



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ  
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ «ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»  
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ «ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»

Διπλωματική Μελέτη

**Home Exchange: Μια εναλλακτική επιλογή για διακοπές**



Φοιτήτρια: Τσατσαρώνη Αικατερίνη (213104)

Τριμελής Επιτροπή

Επιβλέπουσα: Σδράλη Δέσποινα, Επίκ. Καθηγήτρια

Μέλη: Αμπελιώτης Κωνσταντίνος, Αναπλ. Καθηγητής

Θεοδωροπούλου Ελένη, Καθηγήτρια

Αθήνα, Ιούνιος 2016



## Ευχαριστίες

Για την ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής μελέτης χρειάστηκε η πολύτιμη συμβολή, καθοδήγηση και ενθάρρυνση από μια σειρά προσώπων, τα οποία και επιθυμώ να ευχαριστήσω θερμά.

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα της εργασίας μου, Επίκουρη Καθηγήτρια κ. Δέσποινα Σδράλη, για τη συνεχή καθοδήγηση, την αμέριστη υποστήριξη, τις ουσιώδεις συμβουλές και παρατηρήσεις, καθώς και την αδιάκοπη συμπαράσταση και ενθάρρυνση που μου παρείχε καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας.

Επίσης, ευχαριστώ τα μέλη της τριμελούς συμβουλευτικής επιτροπής, τον Αναπληρωτή Καθηγητή κ. Κωνσταντίνο Αμπελιώτη και την Καθηγήτρια κ. Ελένη Θεοδωροπούλου, για τις υποδείξεις και τον χρόνο που διέθεσαν προκειμένου να ολοκληρωθεί η εργασία μου.

Επιπλέον, ολόκληρο το ανθρώπινο δυναμικό της σχολής, για τις γνώσεις που μου μετέδωσαν, αλλά κυρίως για τον νέο τρόπο σκέψης που μου εμφύσησαν κατά τη διάρκεια της φοίτησής μου στο συγκεκριμένο πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών.

Παράλληλα, θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στην κ. Ιωάννα Παπαοικονόμου, υπεύθυνη της HomeExchange.gr στην Ελλάδα, για την αμέριστη βοήθεια που μου προσέφερε, ώστε να επιτευχθεί η συμπλήρωση και συλλογή των ερωτηματολογίων της παρούσας εργασίας. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τα μέλη της HomeExchange.com στην Ελλάδα για τον πολύτιμο χρόνο που αφιέρωσαν για τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων.

Δεν θα μπορούσα να μην ευχαριστήσω ιδιαίτερα την οικογένειά μου, που μου πρόσφερε ηθική και υλική βοήθεια σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου και στήριξε έμπρακτα και συνεχόμενα τις επιλογές μου.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους μου τους φίλους για την αμέριστη συμπαράσταση και τον χρόνο που μου προσέφεραν κατά τη διάρκεια συγγραφής της παρούσας εργασίας και τους συμφοιτητές μου για τη συνεργασία, την ανταλλαγή ιδεών και εμπειριών και την υποστήριξη που ελπίζω να τους ανταπέδωσα.



## Περίληψη

Στην παρούσα εργασία έγινε προσπάθεια να μελετηθεί το προφίλ των Ελλήνων Home Exchangers και να διαπιστωθούν τα κίνητρα που τους ώθησαν στο συγκεκριμένο είδος τουρισμού καθώς και η άποψή τους γύρω από το φαινόμενο αυτό. Μελετήθηκε ο βαθμός εξοικείωσης των Ελλήνων με αυτή τη νέα μορφή τουρισμού, ο τρόπος που ήρθαν σε επαφή μαζί του καθώς και οι απόψεις τους για τυχόν μελλοντική περαιτέρω ανάπτυξή του. Παράλληλα, μελετήθηκε η γενικότερη φιλοσοφία που φέρει ο Έλληνας τουρίστας σχετικά τόσο με τον εναλλακτικό τουρισμό όσο και γενικότερα με την ιδέα των ταξιδιών.

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν έδειξαν ότι η σημερινή κοινωνία αναζητεί ένα διαφορετικό τύπο διακοπών, χωρίς ακόμα να είναι πλήρως ενημερωμένη και εξοικειωμένη με τις μορφές του εναλλακτικού τουρισμού και ειδικότερα της ανταλλαγής κατοικιών. Τέλος, φαίνεται ότι μέσα από σωστή διάχυση της πληροφορίας, τα επόμενα χρόνια θα μπορούσε να αναπτυχθεί ακόμα περισσότερο ο εναλλακτικός τουρισμός και να αυξηθούν τα άτομα τα οποία θα επιλέγουν να πραγματοποιούν διακοπές “σαν ντόπιοι”.

## **Abstract**

In this thesis we tried to study the profile of Greek Home Exchangers and to identify the reasons which made them being friendly with this kind of tourism and their view on this . We studied how familiar seems to Greeks this new form of tourism , the way they came in contact with it and their opinion about any further development in future. We also tried to study the general Greek philosophy about both alternative tourism and generally the travels.

The results showed that the current society is looking for a different type of holidays, without even being fully aware and familiar with new forms of alternative tourism and especially of home exchange. Finally, it seems that with more information in the future, it could be developed further the section of alternative tourism and raise the number of people who will choose to “live like a local” to their holidays.



## Περιεχόμενα

|                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Εισαγωγή .....                                                                                       | 11 |
| Κεφάλαιο 1: Τουρισμός .....                                                                          | 13 |
| 1.1. Μια εισαγωγή στον τουρισμό .....                                                                | 13 |
| 1.2. Ο τουρισμός ειδικών και εναλλακτικών μορφών .....                                               | 15 |
| 1.3. Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού .....                                                 | 18 |
| 1.3.1. Αγροτουρισμός .....                                                                           | 18 |
| 1.3.2. Οικοτουρισμός .....                                                                           | 19 |
| 1.3.3. Τουρισμός υγείας .....                                                                        | 20 |
| 1.3.4. Θρησκευτικός τουρισμός .....                                                                  | 20 |
| 1.3.5. Πολιτιστικός τουρισμός .....                                                                  | 21 |
| 1.3.6. Θαλάσσιος τουρισμός .....                                                                     | 22 |
| 1.3.7. Συνεδριακός τουρισμός .....                                                                   | 22 |
| 1.3.8. Ορεινός τουρισμός .....                                                                       | 23 |
| 1.3.9. Αθλητικός τουρισμός .....                                                                     | 23 |
| 1.3.10. Τουρισμός τρίτης ηλικίας .....                                                               | 24 |
| Κεφάλαιο 2: Ο τουρισμός στην Ελλάδα .....                                                            | 25 |
| 2.1. Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού στην Ελλάδα .....                                                | 25 |
| 2.2. Κύριοι παράγοντες ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα .....                                     | 27 |
| 2.3. Εποχικότητα του Τουρισμού στην Ελλάδα .....                                                     | 28 |
| 2.4. Η οικονομική επίδραση του τουρισμού .....                                                       | 30 |
| Κεφάλαιο 3: Η ανταλλαγή σπιτιών .....                                                                | 33 |
| 3.1. Η ανταλλακτική οικονομία .....                                                                  | 33 |
| 3.2. Η ανταλλακτική οικονομία στον τουρισμό .....                                                    | 34 |
| 3.3. Πλατφόρμες ανταλλαγής σπιτιών .....                                                             | 35 |
| 3.3.1 HomeLink International ( <a href="http://homelink.org/en/">http://homelink.org/en/</a> ) ..... | 35 |

|                                                                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.3.2. Intervac ( <a href="http://www.intervac-homeexchange.com/">http://www.intervac-homeexchange.com/</a> ) .....           | 36 |
| 3.3.3. Green Theme International ( <a href="https://www.gti-home-exchange.com/">https://www.gti-home-exchange.com/</a> )..... | 37 |
| 3.3.4. Love Home Swap ( <a href="http://www.lovehomeswap.com/">http://www.lovehomeswap.com/</a> ) .....                       | 37 |
| 3.4. Η φιλοξενία .....                                                                                                        | 37 |
| 3.4.1 Η περίπτωση της Airbnb ( <a href="http://www.airbnb.gr">www.airbnb.gr</a> ).....                                        | 38 |
| 3.5. Τα πλεονεκτήματα του Home Exchange .....                                                                                 | 39 |
| Κεφάλαιο 4: Η εταιρία HomeExchange.com .....                                                                                  | 40 |
| 4.1. Μια εισαγωγή στη HomeExchange.com.....                                                                                   | 40 |
| 4.2. Η λειτουργία της HomeExchange.com .....                                                                                  | 41 |
| 4.3. Η ασφάλεια της HomeExchange.com.....                                                                                     | 42 |
| 4.4. Εμπειρίες μελών της HomeExchange.com .....                                                                               | 42 |
| Κεφάλαιο 5: Εμπειρικές προσεγγίσεις.....                                                                                      | 44 |
| 5.1. Έρευνα του Πανεπιστημίου του Bergamo, Ιταλία .....                                                                       | 44 |
| 5.2. Έρευνα για τους Έλληνες Home Exchangers .....                                                                            | 45 |
| Κεφάλαιο 6: Μεθοδολογία έρευνας.....                                                                                          | 47 |
| Κεφάλαιο 7: Αποτελέσματα έρευνας.....                                                                                         | 49 |
| 7.1 Προφίλ των Ελλήνων Home Exchangers .....                                                                                  | 49 |
| 7.2 Κατηγορίες των Ελλήνων Home Exchangers .....                                                                              | 66 |
| Κεφάλαιο 8: Συζήτηση αποτελεσμάτων .....                                                                                      | 72 |
| Κεφάλαιο 9: Συμπεράσματα .....                                                                                                | 75 |
| Βιβλιογραφία .....                                                                                                            | 78 |
| Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία .....                                                                                                 | 78 |
| Ελληνική Βιβλιογραφία .....                                                                                                   | 79 |
| Διαδικτυακές Πηγές .....                                                                                                      | 81 |
| Παράρτημα.....                                                                                                                | 82 |



## Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σημαντική ανάπτυξη του τουρισμού τόσο σε διεθνές όσο και σε ελληνικό επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα, ταυτόχρονα με την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, παρατηρείται ταχεία ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Οι μορφές αυτές είναι φιλικές προς τις τοπικές κοινωνίες και το περιβάλλον και σέβονται και αναδεικνύουν τα τοπικά μοναδικά χαρακτηριστικά κάθε περιοχής. Παράλληλα, προσφέρουν στον ταξιδιώτη μια σειρά διαφορετικών εμπειριών και τη δυνατότητα της πλήρους επαφής με το δομημένο και φυσικό τοπίο κάθε περιοχής.

Ένα νέο είδος εναλλακτικού τουρισμού, που συνεχώς κερδίζει έδαφος, είναι η ανταλλαγή σπιτιών και η ευκαιρία των τουριστών να βιώσουν ως ντόπιοι κάτοικοι την εμπειρία της ζωής στην περιοχή ανταλλαγής τους.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να μελετήσει το προφίλ των Ελλήνων Home Exchangers και να διαπιστωθούν τα κίνητρα που τους ώθησαν στο συγκεκριμένο είδος τουρισμού καθώς και οι απόψεις τους γύρω από τον τύπο αυτόν διακοπών.

Προκειμένου να επιτευχθεί ο σκοπός της εργασίας, αυτή χωρίστηκε σε 8 κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια γενική εισαγωγή στην έννοια του τουρισμού και τις επιπτώσεις του. Παράλληλα, αναφέρεται στον εναλλακτικό τουρισμό και παρουσιάζονται οι πλέον δυναμικές αναπτυσσόμενες μορφές του.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται η ιστορική εξέλιξη του τουρισμού στην Ελλάδα, καθώς και οι κύριοι παράγοντες ανάπτυξής του. Επίσης, μελετάται η επίδρασή του στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας και η εποχικότητα που προκαλείται.

Το τρίτο κεφάλαιο πραγματεύεται την έννοια της ανταλλακτικής οικονομίας και το πώς αυτή εισάγεται στον τομέα του τουρισμού. Ταυτόχρονα, δίνεται συνοπτικά η ιστορία της δημιουργίας της ιδέας της ανταλλαγής σπιτιών για διακοπές και παρουσιάζονται οι σημαντικότερες ηλεκτρονικές πλατφόρμες ανταλλαγής σπιτιών.

Το τέταρτο κεφάλαιο επικεντρώνεται στην ιστορία της εξέλιξης της ιστοσελίδας HomeExchange.com και στη λειτουργία της. Παρουσιάζονται η φιλοσοφία και ο τρόπος λειτουργίας της, όπως επίσης και απόψεις μελών της.

Στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις ήδη υπάρχουσες έρευνες σχετικά με το φαινόμενο της ανταλλαγής σπιτιών και παρουσιάζονται τα αποτελέσματα αυτών.

Στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας, καθώς επίσης και στοιχεία και πληροφορίες για τη μέθοδο συλλογής των δεδομένων και την επιλογή του δείγματος.

Στο έβδομο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας, μέσα από την περιγραφική στατιστική, σύμφωνα με τα οποία προκύπτει το γενικό προφίλ των ελλήνων Home Exchangers. Επίσης, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα την ανάλυσης κατά συστάδων και μελετώνται οι ομάδες που προέκυψαν και τα χαρακτηριστικά τους.

Στο όγδοο κεφάλαιο, πραγματοποιείται η συζήτηση των αποτελεσμάτων, τα οποία συνδέονται με την ήδη υπάρχουσα βιβλιογραφία.

Στο ένατο και τελευταίο κεφάλαιο παρατίθενται τα συμπεράσματα που προέκυψαν τόσο μέσα από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση όσο και μέσα από την έρευνα.

Η εργασία ολοκληρώνεται με την παράθεση της βιβλιογραφίας που χρησιμοποιήθηκε για την επίτευξη της μελέτης, καθώς και το παράρτημα.

## Κεφάλαιο 1: Τουρισμός

### **1.1.Μια εισαγωγή στον τουρισμό**

Ο τουρισμός αποτελεί ένα ραγδαία αναπτυσσόμενο κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο, καθώς και έναν σημαντικό κλάδο της οικονομίας, ο οποίος γνώρισε ιδιαίτερη άνθιση τη μεταπολεμική περίοδο και έπειτα. Ορίζεται ως: «Το φαινόμενο που προκύπτει από τις προσωρινές επισκέψεις ή παραμονές ατόμων εκτός του μόνιμου τόπου κατοικίας τους, για οποιοδήποτε λόγο πέρα από την απασχόλησή τους με αμοιβή στον τόπο επίσκεψης» (Lickorish & Jenkins, 2007). Αποτελεί τμήμα των ταξιδιών, όπου ως ταξίδια ορίζονται οι μετακινήσεις από έναν τόπο σε έναν άλλον (Καρασούλα, 2010).

Ο τουρισμός, ολοένα και περισσότερο, συνδέεται με την εξασφάλιση καλύτερης ποιότητας ζωής, αφού παρέχει τη δυνατότητα ξεκούρασης, αναψυχής και παράλληλα γνωριμίας με ένα νέο περιβάλλον. Άλλωστε, για πολλούς εργαζόμενους οι διακοπές αποτελούν καθοριστικό κομμάτι του ελεύθερου χρόνου τους. Επιπλέον, τα ταξίδια γίνονται προσιτά σε περισσότερες κοινωνικές τάξεις, λόγω της ανάπτυξης εταιριών χαμηλού κόστους (Page, 2006).

Οι γενικές μορφές τουρισμού είναι τρεις και χωρίζονται ανάλογα με τα κίνητρα και τις ανάγκες των ατόμων που οδηγούνται στον τουρισμό (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009):

- Ο μαζικός τουρισμός (mass tourism), ο οποίος αποτελεί την παραδοσιακή μορφή τουρισμού και περιλαμβάνει το μεγαλύτερο κομμάτι των τουριστών, οι οποίοι αναζητούν κυρίως διασκέδαση και ξεκούραση.
- Ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων (special interest tourism), ο οποίος συνδυάζει διάφορες επιμέρους μορφές τουρισμού, οι οποίες διαμορφώνονται από τα ενδιαφέροντα των ατόμων που τις προτιμούν.
- Ο εναλλακτικός τουρισμός (alternative tourism), ο οποίος σχετίζεται με πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού, όπου τα άτομα αναζητούν έναν διαφορετικό τρόπο διακοπών, που σχετίζεται άμεσα με την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, την ενίσχυση της τοπικής κουλτούρας και την εύρεση νέων αξιών στον τρόπο ζωής.

Οι αλλαγές που επιφέρει η ανάπτυξη του τουρισμού στην κοινωνία, την οικονομία, το περιβάλλον και τον πολιτισμό και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του

τουριστικού τομέα, αποτελούν τις επιπτώσεις του τουρισμού (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001) και χωρίζονται σε 4 κατηγορίες (Ανδριώτης, 2005):

- Οι **οικονομικές επιπτώσεις**, οι οποίες αναφέρονται στην εκροή του συναλλάγματος, στην αλλαγή της φορολογίας, στη δημιουργία θέσεων εργασίας και εισοδήματος στον τοπικό πληθυσμό, καθώς και στη διασύνδεση της τουριστικής βιομηχανίας με άλλους κλάδους της οικονομίας.
- Οι **κοινωνικές επιπτώσεις**, οι οποίες αναφέρονται στην αλλαγή στα ήθη και τα έθιμα της περιοχής, στη μετατροπή του τρόπου ζωής και των αξιών του τοπικού πληθυσμού, όπως είναι για παράδειγμα η απώλεια γλωσσικών στοιχείων, η επαγγελματική κινητικότητα κ.λπ.
- Οι **περιβαλλοντικές επιπτώσεις**, οι οποίες σχετίζονται με τις μεταβολές του φυσικού περιβάλλοντος, του κλίματος, του εδάφους, των υδάτων και της ατμόσφαιρας, με τη διαχείριση της πανίδας και της χλωρίδας και τις μετατροπές στο δομημένο περιβάλλον, όπως είναι για παράδειγμα τα τεχνητά πάρκα, οι υποδομές και τα μνημεία.
- Οι **πολιτιστικές επιπτώσεις**, οι οποίες περιλαμβάνουν τις επιρροές στις πολιτιστικές εκδηλώσεις, στο χορό, τη μουσική, το θέατρο και τα φεστιβάλ.

Όπως φάνηκε και από τα παραπάνω, ο τουρισμός, αναμφίβολα, αποτελεί μέσο οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης, καθώς συμβάλλει στην ανάπτυξη νέων θέσεων εργασίας για τον τοπικό πληθυσμό και εξασφαλίζει κεφάλαια για τη βελτίωση του βιοτικού τους επιπέδου.

Από την άλλη μεριά, ωστόσο, είναι υπεύθυνος για μια σειρά από περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά προβλήματα. Στο περιβαλλοντικό κομμάτι, ευθύνεται για την κατασπατάληση των φυσικών πόρων και τη μεταμόρφωση περιοχών με φυσικό κάλλος σε υπερκερασμένες. Επιπλέον, έχει επικριθεί έντονα για την εμπορευματοποίηση των ανθρώπινων σχέσεων και τη μεταφορά «κακών» συνηθειών σε ντόπιους κατοίκους. Παράλληλα, ενώ έχει τη δυνατότητα να επιφέρει μεγάλα κέρδη στις εκάστοτε κοινωνίες, τελικά, αρκετές φορές, τα κέρδη διαρρέουν εκτός της τοπικής κοινωνίας, καθώς αρκετές τουριστικές επιχειρήσεις δεν απασχολούν εγχώριους εργαζόμενους και εισάγουν προϊόντα.

Εξαιτίας των παραπάνω αρνητικών συνεπειών του μαζικού τουρισμού, τα τελευταία χρόνια δημιουργήθηκε η ανάγκη για την ανάπτυξη νέων προτύπων τουρισμού. Έτσι, ως αποτέλεσμα της δημιουργίας νέων προτύπων και ραγδαίων αλλαγών που

συνέβησαν σε διεθνές επίπεδο, εμφανίζεται η ταχεία ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).

### **1.2.Ο τουρισμός ειδικών και εναλλακτικών μορφών**

Σύμφωνα με τον Wheeler (1991), εναλλακτικός είναι ο τουρισμός που έρχεται σε πλήρη αντίθεση με τον μαζικό. Σύμφωνα με τον Inskip (1991), «ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μικρής κλίμακας, μη συμβατικής φύσης, μη μαζικής εξειδίκευσης, καθώς και κοινωνικά και περιβαλλοντικά ευαίσθητος και γεμάτος σεβασμό, σε αντίθεση με τον συμβατικό τύπο μαζικού τουρισμού σε μεγάλα θέρετρα». Τα τελευταία χρόνια, συνηθίζεται με τον όρο «εναλλακτικός τουρισμός» να περιγράφεται ο τουρισμός που μεγιστοποιεί την τουριστική εμπειρία, ενώ ταυτόχρονα ελαχιστοποιεί τις συνέπειες στο φυσικό – κοινωνικό και ανθρωπογενές περιβάλλον (Κιλιπέρης, 2014). Ωστόσο, ο Butler (1990) ισχυρίζεται ότι ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί μια “ελιτίστικη” δραστηριότητα των οικονομικά “προνομιούχων” και μορφωμένων τουριστών, που οδηγεί στη δημιουργία προβλημάτων σε παρθένες περιοχές.

Η εντυπωσιακή ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού προέρχεται από μια σειρά αλλαγών που έχουν συμβεί τα τελευταία χρόνια και σχετίζονται άμεσα με την (Λαγός, 2005):

- Αμφισβήτηση του μεταπολεμικού προτύπου τουριστικής ανάπτυξης
- Αλλαγή στα ταξιδιωτικά κίνητρα των σύγχρονων τουριστών
- Αύξηση του χρόνου διακοπών
- Στροφή προς το περιβάλλον και την υγιεινή ζωή
- Αλλαγή στη χρήση των τουριστικών καταλυμάτων
- Αλλαγή στην τεχνολογία και στις κρατήσεις διακοπών

Όπως είναι φανερό, ο λόγος ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού ήταν κυρίως η ανάγκη και επιθυμία των τουριστών να βρουν ένα διαφορετικό μοντέλο τουρισμού, μέσα από το οποίο θα έρχονταν σε επαφή με το ανθρωπογενές περιβάλλον της περιοχής, διασφαλίζοντας την κουλτούρα που αυτή έφερε και προστατεύοντας τον φυσικό της πλούτο (Μκρτσιαν, 2011). Επίσης, ο εναλλακτικός τουρισμός αποβλέπει στην στήριξη των αγροτικών περιοχών και στη διατήρηση των οικοσυστημάτων. Παράλληλα, σκοπός του είναι η αλληλεπίδραση του ανθρώπου με τα πολιτιστικά μνημεία και η εξασφάλιση της πολιτισμικής κληρονομιάς (Λαγός, 2005).

Ο εναλλακτικός τουρισμός περιέχει εκείνες τις τουριστικές υπηρεσίες, οι οποίες απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, έρχονται σε σύμπνοια με τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης, ικανοποιούν συγκεκριμένες ανάγκες, προτιμήσεις και κίνητρα των τουριστών και συμβάλλουν στην αντιμετώπιση της εποχικής τουριστικής ζήτησης (Υπουργείο Τουρισμού και Πολιτισμού, 2007).

Μέσα από τον εναλλακτικό τουρισμό μπορεί να προστατευτεί και να προβληθεί ο πολιτισμός και οι παραδόσεις ενός τόπου και να προστατευτεί το περιβάλλον. Έτσι, ο μαζικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως μια παλιομοδίτικη μορφή τουρισμού, ενώ ο εναλλακτικός ως μια νέα, φιλική προς το περιβάλλον μορφή, συμβατή προς τις επιθυμίες των ταξιδιωτών (Poore, 2003). Στον πίνακα 1 παρουσιάζονται οι διαφορές ανάμεσα στο μαζικό και τον εναλλακτικό τουρισμό.

| Μαζικός τουρισμός                                              | Εναλλακτικός τουρισμός                                                                             |
|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>A. Γενικές έννοιες</b>                                      |                                                                                                    |
| Απερίσκεπτος                                                   | Συνετός                                                                                            |
| Γρήγορος/ορμητικός                                             | Αργός/στοχαστικός                                                                                  |
| Υψηλών ρυθμών                                                  | Χαμηλών ρυθμών                                                                                     |
| Εξωτερικά ελεγχόμενος                                          | Ελεγχόμενος από τους ντόπιους                                                                      |
| Ποσοτικός                                                      | Ποιοτικός                                                                                          |
| Μικρής αντοχής                                                 | Μεγάλης αντοχής                                                                                    |
| <b>B. Τουριστικές αναπτυξιακές στρατηγικές</b>                 |                                                                                                    |
| Ανάπτυξη χωρίς σχεδιασμό                                       | Σχεδιασμός πριν την ανάπτυξη                                                                       |
| Αναρχη ανάπτυξη                                                | Κεντρικός σχεδιασμός για μεγάλες περιοχές                                                          |
| Εντατική εκμετάλλευση της ιδιαίτερης αξίας των τοποθεσιών      | Συντήρηση του εδάφους, διατήρηση ελεύθερου χώρου, σεβασμός στην ιδιαίτερη αξία της κάθε τοποθεσίας |
| Αστική αρχιτεκτονική/γενικός αυτοματισμός τουριστικών θέρετρων | Ντόπια αρχιτεκτονική (σχέδιο κτιρίων και υλικών)                                                   |
| Εγκατάλειψη των ζημιών στην κοινωνία                           | Αποτίμηση όλων των οικονομικών, οικολογικών και κοινωνικών επιπτώσεων                              |
| <b>Γ. Πλαίσιο πολιτικής</b>                                    |                                                                                                    |
| Πρόσληψη προσωπικού μη αποδεδειγμένων ικανοτήτων               | Βελτίωση εκπαίδευσης των ατόμων με υπεύθυνες θέσεις στον τουρισμό                                  |
| <b>Δ. Διαθέσεις του τουρίστα</b>                               |                                                                                                    |
| Προσχεδιασμένο δρομολόγιο                                      | Αυθόρμητο δρομολόγιο                                                                               |
| Εισαγόμενος τρόπος ζωής                                        | Εγχώριος τρόπος ζωής                                                                               |
| "Θεάματα"                                                      | Βιώματα                                                                                            |
| Μικρή ή καθόλου νοητική προετοιμασία                           | Προ-έρευνα για τον προορισμό                                                                       |

Πίνακας 1: Διαφορές μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού (Πηγή:Krippendorf, 1982)

Σύμφωνα με τα παραπάνω, δημιουργείται μια σειρά πλεονεκτημάτων, που σχετίζονται με τον εναλλακτικό τουρισμό και αποτελούν λόγο για την περαιτέρω ανάπτυξή του. Τα πλεονεκτήματα αυτά είναι:

- Η μείωση της εποχικότητας στον τουρισμό
- Η δημιουργία εισοδημάτων και θέσεων εργασίας
- Η σύνδεση με άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας, όπως για παράδειγμα η ενίσχυση της τοπικής γεωργίας και κτηνοτροφίας με σκοπό την κατανάλωση προϊόντων για τις ανάγκες σίτισης των τουριστών
- Τα οικονομικά οφέλη από τη βιώσιμη χρήση των προστατευόμενων περιοχών
- Η υποβοήθηση προς την περιφερειακή ανάπτυξη
- Ο εμπλουτισμός της πολιτισμικής ταυτότητας και παράλληλα η αύξηση του ενδιαφέροντος των ντόπιων και των τουριστών για τους πολιτισμικούς πόρους μιας περιοχής
- Η αξιοποίηση και προώθηση της τοπικής κουζίνας
- Η αύξηση των κινήτρων για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και την ορθολογική διαχείριση των οικοσυστημάτων
- Η αναβάθμιση των υποδομών και των υπηρεσιών προς χρήση από τους ντόπιους κατοίκους
- Η αναβάθμιση των βιοτόπων και των μνημείων, μέσα από τον καλύτερο έλεγχο και τη διαχείρισή τους

Τέλος, η κάθε μορφή εναλλακτικού τουρισμού λαμβάνει το όνομά της από το δικό της μοναδικό χαρακτηριστικό, το οποίο λειτουργεί ως κίνητρο και αποτελεί δομικό συστατικό της. Η δημιουργία αυτών των μορφών τουρισμού συνδέεται άμεσα με δραστηριότητες και ενδιαφέροντα που μπορούν να αποτελέσουν ξεχωριστή μορφή τουρισμού.

Αρκετές φορές, παρουσιάζεται η παράλληλη ανάπτυξη διαφορετικών εναλλακτικών μορφών που συνδέουν δύο ή περισσότερα χαρακτηριστικά, όπως για παράδειγμα η ανάπτυξη οικοτουρισμού και πολιτιστικού τουρισμού, που συνδέει την οικολογία με τον πολιτισμό. Σημαντικό κομμάτι τους αποτελεί όχι μόνο το κίνητρο που οδηγεί σε αυτές, αλλά και οι υποδομές που χρειάζονται ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες των συγκεκριμένων τουριστών (Καρασούλα, 2010).

### **1.3.Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού**

Παρακάτω παρουσιάζονται ορισμένες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού που φαίνεται να παρουσιάζουν μια δυναμική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια.

#### **1.3.1. Αγροτουρισμός**

Ως αγροτουρισμός νοείται η εναλλακτική μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται σε μη κορεσμένες αγροτικές περιοχές και συνδέεται με κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές αξίες. Γενικά, είναι η δραστηριότητα που ανήκει στα πλαίσια ανάπτυξης του πρωτογενούς τομέα και συμπλήρωσης των πηγών γεωργικού εισοδήματος (Gal et al., 2010). Ο αγροτουρισμός εκδηλώνεται σε γεωργικές περιοχές και περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, αγροτικές δραστηριότητες. Στοχεύει στην ανάπτυξη προσωπικής σχέσης μεταξύ επισκέπτη και ντόπιων, καθώς, επίσης συμβάλλει στη μείωση της ανεργίας και στην προσπάθεια συγκράτησης του ντόπιου πληθυσμού στις αγροτικές περιοχές (Socher & Tschurtschenthaler, 1994).

Αναπτύσσεται κυρίως από αγρότες, που έχουν ως κύριο στόχο την ενίσχυση του εισοδήματός τους και της τοπικής οικονομίας, μέσα από τη δημιουργία και την εκμετάλλευση τουριστικών καταλυμάτων, την ανάπτυξη δραστηριοτήτων που συνδέονται με τον τουρισμό και τη διοχέτευση των τοπικών προϊόντων στις τουριστικές μονάδες (Λαγός, 2005).

Όπως είναι φυσικό, δεν είναι όλες οι περιοχές το ίδιο κατάλληλες και ελκυστικές για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού. Ακόμα και ο τρόπος με τον οποίο εφαρμόζεται ο αγροτουρισμός μεταξύ των διαφόρων χωρών διαφέρει ανάλογα με τις υπηρεσίες, τις γεωργικές εκτάσεις και τον πολιτισμό της κάθε χώρας (Sharpley, 2001).

Οι κυριότερες μορφές του είναι (Λυριντζής & Αλμπάνης, 2009):

- ❖ Ο αγροτουρισμός σε αγροκτήματα (Farm house holidays), όπου ο τουρίστας αλληλεπιδρά με τον ιδιοκτήτη του αγροκτήματος, μέσα από την κοινή τους διαμονή και τη συμμετοχή σε αγροτικές δραστηριότητες. Αυτό το είδος αναπτύσσεται, κυρίως, στην Αυστρία και τη Γερμανία.
- ❖ Ο αγροτουρισμός σε αγρόκτημα με φαγητό και διαμονή εκτός αυτού, που αφορά στη δημιουργία νέων καταλυμάτων και ενοικιαζόμενων δωματίων κοντά στα αγροκτήματα. Το σύστημα αυτό συναντάται, συχνά, στη Γαλλία, τη Βρετανία και την Ιρλανδία.
- ❖ Αγροτουριστικά συγκροτήματα συνεταιριστικής μορφής, είτε μέσα στο αγρόκτημα σε μορφή πανσιόν, είτε με τη μορφή συνεταιρισμού. Αυτό το σύστημα αναπτύσσεται, κυρίως, στην Ιταλία.

### 1.3.2. Οικοτουρισμός

Οικοτουρισμός ή “πράσιнос τουρισμός”, σύμφωνα με την Εθνική Επιτροπή Οικοτουρισμού (2002), είναι η μορφή εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύσσεται σε περιβαλλοντικά αξιόλογες περιοχές, δεν υπερβαίνει τη φέρουσα ικανότητα της εκάστοτε περιοχής, στοχεύει στην προστασία και ορθολογική διαχείριση του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος και ταυτόχρονα διατηρεί την κοινωνική συνοχή (Δολόγλου, 2008).

Ο οικοτουρισμός θα πρέπει να διατηρεί τα φυσικά τοπία, να δίνει ώθηση στην τοπική αγροτική οικονομία μέσα από παραδοσιακούς τρόπους καλλιέργειας, μακριά από φυτοφάρμακα και λιπάσματα, να διατηρεί την παραδοσιακή αρχιτεκτονική, να συνδυάζει την εκπαίδευση με τη διασκέδαση και να δημιουργεί έργα εναρμονισμένα με το περιβάλλον (Λυριντζής & Αλμπάνης, 2009). Αποτελεί ουσιαστικά ένα “υπεύθυνο” ταξίδι σε περιοχές με φυσική ομορφιά και ταυτόχρονα στηρίζει την τοπική ευημερία (Patti, 2013). Άλλωστε, εξ’ ορισμού δεν μπορεί να υπάρξει “κακός” οικοτουρισμός, μόνο κακός τουρισμός που παρουσιάζεται ως οικοτουρισμός για διαφημιστικούς και εμπορικούς λόγους (Δολόγλου, 2008).

Εκτός από την οικολογική επίδραση, ο οικοτουρισμός, ασκεί και οικονομική εκεί όπου αναπτύσσεται, γι’ αυτό και αποτελεί έναν από τους ταχέως αναπτυσσόμενους τομείς του εναλλακτικού τουρισμού. Η παγκόσμια οργάνωση τουρισμού αναφέρει ότι το 7% του τουρισμού σχετίζεται με τη φύση, ενώ η ετήσια αύξηση του οικοτουρισμού κυμαίνεται μεταξύ 10-30%. Παράλληλα, οι τουριστικοί πράκτορες δηλώνουν ότι η ζήτηση για τουρισμό στη φύση έχει αυξητική τάση γύρω στο 20% (Φραϊδάκη, 2015). Συνεπώς, η βιομηχανία του τουρισμού και οι κυβερνήσεις εστιάζουν κυρίως στην προώθησή του ως προϊόν και λιγότερο στις θετικές επιδράσεις που μπορεί να επιφέρει σε τοπικό επίπεδο (Buckley, 1994).

Ταυτόχρονα με την ανάπτυξή του, δημιουργούνται και νέες επαγγελματικές δραστηριότητες, όπως η δραστηριοποίηση στη βιολογική καλλιέργεια, η αλιεία, η κτηνοτροφία, η ξενάγηση στη φύση και η δημιουργία παραδοσιακών εδεσμάτων, κοσμημάτων και κεραμικών (Αποστολόπουλος et al., 2000).

Τέλος, διεθνή παραδείγματα οικοτουρισμού αποτελούν η Κόστα Ρίκα, η Κένυα, η Βραζιλία, η Βολιβία, η Κούβα, η Ινδονησία, η Ζανζιβάρη και η Γκάνα (Λαγός, 2005).

### 1.3.3. Τουρισμός υγείας

Ο τουρισμός υγείας είναι η μορφή τουρισμού που συνδέεται άμεσα με τη βελτίωση της ανθρώπινης υγείας και ζωής. Κάποιες φορές, συνδέεται με τη μετακίνηση ατόμων για την αναζήτηση θεραπείας, που είναι δύσκολο να τους παρασχεθεί στον τόπο κατοικίας τους. Τα τελευταία χρόνια, αναπτύσσεται ολοένα και περισσότερο τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε διεθνές επίπεδο, ενώ παράλληλα αναπτύσσεται σε διάφορες κατηγορίες (Λαγός, 2005; Αποστολόπουλος et al., 2000; Moira & Mylonopoulos, 2014):

- ❖ Ιαματικός τουρισμός ή θερμαλισμός, χρησιμοποιείται όταν σημαντικό στοιχείο του είναι η χρήση ιαματικών νερών και στόχος του είναι η πρόληψη, διατήρηση και αποκατάσταση της σωματικής και ψυχικής υγείας του ατόμου.
- ❖ Τουρισμός ευεξίας, αποτελεί το αποτέλεσμα ενός ταξιδιού που γίνεται από τουρίστες που θέλουν να διατηρήσουν και να βελτιώσουν την υγεία τους
- ❖ Ιατρικός τουρισμός, είναι το είδος του τουρισμού που στοχεύει στην παροχή ιατρικών υπηρεσιών σε ειδικά κέντρα σε άτομα με διάφορες παθήσεις
- ❖ Τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες, που αναφέρεται σε άτομα με κάποια αναπηρία και έχει ως σκοπό να καταφέρουν να ταξιδέψουν και να διασκεδάσουν.

Στο συγκεκριμένο είδος τουρισμού εμπλέκονται και διάφορες ειδικότητες, όπως, φυσιοθεραπευτές, διατροφολόγοι, λογοθεραπευτές, γιατροί πολλών ειδικοτήτων, γυμναστές και εργοθεραπευτές.

### 1.3.4. Θρησκευτικός τουρισμός

Ως θρησκευτικός ή προσκυνηματικός τουρισμός ορίζεται το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με επισκέψεις σε μνημεία και χώρους θρησκευτικής λατρείας και εκδηλώσεις ανάλογου ενδιαφέροντος (Ε.Σ.Ε., 2010). Κατά συνέπεια, ως θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να οριστεί η μετακίνηση μεμονωμένων ατόμων ή οργανωμένων σε ομάδες με προορισμό τόπους θρησκευτικής λατρείας είτε για προσκύνημα, είτε για συμμετοχή σε θρησκευτικές τελετές ή εκδηλώσεις, είτε για εκπλήρωση τάματος ή ακόμη και για λόγους εκπαιδευτικούς, ενημερωτικούς. Η μετακίνηση αυτή μπορεί να πραγματοποιείται είτε στη χώρα μόνιμης κατοικίας είτε στο εξωτερικό (Τσερώτα, 2008).

Συνήθως, η μορφή αυτή τουρισμού σχετίζεται με την πίστη, παρ' όλα αυτά κάποιες φορές έχει και ιστορικό, εκπαιδευτικό και οικολογικό ενδιαφέρον. Η επίσκεψη σε

κάποιον άγιο τόπο μπορεί να συνδυαστεί και με άλλα ενδιαφέροντα του τουρίστα, όπως είναι για παράδειγμα η επίσκεψη στις βιβλιοθήκες και στα σπάνια βιβλία που αυτές έχουν. Παράλληλα, με αυτό το είδος τουρισμού μπορούν να αναπτυχθούν και άλλες δραστηριότητες, όπως η αναστήλωση ναών και η συντήρηση των εικόνων.

Παράδειγμα θρησκευτικού τουρισμού αποτελεί η επίσκεψη των μονών των Μετεώρων. Στα Μετέωρα ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει τα ξυλόγλυπτα, τις αγιογραφίες και τα σπάνια χειρόγραφα, ενώ παράλληλα λίγα μέτρα πιο πέρα από τις μονές βρίσκεται το παρθένο ορεινό περιβάλλον ανάμεσα στην Καλαμπάκα και την Πύλη. Σε εκείνο το σημείο, αναπτύσσονται και άλλες μορφές τουρισμού που συνδυάζουν τον περιβάλλον με την τοπική κουζίνα (Αποστολόπουλος et al., 2000).

### 1.3.5. Πολιτιστικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός συνδέεται με την ανάγκη των τουριστών να έρθουν σε επαφή με στοιχεία του υλικού και πνευματικού πολιτισμού της περιοχής που επισκέπτονται, όπως είναι τα μουσεία, τα έθιμα, η χειροτεχνία κ.λπ. (Λαγός, 2005). Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (1985), πολιτιστικός τουρισμός είναι «οι μετακινήσεις ατόμων, κυρίως για πολιτιστικούς σκοπούς, στις οποίες περιλαμβάνονται εκπαιδευτικές περιηγήσεις, επισκέψεις σε φεστιβάλ, αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία, καθώς και σε θρησκευτικά προσκυνήματα».

Οι κυριότεροι λόγοι ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού (Κόνσολα, 2014) είναι:

- ❖ Η προστασία και η ανάδειξη πολιτιστικών χώρων και χαρακτηριστικών μιας περιοχής.
- ❖ Η μη εμφάνιση εποχικότητας, καθώς δεν επηρεάζεται ιδιαίτερα από τις κλιματικές αλλαγές. Άρα συμβάλλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
- ❖ Η προσέλκυση τουριστών υψηλής οικονομικής δυνατότητας και υψηλού μορφωτικού επιπέδου, οι οποίοι συμμετέχουν και στις δραστηριότητες της περιοχής.
- ❖ Η δημιουργία νέων εξειδικευμένων θέσεων εργασίας.
- ❖ Η δυνατότητα, μέσω της ανάπτυξής του, για αναζωογόνηση των πόλεων μέσα από τον πολιτισμό.

Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει και υποκατηγορίες μορφών εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες είναι (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009):

- ❖ Ο καλλιτεχνικός τουρισμός: πρόκειται για το είδος τουρισμού με πόρους τα μουσεία, τους χώρους τέχνης και τις πινακοθήκες.
- ❖ Ο εθνικός τουρισμός: αναφέρεται στην αξιοποίηση του πολιτισμού και του ξεχωριστού τρόπου ζωής, μέσα από την πολιτισμική ταυτότητα της κάθε περιοχής.
- ❖ Ο τουρισμός φαγητού και ποτού ή γαστρονομικός τουρισμός: επικεντρώνεται στα τοπικά εδέσματα και στις γαστρονομικές ιδιαιτερότητες.

#### 1.3.6. Θαλάσσιος τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων, όπου ο τουρίστας διαθέτει το μεγαλύτερο μέρος των διακοπών του εν πλω, επιλέγοντας να μετακινηθεί και να διαμείνει σε πλοίο ή σκάφος. Προϋπόθεση για την ανάπτυξή του αποτελεί η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, που θα είναι επαρκής και ασφαλής, όπως για παράδειγμα οι μαρίνες, οι εγκαταστάσεις υγιεινής, τα ντους, τα εστιατόρια, οι επισκευαστικοί χώροι κ.λπ. (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009).

Το πακέτο αυτής της μορφής τουρισμού περιλαμβάνει θαλάσσια σπορ, όπως surfing, water ski, canoe, θαλάσσιες περιηγήσεις με σκάφη και κρουαζιέρες και θαλασσοθεραπεία. Κατά συνέπεια, αναπτύσσονται επαγγέλματα, όπως εκπαιδευτές ιστιοπλοΐας, κωπηλασίας και θαλάσσιου σκι, προσωπικό στις μαρίνες και κυβερνήτες, καθώς και πλήρωμα στα σκάφη (Αποστολόπουλος et al., 2000).

Διεθνώς αναπτύσσεται το συγκεκριμένο είδος τουρισμού λόγω των οικονομικών ωφελειών, που προέρχονται κυρίως από της εισροή συναλλάγματος, την αύξηση και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και τη δημιουργία νέων υποδομών (Μυλωνόπουλος et al., 2005).

#### 1.3.7. Συνεδριακός τουρισμός

Ο συνεδριακός τουρισμός περιλαμβάνει οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως είναι τα συνέδρια ή οι συναντήσεις με συμμετοχές που πραγματοποιούνται είτε σε τοπικό είτε σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο, και δίνεται η δυνατότητα ανάπτυξης τουριστικής δραστηριότητας. Λόγω του περιορισμένου χρόνου που κάποιος δαπανά σε τέτοιες μορφές τουρισμού, δίνεται η δυνατότητα να συνδυαστεί και με άλλες μορφές εναλλακτικού ή ειδικού τουρισμού.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται η άνθισή του και αποτελεί μία από τις πιο προσοδοφόρες μορφές τουρισμού. Τα άτομα που συμμετέχουν σε συνέδρια είναι

συνήθως υψηλόβαθμα στελέχη και επιστήμονες, που έχουν την οικονομική δυνατότητα να καταναλώσουν μεγάλα χρηματικά ποσά (Λαγός, 2005). Επίσης, χαρακτηριστικό των ατόμων που συμμετέχουν στον συνεδριακό τουρισμό είναι ο υψηλός βαθμός συνοχής και ομοιογένειάς τους, η έγκαιρη επιλογή του καταλύματος που θα διαμείνουν, η δυνατότητα που έχουν να επαναλάβουν το ίδιο ταξίδι είτε για επαγγελματικούς λόγους είτε για την προσωπική τους αναψυχή, και τέλος η ευκαιρία που έχουν, λόγω της κοινωνικο-οικονομικής τους θέσης, να αποτελέσουν πηγή διαφήμισης του τόπου που επισκέπτονται (Κραβαρίτης & Παπαγεωργίου, 2007).

#### 1.3.8. Ορεινός τουρισμός

Ο ορεινός τουρισμός αναπτύσσεται στο ορεινό περιβάλλον, που περιλαμβάνει τόσο τον φυσικό χώρο (βουνά) όσο και τον πολιτισμό. Τέτοιες τουριστικές δραστηριότητες έχουν στόχο που σχετίζεται με τη φυσιολατρία, τον αγροτικό χώρο, τον πολιτισμό και την υγεία (Λαγός, 2005).

Οι δραστηριότητες που μπορούν να αναπτυχθούν στα πλαίσια του ορεινού τουρισμού είναι η χιονοδρομία τον χειμώνα, η αναρρίχηση, η πεζοπορία και η ορειβασία, το αλεξίπτωτο πλάγιας και η διοργάνωση δραστηριοτήτων με ορειβατικό ποδήλατο.

Παράδειγμα περιοχής ανάπτυξης ορειβατικού τουρισμού αποτελούν τα Ζαγοροχώρια. Στην περιοχή ο επισκέπτης μπορεί να συνδυάσει την επαφή του με την τοπική αρχιτεκτονική και το πλούσιο σε χλωρίδα και πανίδα φυσικό περιβάλλον, με την παράλληλη δραστηριοποίησή του σε αθλήματα στο βουνό και στο νερό (Αποστολόπουλος et al., 2000).

#### 1.3.9. Αθλητικός τουρισμός

Ο αθλητικός τουρισμός περιλαμβάνει την παρακολούθηση αθλητικών συναντήσεων (π.χ. Ολυμπιακοί Αγώνες), την επίσκεψη σε φημισμένα αθλητικά κέντρα και στάδια και την ενεργή συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες. Μπορεί να διακριθεί σε χειμερινό και καλοκαιρινό – παράκτιο. Αναπτύσσεται, κυρίως, στα αστικά κέντρα και αποτελεί ένα πολιτιστικό στοιχείο, ιδιαίτερα σημαντικό για την ανάπτυξη του αθλητικού πνεύματος (Λιναρδάτου, 2011).

Ο αθλητικός τουρισμός χωρίζεται, επίσης, σε (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009):

- ❖ τουρισμός μετακίνησης φιλάθλων
- ❖ τουρισμό αθλητών για προπονήσεις εκτός έδρας
- ❖ άθληση τουριστών που δραστηριοποιούνται περιστασιακά

Οι αθλητικές δραστηριότητες με τις οποίες μπορούν να ασχοληθούν οι τουρίστες είναι (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2009):

- ❖ Τα κλασσικά σπορ: Μπάσκετ, βόλεϊ, ποδόσφαιρο κ.λπ.
- ❖ Οι δραστηριότητες του βουνού: Πεζοπορία, ορειβασία, ποδήλατο βουνού κ.λπ.
- ❖ Οι δραστηριότητες του νερού: Καγιάκ, ράφτινγκ, διάσχιση φαραγγιού
- ❖ Οι δραστηριότητες του αέρα: Αλεξίπτωτο πλαγιάς

Παράλληλα, αναπτύσσονται και νέας μορφής επαγγέλματα, όπως οδηγός ποταμού, εκπαιδευτής χειριστών αλεξίπτωτου πλαγιάς, σταβλίτης κ.λπ. (Αποστολόπουλος et al., 2000).

#### 1.3.10. Τουρισμός τρίτης ηλικίας

Ο τουρισμός τρίτης ηλικίας αναφέρεται σε άτομα άνω των 65 ετών, οι οποίοι δεν έχουν πλέον οικογενειακές υποχρεώσεις και διαθέτουν ελεύθερο χρόνο, οπότε αναζητούν την ψυχαγωγία στον τουρισμό και την κοινωνική συμμετοχή. Είναι φανερό ότι αυτή η μορφή τουρισμού μπορεί να αποτελέσει μια λύση ενάντια στην εποχικότητα του τουρισμού.

Για να γίνει ελκυστική αυτή η μορφή τουρισμού, απαιτείται προσαρμογή στις ανάγκες αυτών των ατόμων. Συνεπώς, χρειάζεται ειδικό εδεσματολόγιο – διαιτολόγιο, διοργάνωση κοινωνικών και ψυχαγωγικών εκδηλώσεων και βέβαια η δυνατότητα ύπαρξης ιατρικής παρακολούθησης (Αποστολόπουλος et al., 2000).

## **Κεφάλαιο 2: Ο τουρισμός στην Ελλάδα**

### **2.1. Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού στην Ελλάδα**

Ήδη από τη δεκαετία του 1950 η κυβέρνηση προσπάθησε να συμβάλει στην ανάπτυξη και προώθηση του ελληνικού τουρισμού. Την περίοδο 1950- 1965, οι τουρίστες που έρχονταν στη χώρα είχαν ως κύριο προορισμό, συνήθως, την Αθήνα και ακολουθούσαν το μοντέλο του περιηγητικού τουρισμού. Δηλαδή, ο στόχος τους ήταν η επίσκεψη αρχαιολογικών χώρων και των νησιών του Αργοσαρωνικού. Την ίδια περίοδο οι υποδομές των οδικών και θαλάσσιων μεταφορών δεν προσέφεραν τη δυνατότητα εύκολης πρόσβασης. Στις αρχές του '60 αρχίζουν να δημιουργούνται οι πρώτες οργανωμένες επιχειρήσεις που στόχευαν στη μετακίνηση των τουριστών. Έτσι, έκαναν την εμφάνισή τους τα πρώτα τουριστικά πρακτορεία, οι εταιρίες ενοικίασεως αυτοκινήτων κ.λπ.. Ταυτόχρονα, η τουριστική πολιτική που ασκείτο εκείνη την περίοδο έδινε έμφαση κυρίως στους αλλοδαπούς τουρίστες και στο συνάλλαγμα που τους συνόδευε, παραγκωνίζοντας ουσιαστικά τον εγχώριο τουρισμό. Την περίοδο 1965- 1985 αρχίζει να αναπτύσσεται ο τουρισμός με σκοπό να εξυπηρετήσει κυρίως τους αλλοδαπούς τουρίστες από την Ευρώπη και τις Η.Π.Α, με αποτέλεσμα να αναπτύσσεται το τουριστικό μοντέλο των “διακοπών καλοκαιριού” και να παραγκωνίζεται ο πολιτιστικός τουρισμός. Μέσα από την αύξηση των τουριστών, δημιουργήθηκε η ανάγκη δημιουργίας και ανάπτυξης νέων σύγχρονων καταλυμάτων, δικτύων μεταφοράς και τουριστικών πρακτορείων. Εκείνο το διάστημα ο τουρισμός έγινε ένας από τους βασικότερους πυλώνες της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας. Παρά τα θετικά οικονομικά αποτελέσματα και την ανάπτυξη πολλών κρατικών και ιδιωτικών επιχειρήσεων, ταυτόχρονα παρατηρήθηκαν και ελλείψεις στον χωροταξικό σχεδιασμό, στις περιβαλλοντικές μελέτες, στην οργάνωση και διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού στην απασχόληση, καθώς και σε μελέτες για τις κοινωνικές επιπτώσεις του μαζικού και οργανωμένου τουρισμού.

Η παρεμβολή της δικτατορίας (1967- 1974) ήταν καθοριστική για τις εξελίξεις στον κλάδο του τουρισμού, καθώς ενίσχυσε πολλές ανορθολογικές επενδύσεις στον ιδιωτικό τομέα, σε περιοχές με αυξημένη τουριστική κίνηση. Ως αποτέλεσμα, η αποπληρωμή των δανείων τα χρόνια που ακολούθησαν ήταν σε κάποιες περιπτώσεις ανέφικτη.

Σε αυτό το στάδιο, μετά από κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές αλλαγές, ο τουρίστας αντιμετωπίστηκε ως πελάτης. Οι περισσότεροι τουρίστες ακολουθούσαν τις διαδρομές των tour operators, κάτι το οποίο οδήγησε πολλούς τουρίστες να αναζητήσουν νέες περιοχές, λιγότερο μαζικές, και έτσι ο τουρισμός μεταφέρθηκε από περιοχές, όπως η Ρόδος και η Κέρκυρα, όπου άνθισε ο τουρισμός, σε περιοχές, όπως η Χαλκιδική και τα νησιά του Ιονίου. Τέλος, από πολλές μελέτες, διαφαίνεται ότι υπήρξε έντονος διαχωρισμός στις περιοχές που προτιμούν να ταξιδέψουν οι ντόπιοι και οι αλλοδαποί τουρίστες (Μουτάφη, 2002).

Από το 1985 έως και σήμερα, η Ελλάδα έγινε ένας «κλασσικός» τουριστικός προορισμός μέσα στον χάρτη της Μεσογείου. Στην περίοδο αυτή κυριαρχούν τα πλήρως οργανωμένα πακέτα και ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται σε τέτοιο βαθμό ώστε να πλησιάζει τον πληθυσμό της χώρας. Υπάρχουν περιπτώσεις, όπου σε περιοχές παραθαλάσσιες την περίοδο Ιουλίου – Αυγούστου, ο αριθμός των επισκεπτών ξεπερνά τον αριθμό των μόνιμων κατοίκων. Ένα χαρακτηριστικό, επίσης, της περιόδου είναι ότι τα αστικά κέντρα λειτουργούν πια ως «πύλες εισόδου» και οι τουρίστες συνεχίζουν σε άλλους προορισμούς, όπου θα παραμείνουν όλο το διάστημα του ταξιδιού τους στη χώρα. Οι τουρίστες γίνονται από «πελάτες» «προϊόντα», αφού δεν επιτυγχάνεται πολλές φορές καμία ουσιαστική συνάντηση με τους ντόπιους (Τσάρτας, 2010).

Αυτό το μοντέλο τουρισμού, σε οικονομικό επίπεδο, προφανώς, βοήθησε στην ανάπτυξη νέων θέσεων εργασίας και άρα και στη δημιουργία νέων πηγών εισοδήματος. Παρ' όλα αυτά είναι φανερό ότι ο τουρισμός αναπτύσσει και αρνητικά στοιχεία, όπως την αύξηση της εγκληματικότητας την τουριστική περίοδο, την εμπορευματοποίηση κάθε λογίων παραδόσεων (πολιτισμικής κληρονομιάς, θρησκείας), την υδάτινη και αέρια μόλυνση κ.ά. (Μουτάφη, 2002). Επιπλέον, η έλλειψη εκπαίδευσης και ελέγχου των τουριστικών επιχειρήσεων, ο υπερεπαγγελματισμός και ο μεγάλος αριθμός παράνομων επιχειρήσεων αποτελούν αδυναμίες που πρέπει να λυθούν τα επόμενα χρόνια.

Ήδη έχει ξεκινήσει η προσπάθεια επίλυσης προβλημάτων περιβαλλοντικού και κοινωνικού ενδιαφέροντος και η αναζήτηση για την εύρεση νέων τουριστικών προτύπων στην Ελλάδα. Έτσι, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται η τμηματοποίηση του τουρισμού και η ανάπτυξη νέων ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Η οικονομική κρίση στη χώρα έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων και στην άφιξη τουριστών με χαμηλότερο οικονομικό επίπεδο, κυρίως

οικογενειών. Έτσι, η Ελλάδα κατηγοριοποιείται ως χώρα τουριστικά μεσαίων και χαμηλών εισοδημάτων με κίνητρο κατά κύριο λόγο τις καλοκαιρινές διακοπές (Τσάρτας, 2010).

## **2.2. Κύριοι παράγοντες ανάπτυξης του τουρισμού στην Ελλάδα**

Για να θεωρηθεί μια χώρα ως τουριστική θα πρέπει να διαθέτει πόρους, οι οποίοι μπορούν να θεωρηθούν συγκριτικά πλεονεκτήματα ή στοιχεία εξέλιξης της τουριστικής ζήτησης. Έτσι και η χώρα μας, διαθέτει πόρους που την κάνουν ελκυστική και ανταποκρίνεται στις σύγχρονες κοινωνικές και ψυχολογικές ανάγκες των τουριστών. Αυτοί οι πόροι είναι:

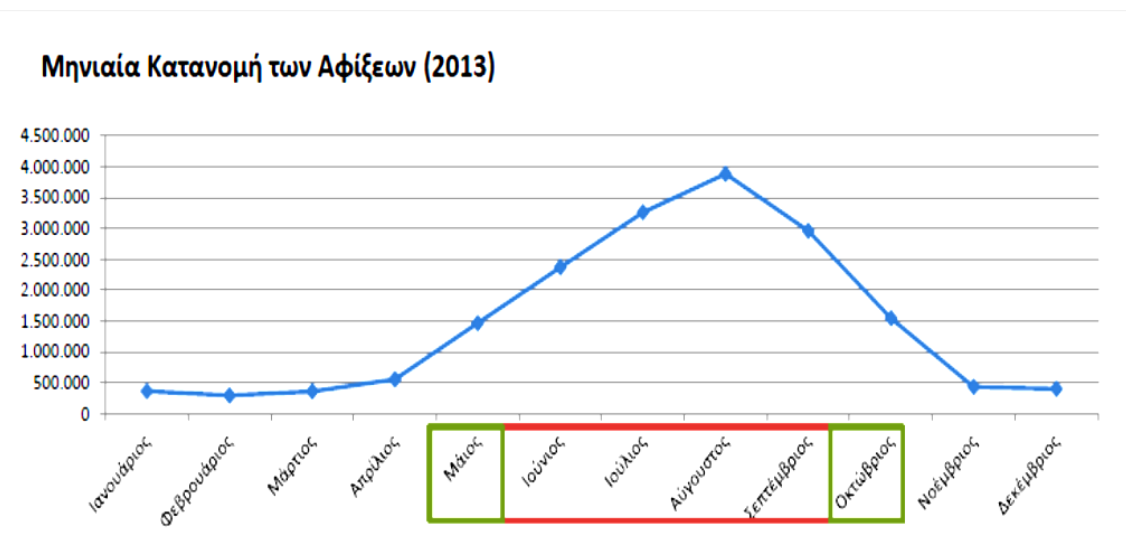
- Κλίμα: Το ήπιο και ξηρό κλίμα την περίοδο του καλοκαιριού, ειδικά σε νησιωτικές τουριστικές περιοχές, και ο ήπιος με λίγες βροχοπτώσεις χειμώνας αποτελούν ένα θετικό στοιχείο για τη χώρα μας. Παράλληλα, το ποσοστό των ηλιόλουστων ημερών είναι ιδιαίτερα μεγάλο και έτσι ευνοούνται τα ταξίδια με πολλές ημέρες διακοπών.
- Πολιτισμός και παράδοση: Το πλήθος των μνημείων και των χώρων του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού αλλά και των μουσείων αποτελούν για πολλούς πόλο έλξης της χώρας μας. Επιπλέον, η Ελλάδα είναι πλούσια σε παράδοση που αφορά το τραγούδι, τη μουσική, το θέατρο, την παραγωγή χειροποίητων προϊόντων κ.λπ.. Μια εξίσου σημαντική πλευρά της παράδοσής της είναι και ο θρησκευτικός πλούτος σε μοναστήρια και εκκλησίες, τα οποία εμφανίζονται σε όλες τις περιοχές της χώρας. Τέλος, ολοένα και περισσότερα φεστιβάλ πραγματοποιούνται κάθε χρόνο με αποτέλεσμα να γίνονται όλο και πιο γνωστά τα ήθη, τα έθιμα και η παράδοση της εκάστοτε περιοχής.
- Περιβάλλον και γεωγραφική θέση: Οι καθαρές θάλασσες καθώς και η τεράστια ακτογραμμή παίζουν σημαντικό ρόλο στην εικόνα των τουριστών για την Ελλάδα. Εκτός, όμως, από τις παραθαλάσσιες περιοχές ολοένα και περισσότερο αναπτύσσονται και οι ορεινές στα πλαίσια της προώθησης του χειμερινού τουρισμού. Τέλος, τόσο η χλωρίδα όσο και η πανίδα της χώρας θεωρούνται από τις πλουσιότερες στην Ευρώπη. Στη χώρας μας υπάρχουν υγροβιότοποι, λίμνες, δάση και δρυμοί που δίνουν ξεχωριστή αξία στην κάθε περιφέρειά της.

- Παραδοσιακή αρχιτεκτονική: Η τοπική αρχιτεκτονική της κάθε περιοχής, σε συνδυασμό με τον λαϊκό πολιτισμό, δημιουργούν εξαιρετικά δείγματα δομημένου περιβάλλοντος στην ελληνική ύπαιθρο. Έτσι, η χώρα είναι πλούσια σε γεφύρια, νερόμυλους, κάστρα, αγροτικούς οικισμούς, νησιωτικές καστροπόλεις και βιοτεχνικά κτίρια. Όλα τα παραπάνω έχουν τη δυνατότητα να αποτελέσουν σημείο αναφοράς και προσέλκυσης τουριστών. Άλλωστε, ειδικά τα νησιά με την «κλασσική» αρχιτεκτονική τους, αποτέλεσαν ήδη από τη μεταπολεμική περίοδο πυλώνα ανάπτυξης του τουρισμού, ειδικά για καλοκαιρινές διακοπές (Τσάρτας, 2010).

### **2.3. Εποχικότητα του Τουρισμού στην Ελλάδα**

Ο ελληνικός τουρισμός αντιμετωπίζει το φαινόμενο της εποχικότητας, λόγω της καθιέρωσης ενός μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, βασισμένο στη γεωγραφική θέση της χώρας, καθώς και στα χαρακτηριστικά της και στις καιρικές της συνθήκες (ΙΤΕΠ, 2014). Το φαινόμενο έγινε αντιληπτό ήδη από την περίοδο 1980-85, όπου ο τουρισμός στην Ελλάδα παρουσίασε τη μεγαλύτερη εποχικότητα, από όλες τις γειτονικές χώρες και αύξησε τη συγκέντρωσή του από τον μήνα Μάιο με κορύφωση τον μήνα Ιούλιο (Drakatos, 1987).

Σύμφωνα με μελέτη του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), που φαίνεται και παρακάτω, το 86,5% των τουριστών που έφθασαν στη χώρα μας το 2013, επισκέφθηκαν τη χώρα την περίοδο του Μαΐου – Οκτωβρίου, ενώ πιο συγκεκριμένα το 70% από αυτούς έφθασε τους μήνες Ιούνιο - Σεπτέμβριο.



Γράφημα 1: Η εισερχόμενη τουριστική κίνηση στην Ελλάδα το 2013 (Πηγή: ΙΤΕΠ)

**Πίνακας – Μηνιαίες Αφίξεις μη Κατοίκων στην Ελλάδα**

| <b>Μήνας</b>          | <b>2013</b>       | <b>2014</b>       |
|-----------------------|-------------------|-------------------|
| Ιανουάριος            | 365.603           | 404.293           |
| Φεβρουάριος           | 295.653           | 325.954           |
| Μάρτιος               | 362.100           | 456.656           |
| Απρίλιος              | 557.498           | 727.964           |
| Μάιος                 | 1.467.136         | 1.651.704         |
| Ιούνιος               | 2.372.850         | 2.697.469         |
| Ιούλιος               | 3.263.920         | 4.222.873         |
| Αύγουστος             | 3.885.718         | 4.856.356         |
| Σεπτέμβριος           | 2.963.438         | 3.643.696         |
| Οκτώβριος             | 1.547.627         | 1.840.600         |
| Νοέμβριος             | 435.304           | 668.174           |
| Δεκέμβριος            | 402.743           | 537.729           |
| <b>Σύνολο αφίξεων</b> | <b>17.919.590</b> | <b>22.033.468</b> |

Πίνακας 2: Μηνιαίες Αφίξεις μη Κατοίκων στην Ελλάδα (Πηγή: ΙΤΕΠ)

Παράλληλα, φάνηκε ότι η εποχικότητα ισχύει για όλες τις περιφέρειες της χώρας, με εντονότερη εμφάνιση στην Κρήτη, στα νησιά του Ιονίου και του Αιγαίου, ενώ με σχετικά μικρότερη ένταση στην περιφέρεια Αττικής (ΙΤΕΠ, 2014).

| <b>Περιφέρεια</b>         | <b>Δείκτης Εποχικότητας</b> |
|---------------------------|-----------------------------|
| Ανατ. Μακεδονία & Θράκη   | 38,80%                      |
| Κεντρ. Μακεδονία          | 43,10%                      |
| Δυτ. Μακεδονία            | 45,90%                      |
| Ήπειρος                   | 23,50%                      |
| Θεσσαλία                  | 47,80%                      |
| Ιόνια Νησιά               | 60,50%                      |
| Δυτική Ελλάδα             | 42,30%                      |
| Στερεά Ελλάδα             | 42,30%                      |
| Πελοπόννησος              | 43,00%                      |
| Αττική                    | 32,50%                      |
| Βόρειο Αιγαίο             | 43,80%                      |
| Νότιο Αιγαίο              | 55,80%                      |
| Κρήτη                     | 54,90%                      |
| <b>Σύνολο Επικράτειας</b> | <b>45,52%</b>               |

Πίνακας 3: Η εποχικότητα αφίξεων εισερχόμενου τουρισμού ανά περιφέρεια 2013 (Πηγή: ΙΤΕΠ)

#### **2.4. Η οικονομική επίδραση του τουρισμού**

Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ) και την Τράπεζα της Ελλάδος, το 2013 στην Ελλάδα έφθασαν 17.919.581 τουρίστες, κάτοικοι άλλων χωρών, και εισέπραξε 11,7 δις ευρώ. Το 2014, παρατηρήθηκε αύξηση των αφίξεων στη χώρα μας και παράλληλα 13% άνοδο των εσόδων. Από τον παρακάτω πίνακα, γίνεται εμφανής και η εποχικότητα του τουρισμού στη χώρα μας, αφού τους καλοκαιρινούς μήνες παρατηρείται το μεγαλύτερο ποσοστό αφίξεων, ενώ τους χειμερινούς είναι αισθητά μικρότερο.

| <b>Εισερχόμενος Τουρισμός, 2013 - 2014</b> |             |              |                |                |
|--------------------------------------------|-------------|--------------|----------------|----------------|
| <b>Αφίξεις</b>                             |             | <b>Έσοδα</b> |                |                |
|                                            | <b>2013</b> | <b>2014</b>  | <b>2013</b>    | <b>2014</b>    |
| Ιαν                                        | 365.605     | 404.292      | 127.600.000    | 156.400.000    |
| Φεβ                                        | 295.652     | 325.953      | 119.600.000    | 133.600.000    |
| Μαρ                                        | 362.098     | 456.655      | 142.100.000    | 185.800.000    |
| Απρ                                        | 557.496     | 727.963      | 227.600.000    | 381.700.000    |
| Μαι                                        | 1.467.134   | 1.651.703    | 1.013.686.000  | 1.019.754.000  |
| Ιουν                                       | 2.372.846   | 2.697.470    | 1.656.459.603  | 1.930.958.971  |
| Ιούλ                                       | 3.263.921   | 4.222.873    | 2.337.971.700  | 2.677.896.340  |
| Αυγ                                        | 3.885.717   | 4.856.356    | 2.807.386.000  | 3.103.310.000  |
| Σεπ                                        | 2.963.439   | 3.643.695    | 1.983.281.447  | 2.205.219.770  |
| Οκτ                                        | 1.547.626   | 1.840.600    | 950.000.000    | 993.400.000    |
| Νοε                                        | 435.303     | 669.700      | 204.500.000    | 267.200.000    |
| Δεκ                                        | 402.744     |              | 168.500.000    |                |
| Σύνολο                                     | 17.919.581  | 21.497.261   | 11.738.684.750 | 13.055.239.081 |
| Μεταβολή Ιαν - Νοε                         |             | 23%          |                | 13%            |

Πίνακας 4: Εισερχόμενο τουρισμός 2013-2014 (Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ)

Πιο συγκεκριμένα, οι περισσότερες αφίξεις πραγματοποιούνται από κατοίκους ευρωπαϊκών χωρών (85,4%), με μεγαλύτερο ποσοστό αφίξεων από τη Γερμανία (11,4%), το Ηνωμένο Βασίλειο (11,1%) και τη Γαλλία (6,6%). Η περιοχή των Βαλκανίων, επίσης, τροφοδοτεί τη χώρα μας με περίπου 3000 τουρίστες τον χρόνο, με μέση ημερήσια δαπάνη τα 76 ευρώ. Παράλληλα, εκτός Ευρώπης, σημαντική αύξηση στις αφίξεις παρατηρείται από την Τουρκία (5,5%) και τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (3,2%).

Παράλληλα, ο εγχώριος τουρισμός την ίδια περίοδο εμφανίζει μείωση σε σχέση με τις προηγούμενες περιόδους, γεγονός που συνδέεται εμφανώς με την οικονομική κρίση στην Ελλάδα. Έτσι, την περίοδο 2008 -2012 μειώθηκε κατά 32% ο αριθμός

των ταξιδιών με τουλάχιστον 4 διανυκτερεύσεις και κατά 47% η κατά κεφαλήν δαπάνη ανά ταξίδι.

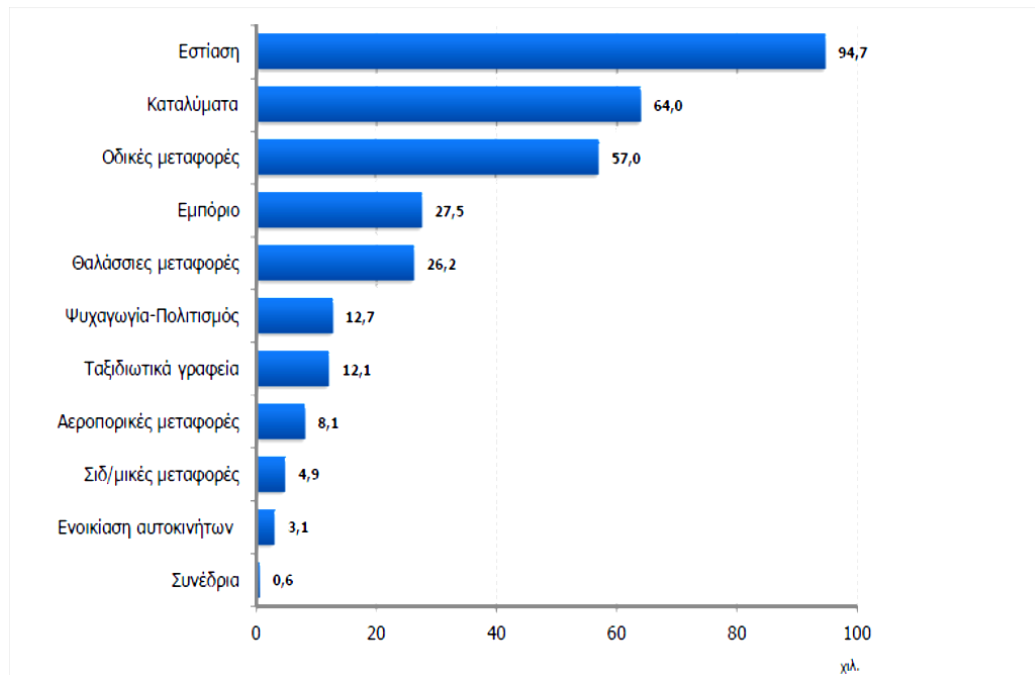
Όσον αφορά την κατανομή της τουριστικής δαπάνης στις περιφέρειες της χώρας, τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ δείχνουν ότι είναι μεγάλο το ποσοστό συμμετοχής του τουρισμού στη διαμόρφωση του ΑΕΠ της Κρήτης (48%), του Νοτίου Αιγαίου (60%) και των Ιονίων Νήσων (49%). Ενδιαφέρον στοιχείο είναι το γεγονός ότι το Νότιο Αιγαίο και τα Ιόνια Νησιά, με κύρια οικονομική τους δραστηριότητα τον τουρισμό, έχουν το υψηλότερο κατά κεφαλήν ΑΕΠ μετά την περιφέρεια της Αττικής.

| Περιφέρεια          | % κατανομή<br>διανυκτε-<br>ρεύσεων<br>ξενοδοχείων<br>2013 | αναλογία<br>άμεσης<br>τουριστικής<br>δαπάνης<br>2013 -<br>σε € εκ. | ΑΕΠ<br>Περιφέ-<br>ρειας<br>2012 -<br>σε € εκ. | συμβολή<br>τουρισμού<br>στο ΑΕΠ<br>Περιφέ-<br>ρειας με<br>στοιχεία<br>2012 | κατά<br>κεφαλήν<br>ΑΕΠ -<br>σε € |
|---------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| Κρήτη               | 28,7%                                                     | 4.372                                                              | 9.067                                         | 48%                                                                        | 14.398                           |
| Ν. Αιγαίο           | 24,7%                                                     | 3.767                                                              | 6.240                                         | 60%                                                                        | 18.064                           |
| Ιόνια Νησιά         | 11,0%                                                     | 1.680                                                              | 3.402                                         | 49%                                                                        | 16.100                           |
| Κεντ. Μακεδονία     | 10,7%                                                     | 1.626                                                              | 26.109                                        | 6%                                                                         | 13.645                           |
| Αττική              | 9,2%                                                      | 1.403                                                              | 94.964                                        | 1%                                                                         | 24.099                           |
| Πελοπόννησος        | 3,2%                                                      | 481                                                                | 8.241                                         | 6%                                                                         | 13.870                           |
| Θεσσαλία<br>& Θράκη | 2,6%                                                      | 394                                                                | 9.505                                         | 4%                                                                         | 12.757                           |
|                     | 2,4%                                                      | 369                                                                | 7.653                                         | 5%                                                                         | 12.270                           |
| Β. Αιγαίο           | 2,1%                                                      | 325                                                                | 2.784                                         | 12%                                                                        | 13.394                           |
| Δυτ. Ελλάδα         | 2,1%                                                      | 317                                                                | 9.150                                         | 3%                                                                         | 13.431                           |
| Στερεά Ελλάδα       | 1,7%                                                      | 257                                                                | 8.543                                         | 3%                                                                         | 15.075                           |
| Ήπειρος             | 1,2%                                                      | 185                                                                | 4.242                                         | 4%                                                                         | 12.207                           |
| Δυτ. Μακεδονία      | 0,5%                                                      | 69                                                                 | 4.304                                         | 2%                                                                         | 15.050                           |
| Σύνολο Χώρας        | 100,0%                                                    | 15.242                                                             | 194.204                                       | 8%                                                                         | 17.507                           |

Πίνακας 5. Κατανομή τουρισμού στις περιφέρειες (Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ)

Παράλληλα με την άμεση οικονομική ανάπτυξη της χώρας, αυξάνονται και τα εισοδήματα των ντόπιων εργαζομένων μέσα από τις νέες θέσεις εργασίας που δημιουργούνται. Για παράδειγμα, σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, το 2011 δημιουργήθηκαν συνολικά περίπου 741.000 θέσεις εργασίας στον τομέα του τουρισμού και σε τομείς που σχετίζονται με αυτόν.

Όπως φαίνεται και από το παρακάτω διάγραμμα η κύρια απασχόληση των ατόμων είναι σε εστίαση και καταλύματα, ενώ λιγότεροι απασχολούνται σε αεροπορικές μεταφορές και ενοικιάσεις αυτοκινήτων ( IOBE, 2012).



Γράφημα 2: Εκτίμηση της τουριστικής απασχόλησης στην Ελλάδα ως προς την κύρια θέση εργασίας, 2011 (Πηγή: IOBE)

Τέλος, σημαντικό στοιχείο για την οικονομία αποτελεί το γεγονός ότι ένα μεγάλο ποσοστό καταλυμάτων είναι μικρές οικογενειακές μονάδες, όπου απασχολούν μέλη κυρίως της οικογένειας. Παρόμοια είναι και η κατάσταση στις επιχειρήσεις εστίασης όπου το κοινό στο οποίο απευθύνονται είναι τουρίστες (Ικκος, 2015).

## Κεφάλαιο 3: Η ανταλλαγή σπιτιών

### **3.1. Η ανταλλακτική οικονομία**

Ο αντιπραγματισμός ή ανταλλακτική οικονομία ορίζεται ως η ανταλλαγή αγαθών ή υπηρεσιών μεταξύ τους, είδος με είδος, χωρίς να μεσολαβεί η ύπαρξη χρήματος (Σαμαράς, 2003). Η ιστορία του αντιπραγματισμού ξεκινά από πολλά χρόνια πριν, κάτι το οποίο δεν πρέπει να προκαλεί έκπληξη, καθώς η αμοιβαία ανταλλαγή υπηρεσιών και πόρων συνδέεται άμεσα με τις σχέσεις που δημιουργούνται στην ίδια τη φύση. Σε μεγάλο μέρος της ιστορίας της εξέλιξης του ανθρώπου, ο αντιπραγματισμός αποτελούσε το μόνο μέσο ανταλλαγής και απόκτησης υπηρεσιών και αγαθών (Glyn, 2002).

Η ανταλλακτική οικονομία χρησιμοποιείται σε μεγάλο βαθμό από επιχειρήσεις σε εποχές οικονομικής κρίσης ή έλλειψης μετρητών ή ρευστότητας. Για κάθε επιχείρηση το κέρδος από την ανταλλακτική οικονομία έχει πολλές πλευρές. Οι επιχειρήσεις εξοικονομούν χρήματα, πληρώνοντας με τις υπηρεσίες ή τα προϊόντα τους και παράλληλα μειώνουν το κόστος διαχείρισης των αποθεμάτων τους και των λειτουργικών τους εξόδων, χωρίς όμως να χάνονται θέσεις εργασίας. Η ανταλλακτική οικονομία, όμως, χρησιμοποιείται και από ιδιώτες, καθώς καθένας μπορεί να αποκτήσει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία χωρίς έξοδα, δίνοντας απλά κάτι που ο ίδιος παράγει ή δεν χρησιμοποιεί πλέον (Κοκκίνη, 2014).

Στην Ελλάδα, ήδη από το 2009, έχουμε την εμφάνιση της ανταλλακτικής οικονομίας μέσα από την ανάπτυξη και καθιέρωση παράλληλων νομισμάτων, δικτύων ανταλλαγής και χαριστικών παζαριών. Ορίζουμε ως “παράλληλο νόμισμα” οποιοδήποτε νόμισμα χρησιμοποιείται σε συναλλαγές, χωρίς να είναι το επίσημο νόμισμα μιας χώρας. Για παράδειγμα, ένα παράλληλο νόμισμα θα μπορούσε να είναι μια εικονική εμφάνιση μονάδων που πιστώνονται σε μια βάση δεδομένων. Τα δίκτυα ανταλλαγής είναι δομές που λειτουργούν χωρίς νομισματικά ανταλλάγματα για τα μέλη τους και είναι είτε γενικής φύσεως είτε εξειδικεύονται σε κάποιο τομέα υπηρεσιών ή προϊόντων. Τα ανταλλακτικά ή χαριστικά παζάρια είναι εκείνα τα παζάρια στα οποία μπορεί κάποιος να ανταλλάξει από ρούχα και υποδήματα έως βιβλία, δίσκους και μηχανήματα (Sotiropoulou, 2011).

### **3.2. Η ανταλλακτική οικονομία στον τουρισμό**

Η ανταλλαγή σπιτιών, home exchange, αποτελεί μία από τις σημαντικότερες σύγχρονες μορφές ανταλλακτικής οικονομίας, στον τομέα του τουρισμού που έχει τις ρίζες της στον Μεσαίωνα. Οι σύγχρονες ρίζες του φαινομένου έρχονται κυρίως από τις Η.Π.Α και τη Μεγάλη Βρετανία το 1950. Το 1953 ένας νεαρός δάσκαλος από τη Νέα Υόρκη και μια νέα γυναίκα από τη Βρετανία, που μέχρι τότε δεν γνωρίζονταν, αποφάσισαν να ανταλλάξουν τα σπίτια τους με ομάδες φίλων τους κατά την περίοδο των καλοκαιρινών διακοπών τους. Όταν οι δυο τους, μετά από καιρό, συναντήθηκαν, συνειδητοποίησαν ότι η ιδέα τους μπορεί να υιοθετηθεί και από άλλους και να εφαρμοστεί σε παγκόσμια κλίμακα. Έτσι, ξεκίνησε να λειτουργεί μια από τις γνωστότερες εταιρίες ανταλλαγής σπιτιών μέχρι σήμερα, η HomeLink International (Forno & Garibaldi, 2015).

Στην αρχή, οι ανταλλαγές είχαν καθιερωθεί κυρίως μεταξύ εκπαιδευτικών και η όλη διαδικασία πραγματοποιούνταν μέσω αλληλογραφίας και με τη βοήθεια ενός έντυπου καταλόγου. Σήμερα όμως η επικοινωνία μεταξύ των ενδιαφερομένων γίνεται μέσω διαδικτύου και ο νέος αυτός τύπος διακοπών αφορά όλες τις κοινωνικές ομάδες (Κοκκίνης, 2014). Σημαντικό παράγοντα, στην άνθιση τέτοιων εγχειρημάτων, έπαιξε και η ανάπτυξη του διαδικτύου, καθώς έδωσε σε πολλές εταιρίες ανταλλαγής σπιτιών τη δυνατότητα να διαδώσουν και παράλληλα να βελτιώσουν τις υπηρεσίες τους. Παράλληλα, μέσα από την ευρεία διάδοση των ιστοσελίδων, οι home exchangers κατάφεραν να επικοινωνήσουν καλύτερα μεταξύ τους (Forno & Garibaldi, 2015).

Σήμερα, τα δίκτυα- εταιρίες που ασχολούνται με τις ανταλλαγές σπιτιών έχουν αυξηθεί ραγδαία, καλύπτοντας περιοχές σχεδόν σε όλες τις χώρες παγκοσμίως, αποκτώντας χιλιάδες μέλη σε όλο τον κόσμο (Forno & Garibaldi, 2015).

Όταν ένα άτομο γίνει μέλος ενός δικτύου ανταλλαγής σπιτιού, δημιουργεί ένα προφίλ στο οποίο αναφέρονται πληροφορίες για το ακίνητο που ανταλλάσει, όπως τοποθεσία, τετραγωνικά, αριθμός δωματίων, οι ημερομηνίες που μπορεί να πραγματοποιήσει τις ανταλλαγές και κάποιες προσωπικές πληροφορίες, όπως η περιγραφή της οικογένειας και του εαυτού του. Με βάση τα προφίλ που δημιουργούνται, τα μέλη μπορούν να επιλέξουν το καταλληλότερο άτομο για την ανταλλαγή, πάντα σύμφωνα με τις επιθυμίες και τα πρότυπα του καθενός.

Εκτός της δωρεάν διαμονής που προσφέρει αυτή η ιδέα, υπάρχει και ο στόχος διάδοσης της φιλοσοφίας που βρίσκεται από πίσω και που δημιουργεί στενές ανθρώπινες σχέσεις, δεδομένου ότι η όλη ιδέα του σπιτιού ανταλλαγής βασίζεται

στην οικοδόμηση μιας σχέσης αμοιβαίας εμπιστοσύνης, όπου οι δεσμοί που προκύπτουν μέσα από την ανταλλαγή μπορεί να διαρκέσουν περισσότερο από τη διάρκεια της αρχικής συναλλαγής (Andriotis & Agiomirgianakis, 2014).

Το φαινόμενο της ανταλλαγής, αν και στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια άρχισε να γίνεται γνωστό, έχει αποτελέσει ακόμα και ιδέα για τον κινηματογράφο. Έτσι, η ταινία “The holiday”, αφηγείται την ιστορία δυο γυναικών που, θέλοντας να ξεφύγουν από τη βαρετή καθημερινότητά τους, ανταλλάσσουν τα σπίτια τους κατά τη διάρκεια των χριστουγεννιάτικων διακοπών τους (Κοκκίνης, 2014).

### **3.3. Πλατφόρμες ανταλλαγής σπιτιών**

Όπως ήδη αναφέρθηκε, οποιοσδήποτε μπορεί να αποκτήσει πρόσβαση σε σελίδες ανταλλαγής σπιτιών και να αποτελέσει μέλος τους, μέσα από τη χρήση του διαδικτύου. Κάποια παραδείγματα από ιστοσελίδες ανταλλαγής σπιτιών αναφέρονται παρακάτω, ενώ η περίπτωση της εταιρίας Home Exchange εξετάζεται αναλυτικά στο επόμενο κεφάλαιο.

#### **3.3.1 HomeLink International (<http://homelink.org/en/>)**

Ιδρύθηκε το 1953 από ένα ζευγάρι εκπαιδευτικών στις Η.Π.Α, με σκοπό την ανταλλαγή σπιτιών για εκπαιδευτικούς από όλο τον κόσμο. Αποτελεί την πρώτη εταιρία ανταλλαγής σπιτιού μαζί με την Intervac. Το 2013, γιόρτασε τα 60 χρόνια λειτουργίας της και σήμερα μετράει πάνω από 10.000 ενεργά μέλη και 27 αντιπροσώπους. Διαθέτει φιλικό προς την χρήση site με καταχωρήσεις τόσο στις Η.Π.Α όσο και στον υπόλοιπο κόσμο. Παρέχονται φωτογραφίες των σπιτιών και είναι απαραίτητη μια συνδρομή που στοιχίζει 100 ευρώ για 12 μήνες.

Στο site της, η εταιρία, θέλοντας να τονίσει την εξοικονόμηση χρημάτων, παραθέτει ένα παράδειγμα για το κόστος των διακοπών μέσα από την ανταλλαγή:

| <b>Κόστος<br/>(σε ευρώ)</b> | <b>Χωρίς<br/>ανταλλαγή</b> | <b>Με<br/>ανταλλαγή</b> |
|-----------------------------|----------------------------|-------------------------|
| Αεροπορικά εισιτήρια        | 1.600                      | 1.600                   |
| Ξενοδοχείο                  | 8.000                      | 0*                      |
| Αυτοκίνητο                  | 1.000                      | 0*                      |
| Διατροφή                    | 2.400                      | 1.400*                  |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>               | <b>13.000</b>              | <b>3.000</b>            |

Πίνακας 6: Κόστος για 20ήμερη απόδραση για 4μελή οικογένεια  
(Πηγή: <http://www.homelinkgreece.org>)

Το σενάριο, που παρουσιάζεται, βασίζεται σε μέλος της εν λόγω εταιρίας, που διαθέτει το αυτοκίνητό του για ανταλλαγή και το κόστος διατροφής υπολογίζεται με το σκεπτικό ότι η 4μελής οικογένεια χρησιμοποιεί την κουζίνα του σπιτιού που φιλοξενείται.

### 3.3.2. Intervac (<http://www.intervac-homeexchange.com/>)

Η λέξη Intervac προέρχεται από τις λέξεις "International" και "Vacations", που σημαίνει διεθνείς διακοπές και είναι το σήμα κατατεθέν στις περισσότερες χώρες όπου λειτουργεί η Intervac. Η εταιρία ξεκίνησε στην Ευρώπη το 1953 από μια ομάδα εκπαιδευτικών, οι οποίοι αναζητούσαν οικονομικό τρόπο για να ταξιδέψουν σε όλο τον κόσμο. Αφού πραγματοποίησαν κάποιες ανταλλαγές, διαπίστωσαν ότι το να μένει ο ένας στο σπίτι του άλλου ήταν ένας εξαιρετικός τρόπος για να δημιουργούνται νέες φιλίες.

Η Intervac λειτουργεί κάτω από την ομπρέλα της Intervac International, που είναι μία μη κερδοσκοπική οργάνωση με έδρα τη Σουηδία. Στις χώρες στις οποίες εκπροσωπείται η εταιρία, οι εκπρόσωποί της αποκαλούνται Intervac και κατόπιν ακολουθεί το όνομα της χώρας. Για παράδειγμα, Intervac Austria στην Αυστρία και Intervac Canada στον Καναδά.

Η εταιρία μετράει πάνω από 30.000 μέλη και προσφέρει τις υπηρεσίες της σε όλο τον κόσμο, διαθέτοντας εκπροσώπους σε 45 χώρες, που μιλάνε τη γλώσσα των περισσότερων μελών της. Η εταιρία υποστηρίζει τα παρακάτω είδη διακοπών:

- ❖ Ανταλλαγή Σπιτιών: Η βασική επιλογή - δύο οικογένειες συμφωνούν να ζήσουν η μία στο σπίτι της άλλης για ορισμένο χρονικό διάστημα.
- ❖ Ύπνος και Πρωινό: Όπως είναι ευρύτερα γνωστό (bed & breakfast) αλλά γίνεται μεταξύ των μελών, χωρίς την καταβολή χρημάτων.
- ❖ Ενοικιάσεις: Τα μέλη μερικές φορές παρέχουν εξοχικά που ενοικιάζουν σε ειδική τιμή σε άλλα μέλη.

Η ετήσια συνδρομή στην εταιρία είναι 70 ευρώ και περιλαμβάνει πρόσβαση σε όλες τις καταχωρήσεις, την καταχώρηση του μέλους μαζί με φωτογραφίες και κείμενο, τη λήψη ειδοποιήσεων για πιθανές ανταλλαγές, τη βοήθεια από εκπροσώπους της εταιρίας, τη δυνατότητα απεριόριστων ανταλλαγών και τη λήψη ενημερωτικού δελτίου.

### 3.3.3. Green Theme International (<https://www.gti-home-exchange.com/>)

Ιδρύθηκε το 1989, με έδρα τις Η.Π.Α, προσπαθώντας να αποτελέσει μια ενεργή κοινότητα ανταλλαγής σπιτιών. Στόχος της εταιρίας είναι να δώσει στα μέλη της πολλές επιλογές για διακοπές και ταυτόχρονα να προάγει και τον φιλικό προς το περιβάλλον τουρισμό. Έτσι, η ιστοσελίδα κάνει ιδιαίτερη αναφορά σε αυτό το είδος τουρισμού, περιέχοντας ακόμα και άρθρα σχετικά με τον τουρισμό και την προστασία του περιβάλλοντος.

Σήμερα μετράει πάνω από 2.300 μέλη και η συνδρομή ενός μέλους μπορεί να είναι τρίμηνη (17 ευρώ), εξάμηνη (25 ευρώ) ή ενός έτους (35 ευρώ).

### 3.3.4. Love Home Swap (<http://www.lovehomeswap.com/>)

Η εταιρία ιδρύθηκε το 2010 και σήμερα διαθέτει πάνω από 90.000 σπίτια σε περισσότερες από 195 χώρες. Διαθέτει online ημερολόγιο που δίνει εύκολα τη δυνατότητα στον χρήστη να ανακαλύψει σε ποιες ημερομηνίες το σπίτι που επιθυμεί είναι διαθέσιμο. Στη σελίδα διατίθενται 700.000 απόψεις μελών της, καθώς και ομάδες μελών που είναι στη διάθεση των υπολοίπων για οποιαδήποτε βοήθεια. Το βασικό κόστος εγγραφής στην εταιρία ξεκινά από τα 17 ευρώ και αυξάνεται, ανάλογα με την κατηγορία μέλους που ο καθένας ανήκει.

Το διαφορετικό, σε σχέση με τις προηγούμενες εταιρίες, που προσφέρει η Love Home Swap είναι η δυνατότητα ενοικίασης του σπιτιού σου, όπως στην περίπτωση της Airbnb που θα αναφερθεί παρακάτω.

## **3.4. Η φιλοξενία**

Η μη εμπορική φιλοξενία συνδέεται άμεσα με την ανταλλακτική οικονομία στον τομέα το τουρισμού και έχει τις ρίζες της στην Αρχαία Ελλάδα. Ο Δίας, ο οποίος αναφέρεται ως Ξένιος, δηλαδή ο θεός των ταξιδιωτών, ήταν προστάτης των επισκεπτών. Στην πραγματικότητα, η προσφορά φιλοξενίας σε ξένους ήταν ένα έθιμο του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού, που έδειχνε τη γενναιοδωρία και την ευγένεια, σχηματίζοντας έτσι φιλίες μακράς διάρκειας. Σήμερα, πολλές δυνατότητες φιλοξενίας έχουν ξεπηδήσει στο διαδίκτυο, μέσα από τις αντίστοιχες σελίδες που έχουν δημιουργηθεί, δίνοντας τη δυνατότητα στον ταξιδιώτη είτε της αμοιβαίας ανταλλαγής είτε της απλής φιλοξενίας του (Andriotis and Agiomirgianakis, 2014). Η

δημοφιλέστερη ιστοσελίδα που προάγει την τοπικότητα και τη φιλοξενία, σήμερα, είναι η Airbnb.

#### 3.4.1 Η περίπτωση της Airbnb (www.airbnb.gr)

Η Airbnb αποτελεί παράδειγμα διάθεσης σπιτιών σε πολύ χαμηλές τιμές, δίνοντας τη δυνατότητα στον καθένα ταξιδιώτη να “ζήσει σαν ντόπιος”. Συνδυάζει ταυτόχρονα τα οικονομικά οφέλη τόσο για τους ταξιδιώτες όσο και για τους κατοίκους των τουριστικών περιοχών και την εμπειρία της φιλοξενίας.

Ιδρύθηκε το 2008, από τους Joe Gebbia, Brian Chesky, Nathan Blecharczyk, με έδρα το Σαν Φρανσίσκο της Καλιφόρνιας, και αποτελεί μια κοινότητα για ταξιδιώτες που θέλουν να καταχωρήσουν, να ανακαλύψουν και να κάνουν κράτηση σε ολόκληρο τον κόσμο, διαδικτυακά ή από κινητό τηλέφωνο. Στην Airbnb μπορεί κανείς να ανακαλύψει από ένα απλό διαμέρισμα έως μια βίλα ή ένα από τα 1.400 κάστρα που διατίθενται μέσω της σελίδας. Μπορεί να ταξιδέψει και να μείνει σε παραδοσιακά καταλύματα, τα οποία θα τον φέρουν σε απευθείας επαφή με τη ζωή της εκάστοτε περιοχής, και θα τον εντάξουν στην τοπική κουλτούρα. Σήμερα, αποτελεί την κορυφαία στο είδος της ιστοσελίδα που διαρκώς εξαπλώνεται, διαθέτει πάνω από 60.000.000 μέλη, με 2.000.000 καταχωρήσει σε 34.000 πόλεις που βρίσκονται σε 191 χώρες.

Ο καθένας που διαθέτει ένα σπίτι ή ακόμα και ένα δωμάτιο μπορεί να γίνει «οικοδεσπότης». Κάποιος που ενδιαφέρεται να γίνει «οικοδεσπότης», φτιάχνει ένα προφίλ με την περιγραφή του διαμερίσματός του και φωτογραφίες. Παράλληλα, για κάθε κράτηση που πραγματοποιείται η εταιρία κρατάει το 3% των εσόδων κάθε ενοικίασης. Για να διασφαλιστεί ότι το κατάλυμα πληροί τα κριτήρια, η πληρωμή γίνεται 24 ώρες μετά την άφιξη του ταξιδιώτη στον χώρο της διαμονής του.

Ο Molly Turner, Γενικός Επικεφαλής της Airbnb, δηλώσε το 2013: «Το επιχειρηματικό μας μοντέλο βασίζεται σε ανθρώπους που δεν μπορούν να αντέξουν οικονομικά τα σπίτια τους, χρειάζονται επιπλέον χρήματα και έτσι νοικιάζουν τα σπίτια τους». Συνεχίζοντας, δήλωσε ότι η επιτυχία της εταιρείας μπορεί να εξηγηθεί από δευτερογενείς παράγοντες, όπως είναι η συγκλονιστική εμπειρία του να «ζήσει κάποιος σαν ντόπιος», η εύκολη πρόσβαση και η δημιουργία μιας αξιόπιστης αγοράς, καθώς και η απευθείας επικοινωνία των μελών της κοινότητας (P2P). Έτσι, λόγω των παραπάνω, η Airbnb αποτελεί σημαντικό “αντίπαλο” των παραδοσιακών

ξενοδοχειακών μονάδων και στο μέλλον αναμένεται να επηρεάσει ακόμα περισσότερο τη ζήτηση των παλαιών ξενοδοχειακού τύπου καταλυμάτων (Oskam & Boswijk, 2016).

### **3.5. Τα πλεονεκτήματα του Home Exchange**

Το Home Exchange παρουσιάζει μια σειρά από πλεονεκτήματα τα οποία δίνουν τη δυνατότητα ταχείας ανάπτυξης του και καθιέρωσης της ανταλλαγής σπιτιών ως μια νέα μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Τα πλεονεκτήματα είναι (Andriotis and Agiomirgianakis, 2014; de Groote & Nicasi, 1994):

- Η εύκολη και δωρεάν διαμονή σε όλη την υφήλιο
- Η άνετη και ζεστή διαμονή και η ευκολία προσαρμογής των ατόμων σε μια περιοχή, λόγω της διαμονής τους σε σπίτι
- Η δυνατότητα να ταξιδέψει κάποιος σε όλα τα μέρη του κόσμου και να ζήσει για λίγο σαν ντόπιος
- Η απόκτηση γνώσης «από πρώτο χέρι» για κάθε τόπο μέσω των ντόπιων μελών της ανταλλαγής
- Η εξοικονόμηση χρημάτων τόσο από τη δωρεάν διαμονή όσο και από τη δυνατότητα προετοιμασίας γεύματος στο σπίτι
- Η ευκαιρία για επιμήκυνση των διακοπών, λόγω της εξοικονόμησης χρημάτων
- Η τόνωση των τοπικών οικονομιών, μέσα από την αγορά τοπικών προϊόντων και η δαπάνη χρημάτων σε αξιοθέατα και καταστήματα
- Η έμφαση που δίνεται στην κοινότητα και όχι στον ατομικισμό, μέσα και από την προώθηση της συνεργατικής κατανάλωσης για μια βιώσιμη οικονομία

## Κεφάλαιο 4: Η εταιρία HomeExchange.com

### **4.1. Μια εισαγωγή στη HomeExchange.com**

Η HomeExchange.com ξεκίνησε τη λειτουργία της το 1992, από τον Ed. Kushins. Ήταν από τις πρώτες επιχειρήσεις οι οποίες ασχολήθηκαν με τη «συνεργατική κατανάλωση» και σταδιακά εξελίχθηκε σε μία από τις πλέον δημοφιλείς κοινότητες κοινωνικής δικτύωσης.

Σήμερα, η εταιρία αποτελείται από περισσότερους από 50 εργαζομένους, 21 διαφορετικών εθνικοτήτων, που σκοπό έχουν να φέρνουν σε επαφή τους ταξιδιώτες και μέλη της ηλεκτρονικής σελίδας, και να τους βοηθήνε να ταξιδέψουν οικονομικά για να έχουν την εμπειρία της ντόπιας καθημερινότητας. Η ιστοσελίδα είναι διαθέσιμη σε 16 γλώσσες και από το 2012 διατίθεται και στα ελληνικά. Έχει δεχθεί παραπάνω από 65.000 καταχωρήσεις, σε πάνω από 150 χώρες με περισσότερες από 1.000.000 ανταλλαγές. Έτσι, τα μέλη της εν λόγω εταιρίας διαμένουν σε ολόκληρο σχεδόν τον κόσμο, είναι άνθρωποι που δεν γνωρίζονται μεταξύ τους και επιθυμούν να δοκιμάσουν έναν νέο διαφορετικό τρόπο ζωής. Το δίκτυο βασίζεται σε αξίες, όπως ο σεβασμός, η ευγένεια και η πρόοδος. Τα μέλη του έχουν καλή σχέση με τα αυθεντικά ταξίδια και προσπαθούν να εφαρμόσουν στην πράξη το μότο της επιχείρησης “ζήσε σαν ντόπιος”.

Οι πιο δημοφιλείς προορισμοί είναι η Γαλλία, η Ιταλία, η Ισπανία, η Τουρκία, οι ΗΠΑ αλλά ακόμα και πιο εξωτικοί, όπως η Βραζιλία, η Αυστραλία, το Χονγκ Κονγκ, το Εκουαδόρ και ο Μαυρίκιος. Κάθε εβδομάδα υπολογίζεται ότι εγγράφονται 200 νέα μέλη με σκοπό να ταξιδεύουν οικονομικά και δημιουργικά.

Η ετήσια εγγραφή ανέρχεται στα 130 ευρώ, με απεριόριστο πλήθος ανταλλαγών. Επιπλέον, προσφέρεται εγγύηση ανταλλαγής σπιτιού, ώστε αν κάποια χρονιά δεν πραγματοποιηθεί ανταλλαγή, το μέλος έχει τον επόμενο χρόνο δωρεάν συνδρομή. Στη συνδρομή συμπεριλαμβάνονται οι καταχωρήσεις των σπιτιών του κάθε μέλους, η επικοινωνία με τα υπόλοιπα μέλη, η οργάνωση των ανταλλαγών και η υποστήριξη των μελών.

#### **4.2. Η λειτουργία της HomeExchange.com**

Η λειτουργία της ιστοσελίδας είναι αρκετά απλή και εύκολα κατανοητή, ώστε τα νέα μέλη να εγκλιματίζονται σύντομα. Στην ανταλλαγή σπιτιών μπορούν να πάρουν μέρος όλοι όσοι διαθέτουν μια κύρια κατοικία ή ένα εξοχικό ή ακόμα και ένα ή περισσότερα δωμάτια σε σπίτι τους. Δεν χρειάζεται να είναι μονοκατοικία, ακόμα και διαμερίσματα μπορούν να είναι μέρη ανταλλαγής, αρκεί να υπάρχει η σχετική άδεια όταν το μέλος δεν είναι ο κύριος ιδιοκτήτης του σπιτιού.

Αρχικά για να γίνει κάποιος μέλος χρειάζεται να εγγραφεί στον ιστότοπο και στη συνέχεια να αναρτήσει δοκιμαστικά και δωρεάν την οικία του. Έπειτα, το νέο μέλος καλείται να περιγράψει με ειλικρίνεια και σαφήνεια το σπίτι του, καθώς και τις ανέσεις που αυτό προσφέρει, όπως για παράδειγμα την ύπαρξη κήπου, πισίνας, πρόσβασης στο ίντερνετ κ.λπ. Πρέπει να περιγράφονται με ακρίβεια πληροφορίες, όπως το πόσα άτομα μπορούν να φιλοξενηθούν, ο αριθμός των δωματίων και το χρονικό διάστημα κατά το οποίο είναι διαθέσιμο το σπίτι προς ανταλλαγή. Μπορεί να γίνει εμπλουτισμός της περιγραφής με φωτογραφίες και πληροφορίες τόσο για το ίδιο το οίκημα όσο και για την περιοχή που αυτό βρίσκεται, τις τοπικές συνήθειες και τα αξιοθέατα που βρίσκονται σε κοντινή απόσταση.

Αφού γίνει η καταχώρηση, το μέλος μπορεί να ξεκινήσει, μέσα από το σύστημα μηνυμάτων που διαθέτει η ιστοσελίδα, να επικοινωνεί με τα υπόλοιπα μέλη. Υπάρχουν δυο κατηγορίες ανταλλαγής σπιτιού. Η ταυτόχρονη ανταλλαγή, όπου τα μέλη ανταλλάζουν τα σπίτια τους ακριβώς τις ίδιες ημερομηνίες, και η μη ταυτόχρονη ανταλλαγή που πραγματοποιείται σε δύο φάσεις. Υπάρχει, βέβαια, και η δυνατότητα φιλοξενίας των μελών ως επισκέπτες, γεγονός που δίνει τη δυνατότητα συνύπαρξης με τον τοπικό πληθυσμό αλλά δεν επιλέγεται από όσους προτιμούν την ιδιωτικότητά τους.

Έπειτα, αφού τα μέλη συμφωνήσουν στον τύπο της ανταλλαγής που επιθυμούν να πραγματοποιήσουν, συνάπτουν συμφωνία ανταλλαγής, μέσα στην οποία αναφέρονται κάθε φορά οι λεπτομέρειες της ανταλλαγής, καθώς και ότι δεν δύναται να γίνει ακύρωση εκτός αν συντρέχουν λόγοι υγείας ή θανάτου. Οι ημερομηνίες, η διάρκεια παραμονής και ο τύπος της ανταλλαγής καθορίζονται από τα μέλη που συμμετέχουν στη συμφωνία.

Τέλος, αφού πραγματοποιηθεί η ανταλλαγή, το κάθε μέλος γράφει μια κριτική με γεγονότα και παραδείγματα, ώστε να βοηθηθούν και οι υπόλοιποι επίδοξοι ταξιδιώτες.

#### **4.3. Η ασφάλεια της HomeExchange.com**

Η λογική της ανταλλαγής σπιτιών βασίζεται στην αμοιβαία εμπιστοσύνη και στον σεβασμό όλων των μελών. Έτσι, με την εγγραφή κάποιου ως μέλος, αυτόματα ξεκινάει και η υποχρέωσή του να σέβεται τα υπόλοιπα μέλη και την κοινότητα που δημιουργείται μέσα στην ιστοσελίδα. Δίνεται η δυνατότητα, μέσα από μια σειρά εργαλείων, στα μέλη να επαληθεύσουν την ορθότητα των στοιχείων που δίνονται σε κάθε σπίτι, μέσα και από τις τοπικές ομάδες υποστήριξης κάθε περιοχής.

Παράλληλα, κάθε δημοσίευση συνοδεύεται από σχόλια και κριτικές και από τη δυνατότητα επικοινωνίας, ακόμα και μέσω skype με τον πιθανό εταίρο ανταλλαγής.

Αν, ωστόσο, το μέλος δεν θεωρεί αξιόπιστη την ανταλλαγή, έχει δικαίωμα να αρνηθεί, στέλνοντας μια αρνητική απάντηση στον πιθανό εταίρο. Επιπλέον, στην περίπτωση ακύρωσης, πολιτική της εταιρίας είναι η αποζημίωση του μέλους για τα εισιτήρια μετακίνησης των συμμετεχόντων στην ανταλλαγή.

#### **4.4. Εμπειρίες μελών της HomeExchange.com**

Στην ηλεκτρονική σελίδα της Home Exchange φιλοξενούνται οι εμπειρίες από μέλη που έχουν ήδη πραγματοποιήσει ανταλλαγές.

Η οικογένεια, από τη Νορβηγία, των Alf – Inge και Camilla, που αποτελείται από τους ίδιους και τα τρία παιδιά τους, έχει ήδη πραγματοποιήσει 9 ανταλλαγές στη Δανία, την Αγγλία και την Ισπανία. Έμαθαν για την εταιρία από συγγενείς και φίλους και είναι μέλη της κοινότητας από το 2011 και έχουν ως βασικό τίτλο στην περιγραφή τους το “Μέναμε σε πραγματικές γειτονιές”. Οι ίδιοι μιλάνε για τις εμπειρίες που αποκόμισαν από τις ανταλλαγές και περιγράφουν το πώς γεύτηκαν την τοπική κουζίνα σε αυλές των γειτονιών της κάθε περιοχής, πώς γνωρίστηκαν με τους μόνιμους κατοίκους των σπιτιών που ουσιαστικά αποτέλεσαν τους τότε ξεναγούς τους και τους τωρινούς φίλους τους και το πώς τα παιδιά τους είχαν την ευκαιρία σε μικρή ηλικία να ταξιδέψουν σε μέρη που δεν θα είχαν την ευκαιρία ούτε οικονομικά να επισκεφτούν αλλά ούτε να γνωρίσουν τόσο βαθιά και αληθινά τη ζωή της εκάστοτε συνοικίας.

Αντίστοιχες απόψεις μοιράζεται στην ηλεκτρονική σελίδα και η οικογένεια του Loïc και των παιδιών του Garance και Django, που έχουν πραγματοποιήσει 15 ανταλλαγές τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Αμερική. Είναι μέλη από το 2004 και έχουν αποκομίσει τόσες εμπειρίες που ο Loïc πιστεύει πως θα ανταλλάσει σπίτια σε όλη την υπόλοιπη ζωή του. Επιπλέον, τονίζει ότι εκτός από το οικονομικό κομμάτι των

ανταλλαγών που είναι σαφώς πολύ χαμηλών εξόδων διακοπές, κυρίως εκτιμά τις σχέσεις που δημιουργούνται μέσα από τις ανταλλαγές.

## **Κεφάλαιο 5: Εμπειρικές προσεγγίσεις**

Προκειμένου να μελετηθεί καλύτερα το προφίλ των Home Exchangers και η ικανοποίηση που αυτοί λαμβάνουν από τις ανταλλαγές που πραγματοποιούν, μελετήθηκαν μια σειρά από έρευνες που έχουν ήδη πραγματοποιηθεί, οι βασικότερες από τις οποίες παρουσιάζονται παρακάτω.

### **5.1. Έρευνα του Πανεπιστημίου του Bergamo, Ιταλία**

Το Πανεπιστήμιο του Bergamo πραγματοποίησε, τον Ιούνιο του 2013, μία από τις πρώτες έρευνες για το home exchange, αναλύοντας το προφίλ και τα κίνητρα των λεγόμενων home exchangers, από διάφορες χώρες του κόσμου, με τίτλο “My home is yours” (Το σπίτι μου είναι σπίτι σου).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που πραγματοποίησε ανταλλαγές σπιτιών ήταν ηλικίας μεταξύ 45 έως 54 ετών, αποτέλεσμα που πιθανόν να προκαλεί έκπληξη λόγω της χρήσης του διαδικτύου που απαιτείται για την ανταλλαγή. Επίσης, οι περισσότεροι ερωτηθέντες εμφανίζονταν εργαζόμενοι και μάλιστα χαρακτηρίζοντας τον εαυτό τους ως υψηλά μορφωμένους, τουλάχιστον κάτοχοι ενός πτυχίου. Τα περισσότερα άτομα που συμμετείχαν στις ανταλλαγές ήταν έγγαμα με παιδιά, μάλιστα στη Σουηδία το ποσοστό τους άγγιζε το 82%. Σύμφωνα με την έρευνα, έγινε εμφανές ότι πρόκειται για διακοπές με χαμηλό ποσοστό εξόδων που επιλέγεται από τους ταξιδιώτες κυρίως για την εξοικονόμηση χρημάτων (35%). Επιπλέον, σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν, το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων προτιμούσε σπίτια με 2-3 κρεβατοκάμαρες και η διάρκεια παραμονή τους, για το 42% των ερωτώμενων, κυμαινόταν ανάμεσα σε δυο βδομάδες και ένα μήνα. Παράλληλα, το ποσοστό ικανοποίησής τους από τη διαμονή τους ήταν εξαιρετικά υψηλό και άγγιζε το 77%.

Ο κύριος λόγος που οι ερωτώμενοι επέλεξαν να ταξιδέψουν ήταν η γνωριμία με νέες κουλτούρες (46%), η ξεκούραση (19%) και η έξοδος από την καθημερινή ρουτίνα (19%). Ταυτόχρονα, σύμφωνα με την έρευνα, σχεδόν το 70% των ερωτώμενων, προσπαθώντας να ενσωματωθεί στην τοπική ζωή και στις συνήθειές της, προτιμούσε το φαγητό στο σπίτι παρά σε κάποιο μαγαζί της περιοχής. Όσον αφορά τις επισκέψεις σε μέρη της περιοχής και την προσπάθεια ενσωμάτωσής τους σε αυτή, το 84,3% επισκεπτόταν κάποιο μουσείο και πάρκο της εκάστοτε περιοχής. Την ίδια στιγμή,

μόνο το 10% των ερωτώμενων απάντησε ότι πραγματοποίησε αγορές κατά τη διάρκεια των διακοπών του.

Επιπλέον, πάνω από τα δύο τρίτα των home exchangers που ερωτήθηκαν, φάνηκε να ενδιαφέρονται για τις μορφές τουρισμού φιλικές προς το περιβάλλον. Άλλωστε, στην πραγματικότητα, η ανταλλαγή σπιτιών είναι μια μορφή τουρισμού που σέβεται το περιβάλλον, δεδομένου ότι χρησιμοποιεί τοπικούς πόρους του.

Παράλληλα, μεγάλο μέρος των ερωτώμενων συμμετείχε σε κάποιες συλλογικότητες. Οι περισσότεροι συμμετείχαν σε οργανώσεις που έχουν σχέση με την κοινότητα όπου διέμεναν και εξίσου αρκετοί σε οργανώσεις που προστατεύουν την πανίδα και την άγρια ζωή.

Τέλος, σύμφωνα με την έρευνα, το 75,3% από τους ερωτηθέντες συμφώνησε με την φράση «Οι περισσότεροι άνθρωποι είναι αξιόπιστοι», κάτι το οποίο αποτελεί και λόγω ύπαρξης της εταιρίας, καθώς το ίδιο το φαινόμενο της ανταλλαγής σπιτιών βασίζεται στο μεγαλύτερο βαθμό του στην εμπιστοσύνη (Forno and Garibaldi, 2013).

## **5.2. Έρευνα για τους Έλληνες Home Exchangers**

Μια ακόμα έρευνα πραγματοποιήθηκε την επόμενη χρονιά, την Άνοιξη του 2014, από τους Sdrali et al. (2015), με σκοπό να αναλύσει το προφίλ των Ελλήνων Home Exchangers και να διερευνήσει τα κίνητρα τα οποία τους ώθησαν στην επιλογή αυτού του τύπου διακοπών, καθώς και την επίδραση της ανταλλαγής σπιτιών στη βιώσιμη ανάπτυξη. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η ανταλλαγή σπιτιών είναι μια νέα μορφή διακοπών στην Ελλάδα, που επιλέγεται κυρίως από οικογένειες (45%) και ζευγάρια (34%). Παράλληλα, οι συγκεκριμένοι ταξιδιώτες έχουν υψηλό επίπεδο μόρφωσης, καθώς το 82% κατέχει τουλάχιστον πτυχίο πανεπιστημίου. Επιπλέον, οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες στην έρευνα, την περίοδο που διεξαγόταν αυτή, είχαν ήδη πραγματοποιήσει από 1 έως 5 φορές ανταλλαγή σπιτιού.

Όσον αφορά τους προορισμούς των Ελλήνων home exchangers, όπως φάνηκε από την έρευνα, ο πιο ελκυστικός προορισμός είναι η Ευρώπη. Πιο συγκεκριμένα, το 98% προτιμούσε να ταξιδεύει στην Ευρώπη και μόνο το 18% επιθυμούσε να ταξιδέψει στις ΗΠΑ.

Επιπλέον, έγινε φανερό ότι λίγοι Έλληνες γνωρίζουν για τη δυνατότητα ταξιδιού μέσα από την ανταλλαγή σπιτιών. Η κύρια πηγή πληροφόρησης ήταν το διαδίκτυο (77%), η τηλεόραση (70%), οι εμπειρίες φίλων (45%) και το ραδιόφωνο (27%).

Εξετάζοντας τα κίνητρα των ερωτηθέντων έγινε αντιληπτό ότι το κύριο κίνητρό τους ήταν η ευκαιρία για εξοικονόμηση χρημάτων, μέσα από τη δωρεάν διαμονή, και στη συνέχεια η δυνατότητα να ζήσουν σαν ντόπιοι και η ευκαιρία να έρθουν σε επαφή με νέους γείτονες. Άλλα σημαντικά κίνητρα ήταν η ευκαιρία να γευτούν τις τοπικές κουζίνες και να γνωρίσουν άλλους πολιτισμούς.

Τέλος, οι Έλληνες home exchangers φάνηκε να είναι αρκετά ικανοποιημένοι από αυτή τη νέα μορφή τουρισμού και μάλιστα το 84% αυτών θα πρότεινε σε κάποιον να ταξιδέψει με αυτό τον τρόπο. Παράλληλα, θεωρούν ότι αυτή η μορφή τουρισμού μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη διάφορων περιοχών τόσο μέσα από την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, όσο και μέσα από τα κοινωνικά χαρακτηριστικά που αναδεικνύει, όπως ότι προάγει τη συλλογικότητα.

## Κεφάλαιο 6: Μεθοδολογία έρευνας

Σκοπός της έρευνας ήταν να μελετηθεί και να αναλυθεί το προφίλ του Έλληνα Home Exchanger. Για το λόγο αυτό κατασκευάστηκε ηλεκτρονικά μέσω της Google Drive ειδικά διαμορφωμένο ερωτηματολόγιο, το οποίο περιελάμβανε συνολικά 25 ερωτήσεις. Η διανομή του έγινε μέσω e-mail στους Έλληνες, μέλη, της HomeExchange.com. Αρχικά, απευθυνθήκαμε στην υπεύθυνη της εταιρείας HomeExchange.com στην Ελλάδα, κυρία Ιωάννα Παπαοικονόμου, η οποία μας έφερε σε επαφή με τους υπεύθυνους της εταιρείας. Αφού διαπιστώθηκε ότι η δημιουργία του ερωτηματολογίου ήταν για καθαρά ερευνητικούς και ακαδημαϊκούς λόγους μας δόθηκε η σχετική άδεια ώστε να μπορέσουμε να διανείμουμε στα μέλη τους το ερωτηματολόγιο. Στη συνέχεια, αυτό στάλθηκε από την ίδια την εταιρεία στον κατάλογο των μελών τους. Στη συλλογή των ερωτηματολογίων προέκυψαν αρκετά προβλήματα και λόγω της μικρής συμμετοχής στην έρευνα χρειάστηκε να σταλεί και δεύτερη φορά το ερωτηματολόγιο στα μέλη.

Το ερωτηματολόγιο, είχε πληρότητα, καθώς κάλυπτε όλο το πλαίσιο της μελέτης, και παράλληλα είχε σαφήνεια, ευκρίνεια και συνοχή. Η δειγματοληψία έγινε στα 160 άτομα μέλη της HomeExchange.com και απαντήθηκαν 31 ερωτηματολόγια, ποσοστό 20%. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τον Μάρτιο έως τον Μάιο του 2016. Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε ερωτήσεις που χωρίζονταν σε 3 ομάδες. Η πρώτη ομάδα περιελάμβανε ερωτήσεις που σχετιζόταν άμεσα με τη διαδικασία της ανταλλαγής. Δηλαδή, μελετούσαν τους λόγους και τα κίνητρα που ο ερωτώμενος οδηγήθηκε στην ανταλλαγή του σπιτιού του, το πλήθος και τα μέρη των ανταλλαγών, το είδος κατοικίας που προτιμούσε καθώς και κατά πόσο επέλεξε να ζήσει ως ντόπιος. Η δεύτερη ομάδα ερωτήσεων σχετιζόταν με την άποψη του ερωτώμενου και τις συνήθειές του γενικά σε ταξίδια, ανεξάρτητα της ύπαρξης ανταλλαγής ή όχι. Υπήρξαν ερωτήσεις που μελετούσαν τη γενική του στάση σε ταξίδια και την άποψη για τον εναλλακτικό τουρισμό. Τέλος η τρίτη ομάδα αφορούσε το ίδιο το άτομο και αποτελούνταν από δημογραφικές ερωτήσεις. Στην τελευταία ομάδα ερωτήσεων μελετήθηκε το φύλο, το βιοτικό και εκπαιδευτικό επίπεδο και η συμμετοχή του ερωτώμενου σε άλλες κοινωνικές ομάδες και συλλόγους.

Σημειώνεται ότι οι απαντήσεις του ερωτηματολογίου ήταν ανώνυμες και τα αποτελέσματα που προέκυψαν χρησιμοποιήθηκαν μόνο για ερευνητικούς σκοπούς και την εξαγωγή συμπερασμάτων.

Η επεξεργασία των αποτελεσμάτων έγινε με τη χρήση του στατιστικού προγράμματος Spss23 και του Excel και χωρίστηκε σε δύο ενότητες. Η πρώτη ενότητα περιελάμβανε την περιγραφική στατιστική, ενώ η δεύτερη την ανάλυση κατά συστάδες με τη μέθοδο της ιεραρχικής ανάλυσης.

Η περιγραφική στατιστική είναι, «η ανάπτυξη μεθόδων για τη συνοπτική και την αποτελεσματική παρουσίαση των δεδομένων». Για το σκοπό αυτό, έχουν αναπτυχθεί, μέθοδοι πινακοποίησης των δεδομένων, μέθοδοι γραφικής παρουσίασης των δεδομένων και αριθμητικά περιγραφικά μέτρα.

Η ανάλυση κατά συστάδες είναι μια μέθοδος που σκοπό έχει να κατατάξει σε ομάδες τις υπάρχουσες παρατηρήσεις χρησιμοποιώντας την πληροφορία που υπάρχει σε κάποιες μεταβλητές. Η μέθοδος τείνει να δημιουργεί ομάδες από παρατηρήσεις, οι οποίες μοιάζουν μεταξύ τους, εξετάζοντας το πόσο όμοιες είναι ως προς κάποιες παρατηρήσεις. Στο τέλος της ανάλυσης θα πρέπει να δημιουργηθούν ομάδες στις οποίες οι παρατηρήσεις σε κάθε ομάδα να είναι όσο γίνεται πιο ομοιογενείς αλλά να διαφέρουν όσο γίνεται περισσότερο από αυτές των υπόλοιπων ομάδων.

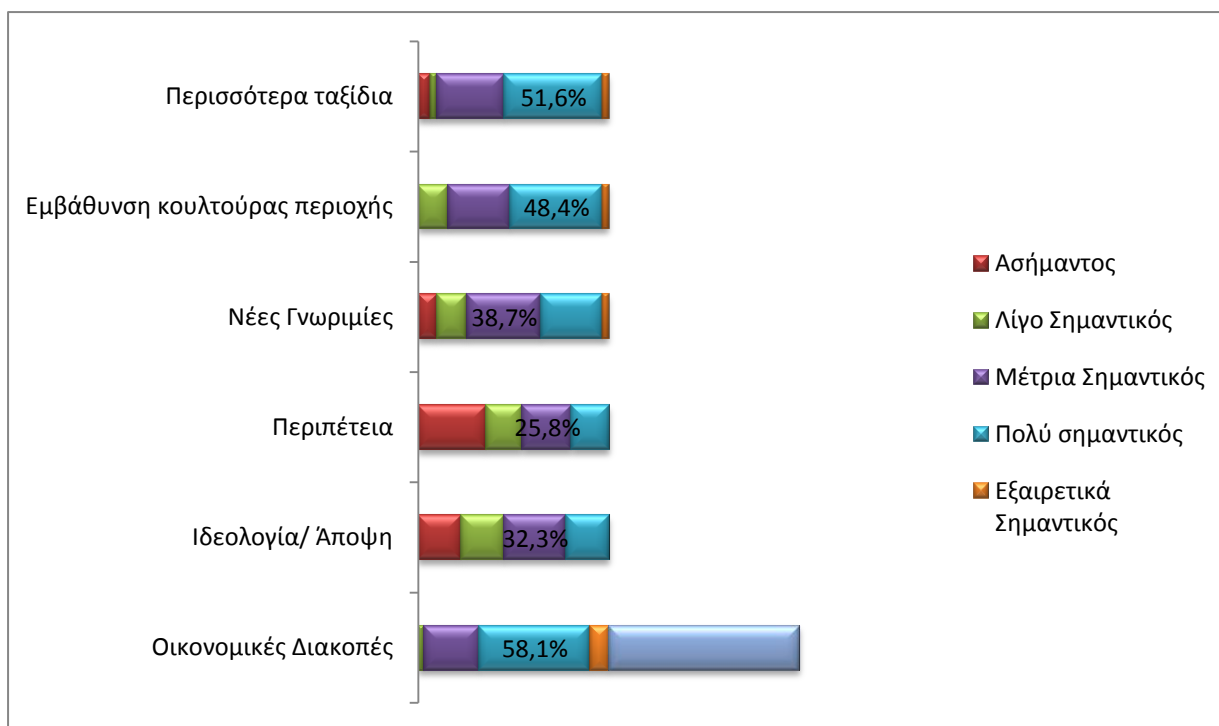
## Κεφάλαιο 7: Αποτελέσματα έρευνας

### 7.1 Προφίλ των Ελλήνων Home Exchangers

Όσον αφορά τους λόγους που οι ερωτώμενοι επέλεξαν ως τύπο διακοπών την ανταλλαγή σπιτιών, όπως φαίνεται και από τον παρακάτω πίνακα, το 67,8% απάντησε ότι ο οικονομικός παράγοντας ήταν από πολύ σημαντικός έως και εξαιρετικά σημαντικός λόγος επιλογής αυτού του τύπου διακοπών. Παράλληλα, το μεγαλύτερο ποσοστό (32,3%) ανέφερε πως η ιδεολογία του ατόμου καθώς και οι νέες γνωριμίες αποτελούν μέτρια σημαντικότητας λόγο επιλογής. Τέλος, η εμβάθυνση στην κουλτούρα μιας περιοχής και η δυνατότητα για περισσότερα ταξίδια χαρακτηρίστηκαν από το μεγαλύτερο ποσοστό ως πολύ σημαντικοί λόγοι (48,4% και 51,6% αντίστοιχα) για την επιλογή τους να πραγματοποιήσουν αυτό το είδος διακοπών.

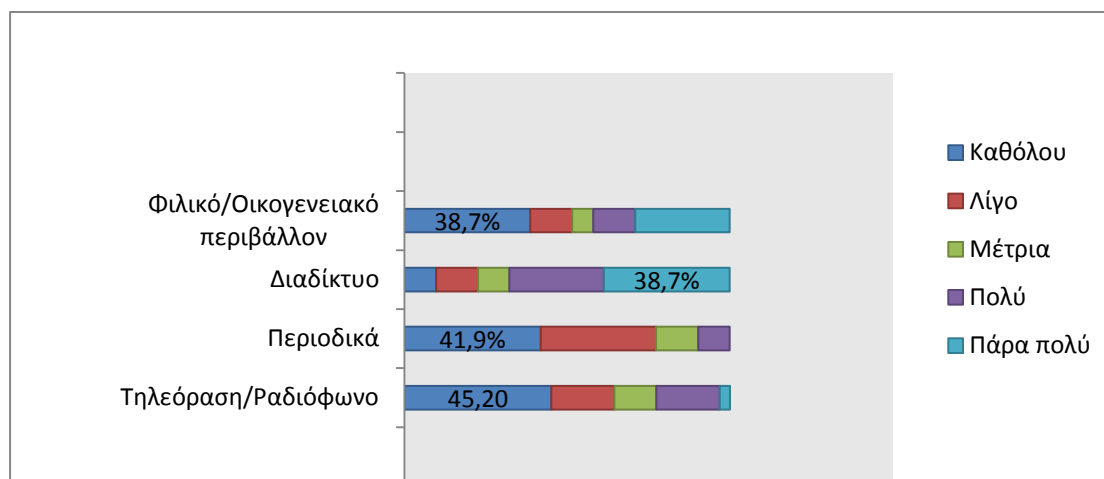
Πίνακας 7: Συχνότητα και ποσοστό σημαντικότητας λόγων επιλογής ανταλλαγής σπιτιών

| %<br>(Συχνότητα)         | Οικονομικές<br>Διακοπές | Ιδεολογία/<br>Άποψη | Περιπέτεια   | Νέες<br>Γνωριμίες | Εμβάθυνση<br>κουλτούρας<br>περιοχής | Περισσότερα<br>ταξίδια |
|--------------------------|-------------------------|---------------------|--------------|-------------------|-------------------------------------|------------------------|
| Ασήμαντος                | 0<br>(0)                | 22,6<br>(7)         | 35,5<br>(11) | 9,7<br>(3)        | 0<br>(0)                            | 6,5<br>(2)             |
| Λίγο<br>Σημαντικός       | 3,2<br>(1)              | 22,6<br>(7)         | 19,4<br>(6)  | 16,1<br>(5)       | 16,1<br>(5)                         | 3,2<br>(1)             |
| Μέτρια<br>Σημαντικός     | 29<br>(9)               | 32,3<br>(10)        | 25,8<br>(8)  | 38,7<br>(12)      | 32,3<br>(10)                        | 35,5<br>(11)           |
| Πολύ<br>σημαντικός       | 58,1<br>(18)            | 22,6<br>(7)         | 19,4<br>(6)  | 32,3<br>(10)      | 48,4<br>(15)                        | 51,6<br>(16)           |
| Εξαιρετικά<br>Σημαντικός | 9,7<br>(3)              | 0<br>(0)            | 0<br>(0)     | 3,2<br>(1)        | 3,2<br>(1)                          | 3,2<br>(1)             |



Διάγραμμα 1: Ποσοστό σημαντικότητας λόγων επιλογής ανταλλαγής σπιτιών

Στην ερώτηση σχετικά με τον τρόπο και τον βαθμό πληροφόρησης για το Home Exchange, περισσότεροι από τους μισούς είχαν ελλιπή πληροφόρηση από την τηλεόραση ή το ραδιόφωνο και τα περιοδικά. Συγκεκριμένα, το 45,2% απάντησε πως δεν είχε καθόλου πληροφόρηση από την τηλεόραση ή το ραδιόφωνο, το 19,4% πως είχε λίγη, ενώ μόλις το 3,2% απάντησε πως ενημερώθηκε από τα μέσα σε πολύ μεγάλο βαθμό. Αντίθετα, το 38,7% των ερωτώμενων ανέφερε πως ενημερώθηκε σε πολύ μεγάλο βαθμό από το διαδίκτυο και το 29% από το φιλικό και οικογενειακό περιβάλλον.



Διάγραμμα 2: Ποσοστό βαθμού πληροφόρησης για τον τύπο διακοπών Home Exchange

Πίνακας 8: Συχνότητα και ποσοστό βαθμού πληροφόρησης για τον τύπο διακοπών  
Home Exchange

| %<br>(Συχνότητα)                  | Καθόλου      | Λίγο         | Μέτρια      | Πολύ        | Πάρα<br>πολύ |
|-----------------------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|--------------|
| Τηλεόραση/Ραδιόφωνο               | 45,2<br>(14) | 19,4<br>(6)  | 12,9<br>(4) | 19,4<br>(6) | 3,2<br>(1)   |
| Περιοδικά                         | 41,9<br>(13) | 35,5<br>(11) | 12,9<br>(4) | 9,7<br>(3)  | 0<br>(0)     |
| Διαδίκτυο                         | 9,7<br>(3)   | 12,9<br>(4)  | 9,7<br>(3)  | 29<br>(9)   | 38,7<br>(12) |
| Φιλικό/Οικογενειακό<br>περιβάλλον | 38,7<br>(12) | 12,9<br>(4)  | 6,5<br>(2)  | 12,9<br>(4) | 29<br>(9)    |
| Άλλο:                             | 71<br>(22)   | 16,1<br>(5)  | 9,7<br>(3)  | 0<br>(0)    | 3,2<br>(1)   |

Στη συνέχεια, στην ερώτηση σε σχέση με τη χρονολογία πρώτης ανταλλαγής, το 2000 εμφανίζεται ως το πρώτο έτος πραγματοποίησης ανταλλαγής. Παράλληλα, οι περισσότερες ανταλλαγές που έχει πραγματοποιήσει κάποιος Έλληνας Home Exchanger είναι 10, ενώ ο μέσος όρος ανταλλαγών που προκύπτει είναι περίπου 3 ανταλλαγές από την ημέρα της πρώτης εγγραφής έως σήμερα.

Πίνακας 9: Μέσος όρος χρονολογίας πρώτης ανταλλαγής

|                               | N            | Ελάχιστη<br>παρατήρη<br>ση | Μέγιστη<br>παρατήρη<br>ση | Μέσος<br>όρος | Τυπική<br>Απόκλιση |
|-------------------------------|--------------|----------------------------|---------------------------|---------------|--------------------|
| Έτος εγγραφής<br>N (listwise) | 31<br><br>31 | 2000                       | 2016                      | 2012,55       | 3,443              |

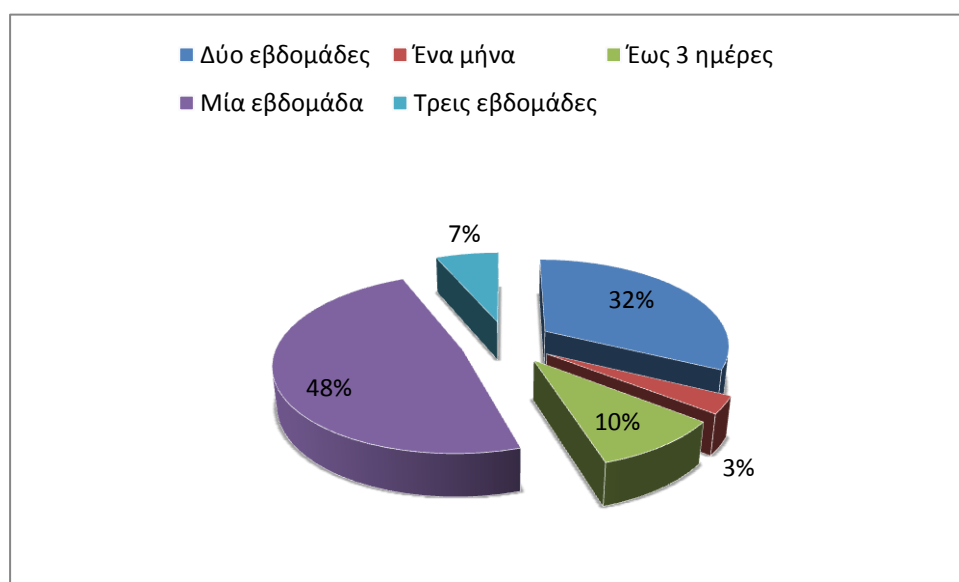
Πίνακας 10: Μέσος όρος αριθμού ανταλλαγών έως σήμερα

|                    | N  | Ελάχιστη παρατήρηση | Μέγιστη παρατήρηση | Μέσος όρος | Τυπική απόκλιση |
|--------------------|----|---------------------|--------------------|------------|-----------------|
| Αριθμός ανταλλαγών | 31 | 0                   | 10                 | 3,32       | 2,700           |
| N (listwise)       | 31 |                     |                    |            |                 |

Στην ερώτηση “πόσες μέρες μένετε κατά μέσο όρο σε κάθε ανταλλαγή”, περίπου οι μισοί από τους ερωτώμενους (48,4%) απάντησαν μια εβδομάδα, το 32,3% δύο εβδομάδες και μόλις το 3,2% έναν ολόκληρο μήνα.

Πίνακας 11: Μέσος όρος ημερών ανταλλαγής

|                 | Συχνότητα | Ποσοστό | Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων | Αθροιστικό ποσοστό |
|-----------------|-----------|---------|------------------------------------------------|--------------------|
| Δύο εβδομάδες   | 10        | 32,3    | 32,3                                           | 32,3               |
| Ένα μήνα        | 1         | 3,2     | 3,2                                            | 35,5               |
| Έως 3 ημέρες    | 3         | 9,7     | 9,7                                            | 45,2               |
| Μία εβδομάδα    | 15        | 48,4    | 48,4                                           | 93,5               |
| Τρεις εβδομάδες | 2         | 6,5     | 6,5                                            | 100,0              |
| Σύνολο          | 31        | 100,0   | 100,0                                          |                    |



Στην ερώτηση σχετικά με τον αριθμό πραγματοποίησης ανταλλαγής στις ηπείρους του πλανήτη, διαπιστώνεται ότι οι περισσότεροι Έλληνες Home Exchangers έχουν πραγματοποιήσει ανταλλαγές στην Ευρώπη και μετέπειτα στην Αμερική. Αξίζει να σημειωθεί ότι κανείς από τους ερωτώμενους δεν έχει πραγματοποιήσει ανταλλαγή στην ήπειρο της Ωκεανίας. Τέλος, ελάχιστοι έχουν ανταλλάξει σπίτια εντός της Ελλάδας, αφού ο μέσος όρος του αριθμού ανταλλαγών στην Ελλάδα είναι μόλις 0,35.

Πίνακας 12: Μέσος όρος αριθμού ανταλλαγής στην Ελλάδα και σε κάθε ήπειρο του πλανήτη

|                    | N  | Ελάχιστη<br>παρατήρησ<br>η | Μέγιστη<br>παρατήρησ<br>η | Μέσος<br>όρος | Τυπική<br>απόκλιση |
|--------------------|----|----------------------------|---------------------------|---------------|--------------------|
| Ευρώπη             | 31 | 0                          | 8                         | 2,65          | 1,942              |
| Ασία               | 31 | 0                          | 2                         | ,19           | ,543               |
| Αμερική            | 31 | 0                          | 3                         | ,58           | ,923               |
| Αφρική             | 31 | 0                          | 1                         | ,03           | ,180               |
| Ωκεανία            | 31 | 0                          | 0                         | ,00           | ,000               |
| Ελλάδα             | 31 | 0                          | 2                         | ,35           | ,608               |
| Valid N (listwise) | 31 |                            |                           |               |                    |

Η επόμενη ερώτηση αφορούσε τους χώρους επιλογής των ερωτώμενων κατά την ανταλλαγή του σπιτιού τους. Το μεγαλύτερο ποσοστό (71%) απάντησε ότι ποτέ δεν έχει επιλέξει την παραμονή του στο δωμάτιο κάποιου σπιτιού και μόλις το 6,5% απάντησε ότι το επιλέγει πολύ συχνά. Το 54,8% των ερωτώμενων απάντησε ότι πολύ συχνά επιλέγει διαμέρισμα με 2 κρεβατοκάμαρες και το 29% διαμέρισμα με μία κρεβατοκάμαρα. Παράλληλα, μόλις το 6,5% δήλωσε ότι επιλέγει πολύ συχνά μεζονέτα, ενώ αντίθετα το 25,8% των ερωτώμενων απάντησε ότι προτιμάει πολύ συχνά τη μονοκατοικία.

Πίνακας 13: Συχνότητα και ποσοστό επιλογής χώρων κατά την ανταλλαγή σπιτιών

| %<br>(Συχνότητα)                  | Ποτέ         | Σχεδόν<br>Ποτέ | Μέτρια      | Συχνά       | Πολύ Συχνά   |
|-----------------------------------|--------------|----------------|-------------|-------------|--------------|
| Δωμάτιο σπιτιού                   | 71<br>(22)   | 16,1<br>(5)    | 0<br>(0)    | 6,5<br>(2)  | 6,5<br>(2)   |
| Διαμέρισμα με 1<br>κρεβατοκάμαρα  | 22,6<br>(7)  | 6,5<br>(2)     | 25,8<br>(8) | 16,1<br>(5) | 29<br>(9)    |
| Διαμέρισμα με 2<br>κρεβατοκάμαρες | 22,6<br>(7)  | 9,7<br>(3)     | 0<br>(0)    | 12,9<br>(4) | 54,8<br>(17) |
| Μεζονέτα                          | 32,3<br>(10) | 32,3<br>(10)   | 19,4<br>(6) | 9,7<br>(3)  | 6,5<br>(2)   |
| Μονοκατοικία                      | 25,8<br>(8)  | 9,7<br>(3)     | 22,6<br>(7) | 16,1<br>(5) | 25,8<br>(8)  |

Στην ερώτηση “συνήθως, στο πλαίσιο των ανταλλαγών σας, ταξιδεύετε” το 45,2% απάντησε με την οικογένειά του, το 22,6% ως ζευγάρι χωρίς παιδιά, το 19,4% με την παρέα του και το 12,9% μόνος ή μόνη του.

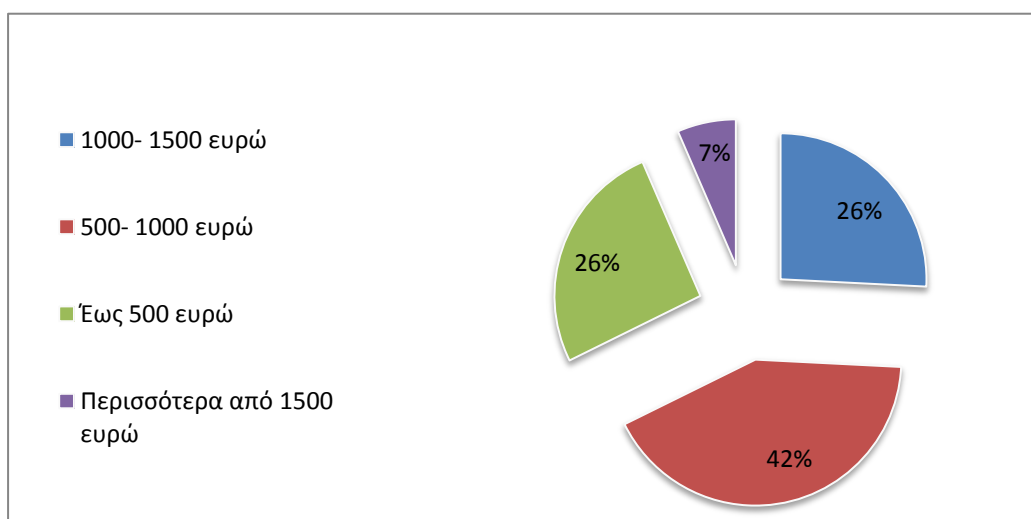
Πίνακας 14: Συχνότητα και ποσοστό πλαισίου ανταλλαγών

|                         | Συχνότητα | Ποσοστό | Ποσοστό επί<br>του συνόλου<br>των έγκυρων<br>απαντήσεων | Αθροιστικό<br>ποσοστό |
|-------------------------|-----------|---------|---------------------------------------------------------|-----------------------|
| Με την οικογένειά σας   | 14        | 45,2    | 45,2                                                    | 45,2                  |
| Με την παρέα σας        | 6         | 19,4    | 19,4                                                    | 64,5                  |
| Μόνος/ Μόνη             | 4         | 12,9    | 12,9                                                    | 77,4                  |
| Ως ζευγάρι χωρίς παιδιά | 7         | 22,6    | 22,6                                                    | 100,0                 |
| Σύνολο                  | 31        | 100,0   | 100,0                                                   |                       |

Στην ερώτηση που αφορούσε τον μέσο όρο της συνολικής ατομικής δαπάνης κατά τη διάρκεια μιας ανταλλαγής, το μεγαλύτερο ποσοστό (41,9%) απάντησε ότι κυμαίνεται από 500 έως 1000 ευρώ και το μικρότερο ποσοστό (6,5%) ότι ξεπερνάει τα 1500 ευρώ.

ίνακας 15: Συχνότητα και ποσοστό συνολικής ατομικής δαπάνης κατά την ανταλλαγή

|                              | Συχνότητ<br>α | Ποσοστό | Ποσοστό επί<br>του συνόλου<br>των έγκυρων<br>απαντήσεων | Αθροιστικό<br>ποσοστό |
|------------------------------|---------------|---------|---------------------------------------------------------|-----------------------|
| 1000- 1500 ευρώ              | 8             | 25,8    | 25,8                                                    | 25,8                  |
| 500- 1000 ευρώ               | 13            | 41,9    | 41,9                                                    | 67,7                  |
| Έως 500 ευρώ                 | 8             | 25,8    | 25,8                                                    | 93,5                  |
| Περισσότερα από 1500<br>ευρώ | 2             | 6,5     | 6,5                                                     | 100,0                 |
| Σύνολο                       | 31            | 100,0   | 100,0                                                   |                       |

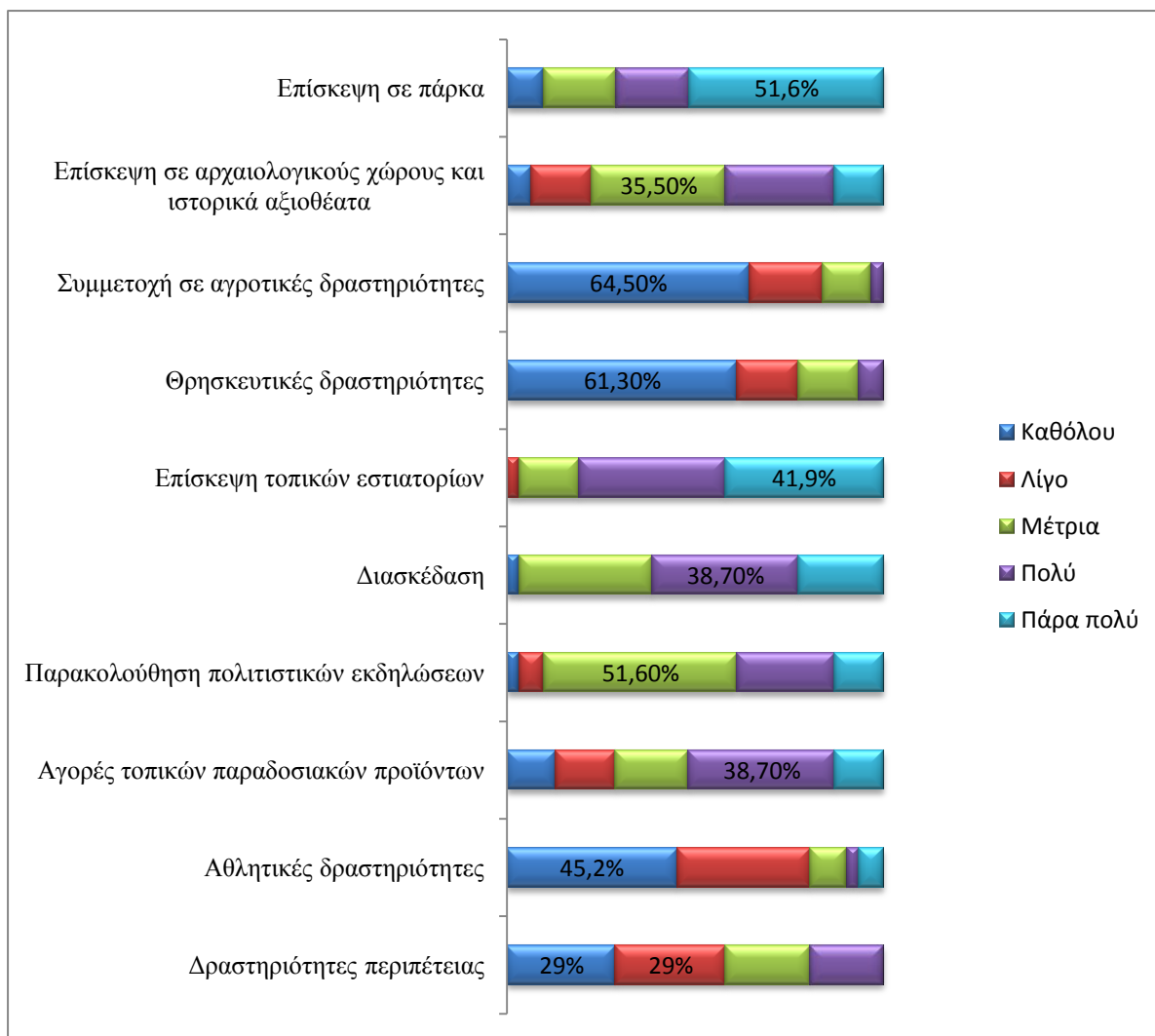


Στην ερώτηση “σε ποιο βαθμό πραγματοποιείτε τις παρακάτω δραστηριότητες κατά την παραμονή σας στην περιοχή ανταλλαγής”, η πλειονότητα του δείγματος (41,0% και 51,6%, αντίστοιχα) δήλωσε ότι επισκέπτεται σε πολύ μεγάλο βαθμό τοπικά εστιατόρια και πάρκα. Αντίθετα, το μεγαλύτερο ποσοστό δεν συμμετέχει σε θρησκευτικές (61,3%) και αγροτικές δραστηριότητες (64,6). Τέλος, η πλειονότητα

των ερωτηθέντων δήλωσε ότι συμμετέχει σε μέτριο έως μεγάλο βαθμό σε πολιτιστικές δραστηριότητες, αγοράζει τοπικά παραδοσιακά προϊόντα και διασκεδάζει στην περιοχή ανταλλαγής.

Πίνακας 16: Συχνότητα και ποσοστό πραγματοποίησης δραστηριοτήτων στην περιοχή ανταλλαγής

| %<br>(Συχνότητα)                                         | Καθόλου      | Λίγο         | Μέτρια       | Πολύ         | Πάρα πολύ    |
|----------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Δραστηριότητες περιπέτειας                               | 29<br>(9)    | 29<br>(9)    | 22,6<br>(7)  | 19,4<br>(6)  | 0<br>(0)     |
| Αθλητικές δραστηριότητες                                 | 45,2<br>(14) | 35,5<br>(11) | 9,7<br>(3)   | 3,2<br>(1)   | 6,5<br>(2)   |
| Αγορές τοπικών προϊόντων                                 | 12,9<br>(4)  | 16,1<br>(5)  | 19,4<br>(6)  | 38,7<br>(12) | 12,9<br>(4)  |
| Παρακολούθηση πολιτιστικών εκδηλώσεων                    | 3,2<br>(1)   | 6,5<br>(2)   | 51,6<br>(16) | 25,8<br>(8)  | 12,9<br>(4)  |
| Διασκέδαση                                               | 3,2<br>(1)   | 0<br>(0)     | 35,5<br>(11) | 38,7<br>(12) | 22,6<br>(7)  |
| Επίσκεψη τοπικών εστιατορίων                             | 0<br>(0)     | 3,2<br>(1)   | 16,1<br>(5)  | 38,7<br>(12) | 41,9<br>(13) |
| Θρησκευτικές δραστηριότητες                              | 61,3<br>(19) | 16,1<br>(5)  | 16,1<br>(5)  | 6,5<br>(2)   | 0<br>(0)     |
| Συμμετοχή σε αγροτικές δραστηριότητες                    | 64,5<br>(20) | 19,4<br>(6)  | 12,9<br>(4)  | 3,2<br>(1)   | 0<br>(0)     |
| Επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους και ιστορικά αξιοθέατα | 6,5<br>(2)   | 16,1<br>(5)  | 35,5<br>(11) | 29<br>(9)    | 12,9<br>(4)  |
| Επίσκεψη σε πάρκα                                        | 9,7<br>(3)   | 0<br>(0)     | 19,4<br>(6)  | 19,4<br>(6)  | 51,6<br>(16) |



Διάγραμμα 5: Ποσοστό πραγματοποίησης δραστηριοτήτων στην περιοχή ανταλλαγής

Επιπλέον, ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να δηλώσουν τον βαθμό συμφωνίας τους με μια σειρά από απόψεις σχετικά με την ανταλλαγή σπιτιών. Από τις απαντήσεις φάνηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό συμφωνεί από πολύ έως απόλυτα με την άποψη ότι “Η ανταλλαγή σπιτιών σημαίνει πολλά περισσότερα από διακοπές” (38,7% και 35,5% αντίστοιχα). Σε ποσοστό σχεδόν 74% και 81% οι ερωτηθέντες συμφώνησαν με την άποψη “Στο μέλλον θα συνεχίσω να πραγματοποιώ διακοπές μέσω της ανταλλαγής σπιτιών”. Ταυτόχρονα, το μεγαλύτερο ποσοστό (45,2%) διαφωνεί με την άποψη ότι “Οι Έλληνες υποδέχονται θετικά τον νέο αυτόν τρόπο διακοπών” και ποσοστό 48,4% με την άποψη ότι “Η οικονομική κρίση δεν ωθεί στην πραγματοποίηση ανταλλαγών σπιτιού”. Τέλος, το 45,2% και το 12,9% των ερωτηθέντων συμφώνησαν με την άποψη “Κατάφερα να «Ζήσω σαν ντόπιος» κατά τη διάρκεια των ανταλλαγών μου” σε μεγάλο και πολύ μεγάλο βαθμό αντίστοιχα.

Πίνακας 17: Συχνότητα και ποσοστό συμφωνίας με τις παρακάτω απόψεις

| %<br>(Συχνότητα)                                                                                              | Διαφωνώ<br>Απόλυτα | Διαφωνώ<br>Λίγο | Ούτε<br>Συμφωνώ<br>Ούτε<br>Διαφωνώ | Συμφωνώ<br>Πολύ | Συμφωνώ<br>Απόλυτα |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------|------------------------------------|-----------------|--------------------|
| Η ανταλλαγή σπιτιών σημαίνει πολλά περισσότερα από διακοπές.                                                  | 0<br>(0)           | 0<br>(0)        | 25,8<br>(8)                        | 38,7<br>(12)    | 35,5<br>(11)       |
| Θα πρότεινα στους φίλους μου να πραγματοποιήσουν τέτοιου είδους διακοπές.                                     | 0<br>(0)           | 0<br>(0)        | 9,7<br>(3)                         | 41,9<br>(13)    | 48,4<br>(15)       |
| Οι διακοπές μέσω ανταλλαγής σπιτιών δεν είναι κάτι που μου προκαλεί ιδιαίτερα συναισθήματα.                   | 19,4<br>(6)        | 19,4<br>(6)     | 41,9<br>(13)                       | 16,1<br>(5)     | 3,2<br>(1)         |
| Οι διακοπές μέσω ανταλλαγής σπιτιών αποτελούν για μένα μια ενδιαφέρουσα εμπειρία.                             | 0<br>(0)           | 0<br>(0)        | 16,1<br>(5)                        | 64,5<br>(20)    | 19,4<br>(6)        |
| Δεν υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης του Home Exchange στην Ελλάδα.                                             | 19,4<br>(6)        | 22,6<br>(7)     | 45,2<br>(14)                       | 3,2<br>(1)      | 9,7<br>(3)         |
| Οι Έλληνες υποδέχονται θετικά τον νέο αυτόν τρόπο διακοπών.                                                   | 6,5<br>(2)         | 38,7<br>(12)    | 41,9<br>(13)                       | 9,7<br>(3)      | 3,2<br>(1)         |
| Στο μέλλον θα συνεχίσω να πραγματοποιώ διακοπές μέσω της ανταλλαγής σπιτιών.                                  | 3,2<br>(1)         | 0<br>(0)        | 16,1<br>(5)                        | 41,9<br>(13)    | 38,7<br>(12)       |
| Στην Ελλάδα δεν είναι καλά ενημερωμένοι για τον τύπο διακοπών Home Exchange.                                  | 3,2<br>(1)         | 19,4<br>(6)     | 32,3<br>(10)                       | 22,6<br>(7)     | 22,6<br>(7)        |
| Μέσα από την ανταλλαγή του σπιτιού μου συμμετέχω σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής μου.         | 16,1<br>(5)        | 22,6<br>(7)     | 29<br>(9)                          | 29<br>(9)       | 3,2<br>(1)         |
| Μέσα από την ανταλλαγή σπιτιών συμμετέχω σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής στην οποία ταξιδεύω. | 19,4<br>(6)        | 16,1<br>(5)     | 38,7<br>(12)                       | 22,6<br>(7)     | 3,2<br>(1)         |

|                                                                       |             |            |              |              |              |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------|------------|--------------|--------------|--------------|
| Κατάφερα να «Ζήσω σαν ντόπιος» κατά τη διάρκεια των ανταλλαγών μου.   | 9,7<br>(3)  | 0<br>(0)   | 32,3<br>(10) | 45,2<br>(14) | 12,9<br>(4)  |
| Εμπιστεύομαι τα άτομα με τα οποία πραγματοποιώ την ανταλλαγή σπιτιού. | 0<br>(0)    | 0<br>(0)   | 25,8<br>(8)  | 51,6<br>(16) | 22,6<br>(7)  |
| Είμαι ικανοποιημένος/η από τις μέχρι τώρα ανταλλαγές μου.             | 0<br>(0)    | 3,2<br>(1) | 6,5<br>(2)   | 48,4<br>(15) | 41,9<br>(13) |
| Η οικονομική κρίση δεν ωθεί στην πραγματοποίηση ανταλλαγών σπιτιού.   | 19,4<br>(6) | 29<br>(9)  | 38,7<br>(12) | 12,9<br>(4)  | 0<br>(0)     |

Εν συνεχεία, διαπιστώθηκε, ότι ο μέσος όρος του αριθμού των ταξιδιών που πραγματοποιούν οι ερωτώμενοι ανά χρόνο, ανεξάρτητα αν γίνεται με τη μέθοδο της ανταλλαγής ή όχι, είναι 2,4.

Πίνακας 18: Μέσος όρος ταξιδιών/χρόνο (είτε με πραγματοποίηση ανταλλαγής, είτε όχι)

|                  | N  | Ελάχιστη παρατήρησ<br>η | Μέγιστη παρατήρησ<br>η | Μέσος<br>όρος | Τυπική<br>απόκλιση |
|------------------|----|-------------------------|------------------------|---------------|--------------------|
| Ταξίδια ανά έτος | 31 | 0                       | 8                      | 2,42          | 1,785              |
| N (listwise)     | 31 |                         |                        |               |                    |

Στην ερώτηση “πόσο σημαντικοί είναι οι παρακάτω παράγοντες για την απόφασή σας να επιλέξετε έναν τουριστικό προορισμό”, το μεγαλύτερο ποσοστό ανέφερε ότι είναι τουλάχιστον πολύ σημαντικοί η φυγή από την καθημερινότητα, η απόκτηση νέων γνώσεων και το κόστος. Αντίθετα, για τους περισσότερους ερωτηθέντες ως ελάχιστα σημαντικοί παράγοντες για την επιλογή ενός προορισμού αναφέρθηκαν η επίσκεψη σε φίλους και συγγενείς, η επαφή με τη φύση και οι επαγγελματικές υποχρεώσεις. Ως μέτρια σημαντικοί παράγοντες φάνηκε να είναι η διασκέδαση, η περιήγηση, η τοπική κουζίνα και η συμμετοχή σε ποικίλες δραστηριότητες.

Πίνακας 19: Συχνότητα και ποσοστό σημαντικότητας παραγόντων στην επιλογή τουριστικού προορισμού

| %<br>(Συχνότητα)                                              | Ασήμαντος    | Λίγο<br>Σημαντικός | Μέτρια<br>Σημαντικός | Πολύ<br>Σημαντικός | Εξαιρετικά<br>Σημαντικός |
|---------------------------------------------------------------|--------------|--------------------|----------------------|--------------------|--------------------------|
| Η χαλάρωση/ φυγή από καθημερινότητα                           | 0<br>(0)     | 12,9<br>(4)        | 38,7<br>(12)         | 45,2<br>(14)       | 3,2<br>(1)               |
| Η διασκέδαση                                                  | 3,2<br>(1)   | 16,1<br>(5)        | 51,6<br>(16)         | 22,6<br>(7)        | 16,1<br>(5)              |
| Οι επαγγελματικές υποχρεώσεις                                 | 32,3<br>(10) | 38,7<br>(12)       | 22,6<br>(7)          | 3,2<br>(1)         | 3,2<br>(1)               |
| Η επίσκεψη σε συγγενείς/ φίλους                               | 41,9<br>(13) | 25,8<br>(8)        | 22,6<br>(7)          | 9,7<br>(3)         | 0<br>(0)                 |
| Η συναναστροφή με νέους ανθρώπους                             | 3,2<br>(1)   | 25,8<br>(8)        | 35,5<br>(11)         | 32,3<br>(10)       | 3,2<br>(1)               |
| Η απόκτηση νέων γνώσεων                                       | 0<br>(0)     | 9,7<br>(3)         | 29<br>(9)            | 58,1<br>(18)       | 3,2<br>(1)               |
| Η επαφή με τη φύση                                            | 3,2<br>(1)   | 41,9<br>(13)       | 35,5<br>(11)         | 19,4<br>(6)        | 0<br>(0)                 |
| Η περιήγηση                                                   | 0<br>(0)     | 19,4<br>(6)        | 48,4<br>(15)         | 22,6<br>(7)        | 9,7<br>(3)               |
| Η συμμετοχή σε ποικίλες δραστηριότητες                        | 6,5<br>(2)   | 35,5<br>(11)       | 45,2<br>(14)         | 12,9<br>(4)        | 0<br>(0)                 |
| Το κόστος                                                     | 3,2<br>(1)   | 3,2<br>(1)         | 32,3<br>(10)         | 61,3               | 0<br>(0)                 |
| Η τοπική κουζίνα                                              | 3,2<br>(1)   | 12,9<br>(4)        | 45,2<br>(14)         | 32,3<br>(10)       | 6,5<br>(2)               |
| Οι δυνατότητες επίσκεψης χώρων με τοπικά παραδοσιακά προϊόντα | 6,5<br>(2)   | 29<br>(9)          | 35,5<br>(11)         | 29<br>(9)          | 0<br>(0)                 |

Στην ερώτηση “προτιμάτε τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού”, το 41,9% των ερωτώμενων απάντησε μέτρια και το 22,6% πολύ.

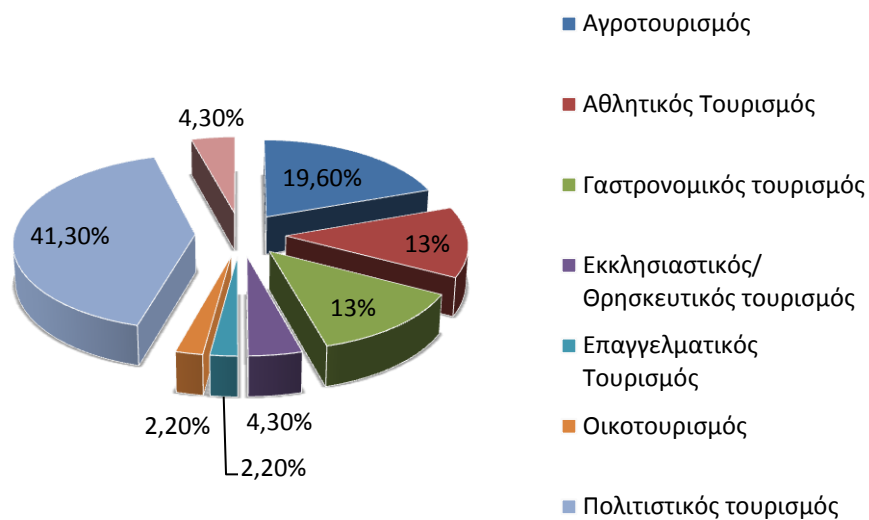
Εν συνεχεία, στην ερώτηση «ποιες συγκεκριμένα μορφές εναλλακτικού τουρισμού έχετε ή θα θέλατε να πραγματοποιήσετε», το μεγαλύτερο ποσοστό (41,3%) απάντησε πως έχει πραγματοποιήσει πολιτισμικό τουρισμό και το 19,6% αγροτουρισμό. Αντίθετα, μόνο το 2,2% απάντησε πως έχει πραγματοποιήσει διακοπές στο πλαίσιο του επαγγελματικού τουρισμού και του οικοτουρισμού.

Πίνακας 20: Συχνότητα και ποσοστό προτίμησης μορφών εναλλακτικού τουρισμού

|           | Συχνότητα | Ποσοστό | Ποσοστό επί του<br>συνόλου των<br>έγκυρων<br>απαντήσεων | Αθροιστικό<br>ποσοστό |
|-----------|-----------|---------|---------------------------------------------------------|-----------------------|
| Καθόλου   | 1         | 3,2     | 3,2                                                     | 3,2                   |
| Λίγο      | 5         | 16,1    | 16,1                                                    | 19,4                  |
| Μέτρια    | 13        | 41,9    | 41,9                                                    | 61,3                  |
| Πολύ      | 7         | 22,6    | 22,6                                                    | 83,9                  |
| Πάρα πολύ | 5         | 16,1    | 16,1                                                    | 100,0                 |
| Σύνολο    | 31        | 100,0   | 100,0                                                   |                       |

Πίνακας 21: Συχνότητα και ποσοστό επιλογής συγκεκριμένων μορφών εναλλακτικού τουρισμού

|                                              | Συχνότητα | Ποσοστό | Ποσοστό επί<br>του συνόλου<br>των έγκυρων<br>απαντήσεων | Αθροιστικό ποσοστό |
|----------------------------------------------|-----------|---------|---------------------------------------------------------|--------------------|
| Αγροτουρισμός                                | 9         | 19,6    | 19,6                                                    | 19,6               |
| Αθλητικός<br>Τουρισμός                       | 6         | 13,0    | 13,0                                                    | 32,6               |
| Γαστρονομικός<br>τουρισμός                   | 6         | 13,0    | 13,0                                                    | 45,7               |
| Εκκλησιαστικός/<br>Θρησκευτικός<br>τουρισμός | 2         | 4,3     | 4,3                                                     | 50,0               |
| Επαγγελματικός<br>Τουρισμός                  | 1         | 2,2     | 2,2                                                     | 52,2               |
| Οικοτουρισμός                                | 1         | 2,2     | 2,2                                                     | 54,3               |
| Πολιτιστικός<br>τουρισμός                    | 19        | 41,3    | 41,3                                                    | 95,7               |
| Τουρισμός υγείας                             | 2         | 4,3     | 4,3                                                     | 100,0              |
| Σύνολο                                       | 46        | 100,0   | 100,0                                                   |                    |



Διάγραμμα 6: Ποσοστό επιλογής συγκεκριμένων μορφών εναλλακτικού τουρισμού

Στην ερώτηση “πόσο σημαντικό θεωρείτε τον τουρισμό που περιορίζει τις επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον”, το 32,3% απάντησε πολύ, το 29% μέτρια, ενώ το 16,1% απάντησε λίγο.

Πίνακας 22: Συχνότητα και ποσοστό σημαντικότητας του φιλικού προς το περιβάλλον τουρισμού

|           | Συχνότητα | Ποσοστό | Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων | Αθροιστικό ποσοστό |
|-----------|-----------|---------|------------------------------------------------|--------------------|
| Λίγο      | 5         | 16,1    | 16,1                                           | 16,1               |
| Μέτρια    | 9         | 29,0    | 29,0                                           | 45,2               |
| Πάρα πολύ | 7         | 22,6    | 22,6                                           | 67,7               |
| Πολύ      | 10        | 32,3    | 32,3                                           | 100,0              |
| Σύνολο    | 31        | 100,0   | 100,0                                          |                    |

Στη συνέχεια, μελετήθηκαν τα δημογραφικά και κοινωνικά στοιχεία των ερωτώμενων. Ο μέσος όρος ηλικίας τους ήταν 42 ετών και το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν γυναίκες. Συγκεκριμένα, απάντησαν 19 γυναίκες και 12 άντρες.

Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων, το 41,9% ήταν άγαμοι και το 38,7% έγγαμοι με παιδιά. Μόνο το 3,2% ήταν μέλη μονογονεϊκής οικογένειας. Παράλληλα, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων ήταν πτυχιούχοι ΑΕΙ/ΤΕΙ (58,1%) και κάτοχοι μεταπτυχιακού/διδακτορικού διπλώματος (32,3%). Το 38,7% από αυτούς ήταν ελεύθεροι επαγγελματίες, το 35,5% ιδιωτικοί υπάλληλοι και το 12,9% δημόσιοι υπάλληλοι. Αντίθετα, μόνο το 3,2% ήταν άνεργοι και φοιτητές, αντίστοιχα.

Η πλειονότητα των ερωτώμενων εμφανίστηκε να έχει τόπο διαμονής αστική περιοχή, και μάλιστα το 54,8% από αυτούς φαίνεται να κατοικεί στην Αθήνα (πρωτεύουσα).

Τέλος, περίπου το 77% από αυτούς δεν συμμετείχαν ενεργά σε κάποιο κοινωνικό σύλλογο ή ομάδα. Αντίθετα, από το ποσοστό αυτών που συμμετείχαν, το 77% δραστηριοποιούνταν σε σύλλογο που σχετίζεται με την προστασία των ζώων και της φύσης.

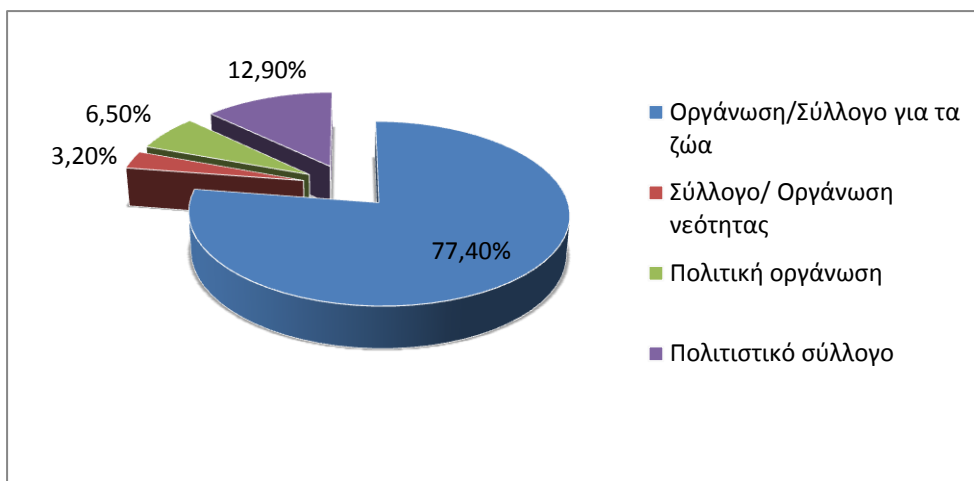
Πίνακας 23: Δημογραφικά στοιχεία

|                                      | Σύνολο (n= 31) |
|--------------------------------------|----------------|
| <b><i>Ηλικία</i></b>                 |                |
| Μέσος όρος                           | 42,1           |
| Τυπική απόκλιση                      | 11,915         |
|                                      | %              |
| <b><i>Φύλο</i></b>                   |                |
| Ανδρας                               | 38,7 (12)      |
| Γυναίκα                              | 61,3 (19)      |
| <b><i>Οικογενειακή κατάσταση</i></b> |                |
| Άγαμος                               | 41,9 (13)      |
| Έγγαμος με παιδί/παιδιά              | 38,7 (12)      |
| Έγγαμος χωρίς παιδιά                 | 16,1 (5)       |
| Μέλος μονογονεϊκής οικογένειας       | 3,2 (1)        |

|                                                |           |
|------------------------------------------------|-----------|
| <b>Μορφωτικό Επίπεδο</b>                       |           |
| Απόφοιτος Λυκείου / Πτυχιούχος ΙΕΚ             | 9,7 (3)   |
| Κάτοχος Μεταπτυχιακού/ Διδακτορικού Διπλώματος | 32,3 (10) |
| Πτυχιούχος ΑΕΙ / ΤΕΙ                           | 58,1 (18) |
| <b>Απασχόληση</b>                              |           |
| Άνεργος                                        | 3,2 (1)   |
| Δημόσιος Υπάλληλος                             | 12,9 (4)  |
| Ελεύθερος Επαγγελματίας                        | 38,7 (12) |
| Ιδιωτικός Υπάλληλος                            | 35,5 (11) |
| Συνταξιούχος                                   | 6,5 (2)   |
| Φοιτητής/ Φοιτήτρια                            | 3,2 (1)   |
| <b>Περιοχή διαμονής</b>                        |           |
| Αγροτική                                       | 6,5 (2)   |
| Αστική                                         | 29,0 (9)  |
| Ημιαστική                                      | 9,7 (3)   |
| Πρωτεύουσα (Αθήνα)                             | 54,8 (17) |

Πίνακας 24: Συχνότητα και ποσοστό συμμετοχής σε κοινωνική οργάνωση

|        | Συχνότητα | Ποσοστό | Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων | Αθροιστικό ποσοστό |
|--------|-----------|---------|------------------------------------------------|--------------------|
| Ναι    | 7         | 22,6    | 22,6                                           | 22,6               |
| Όχι    | 24        | 77,4    | 77,4                                           | 100,0              |
| Σύνολο | 31        | 100,0   | 100,0                                          |                    |



Διάγραμμα 7: Ποσοστό συμμετοχής σε συγκεκριμένη κοινωνική οργάνωση

Όπως προκύπτει και από τα παραπάνω, οι Έλληνες Home Exchangers είναι κυρίως οικογένειες ή άγαμα ζευγάρια, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και κατοικούν μόνιμα σε αστικό περιβάλλον. Προτιμούν το συγκεκριμένο είδος διακοπών κυρίως λόγω του χαμηλότερου κόστους και άρα της δυνατότητας για περισσότερα ταξίδια. Παράλληλα, είναι άνθρωποι που θέλουν να εμβαθύνουν στην κουλτούρα μιας περιοχής και να αποκτήσουν νέες γνώσεις. Έτσι, στις περιοχές που επισκέπτονται μέσα από την ανταλλαγή, κυρίως, κάνουν βόλτες στα πάρκα, γεύονται τοπικά εδέσματα, ενώ παράλληλα προσπαθούν να μεγιστοποιήσουν τη διασκέδασή τους. Επιπλέον, επιλέγουν τις διακοπές τους με γνώμονα το κόστος, τη διασκέδαση και τη χαλάρωση.

Σε σχέση με τις μέχρι τώρα ανταλλαγές τους είναι ικανοποιημένοι και μάλιστα θα πρότειναν και σε άλλους να ταξιδέψουν με τον ίδιο τρόπο. Τέλος, είναι άνθρωποι που προτιμούν τον εναλλακτικό τουρισμό και ενδιαφέρονται σε μεγάλο βαθμό για τα αποτελέσματα του τουρισμού στο περιβάλλον.

## **7.2 Κατηγορίες των Ελλήνων Home Exchangers**

### **Ομάδα 1: Οι παραδοσιακοί τουρίστες**

Η ομάδα 1 αποτελεί το 54% του δείγματος και αφορά αρκετούς ιδιωτικούς υπαλλήλους, με μέσο όρο ηλικίας τα 44 έτη. Τα περισσότερα άτομα του δείγματος είναι γυναίκες και κατοικούν στην πρωτεύουσα της χώρας. Στην ομάδα αυτή ανήκουν τα άτομα που αναζητούν οικονομικές διακοπές και τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν περισσότερα ταξίδια. Στα ταξίδια τους φαίνεται να εμφανίζουν μεγάλα ποσοστά σε ό,τι αφορά τις δραστηριότητες που σχετίζονται με τον πολιτισμό, καθώς επισκέπτονται αρχαιολογικούς χώρους και ιστορικά αξιοθέατα και παράλληλα αναζητούν τη διασκέδαση και την τοπική κουζίνα.

Τα άτομα αυτά επιλέγουν σε ποσοστό 73,3% πολύ συχνά διαμέρισμα με 2 κρεβατοκάμαρες και πάνω από τους μισούς (53,3%) επιλέγουν αρκετά έως πολύ συχνά μονοκατοικία για τη διαμονή τους κατά τις ανταλλαγές τους. Οι Home Exchangers αυτής της ομάδας είναι εμφανώς θετικοί με τον τύπο αυτόν διακοπών και συμφωνούν σχεδόν απόλυτα με την άποψη ότι οι Έλληνες υποδέχονται θετικά τον νέο αυτόν τρόπο διακοπών και ταυτόχρονα πιστεύουν ότι υπάρχουν δυνατότητες μεγαλύτερης ανάπτυξης του Home Exchange στη χώρα μας.

### **Ομάδα 2: Οι περιπετειώδεις**

Η δεύτερη ομάδα αποτελεί το 46% του δείγματος και απαρτίζεται σε μεγάλο βαθμό από γυναίκες, πτυχιούχους ΑΕΙ και ελεύθερους επαγγελματίες. Ο μέσος όρος ηλικίας τους είναι τα 40 έτη. Τα άτομα αυτά κατοικούν κυρίως σε αστικές και ημιαστικές περιοχές. Τα άτομα τα οποία βρίσκονται στην ομάδα αυτή αναζητούν από τις ανταλλαγές τους, κυρίως, την περιπέτεια και εν συνεχεία τη γνώση μιας νέας κουλτούρας. Όπως ήταν φυσικό, θεωρούν την επαφή με τη φύση σημαντικό παράγοντα για την επιλογή ενός προορισμού σε ποσοστό 61,6%, και δίνουν ιδιαίτερη σημασία στις επιπτώσεις που μπορεί να επιφέρει η ανάπτυξη του τουρισμού.

Οι χαρακτήρες αυτοί επιλέγουν για τη διαμονή τους, αρκετά συχνά, διαμερίσματα και αποφεύγουν τις μονοκατοικίες και τις μεζονέτες. Όντας πιο συγκεκριμένοι και απαιτητικοί στο είδος διακοπών που αναζητούν, φαίνονται και πιο επιφυλακτικοί. Έτσι, θεωρούν αρκετά ότι δεν υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης του Home Exchange στην Ελλάδα και πιστεύουν ότι οι Έλληνες δεν υποδέχονται θετικά τον νέο αυτόν τρόπο διακοπών.

Πίνακας 25: Διαχωρισμός σε Clusters

|                                                                     |                                              |                                                                                               | Cluster1<br>(%)                               | Cluster2<br>(%)                                       |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>Κίνητρα για την<br/>χρήση του Home<br/>Exchange</b>              | <b>Οικονομικές<br/>Διακοπές</b>              | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός | 0<br>6.7<br>20<br><b>66.7</b><br>6.7          | 0<br>0<br>30.8<br><b>61.5</b><br>7.7                  |
|                                                                     | <b>Ιδεολογία/ Άποψη</b>                      | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός | <b>26.7</b><br>20<br>13.3<br>0<br>0           | 15.4<br>23.1<br><b>53.8</b><br>23.1<br>0              |
|                                                                     | <b>Περιπέτεια</b>                            | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός | <b>46.7</b><br>20<br>33.3<br>0<br>0           | 0<br>23.1<br><b>53.8</b><br>23.1<br>0                 |
|                                                                     | <b>Νέες Γνωριμίες</b>                        | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός | 20<br>13.3<br><b>33.3</b><br><b>33.3</b><br>0 | <b>30.8</b><br>13.3<br>23.1<br>23.1<br>0              |
|                                                                     | <b>Εμβάθυνση<br/>κουλτούρας<br/>περιοχής</b> | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός | 0<br>26.7<br><b>40</b><br>33.3<br>0           | 0<br>7.7<br>30.8<br><b>53.8</b><br>7.7                |
|                                                                     | <b>Περισσότερα<br/>ταξίδια</b>               | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός | 0<br>0<br>40<br><b>60</b><br>0                | 15.4<br>7.7<br>23.1<br><b>53.8</b><br>0               |
| <b>Τύπος κατοικίας<br/>διαμονής στη<br/>διάρκεια<br/>ανταλλαγών</b> | <b>Δωμάτιο σπιτιού</b>                       | Ποτέ<br>Σχεδόν Ποτέ<br>Μέτρια<br>Συχνά<br>Πολύ Συχνά                                          | <b>86,7</b><br>13,3<br>0<br>0<br>0            | <b>61,5</b><br>15,4<br>0<br>15,4<br>7,7               |
|                                                                     | <b>Διαμέρισμα με 1<br/>κρεβατοκάμαρα</b>     | Ποτέ<br>Σχεδόν Ποτέ<br>Μέτρια<br>Συχνά<br>Πολύ Συχνά                                          | <b>46,7</b><br>6,7<br>13,3<br>6,7<br>26,7     | 0<br>7,7<br><b>30,8</b><br><b>30,8</b><br><b>30,8</b> |
|                                                                     | <b>Διαμέρισμα με 2<br/>κρεβατοκάμαρες</b>    | Ποτέ<br>Σχεδόν Ποτέ<br>Μέτρια<br>Συχνά<br>Πολύ Συχνά                                          | 13,3<br>0<br>0<br>6,7<br><b>73,3</b>          | 38,5<br>7,7<br>0<br>7,7<br><b>46,2</b>                |
|                                                                     | <b>Μεζονέτα</b>                              | Ποτέ<br>Σχεδόν Ποτέ<br>Μέτρια<br>Συχνά<br>Πολύ Συχνά                                          | <b>46,7</b><br>0<br>33,3<br>6,7<br>13,3       | 15,4<br><b>69,2</b><br>7,7<br>7,7<br>0                |
|                                                                     | <b>Μονοκατοικία</b>                          | Ποτέ                                                                                          | 33,3                                          | 15,4                                                  |

|                                                                 |                                                                 |                                                |                                      |                                    |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|
|                                                                 |                                                                 | Σχεδόν Ποτέ<br>Μέτρια<br>Συχνά<br>Πολύ Συχνά   | 6,7<br>6,7<br>13,3<br>40             | 15,4<br>38,5<br>23,1<br>7,7        |
| <b>Δραστηριότητες κατά την παραμονή στην περιοχή ανταλλαγής</b> | <b>Δραστηριότητες περιπέτειας</b>                               | Καθόλου<br>Λίγο<br>Μέτρια<br>Πολύ<br>Πάρα πολύ | 40<br>40<br>13,3<br>6,7<br>0         | 23,1<br>23,1<br>30,8<br>23,1<br>0  |
|                                                                 | <b>Αθλητικές δραστηριότητες</b>                                 | Καθόλου<br>Λίγο<br>Μέτρια<br>Πολύ<br>Πάρα πολύ | 53,3<br>40<br>6,7<br>0<br>0          | 30,8<br>38,5<br>15,4<br>7,7<br>7,7 |
|                                                                 | <b>Αγορές τοπικών προϊόντων</b>                                 | Καθόλου<br>Λίγο<br>Μέτρια<br>Πολύ<br>Πάρα πολύ | 13,3<br>26,7<br>33,3<br>26,7<br>0    | 7,7<br>7,7<br>7,7<br>53,8<br>23,1  |
|                                                                 | <b>Παρακολούθηση πολιτιστικών εκδηλώσεων</b>                    | Καθόλου<br>Λίγο<br>Μέτρια<br>Πολύ<br>Πάρα πολύ | 0<br>6,7<br>53,3<br>20<br>20         | 7,7<br>7,7<br>38,5<br>38,5<br>7,7  |
|                                                                 | <b>Διασκέδαση</b>                                               | Καθόλου<br>Λίγο<br>Μέτρια<br>Πολύ<br>Πάρα πολύ | 0<br>30<br>53,3<br>26,7<br>20        | 0<br>37,7<br>23,1<br>46,2<br>23,1  |
|                                                                 | <b>Επίσκεψη τοπικών εστιατορίων</b>                             | Καθόλου<br>Λίγο<br>Μέτρια<br>Πολύ<br>Πάρα πολύ | 0<br>0<br>20<br>40<br>40             | 0<br>7,7<br>15,4<br>30,8<br>46,2   |
|                                                                 | <b>Θρησκευτικές δραστηριότητες</b>                              | Καθόλου<br>Λίγο<br>Μέτρια<br>Πολύ<br>Πάρα πολύ | 86,7<br>13,3<br>0<br>0<br>0          | 38,5<br>15,4<br>30,8<br>0<br>0     |
|                                                                 | <b>Συμμετοχή σε αγροτικές δραστηριότητες</b>                    | Καθόλου<br>Λίγο<br>Μέτρια<br>Πολύ<br>Πάρα πολύ | 73,3<br>20<br>0<br>6,7<br>0          | 53,8<br>15,4<br>30,8<br>0<br>0     |
|                                                                 | <b>Επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους και ιστορικά αξιοθέατα</b> | Καθόλου<br>Λίγο<br>Μέτρια<br>Πολύ<br>Πάρα πολύ | 13,3<br>13,3<br>46,7<br>13,3<br>13,3 | 0<br>23,1<br>23,1<br>38,5<br>15,4  |
|                                                                 | <b>Επίσκεψη σε πάρκα</b>                                        | Καθόλου<br>Λίγο<br>Μέτρια<br>Πολύ<br>Πάρα πολύ | 0<br>6,7<br>13,3<br>26,7<br>53,3     | 0<br>7,7<br>23,1<br>15,4<br>53,8   |

|                                     |                                                                                                    |                                                                                                     |                                    |                                   |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Απόψεις για το Home Exchange</b> | <b>Η ανταλλαγή σπιτιών σημαίνει πολλά περισσότερα από διακοπές.</b>                                | Διαφωνώ Απόλυτα<br>Διαφωνώ Λίγο<br>Ούτε Συμφωνώ/ Ούτε<br>Διαφωνώ<br>Συμφωνώ Πολύ<br>Συμφωνώ Απόλυτα | 0<br>0<br>20<br>33,3<br>46,7       | 0<br>0<br>30,8<br>53,8<br>15,4    |
|                                     | <b>Θα πρότεινα στους φίλους μου να πραγματοποιήσουν τέτοιου είδους διακοπές.</b>                   | Διαφωνώ Απόλυτα<br>Διαφωνώ Λίγο<br>Ούτε Συμφωνώ/ Ούτε<br>Διαφωνώ<br>Συμφωνώ Πολύ<br>Συμφωνώ Απόλυτα | 0<br>0<br>6,7<br>40<br>53,3        | 0<br>0<br>15,4<br>38,5<br>46,2    |
|                                     | <b>Οι διακοπές μέσω ανταλλαγής σπιτιών δεν είναι κάτι που μου προκαλεί ιδιαίτερα συναισθήματα.</b> | Διαφωνώ Απόλυτα<br>Διαφωνώ Λίγο<br>Ούτε Συμφωνώ/ Ούτε<br>Διαφωνώ<br>Συμφωνώ Πολύ<br>Συμφωνώ Απόλυτα | 26,7<br>6,7<br>33,3<br>26,7<br>6,7 | 15,4<br>30,8<br>53,8<br>0<br>0    |
|                                     | <b>Οι διακοπές μέσω ανταλλαγής σπιτιών αποτελούν για μένα μια ενδιαφέρουσα εμπειρία.</b>           | Διαφωνώ Απόλυτα<br>Διαφωνώ Λίγο<br>Ούτε Συμφωνώ/ Ούτε<br>Διαφωνώ<br>Συμφωνώ Πολύ<br>Συμφωνώ Απόλυτα | 0<br>0<br>13,3<br>66,7<br>20       | 0<br>0<br>23,1<br>53,8<br>23,1    |
|                                     | <b>Δεν υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης του Home Exchange στην Ελλάδα.</b>                           | Διαφωνώ Απόλυτα<br>Διαφωνώ Λίγο<br>Ούτε Συμφωνώ/ Ούτε<br>Διαφωνώ<br>Συμφωνώ Πολύ<br>Συμφωνώ Απόλυτα | 26,7<br>26,7<br>33,3<br>6,7<br>6,7 | 7,7<br>23,1<br>53,8<br>0<br>15,4  |
|                                     | <b>Οι Έλληνες υποδέχονται θετικά τον νέο αυτόν τρόπο διακοπών.</b>                                 | Διαφωνώ Απόλυτα<br>Διαφωνώ Λίγο<br>Ούτε Συμφωνώ/ Ούτε<br>Διαφωνώ<br>Συμφωνώ Πολύ<br>Συμφωνώ Απόλυτα | 6,7<br>0<br>0<br>40<br>53,3        | 7,7<br>38,5<br>38,5<br>7,7<br>7,7 |
|                                     | <b>Στο μέλλον θα συνεχίσω να πραγματοποιώ διακοπές μέσω της ανταλλαγής σπιτιών.</b>                | Διαφωνώ Απόλυτα<br>Διαφωνώ Λίγο<br>Ούτε Συμφωνώ/ Ούτε<br>Διαφωνώ<br>Συμφωνώ Πολύ<br>Συμφωνώ Απόλυτα | 6,7<br>26,7<br>46,7<br>13,3<br>6,7 | 7,7<br>0<br>30,8<br>38,5<br>23,1  |
|                                     | <b>Στην Ελλάδα δεν είναι καλά ενημερωμένοι για τον τύπο διακοπών Home Exchange.</b>                | Διαφωνώ Απόλυτα<br>Διαφωνώ Λίγο<br>Ούτε Συμφωνώ/ Ούτε<br>Διαφωνώ<br>Συμφωνώ Πολύ<br>Συμφωνώ Απόλυτα | 20<br>26,7<br>13,3<br>33,3<br>6,7  | 0<br>7,7<br>23,1<br>23,1<br>46,2  |
|                                     | <b>Μέσα από την ανταλλαγή του σπιτιού μου</b>                                                      | Διαφωνώ Απόλυτα<br>Διαφωνώ Λίγο<br>Ούτε Συμφωνώ/ Ούτε                                               | 20<br>26,7<br>13,3                 | 15,4<br>15,4<br>46,2              |

|                                                   |                                                                                                                      |                                                                                                     |                                          |                                                       |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
|                                                   | <b>συμμετέχω σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής μου.</b>                                                | Διαφωνώ<br>Συμφωνώ Πολύ<br>Συμφωνώ Απόλυτα                                                          | <b>33,3</b><br>6,7                       | 23,1<br>0                                             |
|                                                   | <b>Μέσα από την ανταλλαγή σπιτιών συμμετέχω σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής στην οποία ταξιδεύω.</b> | Διαφωνώ Απόλυτα<br>Διαφωνώ Λίγο<br>Ούτε Συμφωνώ/ Ούτε<br>Διαφωνώ<br>Συμφωνώ Πολύ<br>Συμφωνώ Απόλυτα | <b>33,3</b><br>20<br>26,7<br>13,3<br>6,7 | 7,7<br>7,7<br><b>53,8</b><br>30,8<br>0                |
|                                                   | <b>Κατάφερα να «Ζήσω σαν ντόπιος» κατά τη διάρκεια των ανταλλαγών μου.</b>                                           | Διαφωνώ Απόλυτα<br>Διαφωνώ Λίγο<br>Ούτε Συμφωνώ/ Ούτε<br>Διαφωνώ<br>Συμφωνώ Πολύ<br>Συμφωνώ Απόλυτα | 0<br>0<br>26,7<br><b>60</b><br>13,3      | 0<br>15,4<br><b>46,2</b><br>30,8<br>7,7               |
|                                                   | <b>Εμπιστεύομαι τα άτομα με τα οποία πραγματοποιώ την ανταλλαγή σπιτιού.</b>                                         | Διαφωνώ Απόλυτα<br>Διαφωνώ Λίγο<br>Ούτε Συμφωνώ/ Ούτε<br>Διαφωνώ<br>Συμφωνώ Πολύ<br>Συμφωνώ Απόλυτα | 0<br>0<br>13,3<br><b>53,3</b><br>33,3    | 0<br>0<br><b>46,2</b><br>38,5<br>15,4                 |
|                                                   | <b>Είμαι ικανοποιημένος/η από τις μέχρι τώρα ανταλλαγές μου.</b>                                                     | Διαφωνώ Απόλυτα<br>Διαφωνώ Λίγο<br>Ούτε Συμφωνώ/ Ούτε<br>Διαφωνώ<br>Συμφωνώ Πολύ<br>Συμφωνώ Απόλυτα | 0<br>0<br>6,7<br>40<br><b>53,3</b>       | 0<br>7,7<br>7,7<br><b>61,5</b><br>23,1                |
|                                                   | <b>Η οικονομική κρίση δεν ωθεί στην πραγματοποίηση ανταλλαγών σπιτιού.</b>                                           | Διαφωνώ Απόλυτα<br>Διαφωνώ Λίγο<br>Ούτε Συμφωνώ/ Ούτε<br>Διαφωνώ<br>Συμφωνώ Πολύ<br>Συμφωνώ Απόλυτα | 13,3<br>26,7<br><b>46,7</b><br>13,3<br>0 | <b>30,8</b><br><b>30,8</b><br><b>30,8</b><br>7,7<br>0 |
| <b>Παράγοντες επιλογής τουριστικού προορισμού</b> | <b>Η χαλάρωση/φυγή από καθημερινότητα</b>                                                                            | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός       | 0<br>13,3<br><b>46,7</b><br>40<br>0      | 0<br>15,4<br>30,8<br><b>53,8</b><br>0                 |
|                                                   | <b>Η διασκέδαση</b>                                                                                                  | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός       | 0<br>13,3<br><b>46,7</b><br>40<br>0      | 0<br>15,4<br>30,8<br><b>53,8</b><br>0                 |
|                                                   | <b>Οι επαγγελματικές υποχρεώσεις</b>                                                                                 | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός       | <b>46,7</b><br>40<br>13,3<br>0<br>0      | 15,4<br><b>38,5</b><br>30,8<br>7,7<br>0               |
|                                                   | <b>Η επίσκεψη σε</b>                                                                                                 | Ασήμαντος                                                                                           | <b>46,7</b>                              | 0                                                     |

|                               |                                                                      |                                                                                               |                                         |                                          |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------|
|                               | συγγενείς/ φίλους                                                    | Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός              | 33,3<br>13,3<br>6,7<br>0                | 23,1<br>30,8<br><b>46,2</b><br>0         |
|                               | <b>Η συναναστροφή με νέους ανθρώπους</b>                             | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός | 6,7<br>33,3<br><b>40</b><br>20<br>0     | 0<br>23,1<br>30,8<br><b>46,2</b><br>0    |
|                               | <b>Η απόκτηση νέων γνώσεων</b>                                       | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός | 0<br>13,3<br><b>46,7</b><br>40<br>0     | 0<br>7,7<br>15,4<br><b>76,9</b><br>0     |
|                               | <b>Η επαφή με τη φύση</b>                                            | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός | 0<br><b>60</b><br>40<br>0<br>0          | 7,7<br>30,8<br>23,1<br><b>38,5</b><br>0  |
|                               | <b>Η περιήγηση</b>                                                   | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός | 13,3<br><b>60</b><br>26,7<br>0<br>0     | 0<br>0<br><b>46,2</b><br>38,5<br>15,4    |
|                               | <b>Η συμμετοχή σε ποικίλες δραστηριότητες</b>                        | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός | 7,1<br>39,3<br><b>42,9</b><br>10,7<br>0 | 0<br>7,7<br><b>61,5</b><br>30,8<br>0     |
|                               | <b>Το κόστος</b>                                                     | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός | 6,7<br>6,7<br><b>53,3</b><br>33,3<br>0  | 0<br>0<br>15,4<br><b>84,6</b><br>0       |
|                               | <b>Η τοπική κουζίνα</b>                                              | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός | 6,7<br>6,7<br><b>60</b><br>26,7<br>0    | 0<br>23,1<br>23,1<br><b>38,5</b><br>15,4 |
|                               | <b>Οι δυνατότητες επίσκεψης χώρων με τοπικά παραδοσιακά προϊόντα</b> | Ασήμαντος<br>Λίγο Σημαντικός<br>Μέτρια Σημαντικός<br>Πολύ Σημαντικός<br>Εξαιρετικά Σημαντικός | 6,7<br>33,3<br><b>46,7</b><br>13,3<br>0 | 7,7<br>23,1<br>30,8<br><b>38,5</b><br>0  |
| <b>Περιβάλλον - Τουρισμός</b> | <b>Σημαντικότητα του φιλικού προς το περιβάλλον τουρισμού</b>        | Καθόλου<br>Λίγο<br>Μέτρια<br>Πολύ<br>Πάρα πολύ                                                | 0<br>13,3<br><b>53,3</b><br>26,7<br>6,7 | 0<br>23,1<br>7,7<br>30,8<br><b>38,5</b>  |

## Κεφάλαιο 8: Συζήτηση αποτελεσμάτων

Εξετάζοντας τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των Home Exchangers, διαπιστώθηκε ότι, σύμφωνα με τα αποτελέσματα, της έρευνας, ο μέσος όρος των Ελλήνων Home Exchangers είναι τα 42 έτη. Παρ' ότι θα περίμενε κανείς ο συγκεκριμένος τύπος διακοπών, λόγω της χρήσης του διαδικτύου και της γενικότερης φιλοσοφίας του, να προσελκύει νεότερους σε ηλικία, κάτι τέτοιο δεν συναντάται, αποτέλεσμα παρόμοιο με εκείνο των Forno & Garibaldi (2013) και Sdrali et al (2015), οι οποίοι βρήκαν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που πραγματοποιεί ανταλλαγές σπιτιών είναι ηλικίας μεταξύ 45 έως 54 ετών.

Παράλληλα, τα άτομα που επιλέγουν να ανταλλάξουν το σπίτι τους, φαίνεται να είναι ιδιαίτερα μορφωμένα και να εργάζονται κυρίως ως ιδιωτικοί υπάλληλοι και ελεύθεροι επαγγελματίες.

Όσον αφορά τους χώρους τους οποίους προτιμούν οι ερωτηθέντες, σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν, το μεγαλύτερο ποσοστό προτιμάει σπίτια με 1-2 κρεβατοκάμαρες και ένα μεγάλο ποσοστό προτιμάει αρκετά συχνά τις μονοκατοικίες. Η επιλογή των χώρων, ίσως, συνδέεται και με το γεγονός ότι, σύμφωνα με την έρευνά μας, το 45,2% των ερωτηθέντων ταξιδεύει με την οικογένειά του και το 19,4% με παρέα, οπότε απαιτούνται οικήματα μεγαλύτερης χωρητικότητας.

Στη συνέχεια, εξετάζοντας τα κίνητρα των ερωτηθέντων που τους οδήγησαν στην επιλογή της ανταλλαγής κατοικιών γίνεται εμφανής ο οικονομικός παράγοντας. Το 67,8% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι κίνητρό τους αποτελεί το γεγονός ότι πρόκειται για διακοπές χαμηλού κόστους. Ταυτόχρονα, στην έρευνά μας το 51,6% απάντησε ότι του δίνεται η δυνατότητα για περισσότερα ταξίδια, κάτι το οποίο συνδέεται άμεσα και με τον οικονομικό παράγοντα. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η δυνατότητα για επαφή με νέες κουλτούρες, η ξεκούραση και η φυγή από την καθημερινή ρουτίνα αποτελούν τους κύριους λόγους επιλογής αυτού του τύπου διακοπών.

Όσον αφορά τις δραστηριότητες που οι ίδιοι επιλέγουν, φαίνεται από την έρευνα να γεύονται τις τοπικές συνταγές μέσα από την επίσκεψή τους σε τοπικά εστιατόρια και αγοράζοντας τοπικά προϊόντα, ενώ παράλληλα έρχονται σε επαφή με το περιβάλλον των περιοχών επίσκεψής τους, μέσα από την επίσκεψή τους σε πάρκα της γειτονιάς. Άλλωστε, φαίνεται ότι οι ερωτηθέντες ιεραρχούν υψηλά την ανάγκη ύπαρξης

θετικού προσήμου στη σχέση περιβάλλοντος - τουρισμού και προσπαθούν να επιλέγουν ταξίδια “οικολογικά”, δηλαδή μορφές τουρισμού που σέβονται τη φύση (Forno & Garibaldi (2013) και Sdrali et al (2015) ).

Σε ό,τι αφορά τους Έλληνες Home Exchangers έγινε φανερό ότι λίγοι έχουν πλήρη πληροφόρηση αυτού του τύπου διακοπών, με βασική πηγή πληροφόρησης το διαδίκτυο.

Οι Έλληνες Home Exchangers προτιμούν κυρίως προορισμούς στην Ευρώπη και έπειτα στην Αμερική. Από την έρευνά μας κανένας ερωτώμενος δεν έχει ταξιδέψει στην Ωκεανία με τη μέθοδο της ανταλλαγής, ενώ είναι ιδιαίτερα χαμηλό το ποσοστό των ανταλλαγών που έχουν λάβει χώρα μόνο εντός της χώρας μας.

Μια σημαντική διαφοροποίηση των Ελλήνων από τους υπόλοιπους Home Exchangers είναι ότι, σύμφωνα με την έρευνα που διεξήχθη, μόνο το 22,6% των ερωτώμενων συμμετέχει σε κάποια κοινωνική οργάνωση, ενώ αντίθετα, σύμφωνα με την έρευνα από το Πανεπιστήμιο του Bergamo που πραγματοποιήθηκε σε διεθνές επίπεδο, ένα μεγάλο μέρος των ερωτώμενων συμμετείχε σε οργανώσεις που έχουν σχέση με την κοινότητα όπου διέμεναν και εξίσου αρκετοί ανήκαν σε οργανώσεις που προστατεύουν την πανίδα και την άγρια ζωή.

Άξιο αναφοράς είναι ότι, σύμφωνα με τα αποτελέσματα όλων των σχετικών ερευνών, το ποσοστό ικανοποίησης των ερωτώμενων από τη διαμονή τους αγγίζει το 70%, ενώ ταυτόχρονα οι περισσότεροι από αυτούς δήλωσαν πως τελικά κατάφεραν να «Ζήσουν σαν ντόπιοι» κατά τη διάρκεια των ανταλλαγών τους. Επιπλέον, το 70% συμφώνησε με τη φράση «Εμπιστεύομαι τα άτομα με τα οποία πραγματοποιώ την ανταλλαγή σπιτιού», κάτι το οποίο αποτελεί σημαντικό στοιχείο της ψυχολογίας των Home Exchangers, καθώς η ίδια η φιλοσοφία της ανταλλαγής σπιτιών βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην αμοιβαία εμπιστοσύνη.

Τέλος, τα άτομα, στη χώρα μας, που επιλέγουν αυτό το είδος διακοπών μπορούν να χωριστούν ενδεικτικά σε δύο ομάδες με διαφορετικά χαρακτηριστικά, όπως προκύπτει από την έρευνά μας, αλλά πάντα αποτελώντας δείγμα εναλλακτικού τουρίστα με σεβασμό απέναντι στο περιβάλλον και την τοπική κοινωνία..

Έτσι, η μια ομάδα ατόμων απαρτίζεται από εκείνους που θέτουν ως κίνητρο για την επιλογή του Home Exchange τον οικονομικό παράγοντα, την εμβάθυνση στην κουλτούρα μιας περιοχής και τις νέες γνωριμίες. Παράλληλα, είναι αυτοί που επιλέγουν να μείνουν όχι μόνο σε διαμέρισμα αλλά συχνά και σε μονοκατοικίες. Δεν πραγματοποιούν σχεδόν καθόλου δραστηριότητες περιπέτειας, ενώ αντίθετα

εμφανίζουν μεγάλα ποσοστά σε ό,τι αφορά τις δραστηριότητες που σχετίζονται με τον πολιτισμό. Τέλος, είναι αυτοί που βλέπουν πιο αισιόδοξα το μέλλον του Home Exchange στην Ελλάδα και πιστεύουν ότι “Οι Έλληνες υποδέχονται θετικά τον νέο αυτόν τρόπο διακοπών”.

Από την άλλη μεριά, η δεύτερη ομάδα θέτει ως κίνητρα την περιπέτεια, το χαμηλό κόστος και τη δυνατότητα για περισσότερα ταξίδια. Πρόκειται για άτομα με μεγαλύτερη οικονομική άνεση, καθώς εμφανίζουν υψηλότερη ατομική δαπάνη κατά τις ανταλλαγές τους. Είναι άτομα με ενδιαφέρον για το περιβάλλον, όπως επίσης και για τις τοπικές γεύσεις. Αντιμετωπίζουν πιο επιφυλακτικά το μέλλον του Home Exchange στη χώρας μας, καθώς οι περισσότεροι συμφωνούν αρκετά με την άποψη “Δεν υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης του Home Exchange στην Ελλάδα”.

## Κεφάλαιο 9: Συμπεράσματα

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η μελέτη του προφίλ των Ελλήνων Home Exchangers και η φιλοσοφία που τους διέπει. Ειδικότερα, έγινε προσπάθεια να μελετηθούν οι απόψεις και τα κίνητρά τους τόσο στο θέμα της ανταλλαγής κατοικιών όσο και γενικότερα στο πώς αντιμετωπίζουν τις διακοπές τους.

Για να γίνει η μελέτη των παραπάνω, μοιράστηκαν ερωτηματολόγια στα μέλη της HomeExchange.gr από τον Μάρτιο έως τον Μάιο του 2016.

Μέσα από τη συγκεκριμένη διπλωματική μελέτη έγινε αντιληπτό ότι ολοένα και περισσότερος κόσμος αναζητεί διαφορετικές διακοπές, προσαρμοσμένες στις ανάγκες και τις επιθυμίες του. Έτσι, στρέφεται σε μορφές ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού, αναζητώντας εκείνο τον τύπο τουρισμού που θα μεγιστοποιήσει την ευχαρίστησή του. Ένα νέο μοντέλο εναλλακτικού τουρισμού, το οποίο κερδίζει συνέχεια και περισσότερο έδαφος, είναι αυτό της ανταλλαγής κατοικιών, που μελετάται και στην παρούσα εργασία.

Το συγκεκριμένο είδος τουρισμού έχει τις ρίζες του σε προηγούμενες δεκαετίες, τα τελευταία χρόνια, όμως, με την ανάπτυξη και των νέων τεχνολογιών δόθηκε η δυνατότητα σε περισσότερο κόσμο να έρθει σε επαφή μαζί του, μέσα από το διαδίκτυο. Είναι ενδεικτικό, άλλωστε, το ότι η κύρια πηγή πληροφόρησης όλων των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι το διαδίκτυο. Στην Ελλάδα, άρχισε να γίνεται γνωστό το 2000 και μέχρι σήμερα οι περισσότερες ανταλλαγές που έχει κάνει ένα μέλος είναι 10.

Παράλληλα, το συγκεκριμένο είδος τουρισμού αποτελεί διέξοδο στις δύσκολες οικονομικά εποχές, καθώς προσφέρει ταξίδια με δυνατότητα χαμηλών ατομικών δαπανών. Άλλωστε, όπως προκύπτει τόσο από τη βιβλιογραφία όσο και από την έρευνά μας, η δυνατότητα οικονομικών διακοπών που προσφέρει ιεραρχείται ιδιαίτερα υψηλά στα κίνητρα επιλογής αυτού του τουρισμού.

Πιο συγκεκριμένα, τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα, συμφωνούν σε αρκετά σημεία με τα αποτελέσματα ερευνών που ήδη έχουν υπάρξει και παράλληλα προσθέτουν επιπλέον στοιχεία.

Μέσα από την έρευνα φάνηκε ότι οι Έλληνες Home Exchangers είναι άτομα υψηλού μορφωτικού επιπέδου, τα οποία κατοικούν κατά κύριο λόγο σε αστικές περιοχές και συγκεκριμένα στην πρωτεύουσα της χώρας, την Αθήνα.

Είναι άτομα που αν και σε πολύ μικρό ποσοστό ανήκουν σε κάποια οργάνωση που σχετίζεται με τη φύση, θεωρούν πολύ σημαντικό ο τουρισμός να σέβεται το περιβάλλον. Κύριοι προορισμοί των ερωτηθέντων είναι η Ευρώπη και η Αμερική, αλλά οι ανταλλαγές εντός της ίδιας της χώρας είναι ιδιαίτερα λίγες.

Το Home Exchange απευθύνεται σε όλους. Στη χώρα μας, όμως, προτιμάται από άτομα τα οποία ταξιδεύουν με την οικογένεια και τα παιδιά τους. Ελάχιστοι είναι αυτοί οι οποίοι συνηθίζουν να ταξιδεύουν μόνοι. Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες δαπανούν από 500 έως 1000 ευρώ και παραμένουν στον τόπο ανταλλαγής τους τις περισσότερες φορές από μία έως δύο εβδομάδες.

Στο χρονικό διάστημα παραμονής τους σε ένα μέρος συνηθίζουν κυρίως να επισκέπτονται πάρκα και τοπικές αγορές και να γεύονται τοπικές γεύσεις στα εστιατόρια της περιοχής. Ταυτόχρονα, σπουδαίο κομμάτι αποτελεί και ο πολιτισμός, καθώς, πολλοί από τους ερωτώμενους κατά τη διάρκεια των ανταλλαγών τους παρακολουθούν πολιτιστικές εκδηλώσεις και επισκέπτονται αρχαιολογικούς χώρους και ιστορικά αξιοθέατα.

Για τους περισσότερους ερωτώμενους, οι διακοπές μέσω ανταλλαγής σπιτιών αποτελούν μια ενδιαφέρουσα εμπειρία, κάτι το οποίο επιβεβαιώνεται και από το ότι το 58,1% θεωρεί πολύ σημαντικό παράγοντα επιλογής τουριστικού προορισμού την απόκτηση νέων γνώσεων και περίπου το 70% θεωρεί αρκετά σημαντικό τον παράγοντα συναναστροφής με νέους ανθρώπους.

Επιπλέον, φάνηκε ότι ο κόσμος δείχνει εμπιστοσύνη στο φαινόμενο της ανταλλαγής του σπιτιού του, κάτι το οποίο βέβαια μπορεί να οφείλεται και στο γεγονός ότι το ερωτηματολόγιο απευθύνθηκε σε άτομα που ήδη έχουν πραγματοποιήσει τουλάχιστον μια ανταλλαγή. Παρόλα αυτά είναι σημαντικό το γεγονός ότι οι ερωτηθέντες επιβεβαίωσαν με τις απαντήσεις τους περί εμπιστοσύνης την ίδια την ύπαρξη του Home Exchange, καθώς χωρίς εμπιστοσύνη είναι σχεδόν αδύνατη η ίδια του η ύπαρξη. Επίσης, το μότο του Home Exchange είναι το «Ζήσε σαν ντόπιος», το οποίο φαίνεται να βρίσκει σύμφωνους πάνω από το 50% των ερωτώμενων.

Τέλος, τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας μπορούν να βοηθήσουν την περαιτέρω ανάπτυξη τόσο του συγκεκριμένου είδους τουρισμού όσο και γενικότερα του εναλλακτικού τουρισμού στη χώρα μας. Από την έρευνα προκύπτει ότι χρειάζεται καλύτερη πληροφόρηση του κόσμου και άρα θα πρέπει να υπάρξουν νέες ιδέες, ώστε να έρθουν όλοι σε επαφή με αυτό το είδος τουρισμού. Παράλληλα, μέσα από τις απαντήσεις μπορεί να διαπιστωθεί ποια στοιχεία του εναλλακτικού τουρισμού

θα πρέπει να αναδειχθούν περισσότερο, για να προσελκύσουν και άλλο κόσμο. Τέλος, τα αποτελέσματα της παρούσας διπλωματικής μελέτης μπορούν να συμβάλουν στην περαιτέρω ανάλυση του τρόπου που μπορεί να αναπτυχθεί η τοπική οικονομία και κοινωνία μέσα από την επίσκεψη τουριστών σε αυτή και μέσα από τις δραστηριότητες που οι ίδιοι επιλέγουν.

## Βιβλιογραφία

### Ξενόγλωση Βιβλιογραφία

- Andriotis, K. & Agiomirgianakis, G. (2014). Market escape through exchange: home swap as a form of non-commercial hospitality. *Current Issues in Tourism*, 17(7), 576-591.
- Buckley, R. (1994). A framework for ecotourism. *Annals of tourism research*, 21(3), 661-665.
- De Groote, P., & Nicasi, M. F. (1994). Home exchange: An alternative form of tourism and case study of the Belgian market. *The Tourist Review*, 49(1), 22-26.
- Drakatos, C. G. (1987). Seasonal concentration of tourism in Greece. *Annals of Tourism Research*, 14(4), 582-586.
- Forno, F. & Garibaldi, R. (2015). Sharing Economy in Travel and Tourism: The Case of Home-Swapping in Italy. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 16(2), 202-220.
- Gal, Y., Gal, A. & Hadas, E. (2010). Coupling tourism development and agricultural processes in a dynamic environment. *Current Issues in Tourism*, 13(3), 279-295.
- Glyn, D. (2002). *History of Money*. University of Wales Press. Cardiff.
- Lickorish, L. J. & Jenkins, C. L. (2007). *Introduction to tourism*. Great Britain: Routledge.
- Moira, P. & Mylonopoulos, D. (2014). Health tourism and health travel. Sociological approach and conceptual clarification. *e-Journal of Science & Technology*, 9(2), 11-28.
- Oskam, J. & Boswijk, A. (2016). Airbnb: the future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 22-42.
- Patti, S. E. (2013). Sustainability and Support for the Ecotourism within Etna Park Area. *American Journal of Tourism Research*, 2(1), 124-129.
- Poon, A. (1989). Competitive strategies for a 'new tourism'. *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, 1, 91-102.
- Sdrali, D., Goussia-Rizou, M., Giannouli, P. & Kokkinis, M. (2015). Exploring Home Exchange in Greece: An alternative choice of vacation. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 6(12), 211-214.

- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism management*, 23(3), 233-244.
- Socher, K. & Tschurtschenthaler, P. (1994). Tourism and agriculture in alpine regions. *The Tourist Review*, 49(3), 35-41.
- Sotiropoulou, I. (2011, May). Economic activity in Greece without the euro. Paper presented at the 5th Biennial Hellenic Observatory PhD Symposium, held in London, United Kingdom (02-03.06. 2011) and organised by the Hellenic Observatory of London School of Economics.

### **Ελληνική Βιβλιογραφία**

- Page, S. (2006). *Μια εισαγωγή στον τουρισμό*. Επιμέλεια Μαυροδόντης, Θ., Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Ανδριώτης, Κ. (2005). *Τουριστική ανάπτυξη και σχεδιασμός*. Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.
- Αποστολόπουλος, Κ., Θεοδοροπούλου, Ε., Τσακατούρα Α. (2000). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού Υπαίθρου*. Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, Αθήνα
- Αποστολόπουλος, Κ., Σδράλη, Δ. (2009). *Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου. Θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές*. Εκδόσεις Ελληνοεκδοτική, Αθήνα.
- Δολόγλου, Ν. (2008). *Τουρισμός σε ορεινές περιοχές. Προβλήματα και ανάγκες. Ολοκληρωμένη ανάπτυξη και οικότουρισμός*. ΜΕ.Κ.Δ.Ε ΕΜΠ.
- Εργασιών, Σ. Ε. (2010). *Θρησκευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα: Χωρική ανάλυση και συμβολή στην ανάπτυξη μειονεκτικών περιοχών*.
- Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών (2013). *Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα*.
- Ίκκος, Α. (2015). *Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 - συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών*. Ινστιτούτο ΣΕΤΕ.
- Ινστιτούτο ΣΕΤΕ (2014). *Τουριστικός στρατηγικός σχεδιασμός 2021. Οδικός χάρτης υλοποίησης*.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (2014). *Η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα*.
- Καρασούλα, Κ. (2010). *Η ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας στον Τουριστικό Τομέα. Η περίπτωση του Νομού Αχαΐας και η ανάπτυξη των Ειδικών και*

Εναλλακτικών μορφών Τουρισμού. Διπλωματική Εργασία: Πανεπιστήμιο Πατρών.

- Κιλιπίρης, Φ. (2014). Τουριστική συμπεριφορά και τάσεις τον τουρισμό. Σημειώσεις μαθήματος: Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη, Τμήμα διοίκησης επιχειρήσεων, ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης.
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. (2001). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*. Εκδόσεις Κριτική. Αθήνα.
- Κραβαρίτης, Κ., Παπαγεωργίου, Α. (2007). *Επαγγελματικός Τουρισμός. Οργάνωση Συνεδρίων*. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Λαγός, Δ. (2005). *Τουριστική Οικονομική*. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- Λιναρδάτου, Χ. (2001). *Πολιτιστικός Τουρισμός - Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων, Αθήνα.
- Λυριντζής, Γ., Αλμπάνης, Κ. (2009). *Αξιοποίηση εκτάσεων δασικού χαρακτήρα με έμφαση στον οικοτουρισμό και τον αγροτουρισμό*. Ινστιτούτο Μεσογειακών Δασικών Οικοσυστημάτων και Τεχνολογίας Δασικών Προϊόντων. *ΕΘΙΑΓΕ*, 37, 16-19.
- Μκριτσιαν, Α. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού στο νομό Έβρου. Διερεύνηση παρούσας κατάστασης και προοπτικών ανάπτυξης. Πτυχιακή Εργασία: ΑΤΕΙ Κρήτης.
- Μουτάφη – Γαλάνη, Β. (2002). *Ερευνες για τον τουρισμό στην Ελλάδα και την Κύπρο. Μια ανθρωπολογική προσέγγιση*. Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.
- Μυλωνόπουλος, Δ., Μοίρα, Π. (2005). *Θαλάσσιος Τουρισμός*. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Σαμαράς, Μ. (2003). Η διδασκαλία των οικονομικών στη μέση εκπαίδευση: οικονομία και φαντασία. Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.
- Τσάρτας, Π. (2010). *Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη. Χαρακτηριστικά, διερευνήσεις, προτάσεις*. Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- Τσερώτα, Γ. (2008). Ο Θρησκευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα. Πτυχιακή Εργασία: ΑΤΕΙ Κρήτης.
- Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού (2007). *Εναλλακτικός Τουρισμός. Επιχειρησιακό πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα και επιχειρηματικότητα» ΕΣΠΑ 2007-2013*.

- Φραϊδάκη, Μ. (2015). Οικονομικές επιπτώσεις του οικοτουρισμού. *Τουριστικά Θέματα*, 1, 19-27.

#### **Διαδικτυακές Πηγές**

- <http://homelink.org/en/> (HomeLink International)
- <http://www.bankofgreece.gr/> (Τράπεζα της Ελλάδος)
- <http://www.gnto.gov.gr/el> (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού)
- <http://www.homeexchange.com> (Home Exchange)
- <http://www.homelinkgreece.org/> (HomeLink Ελλάδας)
- <http://www.intervac-homeexchange.com/> (Intervac International)
- <http://www.lovehomeswap.com/> (Love Home Swap)
- <http://www.mintour.gr/> (Υπουργείο Οικονομίας Υποδομών Ναυτιλίας και Τουρισμού)
- <http://www.statistics.gr/> (Ελληνική Στατιστική Αρχή)
- <https://www.gti-home-exchange.com> (Green Theme International)
- <https://www.airbnb.gr/> (Airbnb)

# Παράρτημα

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

*Το παρόν ερωτηματολόγιο συντάχθηκε στο πλαίσιο της διπλωματικής εργασίας της Τσατσαρώνη Αικατερίνης, με θέμα «Home Exchange: Μια εναλλακτική επιλογή για διακοπές», στο πλαίσιο του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών “Βιώσιμη Ανάπτυξη”, στο Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο. Οι απαντήσεις του ερωτηματολογίου θα παραμείνουν ανώνυμες και τα αποτελέσματα που θα προκύψουν θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ερευνητικούς σκοπούς και την εξαγωγή συμπερασμάτων.*

2. Για ποιους, κυρίως, λόγους επιλέξατε την ανταλλαγή σπιτιών;  
(Ιεραρχείστε τις παρακάτω επιλογές σημειώνοντας 1: πολύ σημαντικό έως 6: λιγότερο σημαντικό)
- ❖ Για οικονομικές διακοπές
  - ❖ Από ιδεολογία/ άποψη
  - ❖ Για περιπέτεια
  - ❖ Για να γνωρίσω νέους ανθρώπους
  - ❖ Για εμβάθυνση στην κουλτούρα μιας περιοχής
  - ❖ Για περισσότερα ταξίδια
3. Με ποιον τρόπο και σε τι βαθμό πληροφορηθήκατε για τον τύπο διακοπών Home Exchange;

Καθόλου    Λίγο    Μέτρια    Πολύ    Πάρα  
πολύ

Τηλεόραση/Ραδιόφωνο

Περιοδικά

Διαδίκτυο

Φιλικό/Οικογενειακό

περιβάλλον

Άλλο:.....

4. Ποια χρονολογία πραγματοποιήσατε την πρώτη σας ανταλλαγή; .....
5. Πόσες ανταλλαγές έχετε κάνει, μέχρι σήμερα; .....
6. Πόσες μέρες μένετε κατά μέσο όρο σε κάθε ανταλλαγή;
- ❖ Έως 3 ημέρες
  - ❖ Μία εβδομάδα
  - ❖ Δύο εβδομάδες
  - ❖ Τρεις εβδομάδες
  - ❖ Ένα μήνα
  - ❖ Πάνω από μήνα
7. Πόσες φορές έχετε πραγματοποιήσει ανταλλαγή στις παρακάτω ηπείρους;
- ❖ Ευρώπη .....
  - ❖ Ασία .....
  - ❖ Ωκεανία .....
  - ❖ Αφρική .....
  - ❖ Αμερική.....
8. Πόσες φορές έχετε πραγματοποιήσει ανταλλαγή σπιτιών στην Ελλάδα; .....
9. Τι χώρους προτιμάτε κατά την ανταλλαγή σπιτιών;

|                                           | Ποτέ | Σχεδόν<br>Ποτέ | Μέτρια | Συχνά | Πολύ<br>Συχνά |
|-------------------------------------------|------|----------------|--------|-------|---------------|
| <b>Δωμάτιο σπιτιού</b>                    |      |                |        |       |               |
| <b>Διαμέρισμα με 1<br/>κρεβατοκάμαρα</b>  |      |                |        |       |               |
| <b>Διαμέρισμα με 2<br/>κρεβατοκάμαρες</b> |      |                |        |       |               |
| <b>Μεζονέτα</b>                           |      |                |        |       |               |
| <b>Μονοκατοικία</b>                       |      |                |        |       |               |

10. Συνήθως, στο πλαίσιο των ανταλλαγών σας, ταξιδεύετε:

- ❖ Με την οικογένειά σας
- ❖ Ως ζευγάρι χωρίς παιδιά
- ❖ Με την παρέα σας
- ❖ Μόνος/ Μόνη

11. Σε ποια κατηγορία, κατά μέσο όρο, υπολογίζετε τη συνολική ατομική δαπάνη των ταξιδιών σας κατά την ανταλλαγή;

- ❖ Έως 500 ευρώ
- ❖ 500- 1000 ευρώ
- ❖ 1000- 1500 ευρώ
- ❖ Περισσότερα από 1500 ευρώ

12. Σε ποιο βαθμό πραγματοποιείτε τις παρακάτω δραστηριότητες κατά την παραμονή σας στην περιοχή ανταλλαγής;

|                                       | Καθόλου | Λίγο | Μέτρια | Πολύ | Πάρα πολύ |
|---------------------------------------|---------|------|--------|------|-----------|
| Δραστηριότητες περιπέτειας            |         |      |        |      |           |
| Αθλητικές δραστηριότητες              |         |      |        |      |           |
| Αγορές τοπικών παραδοσιακών προϊόντων |         |      |        |      |           |
| Παρακολούθηση πολιτιστικών εκδηλώσεων |         |      |        |      |           |
| Διασκέδαση                            |         |      |        |      |           |
| Επίσκεψη τοπικών εστιατορίων          |         |      |        |      |           |
| Θρησκευτικές δραστηριότητες           |         |      |        |      |           |
| Συμμετοχή σε αγροτικές δραστηριότητες |         |      |        |      |           |

|                                                                      |  |  |  |  |  |
|----------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| Επίσκεψη σε<br>αρχαιολογικούς<br>χώρους και<br>ιστορικά<br>αξιοθέατα |  |  |  |  |  |
| Επίσκεψη σε<br>πάρκα                                                 |  |  |  |  |  |
| Άλλο: .....                                                          |  |  |  |  |  |

13. Κατά πόσο συμφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις;

|                                                                                                   | Διαφωνώ<br>Απόλυτα | Διαφωνώ<br>Λίγο | Ούτε<br>Συμφωνώ<br>Ούτε<br>Διαφωνώ | Συμφωνώ<br>Πολύ | Συμφωνώ<br>Απόλυτα |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------|------------------------------------|-----------------|--------------------|
| Η ανταλλαγή σπιτιών σημαίνει<br>πολλά περισσότερα από διακοπές.                                   |                    |                 |                                    |                 |                    |
| Θα πρότεινα στους φίλους μου να<br>πραγματοποιήσουν τέτοιου είδους<br>διακοπές.                   |                    |                 |                                    |                 |                    |
| Οι διακοπές μέσω ανταλλαγής<br>σπιτιών δεν είναι κάτι που μου<br>προκαλεί ιδιαίτερα συναισθήματα. |                    |                 |                                    |                 |                    |
| Οι διακοπές μέσω ανταλλαγής<br>σπιτιών αποτελούν για μένα μια<br>ενδιαφέρουσα εμπειρία.           |                    |                 |                                    |                 |                    |
| Δεν υπάρχουν δυνατότητες<br>ανάπτυξης του Home Exchange<br>στην Ελλάδα.                           |                    |                 |                                    |                 |                    |
| Οι Έλληνες υποδέχονται θετικά<br>τον νέο αυτόν τρόπο διακοπών.                                    |                    |                 |                                    |                 |                    |
| Στο μέλλον θα συνεχίσω να<br>πραγματοποιώ διακοπές μέσω της<br>ανταλλαγής σπιτιών.                |                    |                 |                                    |                 |                    |
| Στην Ελλάδα δεν είναι καλά<br>ενημερωμένοι για τον τύπο<br>διακοπών Home Exchange.                |                    |                 |                                    |                 |                    |

|                                                                                                               |  |  |  |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| Μέσα από την ανταλλαγή του σπιτιού μου συμμετέχω σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής μου.         |  |  |  |  |  |
| Μέσα από την ανταλλαγή σπιτιών συμμετέχω σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής στην οποία ταξιδεύω. |  |  |  |  |  |
| Κατάφερα να «Ζήσω σαν ντόπιος» κατά τη διάρκεια των ανταλλαγών μου.                                           |  |  |  |  |  |
| Εμπιστεύομαι τα άτομα με τα οποία πραγματοποιώ την ανταλλαγή σπιτιού.                                         |  |  |  |  |  |
| Είμαι ικανοποιημένος/η από τις μέχρι τώρα ανταλλαγές μου.                                                     |  |  |  |  |  |
| Η οικονομική κρίση δεν ωθεί στην πραγματοποίηση ανταλλαγών σπιτιού.                                           |  |  |  |  |  |

14. Πόσες φορές τον χρόνο ταξιδεύετε (είτε πραγματοποιείτε ανταλλαγή, είτε όχι); .....

15. Παρακαλώ σημειώστε πόσο σημαντικοί είναι οι παρακάτω παράγοντες για την απόφασή σας να επιλέξετε έναν τουριστικό προορισμό:

(1= Ασήμαντος, 2= Λίγο σημαντικός, 3= Μέτρια σημαντικός, 4 = Πολύ σημαντικός, 5 = Εξαιρετικά σημαντικός)

|                                                             |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Η χαλάρωση/ φυγή από την καθημερινότητα                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Η διασκέδαση                                                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Οι επαγγελματικές υποχρεώσεις                               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Η επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Η συναναστροφή με νέους ανθρώπους                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Η απόκτηση νέων γνώσεων                                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Η επαφή με τη φύση                                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Η περιήγηση                                                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Η συμμετοχή σε ποικίλες δραστηριότητες (πολιτιστικές κ.λπ.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Το κόστος                                                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

|                                                                  |   |   |   |   |   |
|------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Η τοπική κουζίνα                                                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Οι δυνατότητες επίσκεψης χώρων<br>με τοπικά παραδοσιακά προϊόντα | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

16. Προτιμάτε τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού;

- ❖ Καθόλου
- ❖ Λίγο
- ❖ Μέτρια
- ❖ Πολύ
- ❖ Πάρα πολύ

17. Σε περίπτωση που έχετε ήδη πραγματοποιήσει κάποια/ κάποιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, ποια ή ποιες είναι; (Μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία απαντήσεις)

- ❖ Αγροτουρισμός
- ❖ Οικοτουρισμός
- ❖ Πολιτιστικός τουρισμός
- ❖ Τουρισμός υγείας
- ❖ Εκκλησιαστικός/ Θρησκευτικός τουρισμός
- ❖ Γαστρονομικός τουρισμός
- ❖ Αθλητικός Τουρισμός
- ❖ Άλλο: .....

18. Πόσο σημαντικό θεωρείτε τον τουρισμό που περιορίζει τις επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον;

- ❖ Καθόλου
- ❖ Λίγο
- ❖ Μέτρια
- ❖ Πολύ
- ❖ Πάρα πολύ

19. Φύλο:

- ❖ Άνδρας

- ❖ Γυναίκα

20. Ηλικία : .....

21. Μορφωτικό Επίπεδο:

- ❖ Απόφοιτος Δημοτικού
- ❖ Απόφοιτος Γυμνασίου
- ❖ Απόφοιτος Λυκείου / Πτυχιούχος ΙΕΚ
- ❖ Πτυχιούχος ΑΕΙ / ΤΕΙ
- ❖ Κάτοχος Μεταπτυχιακού/ Διδακτορικού Διπλώματος

22. Απασχόληση:

- ❖ Φοιτητής/ Φοιτήτρια
- ❖ Ιδιωτικός Υπάλληλος
- ❖ Δημόσιος Υπάλληλος
- ❖ Ελεύθερος Επαγγελματίας
- ❖ Άνεργος
- ❖ Συνταξιούχος

23. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

- ❖ Άγαμος
- ❖ Έγγαμος χωρίς παιδιά
- ❖ Έγγαμος με παιδί/παιδιά
- ❖ Χήρος
- ❖ Μέλος μονογονεϊκής οικογένειας

24. Πώς θα χαρακτηρίζατε την περιοχή που διαμένετε;

- ❖ Πρωτεύουσα (Αθήνα)
- ❖ Αστική
- ❖ Ημιαστική
- ❖ Αγροτική

25. Συμμετέχετε σε κάποια κοινωνική οργάνωση;

❖ Ναι

❖ Όχι

26. Αν ναι, σε τι είδους; (Μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία απαντήσεις)

❖ Πολιτιστικό σύλλογο

❖ Οργάνωση/Σύλλογο για τα ζώα

❖ Σύλλογο/ Οργάνωση νεότητας

❖ Οργάνωση για την προστασία του περιβάλλοντος

❖ Άλλο: .....

Ευχαριστώ πολύ για τη βοήθεια σας!

### Αποτελέσματα Ανάλυσης Κατά Συστάδες

Πίνακας 26: Ποσοστό βαθμού πληροφόρησης για τον τύπο διακοπών Home  
Exchange στις 2 ομάδες

| %                                         | Καθόλου     | Λίγο        | Μέτρια | Πολύ        | Πάρα<br>πολύ |
|-------------------------------------------|-------------|-------------|--------|-------------|--------------|
| <b>Τηλεόραση/Ραδιόφωνο</b>                | <b>40</b>   | 26,7        | 13,3   | 13,3        | 6,7          |
|                                           | <b>53,8</b> | 7,7         | 7,7    | 30,8        | 0            |
| <b>Περιοδικά</b>                          | <b>33,3</b> | <b>33,3</b> | 20     | 13,3        | 0            |
|                                           | <b>46,2</b> | 38,5        | 7,7    | 7,7         | 0            |
| <b>Διαδίκτυο</b>                          | 13,3        | 13,3        | 0      | 26,7        | <b>46,7</b>  |
|                                           | 7,7         | 15,4        | 15,4   | <b>30,8</b> | <b>30,8</b>  |
| <b>Φιλικό/Οικογενειακό<br/>περιβάλλον</b> | <b>40</b>   | 20          | 0      | 6,7         | 33,3         |
|                                           | <b>30,8</b> | 7,7         | 15,4   | 23,1        | 23,1         |

Πίνακας 27: Μέσος όρος αριθμού ανταλλαγών έως σήμερα

| Ανταλλαγές | N  | Ελάχιστη<br>παρατήρηση | Μέγιστη<br>παρατήρηση | Μέσος<br>όρος | Τυπική<br>Απόκλιση |
|------------|----|------------------------|-----------------------|---------------|--------------------|
| Ομάδα1     | 15 | ,00                    | 10,00                 | 3,5333        | 3,04412            |
| Ομάδα 2    | 13 | ,00                    | 9,00                  | 3,0000        | 2,61406            |

Πίνακας 28: Μέσος όρος αριθμών ταξιδιών έως σήμερα (με ή χωρίς ανταλλαγή)

| Ταξίδι / έτος | N  | Ελάχιστη<br>παρατήρηση | Μέγιστη<br>παρατήρηση | Μέσος<br>όρος | Τυπική Απόκλιση |
|---------------|----|------------------------|-----------------------|---------------|-----------------|
| Ομάδα 1       | 15 | 1,00                   | 5,00                  | 2,0667        | 1,09978         |
| Ομάδα 2       | 13 | 1,00                   | 8,00                  | 3,0000        | 2,23607         |

Πίνακας 29: Συχνότητα και ποσοστό συνολικής ατομικής δαπάνης κατά την ανταλλαγή

| Ομάδα 1         | Συχνότητα | Ποσοστό     | Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων | Αθροιστικό ποσοστό |
|-----------------|-----------|-------------|------------------------------------------------|--------------------|
| 1000- 1500 ευρώ | 6         | 40,0        | 40,0                                           | 40,0               |
| 500- 1000 ευρώ  | 7         | <b>46,7</b> | 46,7                                           | 86,7               |
| Έως 500 ευρώ    | 2         | 13,3        | 13,3                                           | 100,0              |
| Total           | 15        | 100,0       | 100,0                                          |                    |

| Ομάδα 2                   | Συχνότητα | Ποσοστό     | Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων | Αθροιστικό ποσοστό |
|---------------------------|-----------|-------------|------------------------------------------------|--------------------|
| 1000- 1500 ευρώ           | 2         | 15,4        | 15,4                                           | 15,4               |
| 500- 1000 ευρώ            | 6         | <b>46,2</b> | 46,2                                           | 61,5               |
| Έως 500 ευρώ              | 4         | 30,8        | 30,8                                           | 92,3               |
| Περισσότερα από 1500 ευρώ | 1         | 7,7         | 7,7                                            | 100,0              |
| Total                     | 13        | 100,0       | 100,0                                          |                    |

Πίνακας 30: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

|                                      | <b>Ομάδα 1</b> | <b>Ομάδα 2</b> |
|--------------------------------------|----------------|----------------|
|                                      | <b>N=15</b>    | <b>N= 13</b>   |
| <b><i>Ηλικία</i></b>                 |                |                |
| Μέσος όρος                           | 44,4           | 40             |
| Τυπική απόκλιση                      | 11,51          | 12,70          |
| <b><i>Φύλο</i></b>                   |                |                |
| Άνδρας                               | 40             | 30,8           |
| Γυναίκα                              | 60             | 69,2           |
| <b><i>Οικογενειακή κατάσταση</i></b> |                |                |
| Άγαμος                               | 40             | 38,5           |
| Έγγαμος με παιδί/παιδιά              | 46,7           | 38,5           |
| Έγγαμος χωρίς παιδιά                 | 13,3           | 35,4           |
| Μέλος μονογονεϊκής οικογένειας       | 0              | 7,7            |
| <b><i>Μορφωτικό Επίπεδο</i></b>      |                |                |
| Απόφοιτος Λυκείου / Πτυχιούχος ΙΕΚ   | 0              | 7,7            |
| Κάτοχος Μεταπτυχιακού/ Διδακτορικού  | 33,3           | 38,5           |
| Διπλώματος                           |                |                |
| Πτυχιούχος ΑΕΙ / ΤΕΙ                 | 66,7           | 53,8           |
| <b><i>Απασχόληση</i></b>             |                |                |
| Άνεργος                              | 6,7            | 7,7            |
| Δημόσιος Υπάλληλος                   | 20             | 7,7            |
| Ελεύθερος Επαγγελματίας              | 20             | 46,2           |
| Ιδιωτικός Υπάλληλος                  | 46,7           | 30,8           |
| Συνταξιούχος                         | 6,7            | 37,7           |
| Φοιτητής/ Φοιτήτρια                  | 0              | 0              |
| <b><i>Περιοχή διαμονής</i></b>       |                |                |
| Αγροτική                             | 6,7            | 7,7            |
| Αστική                               | 33,3           | 15,4           |
| Ημιαστική                            | 0              | 23,1           |
| Πρωτεύουσα (Αθήνα)                   | 60             | 53,8           |