



---

**Καταγραφή Και Διερεύνηση  
Της Τυπολογίας Των Αθλητικών Τουριστών Στην Ελλάδα**

**Σταυροπούλου<sup>1</sup> Γ., Υφαντίδου Γ<sup>1</sup>., Σπυριδοπούλου Ε<sup>2</sup>.**

<sup>1</sup>Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού

<sup>2</sup>Α.Τ.Ε.Ι. Καβάλας, Τμήμα Λογιστικής, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας

**Υπεύθυνη Επικοινωνίας:**

**Υφαντίδου Γεωργία**

E-Mail: [gifantid@phyed.duth.gr](mailto:gifantid@phyed.duth.gr)

*Περιοδικό Αθλητικού Τουρισμού και Αναψυχής, Vol.3, pp.50-66, 2010*

© 2010 J.S.T.a.R. All rights reserved. ISSN: 1792-1686

To link to this article: <http://www.jstar.gr/Contents.aspx?Y=2010&V=3&Is=c>

## Καταγραφή Και Διερεύνηση Της Τυπολογίας Των Αθλητικών Τουριστών Στην Ελλάδα

### Περίληψη

Ο τουρισμός ως μια ιδιαίτερη μορφή ψυχαγωγίας, έχει τα δικά του ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, ενώ παράλληλα άλλη έρευνα έχει προτείνει ότι συγκεκριμένοι τύποι ή είδη τουρισμού μπορούν να διακριθούν βασισμένοι στα χαρακτηριστικά της ψυχαγωγίας (Moore et al. 1995). Τα τελευταία χρόνια ο τομέας του τουρισμού παρουσιάζει ραγδαία ανάπτυξη και έχει πάρει συγκεκριμένες μορφές, με μια από αυτές ασχολείται εκτενώς η παρούσα έρευνα, τον αθλητικό τουρισμό. Στις αρχικές έρευνες μέσα στο χώρο του τουρισμού, η σύνδεση και η σχέση αθλητισμού – τουρισμού είχε αγνοηθεί από τους ερευνητές. Για την καταγραφή και διερεύνηση της τυπολογίας των αθλητικών τουριστών στην Ελλάδα, χρησιμοποιήθηκε το αγγλικό ερωτηματολόγιο TRPS των Gibson H. & Yiannakis A., μεταφρασμένο στην ελληνική γλώσσα από τους Υφαντίδου Γ., Κώστα Γ. και Μιχαλοπούλου Μ. (2007). Στην έρευνα συμμετείχαν 300 τουρίστες (εκ των οποίων 133 άνδρες και 153 γυναίκες), Έλληνες του εσωτερικού ή του εξωτερικού οι οποίοι βρίσκονταν στον αερολιμένα της Αθήνας κατά τους μήνες Ιούλιο – Αύγουστο για λόγους τουρισμού. Μέσω της ανάλυσης κυρίων συνιστωσών για τις ερωτήσεις των τουριστικών ρόλων αποκαλύφθηκαν 7 παράγοντες οι οποίοι εξηγούν το 53,21 % της συνολικής διακύμανσης. Μέσω της ανάλυσης κυρίων συνιστωσών και της ανάλυσης πολυδιάστατης κλιμακοποίησης εξήχθησαν οι 15 τουριστικοί ρόλοι.

**Λέξεις κλειδιά:** αθλητικός τουρισμός, αναψυχή, τουριστικοί ρόλοι

## Καταγραφή Και Διερεύνηση Της Τυπολογίας Των Αθλητικών Τουριστών Στην Ελλάδα

### Εισαγωγή

#### Τουρισμός-Κίνητρα-Ανάγκες

Ο τουρισμός σήμερα δεν είναι πολυτέλεια, αλλά ανάγκη από τους ανθρώπους των πόλεων. Τα τουριστικά κίνητρα πηγάζουν από τις βιολογικές, ψυχολογικές, κοινωνικές αλλά και οικογενειακές ανάγκες (Smith, 1994). Οι τουρίστες γίνονται πιο έμπειροι, απαιτητικοί, εκλεκτικοί (Wood, 1994). Το κίνητρο είναι ο γενικός όρος για όλες τις διαδικασίες που περιλαμβάνονται στην έναρξη, την κατεύθυνση και τη διατήρηση των σωματικών και ψυχολογικών δραστηριοτήτων (Gerring & Zimbardo, 2002). Οι δημοφιλείς θεωρίες στη Βόρεια Αμερική για τα κίνητρα ξεκίνησαν από τους Vroom (1964), McClelland (1961), και Maslow (1943), οι οποίοι δημιούργησαν τις θεωρίες των προσδοκιών, του κίνητρου της επιτυχίας και της ιεραρχίας των ανθρώπινων αναγκών. Οι Gibson & Yiannakis (2002), βασισμένοι στην ιεραρχία των ανθρώπινων αναγκών του Maslow και στις έρευνες που αφορούν το προφίλ των τουριστών, κατασκεύασαν μια κλίμακα 22 ερωτήσεων που αφορούν την ικανοποίηση των ανθρώπινων αναγκών κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

#### Τυπολογία Τουριστών/Συμπεριφορές

Ο τουρισμός θεωρείται γενικά ως βραχυπρόθεσμη κυκλοφορία των ατόμων από ένα μέρος σε ένα άλλο για τον ελεύθερο χρόνο, για την εργασία ή για άλλους λόγους. (WTO 1996) Αυτός ο ορισμός βέβαια, καθιστά όλους τους ταξιδιώτες ως τουρίστες, ενώ πολλοί άνθρωποι θα γίνονταν αντιληπτοί μόνο συμμετέχοντας σε κάποια «τουριστική δραστηριότητα» εάν φυσικά ο κύριος σκοπός του ταξιδιού τους ήταν ο ελεύθερος χρόνος. Μια από τις σημαντικότερες διαφορές μεταξύ του ταξιδιού για τον ελεύθερο χρόνο και για σχετικούς με την εργασία λόγους είναι ότι η αναμονή της ευχαρίστησης από το ταξίδι είναι αρχικής ανησυχίας για τον τουρίστα ελεύθερου χρόνου. (Cohen 1974, Iso-Ahola, 1983).

Ο Cohen (1972), ήταν ένας από τους πρώτους ερευνητές ο οποίος πρότεινε ότι οι τουρίστες θα μπορούσαν να ταξινομηθούν με βάση παρόμοιες παρατηρήσιμες συμπεριφορές. Περιγράφει τέσσερις κατηγορίες: ο ανεξάρτητος μαζικός τουρίστας, ο οργανωμένος μαζικός τουρίστας, ο ανεργάσιμος και ο εξερευνητής. Ο Pearce (1982), βασισμένος στην μελέτη του Cohen, μελέτησε τις συμπεριφορές των τουριστών (όπως η αγορά αναμνηστικών, η αναζήτηση της πολυτέλειας, η παρατήρηση της κοινωνίας και

των συνανθρώπων, η αναζήτηση του νοήματος της ζωής μέσα από τα ταξίδια ή στον ελεύθερο τους χρόνο). Αυτή η προσέγγιση παρήγαγε δεκαπέντε σχετικούς ρόλους τουριστών.

Την τυπολογία του Cohen χρησιμοποίησαν επίσης και επέκτειναν οι Mo C. et al. (1993), δημιουργώντας ένα τρισδιάστατο όργανο μέτρησης είκοσι ερωτήσεων που αποδείχτηκε αξιόπιστο και έγκυρο. Το όργανο αυτό ονομάστηκε "International Tourist Role Scale- (ITR)", δηλαδή διεθνή τουριστική κλίμακα ρόλων / συμπεριφορών. Οι διαστάσεις αυτής της κλίμακας ήταν οι εξής: διάσταση προσανατολισμένη στον προορισμό (DOD), διάσταση τουριστικών υπηρεσιών (TSD) και διάσταση κοινωνικής επαφής (SCD). Την κλίμακα ITR χρησιμοποίησαν και οι Jiang et al. (2000), και ανέφεραν πως αποδείχτηκε έγκυρη και αξιόπιστη για την αναγνώριση των τριών διαστάσεων του Cohen για την τυπολογία των τουριστικών ρόλων. Το αναθεωρημένο όργανο αποτελούνταν από 16 ερωτήσεις χωρισμένες περίπου ισότιμα στις τρεις διαστάσεις. Πρέπει όμως να αναφερθεί πως οι 16 αυτές ερωτήσεις φόρτιζαν σε τρεις παράγοντες και εξηγούσαν το 38,5% της συνολικής διακύμανσης, ενώ με τις 20 αρχικές ερωτήσεις φόρτιζαν πέντε παράγοντες και εξηγούνταν περίπου το 43%. Συνεπώς είναι αναγκαίο να βελτιωθεί η εγκυρότητα του οργάνου εάν η κλίμακα χρησιμοποιηθεί μόνη της.

Επίσης, οι Lee και Crompton (1992), ανέπτυξαν μία κλίμακα τουριστικής καινοτομίας 21 ερωτήσεων και τεσσάρων διαστάσεων, η οποία προλογήθηκε ως αξιόπιστη, σταθερή και έγκυρη και αξιολογεί το ψυχολογικό κατασκευάσμα της καινοτομίας. Την ίδια χρονιά οι Yiannakis και Gibson (1992), αντιμετώπισαν αυτό το ζήτημα, επινοώντας συγκεκριμένα μια περιεκτική ταξινόμηση των τουριστών ελεύθερου χρόνου και σχεδίασαν την κλίμακα TRPS τουριστικής τυπολογίας. Το TRPS ήταν το όργανο μέτρησης που χρησιμοποιήθηκε στη διδακτορική διατριβή του Attle, Simon Paul (1996), και αποκάλυψε έντεκα τουριστικούς ρόλους που σχετίζονται με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά στην επιλογή τουριστικού προορισμού. Ο Murdi (2001), πρόσθεσε δύο ακόμη τουριστικούς ρόλους στην υπάρχουσα κλίμακα, τον οικολόγο τουρίστα και τον εραστή της φύσης. Οι Gibson & Yiannakis (2002), αποκάλυψαν δεκαπέντε ρόλους τουριστών: Εραστής του ήλιου, αναζητητής δράσης, ανθρωπολόγος, αρχαιολόγος, οργανωμένος μαζικός τουρίστας, αναζητητής συγκίνησης, εξερευνητής, κοσμοπολίτης, αναζητητής, ανεξάρτητος μαζικός τουρίστας, υψηλής κατηγορίας τουρίστας, ανεργάτιστος, Φυγές από την πραγματικότητα I, Φυγές από την πραγματικότητα II, ενεργός αθλητικός τουρίστας, εκπαιδευτικός τουρίστας. Το TRPS χρησιμοποιήθηκε και σε μια παρόμοια έρευνα στην Αυστραλία και έδειξε ότι οι ερωτήσεις του οργάνου

αντιπροσωπεύουν σημαντικά τους τουριστικούς ρόλους τους οποίους μετράνε (Foo et al., 2004).

Ο Mohsin (2005), περιγράφει δώδεκα τουριστικές συμπεριφορές χρησιμοποιώντας μια διαφορετική σκάλα μέτρησης. Οι συμπεριφορές που αποκαλύφθηκαν ήταν η ενεργητική, η εξερεύνηση της φύσης, η κατάκτηση της εμπειρίας, ο εθνοκεντισμός, η γλωσσομάθεια, η χαλάρωση, η φυσική δραστηριότητα, η ψυχαγωγία, η καινοτομία, η πολυτέλεια, οι σχέσεις, η φιλία για την Αυστραλία. Οι τουριστικές συμπεριφορές αυτές αντιπροσωπεύουν ίσως το συγκεκριμένο δείγμα της έρευνας και θα πρέπει να ερευνηθεί η δυνατότητα χρησιμοποίησης αυτής της σκάλας για άλλα δείγματα. Όλες αυτές οι προσπάθειες διερεύνησης της τουριστικής συμπεριφοράς αποδεικνύουν τη σημαντικότητα της τυπολογίας στην τουριστική ανάπτυξη.

Σε μια άλλη έρευνα όμως, ήρθε στο προσκήνιο και ο αθλητικός εραστής, αυτός ο οποίος του αρέσει να ταξιδεύει για χάρη του αθλητισμού, και αργότερα (Gibson 1994) δημιουργήθηκε και ο ρόλος του εκπαιδευτικού τουρίστα και μετονομάστηκε ο εραστής των σπορ σε αθλητικό τουρίστα. Κατά συνέπεια, η πιο πρόσφατη τυπολογία περιέχει 15 ρόλους τουριστών όπως παρουσιάστηκαν από τους Yannakis και Gibson.

**Πίνακας 1.** Τουριστική Τυπολογία (Yiannakis και Gibson)

|                              |                               |
|------------------------------|-------------------------------|
| 1. Sun lover                 | Εραστής του ήλιου             |
| 2. Action seeker             | Αναζητητής δράσης             |
| 3. Anthropologist            | Ανθρωπολόγος τουρίστας        |
| 4. Archeologist              | Αρχαιολόγος τουρίστας         |
| 5. Organized mass tourist    | Οργανωμένος μαζικός τουρίστας |
| 6. Thrill seeker             | Αναζητητής συγκίνησης         |
| 7. Explorer                  | Εξερευνητής                   |
| 9. Seeker                    | Αναζητητής                    |
| 10. Independent mass tourist | Ανεξάρτητος μαζικός τουρίστας |
| 11. High class tourist       | Τουρίστας υψηλής κατηγορίας   |
| 12. Drifter                  | Ανερμάτιστος                  |
| 13. Escapist                 | Αναζητητής II                 |
| 14. Sport lover              | Λάτρης των σπορ               |
| 15. Educational tourist      | Εκπαιδευτικός τουρίστας       |

Η τουριστική συμπεριφορά μπορεί να διαχωριστεί σε τρία στάδια: προ, κατά τη διάρκεια και μετά την επίσκεψη συμπεριφορά (Ryan 2002; Williams and Buswell, 2003). Πιο συγκεκριμένα, η τουριστική συμπεριφορά συμπεριλαμβάνει την απόφαση που θα παρθεί πριν την επίσκεψη σε κάποιο μέρος, την εμπειρία κατά τη διάρκεια που ο τουρίστας βρίσκεται στον προορισμό, την αξιολόγηση της εμπειρίας και τη συμπεριφορά, αφού ολοκληρωθεί η επίσκεψη.

### **Αθλητικός Τουρισμός**

Όσον αφορά τον αθλητικό τουρισμό, σύμφωνα με τη Gibson (1998), αθλητικός τουρισμός είναι τα ταξίδια αναψυχής που οδηγούν τα άτομα έξω από τις τοπικές τους κοινωνίες, για να συμμετάσχουν σε αθλητικές δραστηριότητες, να παρακολουθήσουν τέτοιες ή να επισκεφθούν χώρους που σχετίζονται με τον αθλητισμό. Από τον τελευταίο ορισμό διαφαίνονται και οι τρεις κύριες μορφές του ΑΤ. Ενεργός, παθητικός και ΑΤ επίσκεψης. Επίσης, σύμφωνα με τους Nogawa, Yamagushi & Hagi (1996), ως αθλητικός τουρίστας μπορεί να θεωρηθεί ένα άτομο που ασχολείται με δημοφιλή σπορ κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού, που παρακολουθεί αθλητικά γεγονότα ή που συμμετέχει σε αθλητικά γεγονότα όπως ο μαραθώνιος της Χονολουλού).

Ο Hall (1992), όχι μόνο καθόρισε τον αθλητισμό σαν ένα ιδιαίτερο κομμάτι του τουρισμού αλλά διατύπωσε επίσης και τρία συγγενικά πεδία ορισμού. Τα «ξεχωριστά» γεγονότα (hallmark events), την υπαίθρια αναψυχή (τουρισμός περιπέτειας) και το τουρισμό που συνδέεται με την υγεία και την φυσική κατάσταση. Η Gibson (2006), περιγράφει τον αθλητικό τουρισμό ως εξής : Αθλητικός τουρισμός είναι ο τουρισμός ο οποίος έχει σαν βάση του την αναψυχή και απομακρύνει τα άτομα προσωρινά από τις τοπικές τους κοινότητες είτε για να συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες (ενεργητικός αθλητικός τουρισμός), είτε για να παρακολουθήσουν αθλητικά γεγονότα (παθητικός αθλητικός τουρισμός), είτε για να αναπολήσουν στιγμές σχετικά με αθλητικά γεγονότα (νοσταλγικός αθλητικός τουρισμός).

Οι αγορές των αθλητικού τουρισμού είναι ταξινομημένες ως αγορές ψυχαγωγίας /ελεύθερου χρόνου ή επαγγελματικές αγορές. Ο ψυχαγωγικός αθλητικός τουρισμός ενσωματώνει τα γεγονότα, την πολιτισμική κληρονομιά, τις κατασκηνώσεις, τα αθλητικά ταξίδια, τα υπαίθρια και περιπετειώδη ταξίδια, τα κέντρα υδροθεραπείας (spa), ενώ ο επαγγελματικός αθλητικός τουρισμός περιορίζεται στους αθλητικούς οργανισμούς, στις ανταγωνιστικές ομάδες και στα ατομικά αθλήματα, συμπεριλαμβανομένου του κολεγιακού αθλητισμού, όπως επίσης και τις ειδικές αγορές της εκπαίδευσης, των νέων

και ηλικιωμένων και των ατόμων με ειδικές ανάγκες (Higham, 2005). Ο ίδιος αναφέρει ως μαύρο σημείο την έλλειψη μακροχρόνιου σχεδιασμού για τον αθλητικό τουρισμό, εξηγώντας πως τα βραχυπρόθεσμα σχέδια επικεντρώνονται μόνο στο αθλητικό γεγονός με μια μικρή εμπλοκή της πολιτείας.

Ο κύριος σκοπός της έρευνας ήταν να μελετήσει σε ποιους τύπους τουριστών ανήκουν οι Έλληνες τουρίστες οι οποίοι είτε κατοικούν στην Ελλάδα είτε ζουν στο εξωτερικό. Ο δευτερεύον σκοπός ήταν η διερεύνηση της ύπαρξης και της σημαντικότητας του τουριστικού ρόλου «Αθλητικός τουρίστας» στους Έλληνες τουρίστες.

### **Μεθοδολογία**

#### **Δείγμα**

Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 300 άτομα, έλληνες τουρίστες του εσωτερικού και του εξωτερικού εκ των οποίων οι 133 ήταν άντρες και οι 153 γυναίκες όλων των ηλικιών από 17 έως και πάνω από 60 ετών, που επισκέφτηκαν το Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος της Αθήνας κατά τους καλοκαιρινούς μήνες Ιούλιο και Αύγουστο.

#### **Ερωτηματολόγιο**

Για τη δημιουργία της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της περιγραφικής δημοσκοπήσης. Η δημοσκόπηση έγινε με ερωτηματολόγια τα οποία μοιράστηκαν κατά τους καλοκαιρινούς μήνες Ιούλιο και Αύγουστο στο αεροδρόμιο της Αθήνας, Ελευθέριος Βενιζέλος. Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν σε Έλληνες τουρίστες του εσωτερικού ή του εξωτερικού στην ελληνική γλώσσα κατά την ώρα αναχώρησής τους από το αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος. Το ερωτηματολόγιο εκτιμούσε τις τάσεις, τις ανάγκες, τις επιθυμίες των ελλήνων τουριστών οι οποίοι επισκέφτηκαν την Ελλάδα. Με λίγα λόγια την τυπολογία των τουριστών. Για την διερεύνηση των απόψεών τους χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο των Heather Gibson και Yiannakis Andrew TRPS, 2002 μεταφρασμένο στην ελληνική γλώσσα από τους Υφαντίδου Γ., Κώστα Γ. και Μιχαλοπούλου Μ., κάνοντας έλεγχο της διαπολιτισμικότητας των (Yfantidou G., Costa G. & Michalopoulos M., 2007) με βάση τις διαδικασίες που πρότειναν οι Geisinger (1994) και Sperber (2004).

Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει συνολικά 89 ερωτήσεις τύπου Likert και κλειστές ερωτήσεις οι οποίες καταγράφουν: την περιγραφή των δραστηριοτήτων του τουρίστα, την περιγραφή του προορισμού των διακοπών, εξετάζει σημαντικές ανθρώπινες ανάγκες, δημογραφικά και προσωπικά στοιχεία και συγκεκριμένη προτίμηση

προορισμού. Στις ερωτήσεις υπήρχαν κλίμακες βαθμολογίας 1-5, 1-6 ανάλογα με την υφή της κάθε ερώτησης.

**Πίνακας 2.** Ερωτήσεις ερωτηματολογίου

|   |              |
|---|--------------|
| I. Περιγραφή δραστηριοτήτων:            | 34 ερωτήσεις |
| II. Περιγραφή προορισμού:               | 23 ερωτήσεις |
| III. Περιγραφή ανθρωπίνων αναγκών:      | 22 ερωτήσεις |
| IV. Δημογραφικά και προσωπικά στοιχεία: | 9 ερωτήσεις  |
| V. Συγκεκριμένη προτίμηση προορισμού:   | 1 ερώτηση    |

Οι ερωτήσεις ήταν κλειστού τύπου και τύπου Likert και οι ερωτώμενοι στα προσωπικά χαρακτηριστικά βάζανε ένα “ν” στην απάντηση που τους ταίριαζε. Στις 34 ερωτήσεις που αφορούσαν την περιγραφή δραστηριοτήτων κύκλωναν έναν αριθμό από το 1 (ποτέ) ως το 5 (πάντα), ενώ στις 23 ερωτήσεις που είχαν σχέση με την περιγραφή προορισμού κύκλωναν έναν αριθμό από το 1(υποανάπτукτος) έως το 6 (αναπτυγμένος). Όσον αφορά τις 22 ερωτήσεις για τις ανθρώπινες ανάγκες κύκλωναν έναν αριθμό από το 1 (ανικανοποίητος) έως το 5 (ικανοποιημένος). Στην μια και μοναδική ερώτηση για την συγκεκριμένη προτίμηση προορισμού έγγραφαν ολογράφως τον επιθυμητό προορισμό.

**Διαδικασία**

Η διαδικασία πραγματοποιήθηκε αποκλειστικά στο αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος της Αθήνας στο χώρο των αναχωρήσεων όπου Έλληνες τουρίστες του εσωτερικού και του εξωτερικού συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο αμέσως μετά από τον έλεγχο (check in). Αρχικά γινόταν μια μικρή ενημέρωση στα άτομα που τυχαία συμμετείχαν στην έρευνα γιατί τύχαινε να ταξιδέψουν εκείνη την ημέρα, σχετικά με το σκοπό και τη διαδικασία της έρευνας και ενημερώνονταν πως το ερωτηματολόγιο συμπληρώνεται ανώνυμα και αν φυσικά οι ίδιοι το επιθυμούσαν το συμπλήρωναν. Τέλος, τους δινόταν το ερωτηματολόγιο, το οποίο συμπλήρωναν εκείνη τη στιγμή και το επέστρεφαν. Στις περιπτώσεις που οι ερωτήσεις γίνονταν προφορικά, τα ερωτηματολόγια συμπληρώνονταν από τους ερευνητές σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτώμενων. Κατά τη διάρκεια της συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, δίνονταν διευκρινίσεις σε όποια απορία προέκυπτε.

**Στατιστική ανάλυση**

Για την στατιστική ανάλυση των συλλεχθέντων ερωτηματολογίων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο SPSS. Χρησιμοποιήθηκε η ανάλυση συχνοτήτων για να βρεθούν τα



ποσοστά της κάθε ερώτησης, η περιγραφική ανάλυση για να βρεθούν οι μέσοι όροι της κάθε ερώτησης. Για να βρεθεί η αξιοπιστία της τυπολογίας χρησιμοποιήθηκε η ανάλυση αξιοπιστίας. Τέλος, μέσω της ανάλυσης κυρίων συνιστωσών και της ανάλυσης της πολυδιάστατης κλιμακοποίησης εξήχθησαν οι 15 τουριστικοί ρόλοι.

### Αποτελέσματα

#### *Περιγραφικές αναλύσεις*

##### Φύλο

Οι κατηγορίες των φύλων ήταν δύο: 133 άνδρες (44.3%) και 153 γυναίκες (51%). Υπήρξαν χαμένες τιμές της τάξεως του 4.7%.

##### Ηλικιακή ομαδοποίηση

Οι κατηγορίες των ηλικιών ήταν τρεις. Στον Πίνακα 3 φαίνονται αναλυτικά οι κατηγορίες των ηλικιών, ο αριθμός των συμμετεχόντων και τα ποσοστά αυτών. Η πρώτη κατηγορία σημείωσε το μεγαλύτερο ποσοστό. Υπήρξαν χαμένες τιμές της τάξεως του 10.3%.

**Πίνακας 3.** Κατηγορίες ηλικιών, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.

| ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΗΛΙΚΙΩΝ | ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΜ/ΝΤΩΝ | ΠΟΣΟΣΤΟ |
|--------------------|------------------|---------|
| 17-39 ετών         | 190              | 63.3%   |
| 40-59 ετών         | 57               | 19%     |
| 60+                | 22               | 7.3%    |
| Χαμένες τιμές      | 31               | 10.3%   |

##### Οικογενειακή κατάσταση

Οι κατηγορίες ήταν τέσσερις: παντρεμένος/η, χωρισμένος/η, ελεύθερος/η και χήρος/α. Υπήρξαν χαμένες τιμές της τάξεως του 5.3%. Στον πίνακα 4 φαίνονται αναλυτικά οι κατηγορίες της οικογενειακής κατάστασης, ο αριθμός των συμμετεχόντων και τα ποσοστά αυτών. Η τρίτη κατηγορία σημείωσε το μεγαλύτερο ποσοστό.

**Πίνακας 4.** Κατηγορίες οικογενειακής κατάστασης, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.

| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ   | ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΜ/ΧΟΝΤΩΝ | ΠΟΣΟΣΤΟ |
|-------------|--------------------|---------|
| Παντρεμένοι | 117                | 39%     |
| Χωρισμένοι  | 16                 | 5.3%    |

|               |     |       |
|---------------|-----|-------|
| Ελεύθεροι     | 149 | 49.7% |
| Χήροι         | 2   | 0.7%  |
| Χαμένες τιμές | 16  | 5.3%  |

#### Επίπεδο μόρφωσης

Οι κατηγορίες ήταν έξι: απόφοιτοι γυμνασίου, απόφοιτοι λυκείου, απόφοιτοι κολλεγίου ή ΙΕΚ, απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ, κάτοχοι μεταπτυχιακού και κάτοχοι διδακτορικού τίτλου. Η τέταρτη κατηγορία συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό. Στον Πίνακα 5 φαίνονται αναλυτικά οι κατηγορίες του μορφωτικού επιπέδου, ο αριθμός των συμμετεχόντων και τα ποσοστά αυτών. Υπήρξαν χαμένες τιμές της τάξεως του 4.7%.

#### **Πίνακας 5.** Κατηγορίες μορφωτικού επιπέδου, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.

| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ               | ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΜ/ΝΤΩΝ | ΠΟΣΟΣΤΟ |
|-------------------------|------------------|---------|
| Απόφοιτοι Γυμνασίου     | 8                | 2.7%    |
| Απόφοιτοι Λυκείου       | 75               | 25%     |
| Απόφοιτοι Κολλεγίου/ΙΕΚ | 24               | 8%      |
| Απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ       | 118              | 39.3    |
| Κάτοχοι Μεταπτυχιακού   | 46               | 15.3%   |
| Κάτοχοι Διδακτορικού    | 15               | 5%      |
| Χαμένες τιμές           | 14               | 4.7%    |

#### Απασχόληση

Οι κατηγορίες ήταν έξι: πλήρη απασχόληση, μερική απασχόληση, συνταξιοδοτημένοι, οικιακά, άνεργοι και μαθητές-σπουδαστές. Η πρώτη κατηγορία συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό. Στον Πίνακα 6 φαίνονται αναλυτικά οι κατηγορίες της απασχόλησης, ο αριθμός των συμμετεχόντων και τα ποσοστά αυτών. Υπήρξαν χαμένες τιμές της τάξεως του 4.7%.

#### **Πίνακας 6.** Κατηγορίες απασχόλησης, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.

| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ         | ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΜ/ΝΤΩΝ | ΠΟΣΟΣΤΟ |
|-------------------|------------------|---------|
| Πλήρη απασχόληση  | 188              | 62.7%   |
| Μερική απασχόληση | 20               | 6.7%    |
| Συνταξιοδοτημένοι | 12               | 4%      |

|                     |    |      |
|---------------------|----|------|
| Οικιακά             | 9  | 3%   |
| Άνεργοι             | 3  | 1%   |
| Μαθητές- σπουδαστές | 54 | 18%  |
| Χαμένες τιμές       | 14 | 4.7% |

#### Εισόδημα

Οι κατηγορίες ήταν τρεις: λιγότερο από 20.000 ευρώ, 20.000-60.000 ευρώ, περισσότερο από 60.000 ετησίως. Η δεύτερη κατηγορία συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό. Στον Πίνακα 7 φαίνονται αναλυτικά οι κατηγορίες του εισοδήματος, ο αριθμός των συμμετεχόντων και τα ποσοστά αυτών. Υπήρξαν χαμένες τιμές της τάξεως του 5.7%.

**Πίνακας 7.** Κατηγορίες εισοδήματος, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.

| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ          | ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΜ/ΝΤΩΝ | ΠΟΣΟΣΤΟ |
|--------------------|------------------|---------|
| Έως 20.000 ευρώ    | 66               | 22%     |
| 20.000-60.000 ευρώ | 180              | 60%     |
| >60.000            | 37               | 12.3    |
| Χαμένες τιμές      | 17               | 5.7%    |

#### Ανάλυση κυρίων συνιστωσών

Χρησιμοποιήθηκε η ανάλυση κυρίων συνιστωσών για τις ερωτήσεις των τουριστικών ρόλων και αποκαλύφθηκαν 7 παράγοντες οι οποίοι εξηγούν το 53,21 % συνολικής διακύμανσης. Μέσω της ανάλυση κυρίων συνιστωσών και της πολυδιάστατης κλιμακοποίησης εξήχθησαν οι 15 τουριστικοί ρόλοι. (Υφαντίδου Γ., Σταυροπούλου Γ., Κώστα Γ., Μιχαλοπούλου Μ. 2007). Σε αυτούς τους 15 τουριστικούς ρόλους \*(Εξαιτίας των τουριστών που έχουν πολλαπλούς ρόλους τα ποσοστά του πίνακα υπερβαίνουν το 100%) εμπεριέχεται και ο ρόλος του ενεργού αθλητικού τουρίστα αλλά εκτός από αυτόν τον ρόλο παρουσιάζεται και ο ρόλος του εξερευνητή τουρίστα ο οποίος είναι στενά συνδεδεμένος με τον αθλητισμό διότι στους εξερευνητές τουρίστες ανήκουν οι τουρίστες στους οποίους αρέσει η πρόκληση, η εξερεύνηση άγριων τοπίων, οι υπαίθριες δραστηριότητες, η περιπέτεια όπου όλα αυτά αποτελούν ένα κομμάτι του αθλητικού τουρισμού και των σπορ περιπέτειας. Οπότε, με βάση τα παραπάνω ισχύει η εναλλακτική υπόθεση Α. Από τα παραπάνω ποσοστά όμως, αποσαφηνίζεται και το προφίλ του Έλληνα τουρίστα όπου όπως φαίνεται κάνει διακοπές για να απολαύσει

περισσότερο τον ήλιο και τη θάλασσα, για να γνωρίσει καινούριους ανθρώπους, νέους πολιτισμούς, να επισκεφτεί αρχαιολογικούς χώρους, να ξεφύγει από την ρουτίνα της καθημερινότητας και όχι τόσο για να εμπλακεί με οποιονδήποτε τρόπο σε δραστηριότητες που έχουν σχέση με τον αθλητισμό και αυτό απορρέει ξεκάθαρα από το πολύ μικρό ποσοστό (2.3 % ) των ερωτηθέντων σχετικά με την συμμετοχή τους κατά την διάρκεια των διακοπών τους με αθλητικές δραστηριότητες είτε ως θεατές είτε ως ενεργοί αθλητικοί τουρίστες.

**Πίνακας 8.** Τα ποσοστά του κάθε τουριστικού ρόλου που αποκαλύφθηκαν στην έρευνα αυτή.

|    |                                  |        |       |
|----|----------------------------------|--------|-------|
| 1  | Εραστής Του Ήλιου                | SNL    | 45,3% |
| 2  | Αναζητητής Δράσης                | ACT    | 9,1%  |
| 3  | Ανθρωπολόγος                     | ANT    | 25,6% |
| 4  | Αρχαιολόγος                      | ARC    | 24,3% |
| 5  | Οργανωμένος Μαζικός Τουρίστας    | OMT    | 4,3%  |
| 6  | Αναζητητής Συγκίνησης            | TRS    | 4,7%  |
| 7  | Εξερευνητής                      | EXP    | 5,9%  |
| 8  | Κοσμοπολίτης                     | JST    | 3,8%  |
| 9  | Υψηλής Κατηγορίας Τουρίστας      | HCT    | 4,6%  |
| 10 | Αναζητητής                       | SKR    | 5,8%  |
| 11 | Ανεξάρτητος Μαζικός Τουρίστας I  | IMT-I  | 18,6% |
|    | Ανεξάρτητος Μαζικός Τουρίστας II | IMT-II | 17,5% |
| 12 | Περιπλανώμενος                   | DTR    | 2%    |
| 13 | Φυγάς από την Πραγματικότητα I   | ESC-I  | 36,2% |
|    | Φυγάς από την Πραγματικότητα II  | ESC-II | 12,8% |
| 14 | Ενεργός Αθλητικός Τουρίστας      | AST    | 2,3%  |
| 15 | Εκπαιδευτικός Τουρίστας          | EDT    | 4%    |

Αξιοπιστία ερωτηματολογίου

Η αξιοπιστία του ερωτηματολογίου ελέγχτηκε με τον Cronbach  $\alpha$ . Για τον έλεγχο της αξιοπιστίας της τυπολογίας υπολογίστηκε ο συντελεστής  $\alpha$  του Cronbach και βρέθηκε ( $\alpha = .80$ ) και για τον έλεγχο της αξιοπιστίας των αναγκών με την ίδια μέθοδο βρέθηκαν ( $\alpha = .89$ ).

### Συζήτηση

Ένας από τους στόχους της παρούσας μελέτης ήταν η εξέταση της δομικής εγκυρότητας και αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου TRPS της τουριστικής τυπολογίας. Η αξιοπιστία όλου του ερωτηματολογίου ελέγχτηκε υπολογίζοντας τον Cronbach  $\alpha$  και αποδείχτηκε υψηλή.

Στην παρούσα έρευνα, προέκυψε ότι οι Έλληνες οι οποίοι επέλεξαν να ταξιδέψουν λόγω διακοπών φαίνεται να ανήκουν στην κατηγορία με το υψηλότερο ποσοστό εισοδήματος από 20.000 – 60.000 € αν αναλογιστεί κανείς πως το 60% των ερωτηθέντων είχαν αυτό το εισόδημα. Επίσης, ίσως αυτό απορρέει και από το γεγονός ότι το 39.3% των συγκεκριμένων ανθρώπων είχαν υψηλό μορφωτικό επίπεδο, όντας απόφοιτοι κάποιου ΑΕΙ/ΤΕΙ. Βέβαια, τα παραπάνω συνδέονται και με το γεγονός πως το 62.7% αυτών που ταξίδεψαν είχαν πλήρη απασχόληση επομένως λογικό και το υψηλό εισόδημα αλλά και η επιλογή των διακοπών τους.

Όσον αφορά την ανάλυση συχνοτήτων, δεν υπήρχαν ουσιαστικές διαφορές στο φύλο αλλά παρατηρείται πως το 63.3% αυτών που ταξίδεψαν να ανήκουν στην ηλικιακή κατηγορία των 17-39 ετών, το 19% στην ηλικιακή κατηγορία των 40-59 ετών και μόλις το 7.3% στην ηλικιακή κατηγορία των 60+. Από το γεγονός αυτό μπορεί να σημειωθεί πως ίσως δεν υπάρχουν πακέτα διακοπών που να κεντρίζουν αυτές τις ηλικιακές κατηγορίες. Το γεγονός αυτό προκύπτει και από μια έρευνα των L. Yu, M. Goulden όπου οι τουρίστες που επισκέφτηκαν την Μογγολία σε μια έρευνά τους, είχαν υψηλό μορφωτικό επίπεδο (74.4%), είχαν πλήρη απασχόληση (70.6 %) και υψηλό ετήσιο εισόδημα αλλά και μηνιαίο εισόδημα (το 44.6% πάνω από 50.000 € και το 38.2% έως 50.000€).

Από την περιγραφική ανάλυση για τους μέσους όρους του ερωτηματολογίου είναι σημαντικό να σημειωθεί πως οι τουρίστες επιλέγουν να κάνουν διακοπές κυρίως για να :

α. να χαλαρώσουν και να ξεφύγουν από όλα, β. για ευχαριστηθούν τη φύση και την ύπαιθρο, γ. για να χαλαρώσουν και να κάνουν ηλιοθεραπεία, δ. για να πάνε σε θερμά μέρη με πολύ ήλιο, άμμο και θάλασσα και ε. γιατί τους αρέσει να γνωρίζουν νέους πολιτισμούς, καινούργιους ανθρώπους, να δοκιμάζουν τοπικά φαγητά και να μιλούν την

τοπική διάλεκτο. Αυτό προκύπτει και από μια έρευνα του Kozak (1999) κατά την οποία οι τουρίστες επιθυμούν στις διακοπές τους να γνωρίσουν νέους πολιτισμούς, να συναντήσουν καινούριους ανθρώπους, να μιλήσουν με τους ντόπιους, να διασκεδάσουν και να χαλαρώσουν.

Άρα, ο σύγχρονος άνθρωπος στις διακοπές του επιθυμεί να ξεφεύγει από τη ρουτίνα της καθημερινής ζωής και να κάνει απλά πράγματα που τον ξεκουράζουν και σωματικά αλλά και ψυχικά.

Ο ρόλος του ενεργού αθλητικού τουρίστα αλλά και του εξερευνητή τουρίστα οι οποίοι εξήχθησαν από την ανάλυση κυρίων συνιστωσών αλλά και από την ανάλυση της πολυδιάστατης κλιμακοποίησης συνδέονται εν μέρει διότι ο εξερευνητής τουρίστας είναι αυτός ο οποίος εμπλέκεται σε σπορ περιπέτειας, υπαίθριες δραστηριότητες και δραστηριότητες στη φύση οπότε υπάρχει μια σχέση αυτών των δυο ρόλων . Αυτός ο ισχυρισμός φαίνεται να προκύπτει και από την έρευνα του Kozak (1999) διότι οι αθλητικοί τουρίστες κατά τον ερευνητή προτιμούν να είναι ενεργοί και τις ημέρες των διακοπών τους και συνδυάζουν τα σπορ με τη φύση, την εξερεύνηση και την περιπέτεια.

Παρατηρείται να συμμετάσχει στην έρευνα πολύ μικρό ποσοστό συνταξιούχων. Πράγμα το οποίο θέλει σκέψη, αν σκεφτεί κανείς πως οι συνταξιούχοι θα έπρεπε να αποτελούν πλέον την ομάδα στόχο στη βιομηχανία του τουρισμού διότι είναι οι άνθρωποι οι οποίοι δεν έχουν υποχρεώσεις συνήθως, έχουν οικογένειες, μεγάλα παιδιά οπότε οι υποχρεώσεις τους έχουν λιγοστέψει και επίσης μετά τη συνταξιοδότησή τους έχουν και άπλετο χρόνο για ταξίδια και διακοπές. Επιπλέον, παρατηρείται πως ένα πολύ μεγάλο ποσοστό ελλήνων 74.7% για κάποιους λόγους να προτιμούν να κάνουν καλοκαιρινές διακοπές στη χώρα τους.

Επίσης, το μορφωτικό επίπεδο φανέρωσε μια υπεροχή των πτυχιούχων των ανωτάτων ιδρυμάτων, το οποίο έρχεται σε συμφωνία πιθανώς με το εισόδημα και τη δυνατότητα επιλογής για τουρισμό. Επιπροσθέτως, δυστυχώς ο αθλητικός τουρίστας στην Ελλάδα παρουσίασε πολύ μικρό ποσοστό και αυτό επιζητά άμεσα αντιμετώπιση στην εποχή που η αναψυχή και ο αθλητισμός αποφέρουν τεράστια έσοδα στις κοινωνίες.

### **Βιβλιογραφία**

Attle, S.P. (1996). Tourist role preference and the development of lifestyle profiles: implications for market segmentation and tourist destination selection. Doctoral Dissertation, the university of Connecticut, Storrs, USA. AAT: 9634523.

- Cohen, E. (1972). Towards a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39, 164–182.
- ECTAA [Group of National Travel Agents and Tour Operators Associations within the EU]. (2007). Inclusion of tourism in the new Treaty. Position of ECTAA. Ref. CR03-241/7122
- Felderer, B., Helmenstein, C., Kleissner, A., Moser, B., Schindel, L. & Tretler, R. (2006). Sport und Oeconomie in Eyropa .Ein Tour d' Horizon. Έρευνα για λογαριασμό του Αυστριακού κράτους. [www.sport.austria.gv.at](http://www.sport.austria.gv.at)
- Foo Ann-Jo, Mcguiggan R. & Yiannakis A. (2004). Roles tourists play. An Australian perspective. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 408 – 427.
- Funk, D. & Bruun, T. (2006). The role of socio-psychological and culture-education motives in marketing international sport tourism: A cross-cultural perspective. *Tourism Management*, doi: 10.1016/j.tourman.2006.05.011
- Gammon, S. & Robinson, T. (1997). Sport and tourism a conceptual framework. *Journal of Sport Tourism*, 4(3), 8-24.
- Gartner, W.(1996). *Tourism Development Principles, Processes, and Policies*. Van Nostrand Reinhold, New York.
- Geisinger, K. (1994). Cross-cultural normative assessment: translation and adaptation issues influencing the normative interpretation of assessment instruments. *Psychological Assessment*, 6(4), 304-312.
- Gerring, R. J. & Zimbardo, P. G. (2002). *Psychology and life*. 16ed. Allyn & Bacon: Pearson publications.
- Gibson, H. (2006). *Sport Tourism Concepts and Theories*. Routledge Taylor and Francis Group.
- Gibson, H. (1998). Active sport tourism who participates? *Leisure Studies*, 17, 155-170.
- Gibson H. & Yiannakis A. (2002). Tourist roles. Needs and the lifecourse. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 358-383.
- Hall, C. M. (1992a). Adventure, sport and health. In special interest tourism. (C. M. Hall and B. Weiler, eds), London: Belhaven Press.
- Hall, C. M. (1992b). *Hallmark tourist events: Impacts, management and planning*. London: Belhaven Press.
- Higham, J. (2005). *Sport tourism destinations: Issues, opportunities and analysis*. London: Elsevier Butterworth-Heineman.

- Hinch, T.D. and J.E. Higman (2001). Sport Tourism Framework for Research. *International Journal of Tourism Research*, 3, 45-58.
- Jensen, R. (1995). *Outdoor recreation in Amerika*. Champaign, IL: Human Kinetics
- Jiang, J., Havitz, M. & O'Brien, R. (2000). Validating the international tourist role scale. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 964-981.
- Lee, T. H. & Crompton, J. (1992). Measuring novelty seeking in tourism. *Annals of tourism research*, 19, 732-751.
- Levinson, D. (1996). *The seasons of a woman's life*. New York: Knopf.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Prineeton NJ: Van Nostrand Reinhold.
- Mo, C., Howard, D. & Havitz, M. (1993). Testing an international tourist role typology. *Annals of Tourism Research*, 20, 319-335.
- Mohsin, A. (2005). Tourist attitudes and destination marketing-the case of Australia's northern territory and Malaysia. *Tourism Management*, 26, 723-732.
- Moore K., Cushman G. & Simmons D. (1995). Behavioral conceptualization of tourism and leisure. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 67-85.
- Murdi, J. (2001). Predicting tourist role preference across the life course. Dissertation thesis, University of Connecticut. UMI: AAT 3002671.
- Nogawa, H., Yamagushi, Y., & Hagi, Y. (1996). An Empirical Research Study on Japanese Sport tourism in Sport-for-all Events: Case study of a Single-Night Event and a Multiple- Night Event. *Journal of Travel Research*, 35, 46-54.
- Nyaupane, G., Morais, D. & Dowler, L. (2006). The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: a controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China. *Tourism Management*, 27, 1373-1385.
- Pearce, P. (1985). A systematic comparison of travel related roles. *Human Relations*, 38(11), 1001-1011.
- Smith, S. (1994). The tourism product. *Annals of tourism research*, 21(3), 582-595.
- Sperber, A. (2004). Translation and validation of study instruments for cross-cultural research. *Gastroenterology*, 126, 124-128.
- Standeven, J. & De Knop, P. (1999). *Sport Tourism*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley.
- Wahab, S. (1975). *Tourism Management*. London: Tourism International Press.
- Weed, M. & Bull, C. (2004). *Sports tourism: Participants, policy and providers*. Amsterdam: Elsevier.



- Weiler, B., & Hall, C.M. (1992). *Special interest Tourism*. London: Belhaven Press.
- Wood, R. (1994). Hotel culture and social control. *Annals of tourism research*, 21, 65-80.
- Υφαντιδου, G., Costa, G. & Michalopoulos, M. (2007). Evolution and perspectives of tourism in Greece. *Proceedings of the 15<sup>th</sup> Congress of the European Association for Sport Management*, 91-92.
- Υιαννακis, A. & Gibson H. (1992). Roles Tourist Play. *Annals of Tourism Research*, 19, 287–303.
- Παυλοπουλος Π. (2004). Κλαδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα της ελληνικής οικονομίας. Ι.Τ.Ε.Π. Αθήνα.
- Σιώμκος Γ. & Βασιλικοπούλου Κ. (2005). Εφαρμογή μεθόδων ανάλυσης στην έρευνα αγοράς. Εκδόσεις: Αθ. Σταμούλης.
- Υφαντιδου, Γ., Κωστα, Γ. & Μιχαλοπουλου, Μ. (2007). Πιλοτική Έρευνα για την αξιολόγηση ερωτηματολογίου τυπολογίας τουριστών. Πρακτικά 2<sup>ου</sup> Πανελληνίου Συνεδρίου Αναψυχής – Ελεύθερου Χρόνου & Αθλητικού Τουρισμού. Τρίκαλα, 80-82.