστό που πιστοποιεί την ήδη διατυπωμένη αντίληψη περί έλλειψης δομών για ανθρώπους με αναπηρία.

Λειτουργεί, λοιπόν, ως μία πρώτη κρίση σχετικά με το τι ενέργειες πρέπει να γίνουν άμεσα ώστε να μην αυξηθεί η τουριστική κίνηση στο νησί της Θάσου, αλλά και την ίδια στιγμή όλες οι δραστηριότητες, οι χώροι, τα καταστήματα και οι παραλίες να είναι εύκολα προσβάσιμα σε όλες τις πληθυσμιακές ομάδες.

Στόχος δεν είναι μόνο η αύξηση της ελκυστικότητας των τουριστών, αλλά να ενταχθεί η Θάσος στις περιοχές που έχουν φροντίσει σημαντικά για τους ανθρώπους με αναπηρίες.

Για την ερώτηση 4 «Πιστεύετε είναι εξοικειωμένοι οι επαγγελματίες της Θάσου με τα ΑμεΑ;» και συνδέεται άρρηκτα με την ερώτηση 5 «Αν ναι, πόσο εξοικειωμένοι πιστεύετε ότι είναι;». Η ερώτηση 4 επιδέχεται απάντηση με διχοτομική κλίμακα, η οποία επιτάσσει την επιλογή ανάμεσα σε «ΝΑΙ / ΟΧΙ» και μόνο αυτό, χωρίς επιλογή παραπάνω από μίας απάντησης.

Το σύνολο λοιπόν των ερωτηθέντων, ήτοι το 100% απήντησε ότι δεν πιστεύει πώς οι επαγγελματίες της Θάσου είναι εξοικειωμένοι με τα ΑμεΑ. Αυτό ταυτόχρονα προκαλεί την παρατήρηση πώς απαιτούνται σίγουρα σεμινάρια και ημερίδες προκειμένου οι επιχειρηματίες και οι εργαζόμενοι να παιδευτούν σχετικά με τις ανάγκες και τις απαιτήσεις των ανθρώπων με αναπηρία.

Εφόσον, δεν είναι εξοικειωμένοι, δεν γνωρίζουν και με ποιο τρόπο να αναδιαμορφώσουν τις επιχειρήσεις τους ώστε να εντάξουν πρόσβαση όπως ράμπες ή λοιπές λύσεις διευκόλυνσης για όλους τους επισκέπτες και μόνιμους κατοίκους του νησιού.

Η ερώτηση 5 δεν απαντήθηκε εφόσον όπως ήδη αναφέραμε απαιτούσε την απάντηση «ΝΑΙ» στην ερώτηση 4. Εφόσον, οι επαγγελματίες δεν είναι καθόλου εξοικειωμένοι και το σύνολο των απαντήσεων ήταν «ΟΧΙ», δεν μπορεί να μετρηθεί η απουσία εξοικείωσης.

Για την ερώτηση 6 «Στην επιχείρησή σας έχετε πρόσβαση για ΑμεΑ;»



Να σημειωθεί πώς η ρητή οδηγία που συνοδεύει αυτή την ερώτηση είναι πώς αφορά αποκλειστικά τους επαγγελματίες και τους εργαζόμενους που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού.

Το 67% των επαγγελματιών απήντησε θετικά, πώς υπάρχει πρόβλεψη για εύκολη πρόσβαση σε ανθρώπους με αναπηρία οποιασδήποτε φύσης. Μόνο το 33% των ερωτηθέντων απήντησε αρνητικά. Η διχοτομική κλίμακα που επιδέχεται μόνο μία απάντηση επιλέχθηκε και σε αυτήν την ερώτηση η οποία όμως γίνεται πιο συγκεκριμένη και αναλύεται με τη βοήθεια της υποερώτησης «Αν ναι, τι είδους πρόσβασης;».

Πρόκειται για μία ερώτηση ανοιχτού τύπου που επιτρέπει στον ερωτώμενο να εκφράσει ελεύθερα τις ιδέες και προτάσεις του. Οι απαντήσεις που συλλέχθηκαν δε διαφέρουν και πολύ μεταξύ τους αφού όσοι έχουν προβλέψει για μία λειτουργική επιχείρηση κα φιλική προς τα άτομα με αναπηρία, σε προτεραιότητα έχουν θέσει την κατασκευή ραμπών.

Οι επαγγελματίες στον ξενοδοχειακό τομέα έχουν φροντίσει για τη διαμόρφωση δωματίων που να επιτρέπει την εύκολη πρόσβαση και διαμονή μέσα και έξω από αυτά. Στη διαμόρφωση νοούνται τόσο ο χώρος της κρεβατοκάμαρας, της κουζίνας, όσο και χώρος της τουαλέτας. Για να είναι ορθά διαμορφωμένο ένα τουριστικό κατάλυμα διαμονής ώστε να φιλοξενήσει άτομα με αναπηρία πρέπει να είναι ολοκληρωμένο και να καλύπτει όλες τις πτυχές.

Σίγουρα οι ενέργειες που έχουν υλοποιηθεί μέχρι στιγμής, δεν επαρκούν, ούτε ανταποκρίνονται στα πρότυπα που έχουν θέσει οι ιθύνοντες του διασυνοριακού προγράμματος. Στόχος είναι η αύξηση της ελκυστικότητας των τουριστών και αυτό απαιτεί την ολοκληρωτική αναπροσαρμογή όλων των υπηρεσιών τόσο σε επίπεδο Δήμου όσο και σε επίπεδο επιχειρήσεων.

Για την ερώτηση 8 «Θεωρείτε ότι οι παρεμβάσεις για βελτίωση της πρόσβασης ΑμεΑ στο δημοτικό camping Χρυσής Αμμουδιάς είναι απαραίτητες;»



Για την ανάλυση αυτού του διαγράμματος, χρειάζεται να τονιστεί πώς υπάρχει ένα σημαντικό ποσοστό της τάξης του 25% το οποίο δεν απήντησε στην εν λόγω ερώτηση, είτε από αμέλεια, είτε επειδή δεν ήθελε.

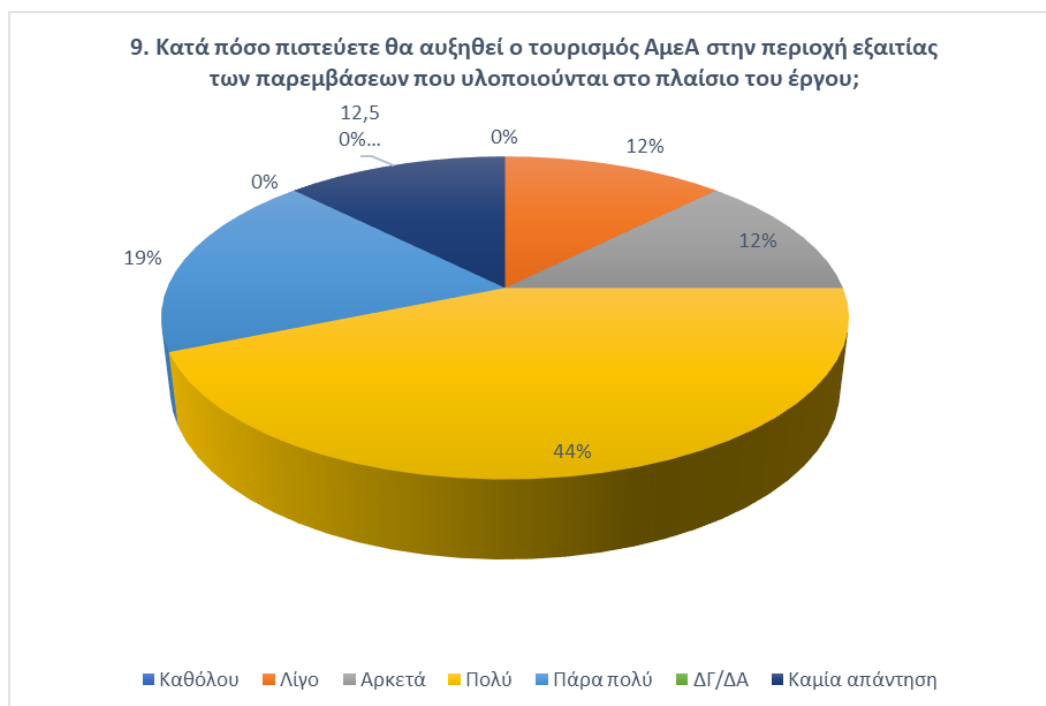
Το 50% του συνόλου των συμμετεχόντων πιστεύει πώς οι παρεμβάσεις που γίνονται στο δημοτικό camping είναι πάρα πολύ σημαντικές επειδή συμβάλλουν στη συνολική εφαρμογή καινοτόμων μέτρων για την διατήρηση και την προώθηση των τουριστικών στοιχείων.

Εξάλλου, η φιλοσοφία του camping όσο περνούν τα χρόνια κερδίζει περισσότερο έδαφος και είναι πολλοί εκείνοι που ταξιδεύουν και επιλέγουν την εναλλακτική μορφή διαμονής. Στο νησί της Θάσου, εφόσον υπάρχει ένα δημοτικό camping, επιδιώκεται η άρτια και ολοκληρωμένη λειτουργία του. Στοχεύει στην προσέλευση όλων των πληθυσμιακών ομάδων ανεξαρτήτου χρώματος, φύλου, ηλικίας και τελικά της ύπαρξης κάποιας αναπηρίας ή όχι.

Το 19% θεωρεί πώς οι παρεμβάσεις είναι απλά πολύ σημαντικές. Μόλις το 6% πιστεύει ότι είναι αρκετά σημαντικές. Η πλειονότητα των ερωτώμενων πιστεύει στις πρωτοβουλίες που έχουν στόχο τη συνολική βελτίωση των τουριστικών υπηρεσιών και τελικά την καλή διαφήμιση της Θάσου.

Σίγουρα, οι ιδέες για την καλύτερη πρόσβαση όλων στις τουριστικές υπηρεσίες της Θάσου που γίνονται σταδιακά πράξη είναι μία καλή εκκίνηση, όμως δεν πρέπει να σταματήσει εκεί. Εν συνεχεία, θα γίνει εκτενής αναφορά τόσο στις υπηρεσίες και τις υποδομές που πρέπει να αναπτυχθούν όσο και στον τρόπο που θα λειτουργήσουν στην πράξη.

Για την ερώτηση 9 « Κατά πόσο πιστεύετε ότι θα αυξηθεί ο τουρισμός ΑμεΑ στην περιοχή εξαιτίας των παρεμβάσεων που υλοποιούνται στο πλαίσιο του έργου “Destinations For All”;»



Το 44% των ερωτηθέντων θεωρεί πώς οι παρεμβάσεις που υλοποιούνται τόσο στο Δήμο Θάσου θα συμβάλλουν «Πολύ» στην αύξηση του τουρισμού ιδιαίτερα στα άτομα με αναπηρίες. Το 19% του συνόλου όσων απήντησαν στο ερωτηματολόγιο πιστεύουν πώς όλες αυτές οι ενέργειες θα συμβάλλουν στο μέγιστο βαθμό ήτοι «Πάρα πολύ» στην όλη προσπάθεια προσέλκυσης περισσότερων τουριστών.

Η γνώμη των πολιτών σχετικά με το κατά πόσο πιστεύουν οι ίδιοι σε αυτές τις ενέργειες είναι σημαντική για τον εξής λόγο.

Αν οι πολίτες του Δήμου Θάσου δεν πιστεύουν στις παρεμβάσεις στο πλαίσιο του διασυνοριακού προγράμματος, ενδεχομένως να διαμαρτυρηθούν, να μην στηρίξουν και τελικά να εμποδίσουν την όποια εξέλιξη και πρόοδο. Αν όμως διάκινεται θετικά, θα βοηθήσουν με όποιο τρόπο μπορεί ο καθένας προκειμένου να ολοκληρωθεί όσο το δυνατόν πιο σύντομα και τα αποτελέσματα να είναι ορατά.

Τέλος, για την ερώτηση 10 «Κατά πόσο πιστεύετε θα αυξηθεί ο τουρισμός γενικά στην περιοχή εξαιτίας των παρεμβάσεων που υλοποιούνται στο πλαίσιο του έργου «Destinations For All;»



Ακόμη μία φορά, η πλειονότητα των ερωτηθέντων τάσσεται υπέρ και έχει θετική γνώμη σχετικά με τις παρεμβάσεις και την αύξηση του τουρισμού γενικά. Με άλλα λόγια το 50% πιστεύει «Πολύ» ότι θα αυξηθεί ο τουρισμός στην ελληνική περιοχή της Θάσου και πιθανόν να λειτουργήσει και ως πρότυπο και για άλλες περιοχές ή νησιά που μέχρι στιγμής δεν έχουν προβλέψει για ανάλογα ζητήματα.

Μόνο το 12% των ερωτηθέντων δε θεωρεί πώς θα υπάρχει αποτελεσματική άνοδος της τουριστικής κίνησης εξαιτίας των παρεμβάσεων αυτών. Το ποσοστό αυτό μπορεί να εξηγηθεί διττά. Αυτό το ποσοστό των πολιτών θεωρούν είτε πώς η τουριστική κίνηση στη Θάσο είναι ήδη αυξημένη οπότε οι παρεμβάσεις δε θα προσφέρουν κάτι περισσότερο. Είτε δεν πιστεύουν στα αλήθεια πώς αυτές οι παρεμβάσεις θα συμβάλλουν και θα λειτουργήσουν όντως θετικά και καταλυτικά στην καλύτερη εξυπηρέτηση των ανθρώπων με αναπηρίες.

Να σημειωθεί επιπλέον πώς ένα σημαντικό ποσοστό της τάξης του 19% επέλεξε να μην απαντήσει καθόλου στην τελευταία ερώτηση του δομημένου ερωτηματολογίου.

Κεφάλαιο 6^ο

6.1 Καλές Πρακτικές

Υπάρχουν ελάχιστες πόλεις ή περιοχές που κάλλιστα θα μπορούσαν να αποτελέσουν υπόδειγμα προσβασιμότητας. Εδώ πρέπει να τονίσουμε ότι μια ράμπα δεν κάνει κάποιο σημείο προσβάσιμο. Ένα σημείο θεωρείται προσβάσιμο όταν πληροί κάποιες προϋποθέσεις και διαθέτει ένα σύνολο υποδομών τόσο σε επίπεδο κτιρίων όσο και σε δημόσιους χώρους όπως πλατείες και πεζοδρόμια.

Χρειάζονται κατάλληλες διαστάσεις σε διαδρόμους, πεζοδρόμια, ανελκυστήρες και ράμπες. Επίσης, μεγάλη έμφαση πρέπει να δίνεται και στη διασύνδεση των προσβάσιμων σημείων καθώς ένα άτομο με αμαξίδιο θα πρέπει να μπορεί να πηγαίνει από το ένα σημείο στο άλλο. Π.χ. Μία κατάλληλη θέση παρκαρίσματος ΑμεΑ πρέπει να επικοινωνεί με τα υπόλοιπα προσβάσιμα σημεία αλλιώς δεν εξυπηρετεί το λόγο για τον οποίο φτιάχτηκε.

Κομοτηνή

Στην πόλη της Κομοτηνής έχει γίνει εξαιρετική πρόοδος που οφείλεται στο σύλλογο «περπατώ» και αποτελεί την πόλη- πρότυπο σχετικά με την προσβασιμότητα, όπου πολλά άτομα με αμαξίδιο, μετακομίζουν εκεί από πολλά μέρη της Ελλάδας, για να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής τους. Τα πεζοδρόμια έχουν διαμορφωθεί με το κατάλληλο πλάτος και ράμπες με σωστή κλίση. Ορισμένα σημεία μαζικής εστίασης διαθέτουν κατάλληλη ράμπα στην είσοδο, ενώ οι περισσότερες δημόσιες υπηρεσίες έχουν προβλέψει για την πρόσβαση και όλα αυτά να συνοδεύονται από κατάλληλες θέσεις παρκαρίσματος ΑμεΑ.

Κω

Στην Κω έχει γίνει ικανοποιητική δουλειά καθώς υπάρχουν κατάλληλοι ποδηλατόδρομοι όπου μπορούν να κινούνται αμαξίδια, μια προσβάσιμη παραλία με κατάλληλες υποδομές κι ένα σύνολο πέντε ξενοδοχείων τα οποία διαθέτουν κατάλληλα διαμορφωμένα δωμάτια για αναπηρικό αμαξίδιο. Επίσης συγκεκριμένα αξιοθέατα διαθέτουν κατάλληλη πρόσβαση.

7. Συμπεράσματα – Προτάσεις

Στην Ελλάδα ο τουρισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες δεν είναι ανεπτυγμένος όσο θα περίμενε κανείς για τα δεδομένα μιας ευρωπαϊκής χώρας με ανεπτυγμένη τουριστική βιομηχανία.

Αυτή η κατηγορία τουριστών - επισκεπτών στην Ελλάδα δεν είχε ληφθεί μέχρι σήμερα σοβαρά ως target group, για αυτό και δεν υπήρξαν οι κατάλληλες υποδομές. Τα τελευταία χρόνια όμως έχουν γίνει και συνεχίζουν να γίνονται κάποιες προσπάθειες για την προσέλκυση και εξυπηρέτηση αυτής της κατηγορίας τουριστών.

Η παρούσα μελέτη πραγματεύεται ένα ζήτημα που αφορά την πρόσβαση των τουριστών – ΑμεΑ στο νησί της Θάσου και στην ικανοποίησή τους από την παραμονή τους στην πόλη και τις υπηρεσίες που έλαβαν.

Τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα αφορούσαν το κατά πόσο υπάρχουν κατάλληλες υποδομές στο Δήμο Θάσου για την υποδοχή και φιλοξενία τουριστών- ΑμεΑ, στη διερεύνηση της αντίληψης που έχουν για τις υπηρεσίες που παρέχονται σε αυτή την κατηγορία επισκεπτών, καθώς και στο βαθμό ικανοποίησης αυτής της κατηγορίας επισκεπτών από τις υπηρεσίες που τους παρέχονται.

Τα αποτελέσματα της έρευνας, ήταν ιδιαίτερα κατατοπιστικά σχετικά με την ικανοποίηση τόσο των μόνιμων κατοίκων και επιχειρηματιών όσο και των τουριστών ΑμεΑ στην περιοχή.

Η πλειονότητα των ερωτηθέντων, ήτοι το 67,50% θεωρεί πως στην περιοχή της Θάσου οι δομές που υπάρχουν για την καλύτερη εξυπηρέτηση των ανθρώπων με αναπηρίες δεν επαρκούν ενώ το σύνολο των επαγγελματιών δεν πιστεύουν πως είναι εξοικειωμένοι με τις πληθυσμιακές ομάδες που έχουν κάποιες μορφές αναπηρία.

Ως συμπέρασμα λοιπόν αυτής της έρευνας αποτελούν οι ενέργειες που πρέπει να ληφθούν άμεσα ώστε τα ποσοστά αυτά να αντιστραφούν και σε ενδεχόμενη μελλοντική έρευνα, η πλειονότητα των ερωτηθέντων να πιστεύει πως οι υποδομές και οι πρωτοβουλίες για τα άτομα με αναπηρίες είναι επαρκείς.

Πιο συγκεκριμένα, χρειάζεται, ένα σύνολο υποδομών για να υπάρξει σωστή πρόσβαση σε παραλίες, όπως οριοθετημένη θέση παρκαρίσματος ΑμεΑ, κατάλληλο διάδρομο με σωστή κλίση που να διασυνδέει τη θέση πάρκινγκ με την παραλία και ένα αμφίβιο αμαξίδιο για την είσοδο στην θάλασσα, σε περίπτωση που δεν υπάρχει η πλατφόρμα seatrac (αυτά είναι τα ελάχιστα). Το ιδανικό θα ήταν να συνοδεύονται από μεγάλο αποδυτήριο κατάλληλο για αμαξίδιο, τουαλέτα ΑμεΑ και τοπικό ναυαγοσώστη.

Προτάσεις

Φαίνεται πως χρειάζεται απλώς περισσότερη φροντίδα και προσοχή ώστε να εξοπλιστούν κατάλληλα οι εγκαταστάσεις και η χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας ώστε να γίνουν ακόμη και τα αξιοθέατα προσβάσιμα. Αυτό είναι δυνατό είτε με την «καθολική σχεδίαση» του προορισμού από την αρχή, είτε με ορισμένες παρεμβάσεις και αλλαγές στο χώρο μετέπειτα. Παρεμβάσεις με στόχο την αύξηση της προσβασιμότητας των χώρων όσον αφορά στην προσπελασιμότητα των κατασκευαστικών εμποδίων, αποτελούν η κυλιόμενη σκάλα, οι ανελκυστήρες, η ράμπα με διαβαθμισμένη κλίση, οι μικρές πλαστικές πλατφόρμες, οι προσωρινές πρόσθετες ράμπες και οι ράμπες ως εναλλακτική διαδρομή δίπλα από τα σκαλοπάτια.

Σε συνέχεια των παραπάνω προτάσεων, γίνεται σαφές ότι το κράτος, η πολιτεία, η εκάστοτε κυβέρνηση, η αυτοδιοίκηση και όλοι οι αρμόδιοι φορείς θα πρέπει επιτέλους να δώσουνε την κατάλληλη σημασία και την οριστική λύση στο θέμα των ΑμεΑ, όχι μόνο στον τουριστικό τομέα αλλά και σε όλα τα δημόσια ή ιδιωτικά κτίρια που λειτουργούν για το κοινό, είτε είναι δημόσιες υπηρεσίες είτε ιδιωτικές επιχειρήσεις, με την δημιουργία κατάλληλων υποδομών.

→ Η βασική πρόταση που προκύπτει από την εν λόγω έρευνα είναι η προσπάθεια βελτίωσης των υποδομών σε δρόμους, ξενοδοχεία, καταστήματα/εστιατόρια,

αεροδρόμια, αρχαιολογικούς χώρους, ώστε να υπάρχει η δυνατότητα πρόσβασης σε άτομα με ειδικές ανάγκες.

- Στη συνέχεια η ανάπτυξη ποιοτικότερων υπηρεσιών με σεβασμό στο συνάνθρωπο, μέσα από την παροχή συνεχούς εκπαίδευση των εργαζομένων σε δημόσιες και ιδιωτικές υπηρεσίες.
- Επίσης μια ενδιαφέρουσα πρόταση είναι η ενίσχυση και παρότρυνση των ιδιωτικών επιχειρήσεων στο να αναβαθμίσουν τις υποδομές τους και να καταρτίσουν τους εργαζομένους τους, μέσα από αξιοποίηση ευρωπαϊκών προγραμμάτων ή αναπτυξιακών νόμων.
- Ταυτόχρονα κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική η δημιουργία και βελτίωση σταθμών μέσων μεταφοράς όπως π.χ. του ΚΤΕΛ., προκειμένου να μπορούν να χρησιμοποιούνται από όλες τις κατηγορίες επισκεπτών.

Καλό θα ήταν να εμπλακούν τα ίδια τα άτομα με αναπηρίες από το πρώιμο στάδιο της διαμόρφωσης ενός προορισμού, συνεισφέροντας με τις εμπειρίες τους αλλά και με τις προτάσεις τους για την εφαρμογή των αλλαγών. Στο ίδιο αναφέρονται αναλυτικά σύμφωνα με τους ενδιαφερόμενους (ΑμεΑ), ποια είναι τα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει ένας προσβάσιμος τουριστικός προορισμός τα οποία αναπτύσσονται ως εξής:

- Προσβάσιμη ιστοσελίδα
- Προσβάσιμη μεταφορά
- Προσβάσιμες εγκαταστάσεις διαμονής
- Προσβάσιμες υπηρεσίες εστίασης
- Προσβάσιμα προγράμματα
- Προσβάσιμη παροχή πληροφοριών στην τοποθεσία

- Ασφαλές περιβάλλον και επαγγελματική παροχή υπηρεσιών από τους υπεύθυνους και το προσωπικό

Το τελευταίο αίτημα φαίνεται να ανήκει και σε όσους επαγγελματίες παρέχουν προσβάσιμες υπηρεσίες, δηλαδή να παρακολουθήσουν οι εργαζόμενοί τους σεμινάρια ώστε να αναπτύξουν τις επαγγελματικές τους ικανότητες και την προσωπική τους ευαισθησία.

Εν κατακλείδι, αυτό που πρέπει πάνω απ' όλα να γίνει, είναι η ενημέρωση όλων και η ευαισθητοποίησή τους. Το έλλειμμα που παρατηρείται στην αυτόνομη διακίνηση και διαβίωση των ΑμεΑ, θα καλυφθεί αποτελεσματικά όχι μόνο μέσα από θεσμικές αλλαγές, οδηγίες, τεχνογνωσία και εμπειρία, αλλά και μέσα από αναμορφώσεις και θέσπιση αυστηρών προδιαγραφών. Κάθε χώρος οφείλουμε να είναι κατά τέτοιο τρόπο δομημένος, ώστε να ικανοποιεί τις ανάγκες όλων των πιθανών χρηστών του. Μόνο μέσω της φιλοσοφίας της καθολικής σχεδίασης θα μπορέσουμε να μιλήσουμε για μία πραγματικά βιώσιμη πόλη και για ένα ασφαλές και προσβάσιμο περιβάλλον από και για όλους.

Όμως τελικά, όπως αναδύεται η προσβασιμότητα δεν αναφέρεται μόνο στο τεχνητό περιβάλλον και τα φυσικά εμπόδια. Η φυσική πρόσβαση είναι προφανώς μια βασική προϋπόθεση, ώστε να παρέχεται πρόσβαση στα άτομα με σοβαρά προβλήματα κινητικότητας αλλά η προσβασιμότητα αναφέρεται επίσης και στη προσβασιμότητα των ιστοσελίδων και των γραπτών εγγράφων, τη σηματοδότηση, την επικοινωνία, τις μεταφορές, ακόμη και την επίγνωση της αναπηρίας από τα μέλη του προσωπικού στον τουριστικό τομέα: την παροχή προσβάσιμων υπηρεσιών η οποία είναι η βάση – κεντρική ιδέα, ώστε να επιτευχθεί ένας «φιλικός προς το χρήστη», τουρισμός προς όλους.

Μελλοντικές Προεκτάσεις

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον στο μέλλον θα παρουσίαζε η μελέτη διαδικασιών μάρκετινγκ, από την πλευρά των επιχειρήσεων, αλλά και της τοπικής αυτοδιοίκησης για την προσέγγιση τέτοιου είδους αγορών, δηλαδή ποιο θα ήταν το κατάλληλο μείγμα μάρκετινγκ για να προσεγγιστεί με επιτυχία μια αγορά-στόχος όπως τα άτομα με ανάγκες. Επιπλέον σημαντική θα ήταν η

μελέτη για το τι αλλαγές έχουν γίνει στις υποδομές, αν έχουν γίνει στο Δήμο Θάσου από κρατική πρωτοβουλία ή ακόμα και από ιδιωτική πρωτοβουλία.

Παράρτημα – Ερωτηματολόγιο